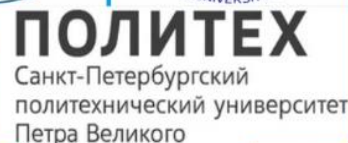


ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ТАЪЛИМ, ФАН ВА ИННОВАЦИЯЛАР ВАЗИРЛИГИ



«ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДА РАҚАМЛИ ҲАМДА ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ» МАВЗУСИДАГИ

ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-АМАЛИЙ КОНФЕРЕНЦИЯ

МАТЕРИАЛЛАРИ

(II ҚИСМ)

2023 йил 20-22 май кунлари

САМАРҚАНД – 2023

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ТАЪЛИМ, ФАН ВА ИННОВАЦИЯЛАР
ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

ТАМБОВ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

**ТОМСК ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИНИНГ ИҚТИСОДИЁТ ВА МЕНЕЖМЕНТ
ИНСТИТУТИ**

ШИМОЛИЙ КАВКАЗ ФЕДЕРАЛ УНИВЕРСИТЕТИ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ПОЛИТЕХНИКА УНИВЕРСИТЕТИ

ОЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ МАКТАБИ

ҚАРШИ МУХАНДИСЛИК ИҚТИСОДИЁТ ИНСТИТУТИ

«ИПАК ЙЎЛИ» ТУРИЗМ ВА МАДАНИЙ МЕРОС ХАЛҚАРО УНИВЕРСИТЕТИ

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ САМАРҚАНД
ФИЛИАЛИ**

**«ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШ ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ
ҚИСҚАРТИРИШДА РАҚАМЛИ ҲАМДА
ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН
ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ»
(II ҚИСМ)**

2023 йил 20-22 май кунлари

САМАРҚАНД – 2023

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И ИННОВАЦИЙ
РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА ТОМСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «ВЫСШАЯ
ШКОЛА ЭКОНОМИКИ» РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

КАРШИНСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И КУЛЬТУРНОГО
НАСЛЕДИЯ «ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ»**

**САМАРКАНДСКИЙ ФИЛИАЛ ТАШКЕНТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**“ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ
ИННОВАЦИОННЫХ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В РАЗВИТИИ СФЕРЫ УСЛУГ И СОКРАЩЕНИИ
БЕДНОСТИ”
(ЧАСТЬ II)**

(20-22 мая 2023 г.)

САМАРКАНД– 2023

Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва камбағалликни қисқартиришда рақамли ҳамда инновацион технологиялардан фойдаланиш имкониятлари. / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (II қисм). 2023 йил 20-22 май кунлари. Самарқанд, СамИСИ, 2023. – 272 бет.

Нашр учун масъул:

М.Қ.Пардаев – иқтисод фанлари доктори, профессор

Таҳририят кенгаши раҳбари:

М.Э.Пўлатов – иқтисод фанлари доктори, профессор

Таҳририят кенгаши аъзолари:

М.М.Мухаммедов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Ж.Р.Зайналов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

И.С.Тухлиев – иқтисод фанлари доктори, профессор,

О.Муртазаев – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Р.Х.Эргашев – иқтисод фанлари доктори, профессор,

В.И.Абдукаримов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Н.А.Ибрагимов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

К.Б.Уразов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Қ.Ж.Мирзаев – иқтисод фанлари доктори, профессор,

А.Эштаев – иқтисод фанлари доктори, профессор,

С.Н.Ташназаров – иқтисод фанлари доктори, профессор,

А.Н.Холиқулов – иқтисод фанлари номзоди, доцент,

Д.Х.Холмаматов – иқтисод фанлари номзоди, доцент.

Саҳифаловчи: Фирдавс Ўроқов

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида рақамли ҳамда инновацион технологиялардан фойдаланиш шароитида хизмат кўрсатиш ва таълим хизматлари соҳаларини ривожлантириш муаммолари ва уларнинг ечимлари, соҳанинг алоҳида тармоқлари самарадорлигини ошириш истиқболларига оид масалалар ёритилган. Унда инновацион иқтисодиётни шакллантириш шароитида соҳанинг назарий ва методологик муаммолари ва уларни ҳал қилишнинг стратегик йўналишлари, хизмат кўрсатиш соҳасида аҳоли бандлиги, фаровонлиги, яшаш сифати ва даражасини ошириш масалалари, туризм соҳаси самарадорлигини ошириш механизмлари, ривожлантириш тенденциялари ва истиқболлари, менежмент ва маркетингни, инвестицияларнинг ўрни ва молиявий муносабатларни, бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил, аудит ва статистика фанларини такомиллаштириш масалалари, 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.

І ШЎҒБА. ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИ ҲАЛ ҚИЛИШНИНГ СТРАТЕГИК ЙЎНАЛИШЛАРИ

Азизова Рохила Баходир қизи – Наманган муҳандислик-технология институти, таянч докторанти

ХУНАРМАНДЧИЛИК ХИЗМАТЛАРИНИ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ ВА АСОСИЙ ТУШУНЧАЛАРИ

Аннотация: Ушбу тезисда хунармандчилик соҳасини ривожланиши ва унинг жаҳон ҳўжалигидаги ўрни, ривожланиш давлари тўғрисида маълумот берилган бўлиб, ривожланган мамлакатларнинг шу соҳадаги тажрибалари ўрганилган. Бундан ташқари хунармандчилик фаолиятини жамиятда тутган ўрни ва ишсизлик, аҳоли даромадларини шаклланишидаги аҳамияти бўйича маълумот берилган.

Калит сўзлар: хунармандчилик, постиндустриал жамият, локомотив, санъат, саноат дизайни, стратегик ривожланиш, бандлик, ишсизлик, меҳнат тақсимоти, саноат хунармандчилиги.

Аннотация: В диссертации представлена информация о развитии ремесленного сектора и его месте в мировом хозяйстве, изучены периоды развития, опыт развитых стран в этой области. Кроме того, приводится информация о роли ремесленной деятельности в жизни общества и значении безработицы и формирования доходов населения.

Ключевые слова: ремесло, постиндустриальное общество, локомотив, искусство, промышленный дизайн, стратегическое развитие, занятость, безработица, разделение труда, промышленное ремесло.

Abstract: This thesis provides information about the development of the craft sector and its place in the world economy, the periods of development, and the experiences of developed countries in this field are studied. In addition, information is provided on the role of craft activities in society and the importance of unemployment and population income formation.

Key words: craftsmanship, post-industrial society, locomotive, art, industrial design, strategic development, employment, unemployment, division of labor, industrial craftsmanship.

XX асрнинг охирига келиб, саноат тармоқлари, қишлоқ ҳўжалиги катори хизматлар соҳасида хунармандчилик соҳаси ҳам жадал ривожланиш босқичига ўтди. Хунармандчилик соҳаси постиндустриал жамият ривожланишининг энг асосий локомотивларидан ҳисобланади. Хунармандчилик соҳаси тушунчаси узоқ вақтдан бери мавжуд бўлиб келган, у маданиятнинг бир қисмига айланди. 19-асрнинг ўрталаридан

бошлаб хунармандчилик сифатида ривожланди. Бадий фаолият, у саноат ишлаб чиқариши узвий боғлиқ тарзда ривожланди, санъат ва хунармандчилик синтезининг пайдо бўлиши таъсирида (19-асрдаги инглиз ҳаракати санъат ва хунармандчилик) фаол бадий ва ишлаб чиқариш фаолиятини аралашган ҳолда ташкил этила бошлади. Бунга мисол сифатида Германиянинг “Веркбунд”, Петер Беренсн “АЕГ” компаниялари, “Форд” америка автомобил компаниясини кўрсатиш мумкин¹. Саноат хунармандчилиги ривожланишида бадий ижод – хунармандчиликга асосланган ҳолда ишлаб чиқаришини мажмуали тарзда ташкил этишга эътибор қаратилмоқда. Бу ерда хунармандчилик асосий йўналишлари сифатида нақш, безак ишлари, лойиҳалар, чизмалар тайёрлаш каби хизмат турлари жадал ривожланмоқда.

1969 йилда ICSID (ICSID, International Council of Societies of Industrial Design – Ҳалқаро саноат дизайни ташкилотлари кенгаши) хунармандчиликга боғлиқ асосий атама ва ибораларни қабул қилган. Бундан ташқари хунармандлик хизмати барча мамлакатларда жамиятда барқарорликни таъминлаш, миллий анъаналарни сақлаш воситаси сифатида давлатни асосий механизмларидан бири ҳисобланади. Улар қўшимча равишда маҳсулотлар ва хизматлар яратишда иштирок этади, янги иш ўринларини яратишда ва аҳолини дастлабки капиталини шакллантиришда иштирок этади. хунармандчилик фаолиятидаги муаммоларни ривожланиши жамиятда кўплаб ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражасига таъсир кўрсатади, хунармандчилик фаолияти кишилик жамиятини ажралмас қисми бўлганлиги сабабли ундаги ҳар қандай ўзгаришлар кутилмаган инқирозлар тўлқинини келтириб чиқариши мумкин бўлади.

Шу сабабдан хунармандчилик алоҳида ижтимоий институт сифатида мамлакатда муҳим аҳамиятга эгадир, жамиятдаги аҳоли ва давлат муносабатларини куйидан юқорига қаратилган ҳолда ўрнатишга хизмат қилади. Хунармандчилик фаолияти орқали аҳолини ўрта қатлами вакиллари иш билан бандлигини оширади, ишсизлик даражасини пасайтириш билан ижтимоий босим хавфини пасайтиради.

Сўнгги йигирма йил ичида хунармандчилик фаолияти кўздан ғойиб бўлди. Хунармандчилик фаолияти ижтимоий-иқтисодий ҳодиса сифатида юзага келади ноаниқлик талқинлар номувофиқлик таърифлар ва инкор қилиш замонавий иқтисодиётда хунармандчилик фаолияти ҳодисасининг мавжудлиги. Бунда хунармандчилик фаолияти тўғрисидаги қонун лойиҳалари қўллаб-қувватланмайди, мамлакатнинг стратегик ривожланишини ўз ичига олган бу муаммони ҳал қилиш бўлсада хунармандчилик субъектларини тан олиш ва уларга имтиёзлар бериш ҳар томонлама фойдалидир.

¹ Михайлова А.С. Дизайн в мировой проектно-художественной культуре. Дисс.на.соис. уч.степ. д.и.н. Москва.2021 г

Хунармандлик утилитар маънода зарур бўлган объектларни яратиш билан боғлиқ ихтироларнинг бир тури сифатида, ибтидоий жамият доирасида, йирик ижтимоий меҳнат тақсимоти жараёнларидан анча олдин пайдо бўлган. Шу маънода, хунармандчилик биринчи даврдан бошлаб бутун инсоният тарихига хосдир ва инсон томонидан яратилган объект, эҳтиёжни қондириш йўли ва бугунги кун билан тугайди. Шу билан бирга, ўқув адабиётларида хунармандчилик деҳқончилик ва чорвачиликнинг ривожланишига реакция сифатида пайдо бўлган деб ишонилади. Қишлоқ хўжалигининг шаклланиши ва генезиси жараёнида хунармандчилик ишлаб чиқаришининг пайдо бўлишига сабаб бўлган янги ижтимоий эҳтиёжлар пайдо бўлди. Кўриниб турибдики, бу нуқтаи назар мутлақо тўғри эмас, чунки хунармандчилик нафақат мустақил фаолият сифатида, балки бошқа фаолият доирасида ҳам мавжуд. Шундай қилиб, неолит даврида турли хил хунармандчилик турлари пайдо бўлган. Хунармандчилик алоҳида иқтисодий фаолият сифатида биринчисининг шаклланишидан анча олдин пайдо бўлади ва давлат тузилмалари, лекин шу билан бирга у жамиятнинг институционал тузилишини шакллантириш жараёнлари билан узвий боғлиқдир. Хунармандчиликнинг бошқа фаолият турларидан ташқари мустақил ривожланиши иккинчи йирик ижтимоий меҳнат тақсимоти деб аталадиган нарса сабаб бўлган. Хунармандчилик фаолиятининг жадал ривожланиши ижтимоий тенгсизлик ва жамиятнинг синфий табақаланиш жараёнларининг кучайишига ёрдам берди.

Мавжуд адабиётларда жамиятнинг ибтидоий ишлаб чиқаришдан кулдорлик ишлаб чиқариш усулига ўтишнинг объектив шарти иккинчи йирик ижтимоий меҳнат тақсимоти натижасида ишлаб чиқарувчи кучлар ривожланишининг янги босқичига эришиш эканлиги тўғри қайд этилган. хунармандчиликнинг қишлоқ хўжалигидан ажралиб чиқиши, бу эса ўзи билан бирга олиб келди. Худди ўша пайт. хунармандчиликни қишлоқ хўжалигидан ва маиший хунармандчиликдан (уй хунармандчилиги, хунармандчилик) ажратиш узоқ ва кўпинча қийин жараён бўлиб, у фақат аграр-хунармандчилик тури ишлаб чиқаришнинг етук босқичларида тугайди (хатто тўлиқ эмас).

Хулоса сифатида шуни айтиш мумкинки, хунармандчилик фаолиятини жадал ривожлантириш орқали аҳоли ичидан кам таъминланган ёки энди иш фаолиятини бошлаётганлар учун бошланғич капитални шакллантириш имкониятлари мавжуддир. Шу билан бирга санъат ва хунармандчиликни синтези натижасида шаклланган янги инновацион хунармандчилик фаолияти шакллари ривожланишига мустахкам асос бўлиб хизмат қилади.

Умуман олганда, аксарият қадимги давлатларда хунармандчилик фаолияти бир қатор умумий хусусиятларга эга эди.

Биринчидан, бу функционал меҳнат тақсимоти бўлмаган фаолият;

Иккинчидан, хунармандчилик ишлаб чиқариш сифатида қаралди касбий мансубликни белгиловчи фаолият;

Учинчидан, кўпчилик бепул мулкда давлатлар, кулдор хунармандлардан ташқари, ҳам бор эди ва мустақил (эркин) хунармандлар фаолияти ҳисобланади.

Фойданилган адабиётлар рўйхати:

1. Гаврилов Д.Е. Экономическая природа и особенности развития ремесленной деятельности. Авто.на соис. Уч.степ. к.э.н.Екатеринбург. 2012 г.
2. Михайлова А.С. Дизайн в мировой проектно-художественной культуре. Дисс.на.соис. уч.степ. д.и.н. Москва.2021 г.
3. Матушевская Е.Г. Сервис как фактор формирования потребительской лояльности на предприятиях общественного питания. Авто.на соис. Уч.степ. к.э.н.Москва. 2008 г.

Mukimova O'g'iloy Tojiboyevna - SamISI tayanch doktoranti

ELEKTRON TIJORAT JAHON BOZORIDA: TO'XTOVSIZ RIVOJLANISH KO'RSATKICHLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada elektron tijoratning jahon bozorida hamda O'zbekiston bozoridagi o'рни va uning rivojlanish ko'rsatkichlari yoritilgan.

Kalit so'zlar: Elektron tijorat, Marketpleys, B2C, B2B, onlayn chakana savdo, elektron tijorat kompaniyalari

Abstract: This article describes the role of e-commerce in the world market and the market of Uzbekistan and its development indicators.

Keywords: E-commerce, Marketplace, B2C, B2B, online retail, e-commerce companies

Аннотация: В данной статье описывается роль электронной коммерции на мировом рынке и рынке Узбекистана и показатели ее развития.

Ключевые слова: Электронная коммерция, Маркетплейс, B2C, B2B, онлайн-ритейл, компании электронной коммерции.

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan “Raқamli O‘zbekiston – 2030” Milliy strategiyasi, avvalo, davlatni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlariga asoslangan muhim vazifalarni samarali bajarish uchun jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy sohalarini raqamlashtirish, jarayonda faol ishtirok etuvchilar hamda raqamli dividendlar egalarining bilim va ko‘nikmalarini oshirishni o‘z ichiga oladi. Bu aholiga yangi texnologiyalarga tezroq moslashishga yordam berish bilan birgalikda mamlakatni raqamlashtirish jarayoniga yordam beradi,

chunki etarli ma'lumotga ega bo'lgan aholi yangi texnologiyalardan osonlikcha foydalanadi va ularni o'z hayotlariga tatbiq etadi.

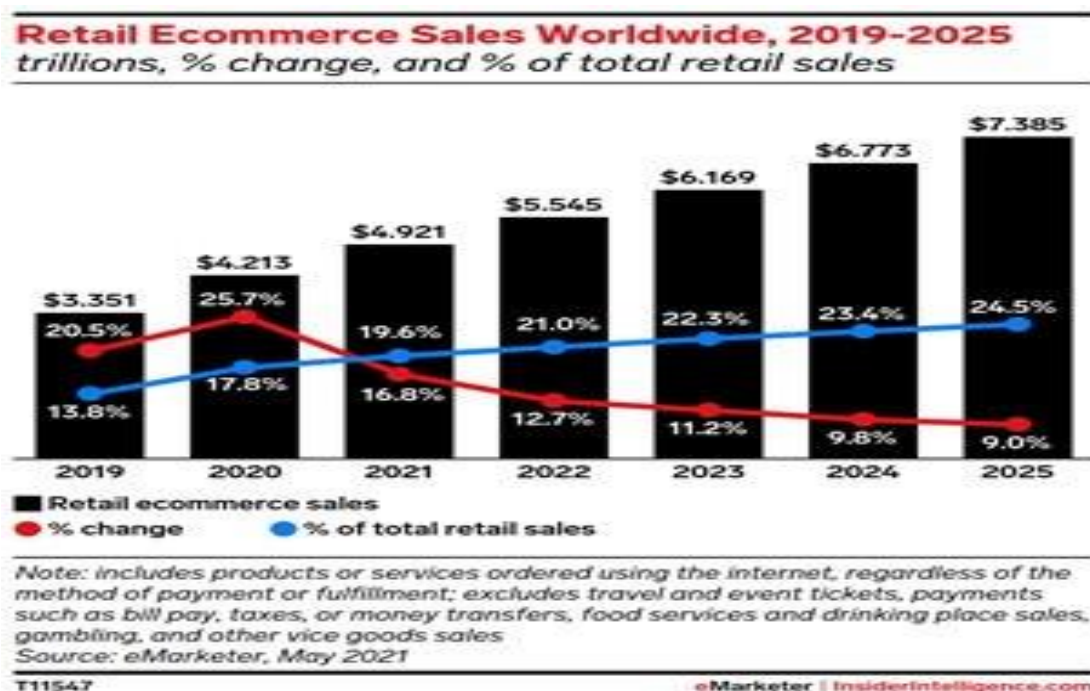
Elektron tijorat (e-commerce) uzoq vaqtdan beri hayotimizning ajralmas qismi bo'lib kelgan. 2020-yilda COVID-19 tarqalishi sababli global cheklashlardan so'ng, bu sanoat shu qadar kuchli rivojlanish sur'atini oldiki, endi uni to'xtatib bo'lmaydi. Ushbu maqolada biz elektron tijorat sanoatining asosiy ko'rsatkichlarini o'rganishni va kelajakda uning o'sish istiqbollari tahlil qilishni

Elektron tijorat (electronic commerce, e-commerce) - bu onlayn xizmatlar yoki Internet orqali tovarlar va xizmatlarni elektron xarid qilish yoki sotish faoliyati.

Elektron tijorat mobil tijorat, elektron mablag'larni o'tkazish, ta'minot zanjirini boshqarish, internet-marketing, onlayn tranzaksiyalarni qayta ishlash, elektron ma'lumotlar almashinuvi (EDI), inventarlarni boshqarish tizimlari va avtomatlashtirilgan ma'lumotlarni yig'ish tizimlari kabi texnologiyalarga tayanadi. Elektron tijorat, o'z navbatida, yarimo'tkazgich sanoatidagi texnologik yutuqlar bilan ta'minlanadi va elektronika sanoatining eng yirik tarmog'idir.

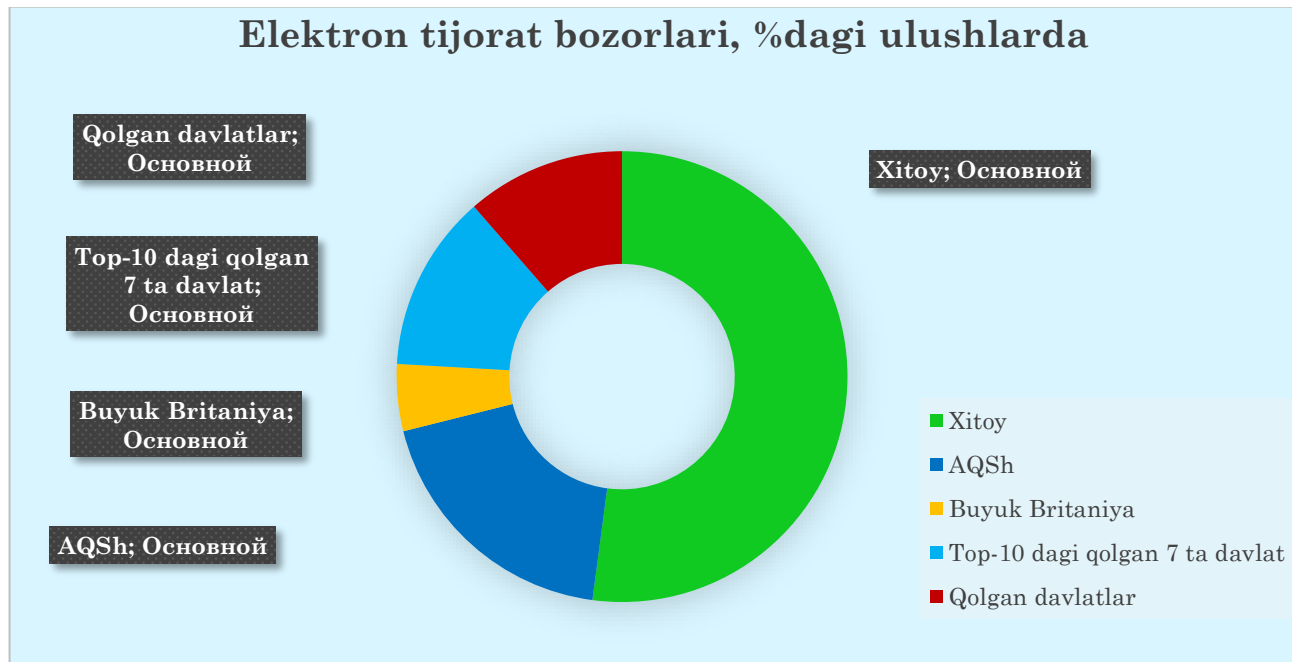
taklif qilamiz.

Insider Intelligence tahliliy nashri ma'lumotlariga ko'ra, 2025 yilga borib butun dunyo bo'ylab elektron tijoratning chakana savdosi hajmi 50 foizga o'sib, 7,3 trillion dollargacha yetishi mumkin va umumiy chakana savdoning 24,5 foizini tashkil qiladi. Taqqoslash uchun, 2021 yil natijalari: 4,9 trillion dollar va 19,6%.



Dunyoda onlayn savdoning o'sishi. Manba: <https://www.emarketer.com/>

Elektron tijorat bozorlarining eng katta hajmiga ega bo'lgan o'nta mamlakat ushbu sanoatning umumiy global hajmining 88,6 foizini tashkil qiladi. Shu bilan birga, kuchli uchlik (Xitoy, AQSh va Buyuk Britaniya) - taxminan 75,9%.



2021 yilda butun dunyo bo'ylab elektron tijorat chakana savdosining umumiy elektron tijorat chakana savdosidagi ulushi bo'yicha mamlakatlar reytingi. Manba: <https://www.emarketer.com/>

Marketpleys - bu sotuvchi va xaridor o'rtasida vositachi bo'lgan onlayn savdo maydonchasi / platformasi. Bunday platformalarning afzalliklari tovarlarning keng tanlovi, tezkor logistika, tanlash va qaytarish qulayligi, sodiqlik dasturlari mavjudligidir.

Shuni qo'shimcha qilish kerakki, Top-10 ga quyidagi davlatlar tegishli ulushlarda kirgan: Yaponiya-3,0%, Janubiy Koreya-2,5%, Germaniya-2,1%, Fransiya-1,6%, Hindiston-1,4%, Kanada-1,3%, Braziliya-0,8%.

Elektron tijoratni rivojlantirishda ham alohida mamlakatlarda, ham butun dunyoda marketpleyslar muhim rol o'ynaydi.

Digital Commerce 360 tahliliy agentligining statistik ma'lumotlariga ko'ra, 2021 yilda dunyodagi eng yirik 100 ta onlayn-bozorda (shundan 49 tasi AQShda) xaridlar hajmi qariyb 3,23 trillion dollarni tashkil etib, buning 65 foizi global elektron tijorat bozori hajmiga to'g'ri kelgan. Shu bilan birga, 2021 yilda marketpleyslar orqali tovarlarning yalpi savdosi 18 foizga oshgan.

2021 yil yakunlariga ko'ra dunyo bo'yicha top-10 onlayn marketpleyslar quyidagi natijalarga erishishgan:

t/r	Nomi	Hudud	Sotuv turi	Tashriflar soni / oyiga
1.	Amazon	Butun dunyo	Umumiy mahsulotlar	5,2 milliard
2.	eBay	Butun dunyo	Umumiy mahsulotlar	1,7 milliard
3.	Mercado Libre	Lotin Amerikasi	Umumiy mahsulotlar	693,9 million
4.	Rakuten	Yaponiya	Umumiy mahsulotlar	575,8 million
5.	AliExpress	Butun dunyo	Umumiy mahsulotlar	534,4 million
6.	Shopee	Janubi-Sharqiy Osiyo	Umumiy mahsulotlar	457,9 million
7.	Walmart.com	AQSh	Umumiy mahsulotlar	410,3 million
8.	Etsy	Butun dunyo	San'at, hunarmandchilik, sovg'alar	391,8 million
9.	Taobao	Xitoy	Umumiy mahsulotlar	329,4 million
10.	Pinduoduo	Xitoy	Umumiy mahsulotlar	241,5 million

Dunyodagi eng mashhur top-10 marketpleyslar (oylik tashriflar soni bo'yicha).
Manba: www.similarweb.com

Onlayn tijoratda jahon yetakchilari orasida Xitoy 2,56 trillion dollar hajm bilan birinchi o'rinni egallagan. 2021 yilda Xitoyda jami chakana savdoning taxminan 24,5 foizi onlayn sektorga to'g'ri keldi. Garchi bu ko'rsatkich 2020-yilga (24,9%) nisbatan biroz pasaygan bo'lsa-da, Xitoyning elektron tijorat bozori dunyodagi eng tez rivojlanayotgan bozorlardan biri bo'lib qolmoqda. 2014 yildan beri onlayn chakana savdo segmenti ikki baravar oshdi. Xitoy hukumati ushbu sohaga katta e'tibor qaratmoqda. Xitoylik iqtisodchilarning fikricha, 2025 yilga borib mamlakatda elektron tijorat bozori hajmi 4 trillion dollargacha o'sishi mumkin. Bu ko'rsatkichlar Xitoyning besh yillik rivojlanish rejasiga kiritilgan.

Bu o'sishga mamlakatdagi onlayn foydalanuvchilarning ulkan salohiyati (600 milliondan ortiq kishi) hamda Alibaba Group, JD.com va kichikroq platformalar kabi internet platformalari orqali xalqaro onlayn savdoning faol rivojlanishi sabab bo'lmoqda. 2017 yildan 2021 yilgacha Xitoyda elektron tijorat bozorining o'rtacha o'sish sur'ati taxminan 17,5% ni tashkil etdi. Yaqin kelajakda bu o'sish 12-13% gacha sekinlashishi kutilmoqda.

Dunyo onlayn bozori ishtirokchilari orasida eng mashhur Xitoy elektron tijorat kompaniyalari (bozorlari) quyidagilardir:

- Alibaba Group (BABA) - onlayn savdo platformalariga (elektron tijorat) egalik qiluvchi va ishlaydigan eng mashhur va yirik Xitoy texnologiya kompaniyalaridan biri.
- JD com (JD) Alibaba guruhining asosiy raqobatchisi hisoblanadi. Kompaniya, shuningdek, onlayn savdo va elektron tijoratga ixtisoslashgan.
- Vipshop (VIPS) - bu brend tovarlarni chegirma bilan onlayn sotishga ixtisoslashgan kompaniya. Biznes ko'lamini bo'yicha u ro'yxatdagi birinchi ikkita kompaniyadan pastroq, ammo Yevropa va Sharqiy Osiyo bozori ishtirokchilari 2020-2021 yillarda uning aksiyalarini faol ravishda olib-sotganlar.

Pandemiyadan keyin jahon sanoatning kuchli operatsion va moliyaviy ko'rsatkichlari va kelajakda uning rivojlanishi bo'yicha ijobiy prognozlarga qaramay, 2021 yilda Xitoy bozorida ommaviy ishtirokchilar o'z investorlarini xursand qila olmadilar. Texnologik sohani davlat tomonidan tartibga solishning kuchaytirilishi fonida aksariyat xitoylik IT-kompaniyalarning ulushlari o'nlab foizga kamaydi.

Turli ekspertlarning fikriga ko'ra, 2021 yil oxirida AQShda elektron tijorat bozori hajmi 2020 yilga nisbatan 14,2 foizga o'sib, 870 dan 930 milliard dollargacha yetgan.

Tahlilchilarning fikriga ko'ra, Covid-19 cheklovlari olib tashlanganidan keyin AQSh bozorida elektron tijoratning o'sishi sekinlashishi mumkin. Shunday qilib, 2021 yilda u 2020 yildagi (31,8 foiz) ko'rsatkichlarga nisbatan 14,2 foizni tashkil etib, ikki barobarga qisqardi. 2014 yildan 2019 yilgacha Qo'shma Shtatlarda onlayn savdoning o'rtacha o'sish sur'ati 14,2% ni tashkil etdi.

Yevropa va Osiyo bozori ishtirokchilari orasida eng mashhur Amerika elektron tijorat kompaniyalari (bozorlari) quyidagilardir:

- Amazon (AMZN) texnologiya giganti bo'lib, dunyodagi eng yirik bozor bo'lib, Qo'shma Shtatlardagi barcha elektron tijoratning taxminan 43 foizini tashkil qiladi.
- eBay (EBAY) - onlayn auksionlar va onlayn-do'konlar sohasida xizmatlar ko'rsatadigan xalqaro savdo kompaniyasi. Dunyodagi ikkinchi eng mashhur onlayn savdo platformasi.
- Walmart (WMT) - 2016 yildan beri kompaniya walmart.com va mwalmart.com. elektron tijorat platformalarini faol rivojlantirmoqda. O'tgan asrning o'rtalarida kichik chegirmali do'kon sifatida boshlangan Walmart hozirda elektron tijorat sohasida o'z ishtirokini kuchaytirmoqda. Tahlilchilarning fikricha, yaqin kelajakda kompaniya Amazon bilan jiddiy raqobatlasha oladi.

2021 yilning ikkinchi yarmida va 2022 yilning birinchi choragida AQSh bozori ko'p yo'nalishli dinamikani boshdan kechirmoqda. AQShda tarixan yuqori

bo‘lgan 7,5% inflyatsiya fonida bozor Fed balansining qisqarishini, pul-kredit siyosatini faolroq qat‘iylashtirishni va asosiy stavkaning oshishini kutmoqda. Bu 2020 yil davomida va 2021 yilning birinchi yarmida bozorni ortda qoldirgan texnologik aktsiyalarning kuchli sotilishiga olib kelishi kerak.

Bugungi kunda Elektron tijoratda B2C (business-to-consumer) va B2B (business-to-business) texnologiyalari Yevropa, Amerika va Osiyoda eng tez rivojlanayotgan tendentsiya ekanligi hech kimni ajablantirmay qo‘ydi. Aqldan ozdiradigan tezliklar dunyosida, postpandemiyadan keyingi tez rivojlanayotgan texnologiyalarni hisobga olgan holda, vaqt, kuch va pulni tejashda bu imkoniyatlardan keng foydalanish kutilgan holat edi.

2025 yilga kelib, Yevropadagi onlayn chakana savdoning taxminan 25 foizini (sayohat va oziq-ovqatdan tashqari) tashkil qilishi kutilmoqda. Bunda Ingliz bozori 50% raqamli savdoga ega bo‘lishi taxmin qilinmoqda. Agar 2021 yilda onlayn savdolarining global aylanmasi 4,9 trillion dollarni tashkil qilgan bo‘lsa, 2025 yilga kelib u allaqachon 7,3 ga yetishi kutilmoqda. Ushbu kosmik miqdorni ifodalash uchun shuni aytish kifoyaki, ushbu hajmga ega bunday byudjet 10 million odamni Marsga jo‘natish uchun yetarli bo‘ladi.

Pandemiya davrida, hech bo‘lmaganda, eng boshida, B2B elektron tijorat segmenti kuchli va keskin pasayishni boshdan kechirdi. Korxonalarni yopish, ishlab chiqarishni, ofis va do‘konlarni vaqtincha to‘xtatib turish, logistika cheklovlari va umumiy tartibsizlik butun sanoatga eng yaxshi ta‘sir ko‘rsatmadi – butun ta‘minot zanjiri barcha oqibatlariga ta‘sir qildi: tranzitning kechikishi, savdo va ishbilarmonlik obro‘sining yo‘qolishi va hakovolar.

Pandemiyadan keying davrlar shubhasiz, vaziyatni tezda to‘g‘rilab bo‘lmashligini va buni qiyinchilik bilan bir qancha sinovlardan o‘tish kerkaligini taqozo etdi. Muammolarning turli xil kombinatsiyasi birgina avtomobil ishlab chiqaruvchilarning avtomobillarni ishlab chiqarishga muhim ehtiyot va elektron qismlarning yetishmasligiga olib keldi. Barcha taqiladigan gadjetlarda, avtomobillarda va har qanday boshqaruv tizimlarida ishlatiladigan chiqlar – mikrosxemalarning yetishmasligi butun dunyo sanoatida yaqqol sezildi. Tashqi dvigatellar uchun dilerlik navbati bir necha haftadan 10 oygacha cho‘zilishi holatlari yuz bermoqda. Bu holat ishlab chiqarish faoliyatining ayrim hollarda to‘xtatilishi va tashishdagi uzilishlar tufayli xomashyo va oraliq mahsulotlarning jahon narxлари umuman o‘shishiga va boshqa sohalarida ham shunday holatlarning yuzaga kelishiga sabab bo‘ldi.

Biroq, ekspertlarning fikriga ko‘ra, hozir va kelajakda onlayn tijorat ko‘pchilik B2B provayderlari uchun asosiy strategiyaga aylanadi. Taxminlarga ko‘ra, Shimoliy Amerika 2022 yildayoq COVID-19dan oldingi darajaga yetishi kutilgan. Mintaqadagi biznes xaridorlari xarid qilish uchun elektron tijoratdan keng foydalanishga o‘tadilar.

Tadqiqotlarga ko‘ra, B2B elektron tijorat xaridorlarining 68 foizi, sotib olish davomiyligining uzayganligini ma‘lum qilishgan. Mahsulot yoki yetkazib beruvchi haqida ma‘lumot to‘plash uchun mijozlarning o‘zaro aloqalari ham

sezilarli oshgan. Bunda, ehtimol, xaridlar ko‘proq tekshiriladi va ko‘proq asoslashni talab qiladi. Tahlilchilarning qo‘shimcha qilishicha, bu taxlid tendensiya keyinchalik zaiflashishi mumkin, ammo bu unga muhtoj emas.

Ba’zi B2B onlayn-do‘konlari virtual haqiqat (VR) va to‘ldirilgan haqiqatdan (AR) foydalanishga o‘tishmoqda. Ushbu texnologiyadan B2Bda foydalanishning bir usuli – mijozlarga virtual muhitda yangi mahsulotlarni namoyish qilish. Bu esa mijozlarga "sotib olishdan oldin sinab ko'rish" imkoniyatini beradi. VR va AR, shuningdek, B2B mijozlariga ko‘pchilik xaridorlar uchun zarur bo‘lgan shaxsiy xarid tajribasini taqdim etishi mumkin.

B2B elektron tijorat uchun video marketing tobora ko‘proq foydalanilmoqda. So‘rov natijalariga ko‘ra, B2B qaror qabul qiluvchilarning 53 foizi video kontentning eng foydali shakli ekanligini e’tirof etishmoqda, keyin esa amaliy tadqiqotlar.

B2B elektron tijorat biznes rahbarlarining 81% ularning savdo guruhlarini uzoqdan samarali sotish uchun ko‘proq o‘qitish va texnologiyaga muhtoj deb hisoblashgan. B2B elektron tijorat rahbarlari va qaror qabul qiluvchilarning 90% esa masofaviy raqamli savdo usullarini yangi normaning bir qismi deb hisoblashmoqda. B2B elektron tijorat marketing bo'yicha direktorlarning 86% ga ko‘ra, kelgusi yillarda sanoatdagi mijozlar tajribasi muhimroq bo‘ladi. Asosiy B2B marketing strategiyalarining bir qismi sifatida kompaniyalar ijtimoiy tarmoqlar uchun kontent yaratadi (95%), blog yuritadi va maqolalar yozadi (89%), muntazam elektron pochta xabarnomalarini jo‘natadi (81%), shaxsiy tadbirlarni tashkil qiladi (73%), videolarni nashr etadi (71%).

Savdo samaradorligi va samaradorligini yanada oshirish uchun kuchli raqamli texnologiyalarga e’tibor qaratish lozim. Ular biznesga jiddiy tijoriy ustunlik berishga qodir.

Inbound va ABM marketingining kuchidan foydalanadigan texnologiya to‘plami sotuvchining qo‘li butun jarayonga tegmasdan, xaridorni xarid kontseptsiyasidan optimal tanlash nuqtasiga olib chiqib, marketing voronkasini avtomatlashtiradi

An’anaviy marketing bilan solishtirganda, inbound marketingni amalga oshirish sizga ushbu mahsulotga muhtojligini hali bilmagan mijoz bilan suhbatni boshlash orqali auditoriyangizni 20 martadan ko‘proq oshirish imkonini beradi. Va dastlab B2B elektron tijoratda to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotish uchun yaratilgan ABM marketingi sizga "sotib olish qo‘mitasi" deb ataladigan narsani aniqlashga imkon beradi va har bir qaror qabul qiluvchiga (qaror qabul qiluvchiga) o‘z g‘oyasini va foydasini "sotish" imkonini beradi. Kuchli raqamli texnologiyalar yordamida B2B elektron tijorati uchun eng yaxshi sinergiya effekti kirish va ABM texnologiyalarining kombinatsiyasidan kelib chiqadi. Har holda kelgusidagi elektron tijorat bozorlarida ushbu yangilikni amaliyotda keng sinab ko‘rish

rejalashtirilmoqda va tijorat sub'yektlari tomonidan bunga katta tayyorgarlik ko'rilmoqda.

Xulosa o'rnida shuni qo'shimcha qilish muhimki, elektron tijorat bozori garchi postpandemiya sharoitida sekin-asta ijobiy natijalar berayotganligiga qaramasdan global miqyosda shiddat bilan o'z ko'lamini kengaytirib bozor munosabatlariga dadil aralashib ketmoqda. O'zbekistonda esa oxirgi yillarda ancha qulay to'lov tizimlari paydo bo'lgan, aholining faol qatlamlari internet orqali savdo faoliyatini anchayin o'zlashtirgan bo'lishlariga qaramasdan, qator omillar sabab tadbirkorlar tomonidan mahsulotini internetda sotishga, xaridorlar tomoni esa internet orqali sotib olishga shoshilmayapti.

Mahsulot sotib olishdagi qulayligi va vaqtni tejashiga qaramay, o'zbekistonliklar elektron savdoga u qadar ham tez o'rganib ketmayapti. Hatto koronavirus pandemiyasi ham sohaga kutilgan darajada yetarli rag'bat bera olmadi. Buning sabablarini, quyidagi omillar bilan izohlash mumkin:

Avvalo, nafaqat yurtimizda balki butun dunyoda hali hanuzgacha elektron buyurtmalar yoki elektron shartnomalarda kelishilgan mahsulot va xizmatlarni manzilga aniq va o'z vaqtida yetkazib berishdagi transport-logistika tizimida kamchiliklar mavjud, ularni bartaraf etish tezligi bilan sohaning ildamligi tezligi o'rtasida sezilarli farq bor.

Geografik hududlar kesimidagi mavjud internet tizimining ishlash sifatidagi keskin farqlarning saqlanib qolayotganligi. Davlatlar chekkaroq hududlarida megapolislariga nisbatan, ichki aholi punktlarida esa viloyat markazlariga nisbatan internet sifati sezilarli darajada yomon. Bu esa nafaqat sotuvchilar va iste'molchilarning ham xarid kayfiyatining proportsional o'zgarishiga sabab bo'ladi.

Internet orqali tijorat faoliyatini olib borishda tizim foydalanuvchilarining elektron ma'lumot manbalari bilan ishlashdagi amaliy bilimlarining yetarli emasligi ularning turli virtual firibgarliklarning qurboni bo'lib qolishiga sabab bo'lmoqda. Bu borada foydalanuvchilarning savodxonligini oshirishga qaratilgan targ'ibot-tashviqot ishlarini ham tashkil qilish, ularga o'z vaqtida zarur ma'lumot va ko'rsatmalarni berib borish muhim ahamiyatga ega.

Bundan tashqari yetkazib berilayotgan tovarning o'z manziliga aniq va muddatida yetkazilib berilishi, shuningdek ularni qabul qiliadigan va aholiga tarqatadigan savdo nuqtalarining turg'unligi, doimiyliigi, ijtimoiy statusi ham iste'molchilarning e'tiborini tortadigan muhim elementlardan biridir.

Mamlakatda elektron tijorating o'sishi uchun mamlakatning har bir qismida savdo qilayotgan tadbirkor o'z mahsulotini onlayn sotishni o'rganishi kerak. Marketpleyslar miqdorining ko'payishi ham onlayn xaridlarning ko'lamini oshishiga yordam beradi. “Onlayn do'konlarda sotilayotgan mahsulot to'liq tanishtirilishi, uning xususiyatlari, atributlari haqida aniq ma'lumotlar shakllantirilishi kerak. Sotilayotgan tovarning faqat rasmi qo'yilgan bo'ladi, sotib olinganda esa u umuman boshqacha bo'lishi mumkin. Bunday holat xaridorlar sifati va salmog'iga ham aks ta'sir qiladi.

Абдумалик Бектемиров – СамИСИ “Инвестиция ва инновацилар” кафедраси мудири, и.ф.д., профессор.

ИННОВАЦИОН ЖАРАЁНЛАР ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИГИНИ АНИҚЛАШНИНГ АСОСИЙ МЕЪЗОНЛАРИ

Аннотация: мазкур маъруза тезисларида инновацион жараёнлар, уларнинг мазмун-моҳияти, унинг такомиллаштирилган таърифи ҳамда инновацион жараёнлар самарадорлигини аниқлаш мезонлари баён қилинган.

Аннотация: в тезисах настоящего доклада описываются суть их содержания, его усовершенствованное определение и критерии определения эффективности инновационных процессов.

Abstract: the abstracts of this lecture describe innovative processes, their content, their improved definition, and criteria for determining the effectiveness of innovative processes.

Калит сўзлар: инновация, техника ва технологиялар, иқтисодий самара, илмий техникавий самара, экологик самара, модернизация, товарларнинг ҳаётийлик даври, товар сифати ва рақобатбардошлиги.

Ключевые слова: инновации, техника и технологии, экономический эффект, научно-технический эффект, экологический эффект, модернизация, жизненные циклы товаров, качества и конкурентоспособность товара.

Key words: innovation, techniques and technologies, economic efficiency, scientific and technical efficiency, environmental efficiency, modernization, product life cycle, product quality and competitiveness.

Бугунги кунда иқтисодиётнинг ривожланишини инновацияларсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Аниқроқ айтадиган бўлсак, иқтисодиётнинг ҳар қандай соҳасидаги ривожланиши аввало инновацион жараёнларга боғлиқ.

Инновация тушунчаси иқтисодиётга XX аср бошларида кириб келган. Иқтисодий адабиётларда “инновация” тушунчасига турлича ёндошувлар мавжуд. Австралиялик иқтисодчи олим Й.Шумпетер биринчи маротаба инновацияларга оид масалаларни кўриб чиққан ва инновацион жараёнга тўлиқ таъриф берган. Кўпчилик муаллифлар янгилик киритишни иқтисодий тадбиқ этиш жиҳатидан назарда тутди, яъни янги ресурсларни ташкил этиш ёки мавжуд бўлганларини ноанъанавий ҳолда янгича ишлатилишини назарда тутадилар. Уларнинг асосийларига тўхталамиз:

А.Бусигиннинг фикрига кўра, инновация бу асосий капитал ёки ишлаб чиқарилаётган маҳсулотни илм фан, техника ва технологиялар ёрдамида янгилашдир².

² Бусыгин А.В.. Предпринимательства. – М.: Дело, 2001. 176 с.

Р.Фатхутдинов инновацияга объект бошқарувини ўзгартириш ва ижтимоий, иқтисодий, илмий, техникавий, экологик ва бошқа кўринишдаги самарага эришиш мақсадида янгиликни тадбиқ этишнинг якуний натижасидир³, деб тариф берган..

Д.В.Соколов, А.Б.Титов, М.М.Шабановаларнинг фикрича инновация (янгилик киритиш) деганда аниқ эҳтиёжларни қондирадиган ва бир қатор самараларни (иқтисодий, илмий-техник, ижтимоий, экологик) таъминлайдиган тубдан янги ёки модификация қилинган воситани (тадбиқ этиш) яратиш ва ўзлаштиришнинг (жорий этишнинг) якуний натижаси тушунилади⁴.

Юқорида инновация жараёнига келтирилган тарифлардан кўринадик, инновацион жараён – бу янгилик ғоядан то маҳсулотгача шаклланиши ва бозорга тарқалишидир. Инновацион жараён қуйидаги босқичлардан иборат:

1-босқич, бу янги ғоя ва билимлар;

2-босқич, бу янгиликни (новации) амалий фаолиятга тадбиқ этиш, яъни инновация;

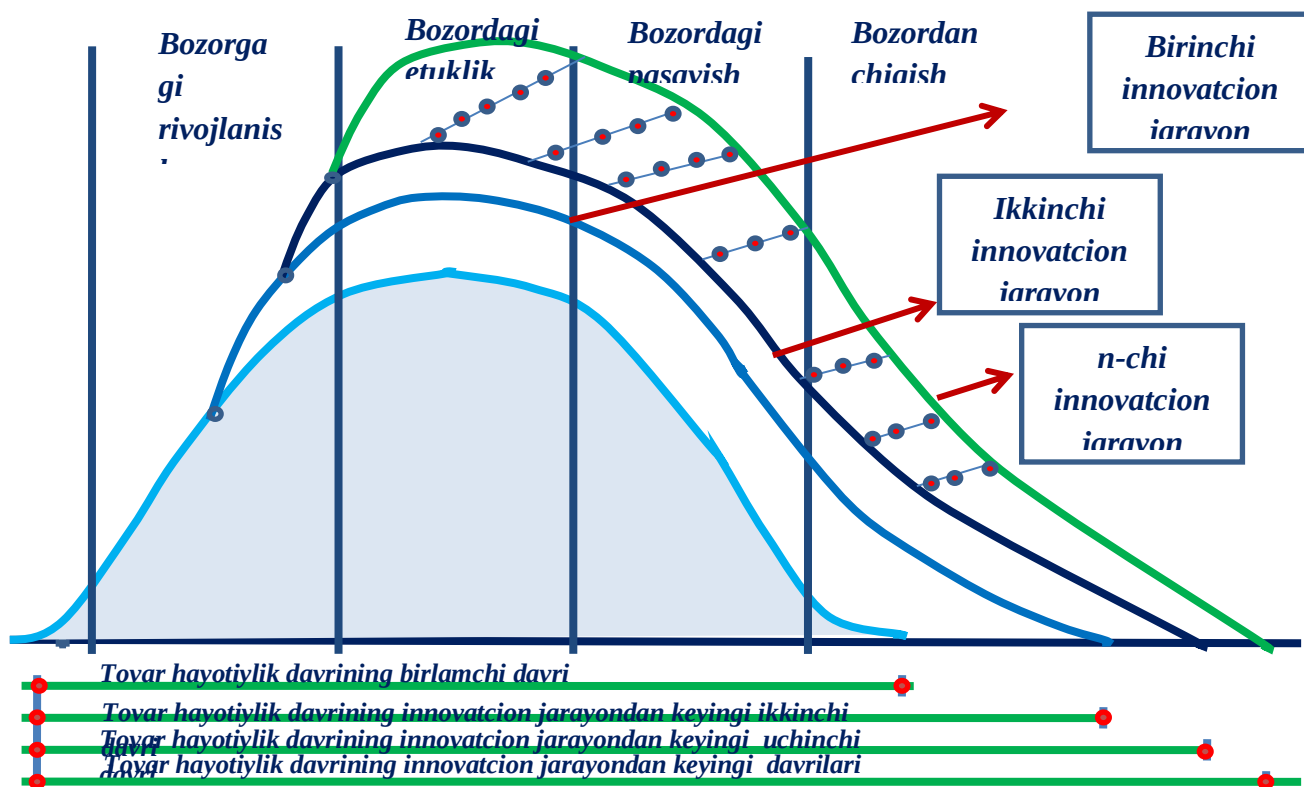
3-босқич, бу инновациялар диффузияси. Яъни инновацион маҳсулот, хизмат ва технологияларни янги макон ва замонда қўлланилиши.

Инновация ҳар бир соҳада бўлиши мумкин. Масалан, фанда, унинг бир йўналишида йирик янгиликларга эришиш, кашфиётлар яратиш, изланишларда, илм соҳасида янги илм ва билимларни очиш, техника ва технологияларни янги авлодини яратиш, ишлаб чиқариш соҳаларида, хизмат кўрсатишда янги усулларни киритиш ва бошқалар шулар жумласидандир. Иқтисодиётда эса фан, техника, технологиялар соҳаларида эришилган энг сўнгги ютуқларни қўллашни билдириши мумкин. Инновацион фаолият қайси соҳада бўлмасин, кашфиётлар, эълон қилинган янгиликлар, техника ва технология ютуқлари ва технологик жараёнларни янгилаш, маҳсулот билан таъминлаш ва бошқа йўналишлардаги барча янгиликларни тизимли равишда узлуксиз жорий этиб боришни таъминлаш жараёнидир.

Шунга кўра, юқоридаги муаллифлик тарифларини рад этмаган ҳолда, инновациялар тўғрисидаги тарифни қуйидагича такомиллаштиришни лозим деб топдик: *инновация – бу юқори иқтисодий ва ижтимоий самара олиш мақсадида ишлаб чиқариш жараёнига илгор илм-фан ютуқларини жорий этиш билан ёки янги товарлар яратиш ёки ишлаб чиқарилаётган товарлар сифатини ошириш орқали унинг бозордаги ҳаётийлик даврини узайтиришга қаратилган жараёндир* (1-расм).

³ Р.А.Фатхутдинов Инновационный менеджмент. М.ЗАО “Бизнес школа ”Интел синтез”, 1998.600с.

⁴ Д.В.Соколов, А.Б.Титов, М.М.Шабанова Предпосылки анализа формирования инновационной политики. – СПб.: ГУЭФ,1997.



1-rasm. Bozorda tovarlarning hayotiy davrlari va ularni uzaytirishda innovatsiyalar

Инновация анъанавий ва янги илм-фан сиғими юқори бўлган тармоқ соҳаларида иқтисодий ўсишни ва рақобатбардошликни доимий равишда таъминловчи зарурий восита сифатида намоён бўлади. Инновациянинг асосий хусусиятларини узвий боғлиқликда намоён бўлишига замин яратади, бундай хусусиятлар қуйидагиларда ўз аксини топади: илмий-техник янгилик; амалий қўлланилиши; тижорий амалга оширилиши, яъни бозорда маълум даражада истеъмолчилар талабини қондира олиши.

Инновация янги техника ва технологияларни қўллаш асосида янги маҳсулотни, янги бозорга олиб чиқишни ҳам билдиради. Инвестиция кашфиётлар асосида фан ва техника соҳасида янги билимларни қўллашга киритилишини, янги илғор техника ва технологияларни яратилишини, уларни ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларида қўлланилишини, улар асосида янги товар ва хизматларни яратилишини ва улар ҳисобига рақобатни кучайтиришни, янги бозорни эгаллашни ҳам англатади.

Инновациялар ўзининг предмети ва қўллаш соҳалари бўйича қуйидагиларга бўлинади: маҳсулотли (янги товар ёки хизматлар); бозорбоплик (товарни ишлатилишини янги соҳаларини ташкил етувчи ёки хизматларни янги бозорда тадбиқ этиш); инновациялик жараёнлари (технологиялар, ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бошқариш жараёнлари).

Жаҳон глобаллашуви жараёнида кучли рақобат ҳар соҳада янгиликка ундайди. Фандаги техника-технология соҳаларидаги энг сўнгги ютуқлар,

кашфиётлар, янгиликлар, рационализаторлик таклифларни ишлаб чиқиш ва хизмат кўрсатиш соҳаларига шиддат билан киритилиб борилади ва маркетинг, бошқарув, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш соҳаларида янги ёндашув, янги технология, техникаларни қўллашни талаб қилади ва технологияларнинг янги авлодини қўллаш асосида маблағ киритилиши талаб этади.

Ўз навбатида инновацион жараёнлар учун ўз маблағларни киритувчи инвесторларни инновацион жараёнларнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш муҳим аҳамият касб этади. Бунда корхона фаолияти самарадорлиги бир қатор иқтисодий ва молиявий кўрсаткичлар орқали ифодаланади. Бу кўрсаткичлар:

- кўрсаткичлар товарнинг ҳаётийлик давридаги барча босқичларини қамраб олишлари керак;
- кўрсаткичлар энг ками билан келажакдаги 3-5 йилни ўз ичига олган ҳолда шакллантирилиши мақсадга мувофиқ;
- кўрсаткичлар маълум бозордаги аниқ бир товарнинг аниқ бир даврдаги рақобатбардошлик кўрсаткичларига таяниши зарур;
- асосий кўрсаткичлар абсолют, нисбий ва солиштирма қийматда ифодаланиши зарур;
- кўрсаткичлар инновацион режанинг барча бўлимлари билан боғлиқ бўлиши керак;
- кўрсаткичлар корхонанинг бутун молиявий фаолияти билан боғланиши зарур;
- кўрсаткичлар кўпвариантлилиқ асосида ҳисобланиши зарур.

Бу мезонлар асосида ҳар қандай корхонанинг инновацион фаолиятини амалга оширишдан олинadиган иқтисодий, илмий-техник, ижтимоий ва экологик самараларини аниқлашда муҳим аҳамият касб этади.

Инновацион фаолият самарадорлиги кўрсаткичларини шакллантиришнинг қайд этилган мезонлари бўйича фирма (корхона) стратегиясини аниқлаш, инновация типларидан келиб чиқиб товар (хизматлари) реализация шакллари ҳамда иқтисодий механизмни бошқариш шакллари ишлаб чиқиш имкониятларини беради. Ҳар қандай янгилик, яъни инновация аниқ лойиҳаларда ўз ифодасини топади, аниқ мақсадларга қаратилади ҳамда чуқур ҳисоб-китоблар, таҳлил ва экспертиза асосида бўлажак натижалари истиқболи аниқланади. Шу билан бирга бу мезонлар асосида инновациялар самарасини ҳисоблашнинг аниқ усулларини тадқиқ қилиш имконини яратади. Бу келгусидаги тадқиқотларимизнинг объекти ҳисобланади.

Неъматов Жамшид Тойирович - СамИСИ мустақил тадқиқотчиси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ МОҲИЯТИ ВА РАҚАМЛИ ХИЗМАТЛАРНИНГ ЭЛЕКТРОН ИНДЕКСЛАРИ ТАҲЛИЛИ

Аннотация: Ушбу мақолада муаллиф хизмат кўрсатиш соҳасининг моҳиятини назарий жиҳатларини асослаб берган ва рақамли хизматларнинг электрон индекслари таҳлилини амалга оширган.

Калит сўзлар: хизмат, иқтисодиёт, жамият, давлат, корхона, истеъмол, қиймат, товар, коммунал хизматлар, транспорт, молия, кўчмас мулк, инновация, кадр, индекс, электрон.

Аннотация: В данной статье автор обосновал теоретические аспекты сущности сферы услуг и проанализировал электронные индексы цифровых услуг.

Ключевые слова: услуга, экономика, общество, государство, предприятие, потребление, цена, товары, коммунальные услуги, транспорт, финансы, недвижимость, инновации, кадры, индекс, электрон.

Abstract: In this article, the author based the theoretical aspects of the essence of the service sector and analyzed the electronic indices of digital services.

Key words: service, economy, society, state, enterprise, consumption, price, goods, utilities, transport, finance, real estate, innovation, personnel, index, electronic.

Жамият тараққиётининг ҳозирги босқичида хизмат кўрсатиш соҳаси жаҳон иқтисодиётининг асосий соҳаси сифатида ўзининг салмоқли ҳиссасига эга. Жаҳон ялпи маҳсулотининг 60-70 фоизи хизмат кўрсатиш соҳаси ҳиссасига тўғри келади.

Ҳозирги кунга келиб, мамлакатда ресурслар кам талаб этадиган хизматлар соҳасини танлаш, рақамли хизматларни ривожлантириш ва кенг қўламда фойдаланиш керак эканлигини кўрсатмоқда. Сабаби хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётни инновацион ривожлантиришда локоматив вазифасини бажаради. Шу асосдан келиб чиқиб хизмат кўрсатишнинг мазмун моҳиятини тўлароқ англаш зарурати янада кучаяди.

Хизматлар соҳаси асосида хизмат бўлиб, ушбу фаолият турли жараёнларни амалга оширишда иштирок этади. Аввало, “хизмат” сўзи, асосан, қуйидаги икки хил луғавий маънога эга: - бошқа бировга фойда келтирувчи ҳаракат ва бирор кимга хўжалик қулайликларини тақдим этмоқ деган маънони билдиради [1].

Хизмат тушунчаси яралишига катта ҳисса қўшган А.Смитнинг моддий ва номоддий қарашини янада мукаммал акс эттирган олим М.М.Мухаммедов ўзининг “Хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризмни

ривожлантиришнинг назарий асослари” номли монографиясида “инсон истеъмоли учун зарур бўлган ҳар қандай ноз – неъмат (яъни у моддий ёки номоддий бўлишидан қатъий назар) ишлаб чиқаришга сарфланган меҳнат барибир жамият учун фойдали, самарали унумли деб қаралиши ва ижтимоий бойлик таркибига албатта киритилиши лозим” [2] деб қарайди. Шу орқали олим ҳар қандай неъмат яратишга қаратилган меҳнат қатори хизмат кўрсатишда банд бўлганларнинг меҳнати ҳам қиймат ва истеъмол қийматини яратишга қодирлигини илмий исботлайди.

“Хизмат” атамаси олимлар томонидан иқтисодий адабиётларда турлича нуқтаи назардан қўлланилиб иқтисодий билим соҳасига боғлиқ ҳолда талқин қилинади. Ушбу атама доирасида кўплаб хорижлик ва маҳаллий олимларимиз назарий тадқиқотлар олиб боришган. Таниқли олимлардан бири Ф.Котлер бўлиб, у хизматга қуйидагича таъриф беради: “Хизмат – бу бир томон бошқасига таклиф қилиши мумкин бўлган ҳар қандай фаолиятдир” [3].

Профессор М.Қ.Пардаевнинг фикрига кўра, “Хизмат кўрсатиш соҳаси дейилганда, ижтимоий ишлаб чиқаришнинг моддий-буюмлашган кўринишга эга бўлмаган истеъмол қийматларини яратишга йўналтирилган соҳалари тушунилади. У ўз ичига моддий хизматлар кўрсатиш (қурилиш, транспорт, алоқа, савдо, маиший хизмат ва бошқалар) ҳамда номоддий хизматлар кўрсатиш (ҳуқуқий маслаҳатлар бериш, ўқитиш, малака ошириш ва бошқалар)ни олади” [4] дея мукамал таъриф бериб, инсон ижтимоий фаолияти ривожланишида унга кўмаклашадиган муҳим тармоқ ва соҳа сифатида айнан хизмат кўрсатиш соҳасини мисол келтиради. Шу орқали олим хизмат кўрсатиш соҳасини тўғридан – тўғри инсон истеъмолига йўналишини моддий ва номоддий хизмат кўрсатиш соҳаси сифатида ҳар бир истеъмолчи оғирини енгил қиладиган соҳа эканлигини илмий исботлайди.

Юқоридаги олимларнинг фикр-мулоҳазаларидан келиб чиқиб айтиш мумкинки давлат, жамият, корхона ва ташкилотлар ёки якка истеъмолчи бўлишидан қатъий назар ўз талаб ва эҳтиёжларини қондириш мақсадида турли кўринишдаги хизматларни истеъмол қилмоқда. Шу сабабли хизматларни истеъмол қилишга қаратилган уларнинг талаб ва эҳтиёжи хизмат кўрсатиш соҳасининг муносиб ривожланишида айнан хизмат кўрсатиш соҳасининг ўзи соҳа ва тармоқларнинг локомотиви эканлигининг яққол далилидир.

Рақамли хизматлар назарияси тўлалигича ҳали шаклланмаган аммо кўпчилик иқтисодчилар томонидан илмий адабиётларда уларнинг назарий қарашларини учратиш мумкин. Масалан, “Постиндустриал иқтисодиёт” (Д.Белл), “Ахборотлашган иқтисодиёт” (О.Тоффлер), “Мегаиқтисодиёт” (В.Кувалдин), “Ахборот ва алоқага асосланган иқтисодиёт” (И.Ниинилуто), “Техноиқтисодиёт ёки рақамли иқтисодиёт” (Б.Гейтс), “Билимларга

асосланган иқтисодиёт” (Д.Тапскотт) [5] каби илмий қарашларини илгари суришган.

Рақамли хизматлар – бу ишлаб чиқариш, тақсимлаш, айрибошлаш ва истеъмол қилиш жараёнида электрон ахборот-коммуникацион технологиялари ёрдамида чекланган ресурслардан оптимал фойдаланишга инсоннинг яшаш ва хўжалик фаолиятини яхшилашга кўмаклашадиган хизмат кўрсатишнинг замонавий шаклидир.

Ўзбекистон Республикасида рақамли хизматлар ривожланишига асосий қадам бўлиб 2015 йил 9 декабрдаги “Электрон ҳукумат” тўғрисидаги ЎРҚ-395-сон қонуни [6] қабул қилинганлигини айтишимиз мумкин. Унгача “Электрон рақамли имзо”, “Ахборотлаштириш тўғрисида”, “Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида”ги, қонунлари рақамли хизматларнинг ривожланишига асосий пойдевор вазифасини бажарди. Бу эса мамлакатда иқтисодий муҳитни яхшилаш, динамик фаолиятни ошириш учун хизмат қилди.

Таҳлилчиларнинг фикрига кўра, хизматлар соҳаси бўладими, ишлаб чиқариш соҳаси бўладими, рақамли инфратузилишга сарфланган ҳар бир доллар 2025 йилга келиб ЯИМга қўшимча 5 доллар олиб келади. 2015 йилда Digital Economy and Society Index (DESI) биринчи марта рақамли бозорни яратишда устувор инвестицияларнинг йўналишларини аниқлаш ва Европа Иттифоқи мамлакатларига рақамли самарадорликни оширишга ёрдам бериш учун ҳисоблаб чиқилган[7]. У ривожланишни ўлчайдиган бешта кичик индекслардан иборат: кенг полосали уланиш учун инфратузилма; инсон капиталини ривожлантиришнинг ултратовуш тузилмалари; интернетдан фойдаланиш; рақамли технологияларнинг бизнесга қўшилиши; давлат секторини рақамли қамраб олиш.

Суб-индекслар билан баҳоланадиган ўзгаришларнинг роли рақамли кўрсаткичларга эришишда бир хил эмас ва мутлақ кўрсаткичлар ва ўзгариш тезлиги жиҳатидан уларнинг ҳар бирининг оғирлик коэффицентини ҳисобга олган ҳолда ўлчанади. Шундай қилиб, ушбу кичик индексдан фойдаланиш орқали ҳар бир давлат учун тўртта гуруҳ ажратилди. Дания, Финляндия, Швеция ва Голландия ушбу индекс бўйича Европа Иттифоқининг энг замонавий рақамли иқтисодиётига эга давлатлар гуруҳига киритилган, Руминия, Болгария, Греция ва Италия эса паст натижалар билан гуруҳга киритилган. Тадқиқот давомида олинган маълумотларнинг таҳлили шуни кўрсатадики, Европа мамлакатлари шунга ўхшаш дунё рейтингларида юқори ўринларни эгаллашган бўлса-да, улар Япония, Жанубий Корея ва АҚШдан ортда қолганлар. Тўртинчи йил кетма-кет, Huawei рақамли тизимнинг мутахассислари томонидан ишлаб чиқилган Глобал Уланиш Индексидан (ГСИ) фойдаланиб, рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш тенденцияларини ўрганмоқда. Унинг таъкидлашича, индекснинг ўсиши миллий иқтисодиётда рақобатбардошлик, инновация ва унумдорлик даражаси ошганлигидан далолат беради. Huawei таҳлилчилари

сўнгги икки йил ичида аҳоли жон бошига ялпи ички маҳсулот даражаси ва рақамли технологияларнинг ривожланиш даражаси (етакчилар, издошлар, янги бошланувчилар) бирлашган учта гуруҳ мамлакатларида глобал тармоқнинг ўзаро таъсир индексининг динамикасини ўрганиб чиқиб, рақамли тафовут тезда "рақамли" бўлиб қолади деган хулосага келишди. Етакчи мамлакатлардаги энг замонавий жараёнларнинг янгиланиши рақамли иқтисодиётнинг миллий моделларининг шаклланишини аниқлашга имкон беради: "Индустрия 4.0" - Германияда; "Саноат Интернети" - АҚШда; "Замонавий жамият" - Японияда. Миллий иқтисодиётни рақамлаштиришнинг асосий шарти рақамли технологияларга ички талабни шакллантириш ва фуқаролар, бизнес, иқтисодиёт тармоқлари ва, энг муҳими, давлат томонидан фойдаланиш ҳисобланади.

Муаллифнинг фикрига кўра, Ўзбекистонда давлат бошқарувининг бундай рақамли моделини жорий қилиш билан боғлиқ асосий ички муаммоларга қуйидагилар киради: расмий равишда аниқланган категориявий концептуал тизимнинг йўқлиги; меъёрий, ахборот, илмий, услубий, молиявий, ташкилий-техник, кадрлар ва бошқаларнинг такомиллашмаганлиги. Кўрсаткичлар ва кўрсаткичлар тизимида қўшимча равишда, қисқа, ўрта ва узоқ муддатли истиқболда ушбу соҳадаги вазиятни мониторинг қилиш, таҳлил қилиш ва прогноз қилиш усуллари ишлаб чиқирилиши ва расмий равишда тасдиқланиши, шунингдек, ахборот-таҳлилий қўллаб-қувватлашни амалга ошириш учун тегишли манбалар ва маълум манбалар ва фойдаланувчилар тўпламлари яратилган. уларнинг ўзаро муносабатлари ва ахборотга бўлган талаблар, яъни барча даражадаги ижтимоий-иқтисодий тизимларни рақамли айлантириш жараёнини ахборот-таҳлилий қўллаб-қувватлаш тизими яратилиши керак.

Энг оқилона ёндашув Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятларини максимал даражада ошириш учун танланган мезон бўйича энг яхшисини аниқлаш ва уни такомиллаштириш бўйича мавжуд кўрсаткичлар моделларининг жамиллиги учун қиёсий таҳлилдан фойдаланишга асосланганга ўхшайди. АКТ кўрсаткичлари тўпламига асосланган композицион АКТ индекслари (электрон индекслари) рақамли жамият ёки унинг таркибий элементлари ривожланиш даражасининг интеграл тавсифи сифатида ишлатилади, индикаторларнинг тўплами ва индексни тузиш услубияти кўп жиҳатдан танланган устуворликларга боғлиқдир. Таҳлилимиз давомида бугунги кунда дунёда йигирмадан ортиқ халқаро электрон индекслар мавжуд деган хулосага келдик ва ушбу халқаро электрон индексларни жадвали туздик.

1-жадвал

Халқаро нуфузли АКТ-индекслари

Индекснинг номи	Тадқиқотчилар	Татбиқ қилинган йили
Digital opportunityIndex, DOI	ITU WPIIS доирасида	2015
Digital Access Index , DAI	ITU	2015
Information Society Index, ISI	IDC компанияси	2005
Networked Readiness Index	Гарвард мактаби	1990

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

- 1.Словарь русского языка/Сост.С.И.Ожегов. - М.: Гос.изд-во словарей, 1953. -776 с.
- 2.Мухаммедов М. М. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари. Монография. - Самарқанд: Zarafshon, 2017. - 316.
- 3.Котлер, Ф., Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. Божук С. Г. СПб.: Питер, 2006.- 464 с.
- 4.Очилов И. Бозор муносабатлари шароитида хизматларнинг турлари ва уларнинг тавсифи. // Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Монография. Т.: “IQTISODIYOT-MOLIYA”, 2008, 37-б.
- 5.Пардаев М.Қ. ва бошқалар “Хизматлар соҳаси иқтисодиёти”. Ўқув қўлланма. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2014. -384 б.
- 6.«Халқ сўзи» газетасининг 2015 йил 10 декабрдаги 237 (6420)-сони.
- 7.А.В.Кешелава и др. Введение в «Цифровую» экономику» / А.В. Кешелава, В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев [и др.]; под общ. ред. А.В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И.А. Зимненко. ВНИИ Геосистем, 2017. 28с.

Po'latov Xudoyberdi O'ktamovich - SamISI katta o'qituvchisi
Nasimov Rustam - SamISI talabasi

**KICHIK BIZNES SUB'YEKTLARIDA AUDITORLIK
 TEKSHIRUVINING AHAMIYATI**

Annotatsiya: Ushbu maqolada yurtimizda faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlarida auditorlik tekshiruvini o'tkazishning qanchalik darajada ahamiyatga ega ekanligi haqida fikrlar va takliflar keltirilgan.

Kalit so'zlar: auditorlik faoliyati, kichik biznes subyektlari, aksiyadorlik jamiyatlari, yalpi ichki mahsulot

Аннотация: В данной статье собраны мнения и предложения о важности проведения аудита субъектов малого предпринимательства, действующих в нашей стране.

Ключевые слова: аудиторская деятельность, субъекты малого предпринимательства, акционерные общества, валовой внутренний продукт

Abstract: This article contains opinions and suggestions about the importance of auditing small business entities operating in our country.

Keywords: audit activities, small business entities, joint stock companies, gross domestic product.

Auditorlik faoliyati–auditorlik tashkilotlarining auditorlik tekshiruvlarini o‘tazish va qonunda tutilgan professional xizmatlar ko‘rsatish borasidagi tadbirkorlik faoliyati. O‘zbekiston Respublikasida auditorlik faoliyatiga doir Qonunning yangi tahriri 2021-yil 25-fevralda qabul qilindi. Ushbu qonun hujjati eskisidan mutlaqo farq qilgan holda 55 ta moddani o‘z ichiga oladi. Bu esa eski tahrirdagisiga qaraganda 37 ta ko‘p modda demakdir. Ushbu fakt yurtimizda hukumatimiz tomonidan auditorlik faoliyatiga qanchalik darajada ahamiyat berilayotganligidan dalolat beradi.

O‘zbekiston Respublikasi Auditorlik faoliyati to‘g‘risidagi Qonunning 35-moddasida har yili bir marta majburiy auditdan o‘tkazilishi lozim bo‘lgan tashkilotlar ro‘yxati keltirib o‘tilgan. Ushbu tashkilotlar quyidagilardir:

- banklar va boshqa kredit tashkilotlari;
- investitsiya fondlari hamda yuridik va jismoniy shaxslarning mablag‘larini jamlovchi boshqa fondlar hamda ularning investitsiya aktivlarini ishonchli boshqaruvchilari;
- manbalari yuridik va jismoniy shaxslarning ajratmalaridan iborat bo‘lgan xayriya, jamoat fondlari va boshqa fondlar;
- ustav fondida (ustav kapitalida) davlatga tegishli ulushga ega bo‘lgan xo‘jalik yurituvchi subyektlar va davlat unitar korxonalari.

Auditorlik tashkilotlari ushbu tashkilotlarda audit o‘tkazish paytida o‘zlarining professional xizmatlarini ko‘rsatish orqali ularning xo‘jalik faoliyatini yuritish jarayonidagi moliyaviy munosabatlarni qanchalik darajada to‘g‘ri yuritilganligi hamda xató va kamchiliklar hal qilish bo‘yicha o‘z xulosalarini beradilar. Bu esa albatta ushbu tashkilotning iqtisodiy faoliyatida o‘rish kuzatilishiga olib keladi. Korxonalaridagi har bir o‘rish ko‘rsatkichi mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotida o‘z aksini topadi.

Yurtimizda majburiy auditdan o‘tkazilishi nazarda tutilmagan korxonalar, ya‘ni kichik biznes subyektlari ham talayginadir. Ayniqsa, hozirgi kunda ularning soni borgan sari o‘shib bormoqda. Statistik ma‘lumotlarga e‘tibor qaratadigan bo‘lsak, 2017-yildan boshlab, 2023-yilning hozirgi davriga qadar yurtimizda jami

330411 ta kichik biznes subyektari tashkil etilgan. Ushbu ma'lumotlar bilan batafsil 1-jadvalda tanishishingiz mumkin.

1-jadval.

KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING SONI (yillar kesimida)

Hudud nomi	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
O'zbekiston Respublikasi	225560	242379	276237	353921	436981	488936	555971
Qoraqalpog'iston Respublikasi	10331	11076	12364	15050	18923	21048	24006
Andijon viloyati	23063	21631	23978	28880	35795	38057	42166
Buxoro viloyati	12594	13495	15700	20982	26097	29538	32155
Jizzax viloyati	9065	10069	11845	14769	18661	20684	24251
Qashqadaryo viloyati	14614	14969	16752	20921	26088	32584	38985
Navoiy viloyati	6992	7788	9143	15511	19058	21260	23997
Namangan viloyati	16055	16928	17944	22034	27314	29982	33598
Samarqand viloyati	15389	17261	20669	27322	35022	43130	51025
Surxondaryo viloyati	10159	10897	11670	15783	22670	25772	28925
Sirdaryo viloyati	7668	8064	8947	11697	14256	14881	16208
Toshkent viloyati	23088	25128	29390	38006	45935	48294	53961
Farg'ona viloyati	18192	20502	23542	29599	37199	42022	49032
Xorazm viloyati	10726	11345	12576	16282	20177	23324	27507
Toshkent shahri	47624	53226	61717	77085	89786	98360	110155

Kichik biznes subyektlarining mamlakat yalpi ichki mahsulotdagi ulushi esa 2022-yil 1-chorak holati bo'yicha 43.7 foizni tashkil etgan. Ushbu ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, yurtimiz iqtisodiyotining barqarorligida kichik biznes subyektlarining o'zni sezilarli darajadidir.

Xulosa qilib aytganda agarda kichik biznes subyektlarini ham auditorlik tekshiruvdan o'tkazishni amaliyotga joriy qilsak, endi ishni boshlayotgan tadbirkorlik subyektlari hamda hozirda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari uchun kerakli maslahat xizmatlari, shuningdek, ular ishlab chiqarayotgan mahsulotlar va ko'rsatilayotgan xizmatlarining raqobatdoshligini ta'minlash maqsadida tannarxni to'g'ri shakllantirish, ishlab chiqarishni to'g'ri yo'lga qo'yish va ularni faoliyatiga doir moliyaviy masalalarni hal etishga

yordam bergan bo`lamiz. Bu orqali biz ularning faoliyatida iqtisodiy o`shish kuzatilishiga, buxgalteriya hisobini hamda soliq hisobini to`g`ri yuritilishiga hamda mamlakat yalpi ichki mahsulotini tez suratlarda o`shishiga erishimiz mumkin.

Ахроров Зариф Орипович – и.о. доцент, Самаркандский институт экономики и сервиса

Куйланова Зебинисо Мусирмановна – магистрант, Самаркандский институт экономики и сервиса

НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИННОВАЦИОННО РАЗВИВАЮЩИХСЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье обоснована значимость налогового стимулирования инновационного развития предприятий. Показано, что выбор конкретных форм налогового стимулирования можно осуществлять в зависимости от намеченной цели и направления, стимулирующего воздействие, категории плательщика, осуществляемой им деятельности. Показано, что стимулирование инновационной деятельности должно быть направлено на модернизацию и обновление основных фондов, повышение их конкурентоспособности.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инфраструктура, налоговое стимулирование, конкурентоспособность, модернизация.

Annotatsiya. Maqolada korxonalarning innovatsion rivojlanishi uchun soliq imtiyozlarining ahamiyati asoslab berilgan. Soliq imtiyozlarining aniq shakllarini tanlash ko'zlangan maqsad va yo'nalishga, rag'batlantiruvchi ta'sirga, to'lovchining toifasiga va u tomonidan amalga oshirilgan faoliyatga qarab amalga oshirilishi mumkin. Shuningdek, innovatsiyalarni rag'batlantirish asosiy fondlarni modernizatsiya va yangilashga, ularning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan bo'lishi kerakligi ko'rsatilgan.

Kalit so'zlar: innovatsion faoliyat, infratuzilma, soliq imtiyozlari, raqobatbardoshlik, modernizatsiya.

Abstract. The article substantiates the importance of tax incentives for innovative development of enterprises. It is shown that the choice of specific forms of tax incentives can be carried out depending on the intended purpose and direction, stimulating effect, category of the payer, his activities. It is shown that the stimulation of innovation should be aimed at modernizing and updating fixed assets, increasing their competitiveness.

Key words: innovation, infrastructure, tax incentives, competitiveness, modernization.

Большое значение в осуществлении перехода на современную модель экономического роста имеет уровень инновационной активности. Высокая

инновационная активность экономики обеспечивается ведущей ролью государства в стимулировании и инфраструктурной поддержке развития науки и инноваций, в определении национальных приоритетов и активным воздействием государства на процесс инновационного развития через механизмы государственного регулирования экономики. Государственный контроль (поддержка) инновационной деятельности осуществляется при помощи прямых и косвенных методов.

К прямым методам экономического контроля относятся инвестирование в виде финансирования, кредитования, лизинга, фондовых операций, планирование и программирование, а также государственное предпринимательство и государственные заказы. Существуют три основных вида косвенных методов экономического контроля: налоговое стимулирование, стимулирование через амортизационную политику, прямые бюджетные дотации компаниям, осваивающим новые виды продукции. Косвенные методы являются более эффективными и значимыми, но наиболее продуктивным является налоговое стимулирование [1].

При этом налоги служат инструментом поддержки и стимулирования развития предприятий. Налогообложение – один из ключевых механизмов стимулирования деловой и инновационной активности хозяйствующих субъектов. Посредством предоставления льгот, исключений, преференций осуществляется стимулирующая функция налогов, которая направлена на развитие определенных социально-экономических процессов.

Налоговое стимулирование предприятий используют все страны мира. Безусловно, каждая из них вырабатывает свою стратегию инновационного развития и использует свои инструменты и сочетание механизмов налогового стимулирования в инновационной сфере, которое наиболее эффективно для нее, и определяется существующими экономическими и политическими условиями, приоритетами экономического развития.

Налоговые меры, направленные на стимулирование развития инновационной деятельности предприятий, можно подразделить на общие и дифференцированные. Общие меры направлены на создание благоприятного инновационного климата в целом. Дифференцированные предназначены для стимулирования предприятий. Преимущество дифференцированных мер заключается в их большей прозрачности, а значит, налоговое бремя должно иметь положительные эффекты как для сильных, так и для слабых предприятий.

Выбор конкретных форм налогового стимулирования можно осуществлять в зависимости от намеченной цели и направления, стимулирующего воздействие, категории плательщика, осуществляемой им деятельности. А значит, использование различных финансовых, в том числе налоговых, инструментов для стимулирования развития инновационной

деятельности предприятий. Основным направлением реформирования налоговых систем в рамках налоговой концепции стало то, что предпочтение отдавалось низким ставкам налогов с минимальным числом налоговых льгот, чем высоким ставкам с множеством исключений из общего правила.

Ключевым элементом отечественной модели предоставления льгот должно являться снижение налога на прибыль (доход) предприятий. Снижение налога на прибыль, как правило, должно быть увязано с достигнутым предприятием уровнем инновационной активности. Ибо максимальные льготы должны получать предприятия, обеспечившие успешную коммерциализацию результатов НИОКР и получившие при этом достаточную прибыль. Для прочих эти льготы лишь отчасти компенсируют предпринимательский риск.

Среди всех стимулов модернизации экономики именно налоговые инструменты оказываются самыми существенными, так как:

- налоговое стимулирование является косвенным методом регулирования, значение которого проявляется прежде всего тем, что для стимулирования инновационной деятельности требуется меньше бюджетных затрат и может быть охвачен гораздо больший круг инновационных субъектов [2];

- многообразие форм, методов и объектов налогообложения делает налоговое стимулирование одним из наиболее гибких способов привлечения дополнительных ресурсов для активизации инновационной деятельности предприятий.

При разработке более инновационной системы налогового стимулирования инновационной деятельности предприятий нужно учитывать следующее:

- приоритетом налоговых льгот должна служить только инновационная деятельность;

- налоговое стимулирование следует строить в соответствии грамотно построенной налоговой политики государства;

- поэтапный переход к новым формам налогового стимулирования должен обеспечивать последовательное инновационное развитие предприятий.

В целях налогового стимулирования необходимо направить налоговые меры на инновационную деятельность предприятий, то есть инструменты государственной налоговой поддержки должны создавать благоприятные условия для функционирования налогоплательщикам, прежде всего, инновационной и инвестиционной деятельности, деятельность которых будет направлена на модернизацию и обновление основных фондов, повышение их конкурентоспособности.

Литература:

1. Гугелев, А. В. Инновационный менеджмент: учебник / А. В. Гугелев. — М.: Дашков и К, 2008. — 336 с.
2. Основы инновационного менеджмента / Под ред. Завлина П.Н., Казанцева А.К., Миндели Л.Э.- М.: Экономика, 2006.
3. “A Study on R&D Tax Incentives” Final Report. 28 November 2014. www.cpb.nl.

Оқбоев Махмуджон - Наманган мухандислик технология институти таянч докторанти

ТАДБИРКОРЛИК КОРХОНАЛАРИДА БОШҚАРУВ ФУНКЦИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: Тадбиркорлик корхоналарининг ташқи иқтисодий фаолиятини амалга оширишда рақобатбардошликни бошқариш муҳим ўрин тутди. Мақолада тадбиркорлик корхоналарида бошқарув функцияларидан фойдаланиш масалалари ўрганилган. Режалаштириш функцияси самарасини орттириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: иқтисодиёт, бошқарув, тадбиркорлик, рақобат, рақобатбардошлик, режалаштириш, харажатлар.

Аннотация: Управление конкурентоспособностью играет важную роль при осуществлении внешнеэкономической деятельности предпринимательских предприятий. В статье исследуются вопросы использования управленческих функций на предпринимательских предприятиях. Были разработаны предложения для достижения эффекта от функции планирования.

Ключевые слова: экономика, управление, предпринимательство, конкуренция, конкурентоспособность, планирование, затраты.

The summary: Competitiveness management plays an important role in the implementation of foreign economic activity of entrepreneurial enterprises. The article examines the issues of the use of managerial functions in entrepreneurial enterprises. Proposals have been developed to achieve the effect of the planning function.

Keywords: economics, management, entrepreneurship, competition, competitiveness, planning, costs.

Тадбиркорлик фаолияти субъектларининг фаолиятида улар томонидан ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ва яратиладиган хизматларнинг рақобатбардошлиги даражаси муҳим ўрин тутди. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ва яратиладиган хизматларнинг рақобатбардошлиги даражасини оширишга

таъсир этувчи омилларни аниқлаш ривожланишнинг барча даврларида ҳам муҳим аҳамият касб этган. Амалга оширилаётган чораларга қарамасдан тадбиркорлик корхоналари томонидан ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ва хизматларнинг рақобатбардошлилик даражаси нисбатан паст бўлиб қолмоқда.

Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси Ўзбекистонни кейинги 5 йилда ривожлантиришнинг 7 та устувор йўналиши доирасида 100 та мақсадга эришишга қаратилган ва 2022 йилда амалга оширилиши лозим бўлган 398 та чора-тадбирни ўз ичига олган. Ушбу мақсадларга эришиш йўлида амалга ошириладиган саъй-ҳаракатлар ҳам аниқ. Улар, ўз навбатида, самарадорлик ва натижадорликни назорат қилишни анчайин осонлаштиради. Бошқача қилиб айтганда, режалаштирилган ислохотлар натижадорлигини тараққиётнинг мақсадларига эришганлик даражасига мувофиқ равишда баҳолаш тизими жорий этилмоқда. Янги Ўзбекистоннинг Тараққиёт стратегиясининг 29-мақсадида мамлакатимизда тадбиркорлик фаолиятини ташкил қилиш ва доимий даромад манбаларини шакллантириш учун шароитлар яратиш, хусусий секторнинг Ялпи ички маҳсулотдаги улушини 80 фоизга ва экспортдаги улушини 60 фоизга етказиш⁵ этиб белгиланди. Бу мақсад ва вазифаларни бажарилиши учун ҳам кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятида ишлаб чиқариладиган маҳсулотларнинг рақобатбардошлилик даражасини юксалтиришга эришиш лозим.

2020-2021 йилларда мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришнинг устувор йўналишлардан келиб чиқувчи вазифаларни амалга оширишда салмоқли натижа ва сезиларли ўзгаришлар қўлга киритилди: иқтисодиётининг юқори барқарор суръатлар билан ўсиши ва макроиқтисодий мутаносиблиги таъминланди, ишлаб чиқаришни таркибий ўзгартириш ва модернизация қилиш, техник ва технологик янгилаш ишлари давом эттирилди. Бу мураккаб вазифани амалга ошириш ишлаб чиқаришни барқарорлаштириш ва юксалтириш учун қулай шарт-шароитлар яратишни, ишлаб чиқариш фаолиятини рағбатлантиришни назарда тутди. Мамлакат иқтисодиёти структурасини тубдан ўзгартириш, хом ашё етказиб беришдан тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришга ўтиш, ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ва хизматларнинг сифатини ва рақобатга бардошлилигини жаҳон бозори талаблари даражасига етказиш орқали мамлакатимиз иқтисодиётини юксалтириш мумкин.

Мамлакатимиз иқтисодиёти олдида ана шундай устувор вазифалар кўйиб турилган бир пайтда, мамлакатимизнинг корхоналарида амалга оширилган ишларни таҳлил қилиш лозим бўлади. Шу мақсадда, Тўрақўрғон «Охангар-ТТТ» ишлаб чиқариш корхонасида маҳсулотлар ва хизматлар

⁵ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сон «2022–2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги Фармони. Тошкент, “Ўзбекистон”, 2022 йил.

рақобатбардошлилигини ошириш бўйича амалга оширилган ишлар самарадорлигини ўргандик.

Режалаштириш функцияси менежмент фаолиятининг энг муҳим функцияларидан бири ҳисобланади. Бу фаолиятни амалга ошириш давомида корхоналар ҳаракатларни амалга оширмоқдалар. Тўрақўрғон «Охангар-ТТТ» ишлаб чиқариш корхонаси ҳам ўзининг бошқарув фаолияти самарадорлигини ошириш йўлида тинимсиз ҳаракат қилмоқда. Ҳар бир давр учун, йил, ярим йил, чорак ва декадалар учун аввалдан режалар тузилмоқда. Корхонанинг ўтган йиллардаги ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш юзасидан тузилган режаларини ҳамда молиявий режаларини таҳлил қилиш асосида бу корхонада рақобатбардошлиликни таъминлаш йўналишида қатор ишлар амалга оширилганини кўриш мумкин. Корхонада шундай режалар билан бир қаторда иқтисодий хўжалик фаолияти амалга ошириш соҳасида яна қатор режалар тузилмоқда. Корхонадаги ходимлар сонидан тортиб, уни йил якуни бўйича оладиган фойдаси, фойдани тақсимланиши ва шу каби бўлимлар учун режалар аввалдан тузилмоқда. Тўрақўрғон «Охангар-ТТТ» ишлаб чиқариш корхонасида кейинги йиллар учун тузилган режалар ва дастурларда асосан корхона келажак даврда нима ишлаб чиқаришини ва унинг натижасида олиши мумкин бўлган фойдасини белгиланмоқда.

Корхонада ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни жаҳон талаблари даражасида ишлаб чиқариш ва уларнинг рақобатга бардошлилигини ошириш учун уни замонавий илғор технология, энг янги ускуналар ва дастгоҳлар билан жиҳозлаш талаб этилади. Тўрақўрғон «Охангар-ТТТ» ишлаб чиқариш корхонасида тузилган режаларда эса бундай бўлимлар назарда тутилмаган. Ишлаб чиқарилаётган режаларда корхонадаги технологияни, асбоб-ускуналарни ва дастгоҳларни такомиллаштириш бўйича махсус бўлим бўлиши зарур. Бу бўлимда корхонада ҳозирги вақтда ишлатилаётган дастгоҳларни янгилаш бўйича махсус бандлар, олиниши керак бўлган дастгоҳлар ва уларни олиб келиш, ўрнатиш харажатлари аниқланиши керак. Ҳар бир дастгоҳ ва асбоб-ускунани янгилашнинг иқтисодий самарасини ҳисоблаш лозим. Корхонада ҳозирги вақтда жисмоний ва маънавий жиҳатдан эскирган дастгоҳлардан фойдаланилмоқда. Бундай дастгоҳларни янгиламасдан туриб, рақобатбардошли маҳсулотларни ишлаб чиқариш, хизматларни амалга ошириш мушкул вазифа ҳисобланади. Бундай тадбирларни белгилаш учун корхонада молиявий маблағлар етишмовчилиги мавжуд. Корхоналарни энг янги технологиялар ва ускуналар билан жиҳозлаш, ходимларнинг малакасини оширишга кўмаклашиш ва миллий ишчи-ходимларга эга бўлишга интилгандагина, ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг замонавий даражасига мос келадиган усулларни жорий этилгандагина, рақобатга бардошли маҳсулотларни ишлаб чиқаришни ривожлантиришни

рақбатлантириб ва уни сотиш учун бозор топгандагина самарадорликка эришишимиз мумкин.

Тўрақўрғон «Охангар-ТТТ» ишлаб чиқариш корхонасида ҳам янги техникаларни, асбоб-ускуналарни, замонавий технологик жараёнларни жорий этишни режалаштириш лозим. Бу тадбирлар учун корхонанинг ўз маблағлари етишмаган тақдирда инвесторларнинг инвестицияларидан фойдаланиши мумкин. Ҳатто, хориж мамлакатларидан инвестиция сифатида замонавий дастгоҳларни олиши ва улардан фойдаланиб рақобатбардошли маҳсулотларни ишлаб чиқариши мумкин.

Рақобатбардошлик даражасини баҳолашда рақобатбардошликга таъсир этувчи омилларга эътибор қаратиш керак. Бизга маълумки, рақобатбардошлик кенг тушунча бўлиб, унга кўплаб омиллар таъсир этади. Ушбу омилларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Ишлаб чиқарилаётган товарнинг ўзига хос хусусиятлари.
2. Рақобатчи фирмалар сони ва уларнинг ишлаб чиқариш қуввати, ишлаб чиқариш салоҳияти.
3. Товар ва хизматларга бўлган талаб ҳажми.
4. Истеъмолчиларнинг бир ишлаб чиқарувчидан бошқасига кўчиш ҳаракатлари.
5. Бозорга кириб келиш ва унинг даражаси.
6. Корхона товарлари билан рақиблар товарларидаги фарқлар, ўзига хос бўлган хусусиятлар.

Адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли «2022–2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги Фармони
2. Оқбоев М. Тадбиркорлик фаолияти субъектларида инновацион бошқарув масалалари. ТДИУ да ўтказилган илмий амалий конференция материаллари тўплами, 2021 йил.
3. Ikramov M.,Kazakov O.,Ismoilov R. Iqtisodiyot va menejment asoslari. (O'quv qo'llanma) Toshkent, VneshinvestProm, 2019,280 b.
4. O.S.Kazakov. Menejmentga kirish. Darslik. Toshkent. “Fan ziyosi”, 2021 yil, 378 bet.
5. Kazakov, O. S., & Ahmedkhodjaev, X. T. (2017). Fundamentals of management. *Tashkent, Ilm-Ziyo*.
6. Elnara Alievaa, Olim Kazakov EFFECTIVE APPLICATION OF INNOVATIONS OF THE "THIRD RENAISSANCE" IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF SMALL BUSINESSES Namangan Institute of Engineering and Technology, Namangan, Uzbekistan Central European Management Journal, Vol. 30 Iss. 3 (2022) ISSN:2336-2693 | E-ISSN:2336-4890, Retrieved from https://journals.kozminskicem-j.com/index.php/pl_cemj.index.html

© Platform & Workflow by: Open Journal Systems.

О‘роқов Фirdavs Ortqniyoz o‘g‘li – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Iqtisodiy tahlil va statistika kafedراسи assistenti

“XORIJIY INVESTITSİYALAR” VA “INVESTITSION JOZIBADORLIK” ATAMALARINING NAZARIY JIHATLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada iqtisodiy adabiyotlarda ishlatiladigan “xorijiy investitsiyalar” va “investitsion jozibadorlik” atamalarining nazariy jihatlari yoritilgan. Shuningdek, ushbu atamaga xorijlik olimlar tomonidan bildirilgan fikrlar va boshqa iqtisodiy adabiyotlardagi izohlar ham keltirib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: xorijiy investitsiyalar, investitsion jozibadorlik, iqtisodiy tarmoqlar, investitsiya, moliyaviy boyliklar, daromad(foйда), ko‘chmas mulk, aksiya, obligatsiyalar.

Аннотация: В данной статье рассмотрены теоретические аспекты используемых в экономической литературе терминов «иностранные инвестиции» и «инвестиционная привлекательность». Также приводятся мнения, высказанные зарубежными учеными, и комментарии в другой экономической литературе по этому термину.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, инвестиционная привлекательность, отрасли экономики, инвестиции, финансовые активы, доход (прибыль), недвижимость, акции, облигации.

Abstract: This article describes the theoretical aspects of the terms "foreign investment" and "investment attractiveness" used in economic literature. Also, the opinions expressed by foreign scientists and comments in other economic literature on this term are cited.

Key words: foreign investments, investment attractiveness, economic sectors, investment, financial assets, income (profit), real estate, shares, bonds.

O‘zbekistonlik iqtisodchi olimlardan A.Sh.Bekmurodov rahbarligida chop etilgan “Xorijiy investitsiyalar” nomli o‘quv qo‘llanmasida investitsiya atamasiga quyidagicha ta‘rif keltirilgan. “Ko‘pgina hollarda «investitsiya» tushunchasi iqtisodiy va boshqa faoliyat ob‘ektlariga kiritiladigan moddiy va nomoddiy ne‘matlar hamda ularga doir huquqlar tarzida ta‘riflanadi. Investitsiya deganda barcha turdagi milliy va intellektual boyliklar tushunilib, ular tadbirkorlik faoliyati ob‘ektlariga yo‘naltirilib daromad keltirishi yoki biror-bir ijobiy samaraga erishishi zarur. Investitsiya kiritishdan asosiy maqsad daromad olish va ijobiy ijtimoiy samaraga erishishdir”⁶.

B.Yu.Xodiyev va Sh.Sh.Shodmonovlar **“Investitsiyalar** – asosiy va aylanma kapitalni qayta tiklash va ko‘paytirishga, ishlab chiqarish quvvatlarini

⁶ Бекмуродов А.Ш. ва бошқ. Хорижий инвестициялар. Ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2010. – 166 б.

kengaytirishga qilingan sarflarning pul shaklidagi ko‘rinishidir”⁷, deb ta’rif bergan bo‘lsalar, D.S.Almatova **“Investitsiyalar**, bu – davlat, yuridik va jismoniy shaxslarning daromad olish va boshqa iqtisodiy samaradorlikka erishish maqsadida mamlakat ichkarisida va tashqarisida yangi korxonalar tashkil etish, faoliyat ko‘rsatayotgan korxonalarni kengaytirish, qayta ta’mirlash va texnik jihatdan qayta qurollantirish, ko‘chmas mulk, aksiyalar, obligatsiyalar va boshqa qimmatli qog‘ozlar hamda aktivlarni sotib olishga yo‘naltirilayotgan moliyaviy mablag‘lari, mulkiy va intellektual boyliklaridir”⁸ deb ta’kidlagan.

O‘zbekiston Respublikasining “Chet el investitsiyalari to‘g‘risida”gi Qonuni 3-moddasida xorijiy investitsiyaga quyidagicha ta’rif berilgan: “Chet ellik investorlar tomonidan tadbirkorlik faoliyati va qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa turdagi faoliyat ob’ektlariga qo‘shiladigan barcha turdagi moddiy va nomoddiy boyliklar hamda ularga bo‘lgan huquqlar, shu jumladan intellektual mulkka bo‘lgan huquqlar, shuningdek reinvestitsiyalar **chet el investitsiyalari** deb e’tirof etiladi”⁹.

Xorijiy investitsiyalarning umumiy ta’rifi F.Xeniusning 1947 yil AQShda chop etilgan tashqi savdo lug‘atining 2-nashrida quyidagicha berilgan: «**Xorijiy investitsiyalar** - bir mamlakat hududidan ikkinchi mamlakat hududiga kiritilgan, eksport kilingan investitsiyalar»¹⁰.

Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, mamlakatda iqtisodiy rivojlanishga investitsion jozibadorlikni oshirish yo‘li orqali erishish mumkin.

O‘zbekiston Respublikasining “Investitsiya faoliyati to‘g‘risida”gi va “Chet el investitsiyalari to‘g‘risida”gi qonunlarida investitsiya kategoriyasi bilan bog‘liq “investitsion jozibadorlik” atamasiga ta’rif berilmagan. Shu tufayli “investitsion jozibadorlik” atamasining ta’rifini ishlab chiqish bugungi kunda ob’ektiv zaruriyat bo‘lib hisoblanadi.

Iqtisodiy adabiyotlarda investitsion jozibadorlik atamasi bo‘yicha quyidagi ta’riflar keltirganlar.

Rossiyalik iqtisodchi olim I.A.Blank **“Investitsion jozibadorlik** – bu aniq investor nuqtai nazaridan alohida yo‘nalish va ob’ektlarni investitsiyalashdagi afzalliklarini va kamchiliklarini umumlashtiruvchi deb ta’rif berib, bunga ko‘ra alohida ob’ektlarni investitsiyalash jozibadorligini baholash ko‘p omillarga bog‘liq va individual xususiy harakterga ega deb ta’kidlaydi”¹¹.

D.A.Yednovitskiy **“Investitsion jozibadorlik** deganda tashkilotning shunday holatini tushunadiki, bunda kapital egasida tavakkalchilikka borish, shuningdek, pul ko‘rinishida va asosiy vositalar shaklidagi investitsiyalar oqimini

⁷ Ходиев Б.Ю., Шодмонов Ш.Ш. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик.–Т.: “Баркамол фойз медиа”. 2017, 454-бет

⁸ Алматова Д.С. Минтақаларда тadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga investitsiyalarni jalb etishni takomillashtirish. И.ф.д. ...дисс. автореф. - Тошкент, 2018, 13-бет.

⁹ Ўзбекистон Республикасининг “Чет эл инвестициялари тўғрисида”ги Қонуни. Тошкент ш., 1998 йил 30 апрель. <http://www.lex.uz>.

¹⁰ Самархужаев Б.Б. Инвестиции в Республике Узбекистан. Ташкент, 2003 г. С.16. Dictionary of Foreign Trade. by F.Henus Sec/ Ed. N4.,1947, P.387.

¹¹ Бланк И.А. “Основы инвестиционного менеджмента” В 2 т. СПб; Ника – Центр, 2001.

та’минlash istagi paydo bo’ladi. Bu vaziyatda kapital ta’minlovchi va ma’lumot oluvchilarning ishonchi tashkilotning investitsion jozibadorlik darajasining asosiy va juda sezuvchan hosilasi hisoblanadi¹².

Amaliyotda investitsion jozibadorlikni baholashda investitsiya kiritish ko’zda tutilayotgan ob’ektning holati daromad (foйда) darajasini maksimallashtiruvchi turli mezonlar orqali baholanadi. Bunda mamlakat, hudud, iqtisodiyot tarmog’i, korxonaning investitsiya jozibadorligini baholovchi ko’rsatkichlar tizimi hamda hisoblash usullari bir – biridan farq qiladi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, xorijlik va mahalliy olimlarning “xorijiy investitsiyalar” va “investitsion jozibadorlik” tushunchalari bo’yicha amalga oshirgan tadqiqotlarida va bergan xulosalarida umumiylik mavjud bo’lib, keltirilgan ta’riflarning asosiy elementlari mos keladi, degan xulosa chiqarishimiz mumkin.

Nozimov Eldor Anvarovich - Samarqand Iqtisodiyot va servis instituti “Investitsiya va innovatsiyalar” kafedrası assistenti

TIJORAT BANKLARINING RESURS BAZASINI MUSTAHKAMLASH YO'LLARI

Annotatsiya. Maqolada tijorat banklarining resurs bazasini shakllantirish konsepsiyasi va asosiy tamoyillari ko’rib chiqiladi, bu boradagi xorijiy va mahalliy olimlarning fikrlari o’rganiladi. Bank tizimining resurslarni shakllantirish sohasidagi dolzarb muammolari paydo bo’lishining asosiy sabablariga alohida e’tibor qaratilib, banklarning resurs bazasi tahlili o’tkazilib, xususan, depozit bazasi ko’rib chiqilib, tegishli tavsiyalar berildi. banklarning o'z mablag'larini (kapitalini) ham, ularning jalb qilingan mablag'larini ham optimallashtirish.

Kalit so'zlar: bank, bank sertifikatları, kapital, majburiyatlar, banklarning resurs bazasini shakllantirish tamoyillari, resurs bazasi, subordinatsiyalangan kredit.

Аннотация. В статье рассматриваются понятие и основные принципы формирования ресурсной базы коммерческих банков, а также анализируются мнения зарубежных и отечественных ученых на этот счет. Особое внимание уделено основным причинам возникновения актуальных проблем банковской системы в сфере формирования ресурсов, проведен анализ ресурсной базы банков, в частности рассмотрена депозитная база, даны соответствующие рекомендации. оптимизация собственных средств (капитала) банков и их заемных средств.

¹² Ендиновицкий Д.А. и др. Анализ инвестиционной привлекательности организации: научное издание/ М.:КНОРУС, 2010. - 376с.

Ключевые слова: банк, банковские сертификаты, капитал, обязательства, принципы формирования ресурсной базы банков, ресурсная база, субординированный кредит.

Abstract. The article discusses the concept and basic principles of the formation of the resource base of commercial banks, as well as analyzes the opinions of foreign and domestic scientists on this matter. Particular attention is paid to the main causes of the emergence of urgent problems of the banking system in the field of resource formation, an analysis of the resource base of banks was carried out, in particular, the deposit base was considered, and appropriate recommendations were given. optimization of own funds (capital) of banks and their borrowed funds.

Keywords: bank, bank certificates, capital, liabilities, principles of formation of the resource base of banks, resource base, subordinated loan.

Iqtisodiyotning bozor modeli amal qilish sharoitida har bir xo'jalik yurituvchi sub'ekt resurslarni to'plash va konsentratsiyalash imkoniyatlarini mustaqil ravishda izlaydi. Bank tizimida resurs bazasini shakllantirish masalalari ayniqsa, tijorat banklari o'z faoliyatini faqat mavjud mablag'lar doirasida amalga oshirish imkoniyatiga ega bo'lganligi sababli keskinlashmoqda, bu esa bank faoliyatining yakuniy natijasi – foydasiga bevosita ta'sir qiladi. . Nazorat qiluvchi va nazorat qiluvchi organlar tomonidan kredit tashkilotlari faoliyati ustidan nazorat kuchaytirilishi munosabati bilan yetarli darajada diversifikatsiyalangan va yaxshi shakllangan resurs bazasiga ehtiyoj ham ortib bormoqda..

Muammolarning kuchayishiga xalqaro moliya bozorida va umuman iqtisodiyotda COVID-19 pandemiyasi sharoitidagi inqiroz ham yordam berdi, bu esa energiya narxining pasayishiga, so'mning qadrsizlanishiga, omonatchilarning ozgina chiqib ketishiga olib keldi. mablag'lar, foiz stavkalarining pasayishi va natijada bank tizimida uzoq muddatli va barqaror resurslarning etishmasligi. Bundan tashqari, 2020 yil davomida bank tizimidagi davlat ulushi o'zining tinch-totuv yashashini davom ettirdi. Shu bilan birga, deyarli o'n uchta bank davlat tasarrufidan chiqarish jarayonini davom ettirmoqda. Yuqoridagilardan kelib chiqib, asosiy maqsad zamonaviy sharoitda tijorat banklari resurslarini shakllantirish xususiyatlarini aniqlash va tijorat banklarining resurs siyosatini optimallashtirishdan iborat.

Tijorat banklari o'zlarining resurs bazasini quyidagi tamoyillar asosida shakllantiradilar:

1) Iqtisodiy mustaqillik va barqarorlikni ta'minlash, bank tomonidan moliyaviy majburiyatlarni bajarish uchun o'z kapitalini shakllantirish.

2) Vaqtinchalik bo'sh mablag'larni safarbar qilish va ularni kapitalga aylantirish. Ya'ni, ular jismoniy va yuridik shaxslarning mablag'larini jalb qiladilar, ularni o'z nomidan, o'z shartlari va tavakkalchiligi bo'yicha joylashtiradilar, bank hisobvaraqlarini ochadilar va yuritadilar.

3) Qarzli qimmatli qog‘ozlarni chiqarish va sotish yo‘li bilan qarz oladilar, nobank muassasalaridan va boshqa tijorat banklaridan ssuda shaklida mablag‘ oladilar..

Ushbu ish strategik jihatdan bank sektoriga ishonchni oshirish, noto‘g‘ri hisobot taqdim etish orqali aktivlarning sifatsizligini niqoblashga chek qo‘yish, vijdotsiz mulkdorlar tomonidan kredit tashkilotlaridan boshqa nazorat ostidagi tashkilotlarga aktivlarni o‘tkazib yuborishiga yo‘l qo‘ymaslik hamda bank tizimidan mablag‘larning olib qo‘yilishiga qarshi kurashni davom ettirishga qaratilgan. Fly-by-night firmalari orqali bank tizimi.

Tijorat banklari o‘z mablag‘larini shakllantirishda duch kelayotgan bir qator muammolardan kelib chiqib, banklar kapitalini optimallashtirishning asosiy yondashuvlarini ajratib ko‘rsatish maqsadga muvofiqdir:

1) Bankning ustav kapitalini oshirish..

2) Bank kapitaliga kiritilgan mablag‘larni maqsadli shakllantirish.

3) Amaldagi standartlarga muvofiq va umumiy qabul qilingan yondashuvlar va baholash usullaridan foydalangan holda asosiy vositalarni o‘z vaqtida qayta baholashni o‘tkazish.

4) Foyda olish va uning qiymatini optimallashtirish. Foyda foiz daromadlarining ko‘payishi (masalan, kreditlash vositalarini takomillashtirish, moliyaviy lizingdan daromad olish), komissiya xarajatlarini kamaytirish, daromad vositalarining turlarini kengaytirish, operatsion xarajatlarni kamaytirish (masalan, ma‘muriy va biznes xarajatlarini kamaytirish orqali) yordam beradi. , ijara xarajatlari va boshqalar).

5) Maqsadli moddiy yordam olish

6) Subordinatsiyalangan kreditlarni olish

Bunday kreditlardan foydalanish uzoq muddatli kredit olishga tengdir va mulkchilik tarkibini o‘zgartirishga olib kelmaydi. Boshqa afzalliklar ham bor, masalan, subordinatsiya qilingan qarz bo‘yicha foizlarni to‘lash bankning yalpi xarajatlarini ko‘paytirish hisobiga amalga oshiriladi va u bo‘yicha foiz stavkasi shartnoma muddati davomida o‘zgarmaydi.

Jalb qilingan mablag‘larga kelsak, shuni ta’kidlaymizki, so‘nggi yillarda inqirozga qaramay, majburiyatlar depozitlar hajmining o‘sishi bilan belgilanadi. Hozirgi vaqtda mahalliy banklarning resurs bazasining uchdan bir qismidan ko‘prog‘i depozitlar hisobidan shakllantirilmoqda, ayrim kredit tashkilotlari esa aholi depozitlari bo‘yicha majburiyatlarning 50-60 foiziga ega. So‘nggi yillarda bank sektorining aholi depozitlariga bog‘liqligining o‘sishi barqaror tendentsiyasi kuzatilmoqda. Shu munosabat bilan tijorat banklari tomonidan xatarlarni kamaytirish va rentabellikni oshirish nuqtai nazaridan mablag‘larni jalb qilish jarayonini takomillashtirish masalalarini o‘rganish alohida ahamiyatga ega..

Tijorat banklarining resurs bazasini optimallashtirish bo‘yicha olib borgan tadqiqotlarimiz natijasida quyidagi xulosa va takliflarni shakllantirdik..

1) Yuridik shaxslarning omonatlarini va jismoniy shaxslarning depozitlarini muddatlari bo‘yicha diversifikatsiya qilish. Bir tomondan, bu yerda uzoq

muddatli depozitlar va depozitlarga ustunlik berilsa, bank balansining likvidligini ta'minlash vazifasi hal etilmoqda, ikkinchi tomondan, talab qilib olinmagan depozitlarning ko'payishi foiz xarajatlarini kamaytirishga va foyda olishga yordam beradi. , joriy va joriy hisobvaraqlardagi mablag'lar eng arzon resurs bo'lgani uchun ular minimal foizda to'lanadi

2) Bank mijozlari bazasini korporativ mijozlar mablag'lari hisobidan kamroq tavakkal va barqaror bo'lgan holda kengaytirish

3) Banklararo bozorda mablag'larni jalb qilish. Qarz mablag'larini samarali boshqarish bilan banklararo kreditlarning ulushi majburiyatlarning 15-20 foizini tashkil qilishi mumkin..

4) Depozit va jamg'arma sertifikatlarini berish. Bank sertifikatlarini chiqarish va joylashtirishda quyidagilar mumkin: sertifikatlarni tarqatish va muomalada bo'lishi mumkin bo'lgan moliyaviy vositachilarning ko'pligi hisobiga omonatchilar doirasini kengaytirish; Sertifikatni ikkilamchi bozorda bank resursi hajmini o'zgartirish xavfisiz boshqa shaxsga muddatidan oldin o'tkazish, muddatli omonat egasining muddatidan oldin olib qo'yishi esa uning uchun daromadning yo'qolishini, bank uchun esa – o'z daromadining yo'qolishini anglatadi. resurslarning bir qismi; bank sertifikatlarni chiqarish va muomalaga chiqarish shartlarini mustaqil ravishda belgilaydi, ularni joylashtirish jarayoni boshqa majburiyatlarga qaraganda oddiyoqdir..

Shunday qilib, tijorat banklarining resurs bazasini yaxshilashga ham o'z mablag'larini, ham majburiyatlarni boshqarishga kompleks yondashuv yordam beradi. Banklar o'z faoliyatining mustaqilligini ta'minlashga, kapitalni ichki manbalar hisobidan, asosan, foyda olishga alohida e'tibor qaratishi zarur. Bundan tashqari, tavakkalchilik, rentabellik va likvidlikning maqbul darajasini saqlab qolgan holda, jalb qilingan mablag'larni malakali diversifikatsiya qilish, majburiyatlarni boshqarishning narx va narxdan tashqari usullaridan foydalanish muhimdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 12-maydagi “2020-2025-yillarda O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida”gi PF-5992-son Farmoni
2. Азизов У.Ў., Қоралиев Т.М. ва бошқалар Банк иши Дарслик. Т.: “Iqtisod-Moliya” 2016 124 б..
3. Белоглазова, Л. П. Банковское дело : учебник / Л. П. Белоглазова, Л. П. Кроливецк. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 141 с.
4. Геворкян А. А. «Теоретические аспекты формирования ресурсной базы коммерческих банков» // Финансовые исследования, №1 (42) 2014, С. 36–41
5. Жарковская, Е. П. Банки и банковское дело : учебник / Е. П. Жарковская, Е. О. Арендс. – СПб. : Омега-Л, 2011. – С. 45 – 63.

6. Кондратова О. С. «Регулятивный капитал банка: сравнительный анализ соглашений Базель II и Базель III» // Финансы и кредит. 2015. №22(646), С.13–17

Нозимов Элдор Анварович - Самаркандский институт экономики и сервиса ассистент кафедры «Инвестиции и инновации»

РОЛЬ БАНКОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: В статье рассматриваются понятие цифровой экономики, определения цифровой экономики, технологические изменения, присущие цифровой экономике, влияние цифровой экономики на занятость, создание национальной системы цифровой экономической безопасности, роль и значение банков в цифровой экономике.

Ключевые слова: коммерческие банки, цифровая экономика, электронные платежи, оцифровка, инновация, цифровой банкинг, ИКТ.

Annotatsiya: Maqolada raqamli iqtisodiyot tushunchasi, raqamli iqtisodiyotning ta'riflari, raqamli iqtisodiyotga xos bo'lgan texnologik o'zgarishlar, raqamli iqtisodiyotning bandlikka ta'siri, raqamli iqtisodiy xavfsizlik milliy tizimini yaratish, roli va ahamiyati muhokama qilinadi. raqamli iqtisodiyotdagi banklarning.

Kalit so'zlar: tijorat banklari, raqamli iqtisodiyot, elektron to'lovlar, raqamlashtirish, innovatsiyalar, raqamli banking, AKT.

Abstract: The article discusses the concept of the digital economy, definitions of the digital economy, technological changes inherent in the digital economy, the impact of the digital economy on employment, the creation of a national system of digital economic security, the role and importance of banks in the digital economy.

Key words: commercial banks, digital economy, electronic payments, digitization, innovation, digital banking, ICT.

В настоящее время концепция цифровой экономики становится неотъемлемой частью экономики ряда стран. Он характеризуется бурным развитием цифровых технологий, революцией в информационной сфере и ускорением процессов глобализации экономики. Эффективность их использования выражается в увеличении знаний, а социально-экономические отношения все больше и больше расширяются. Основным фактором цифровых преобразований в деятельности субъектов рынка является развитие цифровой культуры. На современном этапе социально-экономического реформирования общества среда формирует специфические характеристики институциональной структуры общества и

на этой основе формирует потребность в формировании новых концепций и подходов.

Как известно, 24 января 2020 года было оглашено обращение главы нашего государства Ш.М.Мирзиёева к Олий Мажлису. В своем обращении Президент Республики Узбекистан особо коснулся деятельности банков, в частности, отметил, что активный переход к цифровой экономике будет одной из наших важнейших задач на ближайшие 5 лет. В результате проводимых в новом Узбекистане реформ, открытости, развития международных экономических и политических отношений, модернизации отраслей промышленности в нашей стране, технического и технологического перевооружения. Примером тому является увеличение объема внешней торговли нашей страны. Сотни словосочетаний типа «Электронное правительство», «Электронное управление», «Телекоммуникации», «Интернет», «Сайт» стали неотъемлемой частью нашей жизни. ИТ охватывает все сферы нашей повседневной жизни. Сегодня цифровая экономика приобретает все большее значение в создании стоимости. Различные алгоритмы, процессы и цифровая информация становятся главной решающей силой в стратегическом развитии корпоративного бизнеса. Цифровые нефинансовые факторы определяют конкурентоспособность банков и влияют на их эффективность.

В настоящее время в мировой финансово-банковской системе происходят революционные изменения, связанные в первую очередь со стремительным ростом доли рынка таких элементов, как электронные платежные системы цифровой экономики, криптовалюты и кредитование без посредников. Стремительно растет количество цифровых банков и финансовых учреждений, не имеющих собственных офисов и банкоматов.

К основным концепциям цифрового банкинга (цифрового банкинга) относятся ориентация на клиента, переход от концепции консорциума к концепции цифрового банкинга, развитие CRM (Customer Relationship Management), рост доверия клиентов, персонализация предложений и функций мобильности. Услуги цифровых банков находят свое отражение в быстром внедрении мобильных устройств, социальных сетей, информационных сервисов, электронной коммерции, интернет-торговых операций во все сферы жизни людей. Цифровой банк предлагает своим клиентам разнообразные цифровые продукты и услуги с использованием цифровых каналов. Такая банковская инфраструктура оптимизирована для цифровых коммуникаций и еще не готова к быстрой смене цифровых технологий. Среди основных задач таких банков — оперативно информировать клиента о состоянии номеров его счетов и транзакций, а также найти для него ближайшее отделение банка, банкомат, пункт обмена или автокиоск. Кроме того, цифровой банк должен предоставить своим клиентам такой онлайн-сервис, который сможет работать на всех платформах и ориентировать свою деятельность преимущественно на

мобильные устройства. Можно выделить семь основных направлений совершенствования цифровой модели банкинга:

- упрощение связи и обслуживания пользователей;
- разработка новых методов и инструментов управления информацией;
- использование открытой системы API;
- сотрудничество и конкуренция с финансовыми и техническими компаниями;
- развитие мобильных платежей;
- разработка и реализация стратегии управления инновациями в банковском секторе;
- внедрение инновационного регулирования деятельности.

От полного перехода на цифровые услуги выиграют не только банки, но и потребители, которые смогут быстро и удобно пользоваться разнообразными банковскими услугами (например, снижение затрат, возможность охвата диапазона связи, гибкость, лучшее знание клиентов).). В банковской системе республики активно внедряются инновационные технологии на базе современных программно-технических средств ИКТ. По данным расширенного собрания Банка Республики Узбекистан по итогам деятельности банковской системы, доля банковских услуг в структуре финансовых услуг составила 88% и увеличилась в 1,2 раза по сравнению с предыдущими годами. Кроме того, на 2021 год поставлены определенные задачи по расширению количества и повышению качества услуг банковской системы, ускоренному внедрению современных информационно-коммуникационных технологий в данной сфере.

Хотя доля клиентов, регулярно пользующихся дистанционным банковским обслуживанием в нашей республике увеличивается, недостаточная финансовая грамотность населения и скептическое отношение к безналичным расчетам препятствуют быстрому распространению цифровых каналов банковского обслуживания. Также стоит отметить, что переход банков на цифровые услуги — это длительный и затратный процесс, требующий активной поддержки со стороны акционеров и выделения больших объемов средств.

В настоящее время банки предоставляют своим клиентам ряд онлайн-сервисов и услуг дистанционного банковского обслуживания. В частности, ТИФ Национального банка Республики Узбекистан предлагает своим клиентам следующие онлайн услуги:

- оповещение о банковских транзакциях по SMS;
- информирование о совершенных действиях по электронной почте (e-mail);
- организация личного IVR-кабинета для клиентов.

Практика предоставления дистанционных банковских услуг и предложения клиентам онлайн-услуг показывает, что местные банки предлагают ограниченные виды онлайн-услуг, а процесс популяризации

банковской деятельности применительно к потребительским требованиям идет очень медленно. Если местные банки будут предоставлять различные финансовые услуги по цифровым каналам, потребители смогут получить доступ к банковским услугам в любое время и в любом месте. В целях развития предоставления клиентам дистанционных банковских услуг и онлайн-сервисов предлагается принять следующие меры:

- сокращение дистанции между банками и потребителями с помощью новых технологий;
- организация и развитие банковских услуг на основе регулярного консультирования, работы с клиентами в интерактивном режиме;
- развитие отношений сотрудничества между традиционными банками и профессиональными организациями по внедрению цифровых технологий и их внедрению;
- привлечение клиентов к использованию новых цифровых технологий в банковских операциях.

Для активного внедрения в банковскую систему инновационных видов банковских услуг необходима разработка стратегии развития цифровой экономики в нашей республике, для чего необходимо не только инвестировать, но и изучать опыт развитые страны в области цифровизации. Потому что банковская отрасль продолжает стремительно развиваться в цифровом формате. Пример тому «умная» идентификация-ИИ-Интеллектуальная идентификация, анализ больших данных, персональные финансовые помощники — **PDA** — Personal Digital Assistant, онлайн-кошелек, бесконтактная оплата, автоматические ответы в отделах (автоматы и роботы), геймификация (игры для клиентов и квесты) и проникновение таких технологий, как **P2P**-кредитование. В будущем, в результате развития науки, техники и технологии, станет объективной необходимостью вхождение в нашу жизнь многих новаторских идей..

Стремительные инновационные изменения, происходящие в сфере цифровых технологий, для быстрого внедрения инноваций в банковскую деятельность требуют от работающих в банках сотрудников постоянной работы над собой и непрерывного совершенствования своих знаний в рамках передовой практики цифрового банкинга. Поскольку широкий спектр возможностей цифровой экономики и популярность технологий, созданных в этой сфере, создают большие возможности, прежде всего, в банковской деятельности. Такие технологии успешно входят в банковскую практику. Неизбежно, что дальнейшее развитие этой деятельности станет основной стратегией банковского сектора.

Список использованной литературы:

1. Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Koshksaray, A. A. & Tabar, M. J. S. (2014). MobileBanking Adoption by Iranian Bank clients. Journal of Telematics and Informatics, 31(1), p. 62-78.

2. Hoffman, Thomas. "Are Online Banks Profitable?" Computerworld (34), 1999a, p. 33.
3. Martins, C., Oliveira, T. & Popovic, A. (2014). Understanding the Internet Banking. International Journal of Information Management, 34(1), p 10-13.
4. 11. Постановление Президента Республики Узбекистан от 03 июля 2018 года №3832 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан».

O‘roqov Firdavs Ortiquziyoz o‘g‘li – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Iqtisodiy tahlil va statistika kafedrasida assistenti

XIZMATLAR VA SERVIS FAOLIYATI NAZARIY TUSHUNCHALARI MAZMUNI

Kalit so‘zlar: servis, xizmatlar sohasi, xizmat ko‘rsatish, servis faoliyati samarasi, ijtimoiy soha, ishlab chiqarish sohasi, taqsimot sohasi, moliya-kredit sohasi, tibbiy xizmatlar, byudjet-soliq siyosati.

Annotatsiya: Xizmat ko‘rsatish elementlari (kasbiy mehnat, ruhiy, etik, estetik) firma xodimlariga mos va garmonik birlikda bo‘lsa, u holda bu xizmat ko‘rsatishni umumiy konstruktiv usulini yaratadi. Ushbu maqolada xizmatlar sohasi va servis sohasida ishlatiladigan atamalarning mazmun mohiyati ochib berilgan.

Ключевые слова: сервис, сфера услуг, оказание услуг, эффект сервисной деятельности, социальная сфера, производственная сфера, сфера распределения, финансово-кредитная сфера, медицинские услуги, бюджетная и налоговая политика.

Аннотация: Если элементы оказания услуг (профессионально-трудовые, духовно-этические, эстетические) подходят для сотрудников компании и находятся в гармоничном единстве, то это создает общий конструктивный метод оказания услуг. В данной статье объясняется значение терминов, используемых в сфере услуг и сфере услуг.

Key words: service, service sector, service provision, the effect of service activity, social sector, production sector, distribution sector, financial and credit sector, medical services, budget and tax policy.

Abstract: If the elements of service provision (professional work, spiritual, ethical, aesthetic) are suitable for the employees of the company and are in a harmonious unity, then this creates a general constructive method of service provision. This article explains the meaning of the terms used in the service industry and the service industry.

Хизмат ко'рсатиш falsafasi servis faoliyatini jamiyatdagi va odamlar hayotidagi ijtimoiy mo'ljallanishini ochib beradi, bu yo'nalishda firma personali tomonidan kiritiladigan hissani asoslaydi. Falsafani hech qachon lavozim yo'riqlari yoki xizmat ko'rsatishni etik qoidalari bilan chegaralab qo'yish mumkin emas. Xizmat ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilarini teng huquqli sheriklar sifatida qaray turib, ularni servis faoliyatidagi umumiy maqsadlarini aniqlay turib, falsafa bir xil ma'naviy qimmatlarni (masalan, iste'molchi hamma vaqt haq) yaratishga qobiliyatlidir va shu bilan ularni hatti-harakatini muvofiqlashtiradi.

O'z navbatida servis aktivligi barcha ishtirokchilarini yo'lga qo'yilgan harakati va o'zaro tushinishlari xizmat ko'rsatish ijobiy samarasini bir necha marotaba kuchaytiradi. Bu holda firmada do'stona va yaxshi kayfiyat ruhi hukm suradi. Asosiysi bu kayfiyat mijozlarga ham uzatiladi. Bunday optimistik ruh ularni bu firmaga yana qayta yetaklab kelishga ko'maklashadi.

Xizmatlar sohasi mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy sohasining rivojlanishida muhim ahamiyatga ega, chunki bu soha nafaqat insonni, balki butun bir tizimni takomillashtirish va rivojlantirish imkoniyatini ham yaratadi¹³.

Chunki, ularning turkumlanishi ham shu jarayonlarni taqozo qiladi. Hozirgi sharoitda milliy hisoblar tizimi amal qilib turgan mamlakatlarda xizmatlar bir qancha guruhlariga bo'linadi. Bular quyidagilardir:

- iste'mol sohasida ko'rsatiladigan xizmatlar;
- ijtimoiy sohada ko'rsatiladigan xizmatlar;
- ishlab chiqarish sohasida ko'rsatiladigan xizmatlar;
- taqsimot sohasida ko'rsatiladigan xizmatlar.

Har bir xizmat ko'rsatish guruhlari o'ziga xos xususiyatlarga ega. Bularni to'g'ri tushunish uchun ularning har biriga qisqagina to'xtalib o'tish maqsadga muvofiqdir. Ulardan biri iste'mol sohasida ko'rsatiladigan xizmatlardir. Bu xizmatlar turiga restoranlarda va boshqa ovqatlanish shaxobchalarida ko'rsatiladigan xizmatlar, transport xizmatlari kabilar kiradi. Shuningdek, mehmonxonalarda ko'rsatiladigan xizmatlar, insoning shaxsiy holatini o'nglashga ta'sir qiladigan (uqalash, sartaroshlik, pardoz-andoz kabilar) xizmatlar ham shu turdagi xizmatlarga kirishini alohida ta'kidlamochimiz.

Ijtimoiy sohada ko'rsatiladigan xizmatlar ham bevosita insonning kamoloti, uning shakllanishi va rivojlanishi bilan bog'liq xizmatlardir. Bular jumlasiga ta'limning barcha turlari, tibbiy xizmatlarning hammasi va boshqa insonlarning kamoloti bilan bog'liq bo'lgan xizmat turlarini kiritish mumkin.

Xizmatlar tizimida ishlab chiqarish sohasida ko'rsatiladigan xizmatlar ham etakchi xizmat turlaridandir. Bular jumlasiga moliya-kredit sohasida ko'rsatiladigan xizmatlar, sug'urta xizmatlari, murakkab texnika va texnologik jarayonlar asboblari ta'mirlash, uy-joy kommunal xizmatlari, turli maslahatlar,

¹³Ортикнийзович Ф.У. (2022). Развитие медицинских услуг в экономике Узбекистана. *Журнал маркетинга и развивающихся экономик*, 1 (8), 48–50. Получено с <http://openaccessjournals.eu/index.php/jmee/article/view/938>.

shu jumladan konsalting, huquqiy (yuridik) xizmat singari boshqa xizmatlarni ham kiritish mumkin.

Eng yirik xizmatlardan biri taqsimot sohasida ko'rsatiladigan xizmatlardir. Bu xizmatlarga savdo, transport xizmati, vositachilik, brokerlik kabi xizmatlarni kiritish mumkin. Mazkur xizmatlar bircha xizmatlarni o'zida qamrab olishi, mujassamlashtirishi bilan birgalikda ishlab chiqarish bilan iste'mol o'rtasida, ijtimoiy sohalar bilan boshqa sohalar o'rtasida ko'priq vazifasini o'taydilar.

Bu xizmatlar hayotdagi barcha sohalarini qamrab oladi. Shu tufayli xizmat ko'rsatish sohasini iqtisodiy va ijtimoiy hayotdan ayri tasavvur etib bo'lmaydi. Bulardan ko'rinib turibdiki, xizmat sohasi iqtisodiyotning bir tarmog'i sifatida keskin rivojlanish "huquqiga" ega. Ushbu xizmatlarning barchasi jamiyatimiz taraqqiyoti bilan bog'liq bo'lgan barcha soha va tarmoqlarni o'z ichiga oladi. Bular quyidagilarda namoyon bo'ladi:

Birinchi galda, xizmat ko'rsatish sohasi, insonni iqtisodiy va biologik sub'ekt sifatida takomillashtiradi. Inson ishlab chiqarish jarayonida bevosita jonli mehnati bilan ishtirok etadi, u mehnatining sifati va samaradorligi bevosita uning malakasiga bog'liq. Insonning malakasi esa ta'lim xizmatlarining sifatiga bog'liq bo'lib, bu insonni iqtisodiy sub'ekt sifatida qarashni taqozo etadi. Insoning biologik sub'yekt sifatida qaralishi ham uning iqtisodiy sub'ekt ekanligi bilan bevosita bog'liqdir, chunki sog'lom odamgina samarali mehnat qilishi, jamiyatga ko'proq naf keltirishi mumkin. Shu tufayli xizmat jarayonida insonlarga sog'lom turmush tarzini yaratishga e'tibor qaratiladi.

Ikkinchi galda, ishlab chiqarish va iqtisodiyotning boshqa real sektorlari rivojlanishi uchun tegishli sharoitlar yaratib beriladi. Bu soha ko'p hollarda ishlab chiqarish sohasining infratizilmasi sifatida namoyon bo'ladi, shunaqa xizmatlar borki, ularsiz ishlab chiqarishni rivojlantirib bo'lmaydi. Shu tufayli xizmat bevosita ishlab chiqarish sohasida ham keng qo'llaniladi, masalan, bunga misol sifatida dastgohlarni ta'mirlash xizmati, ularga ehtiyot qismlarni etkazib berish xizmati, tovar va boshqa moddiy boyliklarni tashish uchun transport xizmati kabilarni keltirish mumkin.

Uchinchidan, xizmat ko'rsatish sohasi aholining bandligini oshirish bilan birga ularning moddiy farovonligini yuksaltirish imkoniyatini ham tug'diradi. Xizmat ko'rsatish sohasida yangi ish o'rinlarini ochish ancha arzonligi tufayli u xususiy sektorda tez rivojlanishi, yangi ish o'rinlarini tezlik bilan ochish mumkinligi uni jadal rivojlantirish imkonini yaratadi. Ish o'rinlarining ochilishi, har bir kishini ish bilan band qilishi orqali ularning daromadlari tarkibida tadbirkorlikdan kelinadigan daromadlarni ko'paytirish, oilalar farovonligini oshirish imkoniyatlarini beradi.

To'rtinchidan, xizmat ko'rsatish sohasi mamlakat yalpi ichki mahsulotini yaratishda, uning iste'mol bozorini to'ldirishda katta hissa qo'shadi. Xizmat ko'rsatishni rivojlantirish mamlakat xizmat bozorini xizmatlar bilan to'ldiradi va jamiyatning xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini qondirish imkoniyatini yaratadi, shu bilan birga mamlakatning yalpi ichki mahsuloti ko'payishini ta'minlaydi.

Beshinchidan, xizmat ko‘rsatish sohasi davlatning byudjetini soliq bilan to‘ldirib borishda ishtirok etadi. Har bir xizmat ko‘rsatuvchi sub’ekt yuridik shaxs yoki yakka tadbirkor sifatida davlat yoki mahalliy byudjetga soliq to‘lab boradilar, shu bilan birgalikda ularning bir qismi yollangan xodimlar sifatida oylik maosh bilan ta‘minlangan bo‘ladilar. Bular ham daromad solig‘i bilan davlat byudjetining shakllanishiga o‘z hissalarini qo‘shadilar.

Dunyoda, xususan bizning mamlakatimizda ham xizmat turlarining soni mingdan oshib ketgan bo‘lib, ularni o‘rganish va ma‘lum darajada tartibga solish uchun ularni tasniflash taqozo etiladi. Shu tufayli bu soha ko‘p joylarda ma‘lum tizimga keltirilgan. Xususan, Birlashgan millatlar tashkiloti (BMT) xizmatlarning 160 turini tan oladi va ularni 12 guruhga bo‘ladi¹⁴:

- | | |
|--|----------|
| 1. Ishchanlik xizmati | 46 turda |
| 2. Aloqa xizmati | 25 turda |
| 3. Injiniring va qurilish xizmati | 5 turda |
| 4. Distribyutorlik xizmati | 5 turda |
| 5. Umumta‘lim xizmatlari | 5 turda |
| 6. Atrof-muhitni muhofaza qilish xizmati | 4 turda |
| 7. Moliyaviy xizmatlar (shu jumladan, sug‘urta xizmatlari) | 17 turda |
| 8. Sog‘liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar | 4 turda |
| 9. Turizm va sayyohlik xizmatlari | 4 turda |
| 10. Dam olish, madaniy va sport bilan bog‘liq xizmatlar | 5 turda |
| 11. Transport xizmatlari | 33 turda |
| 12. Boshqa xizmatlar (masalan, maishiy) | 7 turda |

Ammo BMTning ushbu tavsifini hamma xalqaro tashkilotlar ham o‘zicha qabul qilib olgan emaslar. Xizmatlarni tasniflash borasida bir qancha xalqaro tashkilotlar o‘zlarining qarashlariga ega, ulardan biri Xalqaro valyuta fondi(XVF)ning fikricha, barcha xizmatlar ikkiga bo‘linadi: savdo qilinadigan va savdo qilinmaydigan xizmatlar. Bunday tasnif xizmatlarning xalqaro savdoda qo‘llanilishi nuqtai nazaridan keltirilgan. Savdo qilinadigan xizmatlarga ushbu jarayonni amalga oshirish mumkin bo‘lgan xizmat turlarini kiritgan, savdo qilishi mumkin bo‘lmaydigan xizmatlar esa faqat milliy davlatlarning o‘zlarida amalga oshiriladi. Ammo ushbu xizmatlar shu davlat ichida sotiladi va iste‘mol qilinadi.

Xizmatga berilgan o‘zimizning ta‘rifdan kelib chiqadigan bo‘lsak, ularni quyidagi guruhlariga bo‘lish maqsadga muvofiq¹⁵:

- inson kamoloti bilan bog‘liq xizmatlar;
- oila ravnaqi bilan bog‘liq xizmatlar;
- mehnat jamoalari takomillashuvi bilan bog‘liq xizmatlar;
- hudud taraqqiyoti bilan bog‘liq xizmatlar;
- davlat ravnaqi bilan bog‘liq xizmatlar;
- jamiyat taraqqiyoti bilan bog‘liq xizmatlar.

¹⁴ <http://www.hozir.org/download/1-xizmat-korsatish-madaniyati-servis-faoliyatini-psixologik-ji.doc>

¹⁵ <http://www.hozir.org/download/1-xizmat-korsatish-madaniyati-servis-faoliyatini-psixologik-ji.doc>

Ushbu xizmatlarning barchasiga o‘ziga xos xizmat turlari kiradi, bular esa shu keltirilgan sub’ektlarning ma’lum bir ehtiyojini qondirishga qaratilgan kishilarning nafli faoliyatidan iboratdir. Shu tufayli, xizmatlarga har tomonlama kishilar, insonlar nuqtai nazaridan qarash lozim.

Рахимов Хасан Абдусаитович - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти доценти, Phd

МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА КЎРСАТИЛАДИГАН ХИЗМАТЛАРНИНГ ТАВСИФИ

Аннотация: Ушбу мақолада меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматлар моҳияти тавсифи келтирилган ва улранинг турларига кўра мазмуни очиб берилган.

Калит сўзлар: туризм, меҳмонхона хўжалиги, аҳоли бандлиги, ялпи ички маҳсулот, соҳа, тадбиркорлик, хизмат кўрсатиш соҳаси, эҳтиёж, асосий хизматлар, қўшимча хизматлар, ёрдамчи хизматлар.

Abstract: This article describes the essence of the services provided by the hotel industry and reveals the content according to the types of ulra.

Key words: tourism, hotel industry, population employment, gross domestic product, industry, entrepreneurship, service industry, need, basic services, additional services, auxiliary services.

Аннотация: В данной статье описывается сущность услуг, предоставляемых гостиничным хозяйством и раскрывается содержание по видам улра.

Ключевые слова: туризм, гостиничное хозяйство, занятость населения, валовой внутренний продукт, промышленность, предпринимательство, сфера услуг, потребность, основные услуги, дополнительные услуги, вспомогательные услуги.

Меҳмонхоналар фаолиятининг кенгайиши ўз-ўзидан содир бўлмайди. Жаҳон амалиётидан маълумки, туризмни ривожлантириш орқали мамлакат иқтисодиётининг ўсишга, кам тараққий этган ҳудудларнинг ривожланишига, аҳоли бандлигининг ошишига, аҳоли маданиятининг юксалишига олиб келади¹⁶.

Меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматлар моҳиятига кўра учта гуруҳга бўлинади: асосий, қўшимча ва ёрдамчи. Буларнинг мазмуни қуйидаги жадвалда ўз ифодасини топган (1-жадвал).

Меҳмонхоналар миллийлигига қараб икки гуруҳга бўлинади. Биринчиси, миллий меҳмонхоналар бўлса ва иккинчиси, халқаро талабларга жавоб

¹⁶ Холикулов А., Юлдашева Н. Меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий-назарий ва услубий масалалари //Общество и инновации. – 2021. – Т. 2. – №. 2. – С. 76-86.

берадиган меҳмонхоналар, деб номланади ва улар жаҳон стандартлари талабларига тўлиқ жавоб беришлари лозим. Аммо халқаро стандартлар бўйича меҳмонхоналар бир қанча категорияларга бўлинади. Бу категориялар уларда кўрсатиладиган хизматларнинг сони ва сифати билан фарқ қилади. Масалан, бир юлдузли, икки юлдузли, уч юлдузли, тўрт юлдузли, беш юлдузли ва ҳ.к.

1-жадвал

Меҳмонхона хизматларининг моҳиятига кўра турлари ва уларнинг тавсифи¹⁷

№	Меҳмонхоналар да кўрсатиладиган хизматларнинг турлари	Кўрсатиладиган хизматларнинг кўлами ва мазмуни
1.	Асосий хизматлар	<i>Асосий хизматларга меҳмонларни жойлаштириш ва белгиланган вақтда яшаши учун зарур бўлган хизматлар киради. Булар: меҳмонларга жойларни брон қилиш, уларни кутиб олиш, жойлаштириш, кузатиш, хоналарни тозалаш кабилардан иборат. Ушбу хизматлар учун олинадиган ҳақ меҳмонхона номерини банд қилганлиги учун тўлов таркибига киради.</i>
2.	Қўшимча хизматлар	<i>Меҳмонхоналарда меҳмонларнинг хоҳиши ва талаби бўйича бир қанча қўшимча хизматлар ҳам кўрсатилиши мумкин. Масалан, меҳмон фито ванна қилиб бериш, кийимларини химиявий тозалаш, ювиш, дозмаллаш каби хизматларни талаб қиладиган бўлса, улар албатта бажарилади. Аммо бундай хизматлар учун меҳмон қўшимча ҳақ тўлайди.</i>
3.	Ёрдамчи хизматлар	<i>Бундай хизматларга асосий хизматларни тўлдирувчи хизмат турларига киради. Масалан, буларнинг таркибига хорижий меҳмонларни рўйхатга олиш билан боғлиқ хизматлар, таржимонлик хизмати, турли савдо хизматлари, уқалаш (массаж), давлатлараро телефон алоқаларини улаб бериш кабиларни киритиш мумкин. Ушбу хизматларнинг айрим қисмлари меҳмонхона нархига кирган бўлиши мумкин. Аммо асосий қисми қўшимча ҳақ эвазига кўрсатилади.</i>

¹⁷ Тадқиқот натижасида муаллиф томонидан шакллантирилди.

Меҳмонхона хўжалигида кўрсатиладиган хизматларнинг турлари ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари бўйича турли қарашлар мавжуд. Чунки меҳмондорчилик турли мамлакатларда турлича ва уларнинг урф-одатларига мос ҳолда ташкил қилинади. Бу эса, уларнинг ҳар бирида ўзига хос хусусиятларни ҳам белгилайди. Одатда меҳмонхона сервиси индустриясининг ўзига хос мақсади бор. Бу бевосита иш бўйича учрашувларни, мажлислар, конференциялар ўтказилишини ташкил этишга, туристларнинг дам олиш ва кўнгил очар тадбирларини уюштиришга кўмаклашадиган, тадбиркор ва ҳудудга даромад келтирадиган жамият ҳаётида муҳим аҳамиятга эга бўлган хўжалик юритувчи субъектдир.

Кўриниб турибдики, меҳмонхоналар мамлакат ижтимоий-иқтисодий ҳаётида ҳудуд транспорт, алоқа, саноат ва бошқа соҳалар сингари объектив зарурдир. Мазкур соҳа ўз имкониятларидан келиб чиқиб меҳмонларга тегишли хизматларни кўрсатадилар. Бу уларнинг асосий фаолиятининг мазмунини ташкил қилади. Қандай меҳмонхонада дам олиш ва қандай хизматлардан фойдаланиш дам олувчи инсонларнинг моддий ҳолатидан, яшаш даражаси ва маданий савиясидан дарак беради.

Меҳмонхона хўжалиги бир қанча фаолият турларини бирлаштирувчи ва аҳолига хизмат қилишга қаратилган хизматларнинг муҳим қисмини ташкил қилади. Меҳмонхона хўжалиги ўз мижозларига хизматни махсулот сифатда тақдим этади. Шу туфайли меҳмонхона хизмати – бу махсус ўқитилган ва ишга ўргатилган хизмат килувчи ходимларнинг мижозларга кўрсатиладиган хизматлар тизими сифатида намоён бўлади. Мазкур хизматлар меҳмонларнинг талабларини кондиритишга қаратилган фаолият бўлиб ҳисобланади.

Маълумки, меҳмонхона хўжалиги меҳмонларга сервис хизматини (жойлаштириш, яшаш, маиший-рўзгор техникадан фойдаланиш, овқатлантириш ва спорт-маданий объектлардан фойдаланиш ва ҳ.з.) кўрсатадиган махсус субъект сифатида иқтисодиётнинг алоҳида соҳаси бўлиб ҳисобланади. Ушбу субъект хизматларининг нархига меҳмонларга қулайликни таъминлаш билан боғлиқ бўлган минимал хизмат турлари киритилади. Меҳмонлар ўзларининг истагига қараб яна бир қанча қўшимча хизматлардан фойдаланади. Меҳмонхона ходимларининг вазифаси кўрсатиладиган асосий хизматлар билан қўшимча хизматларни ҳам сифатли тарзда кўрсатишдан ва кўпроқ маблағ ишлаб олишдан иборатдир. Бу бозорнинг талабига мос ҳаракат бўлади.

Ўзбекистон учун ушбу соҳани ривожлантиришнинг яна бир муҳим томони шундаки, мамлакатимизнинг қишлоқ жойларида ишсиз аҳолини иш билан таъминлашда ҳам ҳал қилувчи омил бўлиб ҳисобланади¹⁸.

¹⁸ Ortikniyozovich U. F. The Significance of Theoretical Concepts of Services and Service Activity // American Journal of Economics and Business Management. – 2022. – Т. 5. – №. 6. – С. 43-45.

Адабиётлар:

1. Холикулов А., Юлдашева Н. Мехмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий-назарий ва услубий масалалари //Общество и инновации. – 2021. – Т. 2. – №. 2. – С. 76-86.
2. Ortikniyozovich U. F. The Significance of Theoretical Concepts of Services and Service Activity //American Journal of Economics and Business Management. – 2022. – Т. 5. – №. 6. – С. 43-45.

II ШЎҒБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА РИВОЖЛАНТИРИШ, КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШ, АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ, ЯШАШ СИФАТИНИ ОШИРИШ МАСАЛАЛАРИ

В.Bozorov – Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti “Inson resurslarini boshqarish” kafedrası dotsenti

J.O.Xamdāmov – Sharof Rashidov nomidagi SamDU “Inson resurslarini boshqarish” fakulteti 4-bosqich talabasi

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA AHOLINI NORASMIY ISH BILAN BANDLIK DARAJASINI KAMAYTIRISHNING STRATEGIK YO‘NALISHLARI

Annotatsiya. Maqolada Raqamli iqtisodiyotda aholini norasmiy ish bilan bandlik darajasini kamaytirishning strategik yo‘nalishlari, rasmiy va norasmiy ish bilan holati o‘rganib chiqish, asosida hulosā va takliflar ishlab chiqilsin, shu asosida xulosa va takliflar ishlab chiqilsin.

Kalit so‘zlar: norasmiy, rasmiy bandlik, qishloq aholisi, xufiyona, malika va professional daraja

Аннотация. В статье должны быть разработаны стратегические направления снижения уровня неформальной занятости населения в условиях цифровой экономики, изучение ситуации формальной и неформальной занятости, выводы и предложения, должны быть разработаны выводы и предложения.

Ключевые слова: неформальная, формальная занятость, сельское население, конфиденциальный, принцесса и профессиональный уровень.

Annotsation: In the article, the strategic directions of reducing the level of informal employment of the population in the digital economy, the study of the situation of formal and informal employment, conclusions and proposals should be developed based on this, conclusions and proposals should be developed.

Keywords. informal, formal employment, rural population, confidential, princess and professional level

O‘zbekistonda norasmiy sektorda bandlik muammosi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatni baholashdagi qiyinchiliklar bilan uzviy bog‘langanligi uchun ham uning rivojlanish tendensiyasini, amal qilish ko‘lamini o‘rganish zaruriyati mavjud.

Norasmiy bandlik alohida turlari islohotlar davrigacha ham mavjud bo‘lgan (chevarlar, repetitorlar va boshqalar) biroq, bozor munosabatlariga o‘tish sharoitida norasmiy bandlikning xarakterlari, amal qilish ko‘lami, tarkibi va uning iqtisodiyotdagi o‘rni iqtisodiyot sektorlarida butunlay o‘zgardi.

Norasmiy sektor barcha mamlakatlarda mavjud bo‘lib, agar rivojlanayotgan mamlakatlardagi norasmiy sektorni ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, avvalo, “norasmiy sektor” tushunchasi Xalqaro Mehnat Tashkiloti tomonidan kiritilgan, norasmiy sektorga faqat yakka tartibda ishlovchilar hamda ro‘yxatdan o‘tmagan kichik ishlab chiqarish birliklari (faqatgina ular uy xo‘jaligi korxonalari) qisman kiritilgan.

Yuqorida ta’kidlangan o‘z korxonalarining hisobga olinmagan faoliyatidan daromad oluvchi rasmiy sektorda ishlovchilarning xatti-harakatlarini xufiyona iqtisodiyotga ham, mansub deyish mumkin.

Shuning uchun rasmiy va norasmiy sektor, norasmiy sektor va iqtisodiy nafaol aholi, norasmiy sektor va xufiyona iqtisodiyot o‘rtalaridagi chegaralarni yetarli darajada shartli, deyish mumkin.

Asosan, bu tushunchalar o‘rtasidagi farqlarni bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrini boshidan kechirayotgan davlatlarda ajratish mushkul. Bundan tashqari, har bir davlatning o‘ziga xos xususiyatlariga qarab norasmiy sektorga turlicha ta’rif beriladi.

Bizningcha, norasmiy sektorda ish bilan bandlik-mehnatga layoqatli aholini rasman ro‘yxatga olinmagan, tegishli soliqlarni to‘lamaydigan kichik ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish korxonalarida hamda tadbirkorlik obyektlarida faoliyat ko‘rsatayotgan rasmiy sektorlardagi korxonalarning mehnat vositalaridan foydalangan holda yashirin daromad topish maqsadida asosiy ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish vositalariga birikishi yoki ta’sir etishi.

Hududlarda norasmiy faoliyat bilan birlamchi shug‘ullanish norasmiy bandlik sifatida qaraladi. Chunki norasmiy faoliyat bilan ikkilamchi shug‘ullanishni aniqlashni aniq uslubiyati mavjud emas.

Hozirgi paytda qishloq joylarda aholi turmush darajasining sekin o‘sishi, ish haqqi darajasini pastligi va davlat sektorida ish o‘rinlarini yetishmasligi hamda rasmiy sektorda ish bilan bandlikning yalpi beqarorligi oqibatida rasmiy sektorda ishlovchilarning norasmiy sektorga o‘tib ketishi, iqtisodiy nafaol aholining mehnat bozoriga majburan chiqishi va norasmiy sektorni to‘ldirishi, norasmiy sektorda ikkilamchi bandlik doirasining kengayishi kuzatilmoqda.

Norasmiy ish bilan bandlik ba’zida kambag‘allikni keltirib chiqarsa, ba’zida favqulotda yuqori daromad keltirishi ham mumkin. Xususan, O‘zbekiston qishloq aholisini norasmiy ish bilan band bo‘lganlari rasmiy sektorda ish bilan band bo‘lganlarga qaraganda yuqori daromadga ega bo‘lmoqda va bu holat norasmiy sektorda ish bilan band bo‘lganlarning yuqori mehnat unumdorligi bilan karakterlanadi.

Ayrim hududlarda norasmiy sektorda faoliyat yuritish, asosan, tirikchilik (yashash uchun kurash) bilangina emas, balki byurokratik to‘siqlardan va yuqori soliqlar stavkalari to‘lashdan qochish bilan izohlanadi. Bu holat “xufiyona iqtisodiyotga” yaqin turadi. Biroq, birinchi navbatda norasmiy sektorning rivojlanishi—bu mehnatga layoqatli aholining vujudga kelgan ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatga munosabatidir. Qishloq joylardagi vaziyat shahar joylardagi ijtimoiy-

iqtisodiy vaziyatdan keskin farq qilmaydi. Shuningdek, rasmiy va norasmiy ish bilan bandlik o'rtasidagi farq ham shahar joylaridagidek, yani mehnat bozorlaridagi vaziyatni keskinlashuvi, aholi turmush darajasining pastligi, ishsizlikning o'sishi natijasida rasmiy sektorda ish bilan bandlik norasmiy ko'rinishlarini ham o'z ichiga ola boshlaydi.

Qishloq joylarda norasmiy ish bilan bandlik ham ijobiy, ham salbiy jihatlar mavjud. Xususan uning ijobiy tomonlariga quyidagilar kiradi:

ish bilan bandlik va aholi daromadlari muammolarini yechishda yordam beradi;

tovar va xizmat ko'rsatish bozorini kengaytiradi;

yeterli darajada ishsizlikning o'sishi va aholi turmush darajasini keskin pasayib ketishi oldini oladi;

ko'pchilikka qulay ish rejimini tanlashga imkon beradi.

Shu bilan birga qishloq joylarda norasmiy ish bilan bandlik muayyan quyidagi dolzarb ijtimoiy muammolarni keltirib chiqaradi:

u “xufiyona” iqtisodiyotni rivojlanishi uchun qo'shimcha sharoitlar yaratadi;

bu sektorda ish bilan band bo'lganlar ijtimoiy kafolatga ega bo'lmaydilar va mehnat sharoitlari ustidan nazorat o'rnatilmaydi;

norasmiy sektorning, asosan mayda savdo-sotiq, turli xil xizmatlar ko'rsatish sohasidagi ish bilan bandlik xususiy shaxslarni qisman malaka va professional tajribalarini yuqotishlariga olib keladi;

ish bilan bandlikning muntazam bo'lmagan xarakteri muntazam ishdan uzoqlashtiradi.

Norasmiy ish bilan bandlik yuqori bo'lgan qishloq joylardagi xolat tahlili shuni ko'rsatadiki, bunday bandlik rasmiy sektorlarda ishchi o'rinlari yaratilishi bilan o'z-o'zidan yo'qotilmaydi. Shuningdek, norasmiy sektorga nisbatan ta'qiqlovchi choralar qo'llash ham o'zini oqlamaydi. Norasmiy ish bilan bandlikka nisbatan davlatning qattiq siyosati natijasida norasmiy sektorning qisqarishi ishsizlikni birdaniga o'sib ketishiga olib keladi. Chunki, norasmiy ish bilan band bo'lganlarning aksariyat qismi rasmiy sektorda ishga joylasha olmaydilar. Shuningdek, davlat tomonidan bunday siyosatning yuritilishi norasmiy sektorda ikkilamchi ish bilan band bo'lganlarning turmush darajasini birdaniga pasaytirib yuboradi. Bundan tashqari, norasmiy sektorni ta'qiqlash uni xufiyona shaklga o'tishga olib keladi. Norasmiy sektorni ta'qiqlash choralari faqatgina norasmiy ish bilan bandlikning salbiy tomonlariga nisbatan asosli hisoblanadi. Qishloq joylarda norasmiy sektorning rivojlanishi ko'proq ijtimoiy-iqtisodiy va siyosiy vaziyatga bog'liq bo'ladi. Ishsizlikning o'sishi, ish haqqining va aholi turmush darajasining pastligi, rasmiy sektorda ishchi kuchiga yetarli talabning pastligi, rasmiy ish bilan bandlikning beqarorligi (korxonalarning bankrotga uchrashi, korxonalardan ishlovchilarning bo'shab ketishini doimiy kutilishi) norasmiy sektorning o'sishiga olib keladi.

“O'zbekiston qishloq xo'jaligini 2020-2030 yillarda rivojlantirish strategiyasi”da paxta-to'qimachilik, meva-sabzovotchilik, chorvachilik,

ipakchilik, baliqchilik, agroturizm, dorivor usimliklar kabi klasterlarida va kooperatsiyalarida, hamda boshqa sohalari bo'yicha yangi ish o'rinlari yaratishni istiqboldagi parametrlari belgilab berildi. Birgina 2021 yilda norasmiy ish bilan bandlar va ishsizlar uchun 370047 ta yangi ish o'rinlari yaratilgan bo'lsa, ularning ulushi qishloq joylar uchun 64,3% ga teng. Lekin bu ko'rsatkichlar qishloq hududlarida norasmiy ish bilan band bo'lganlarning o'sib borayotgan taklifini juda past darajada qoniqtiradi. Shuning uchun 2030 yilgacha, qishloqlardagi norasmiy ish bilan bandlar uchun ish o'rinlari miqdorini kamida 2-3 martaga ko'paytirish strategik rejalarini ishlab chiqish va ularning ijrosini ta'minlash lozim.

Qishloq xo'jaligini uzoq muddatga mo'ljallangan strategik rivojlantirish birinchi navbatda norasmiy ish bilan bandlikni asosiy qismini tashkil etgan respublikadan tashqariga chetga ishlashga ketayotganlar miqdorini (30,7%) keskin kamaytirishga (taxminiy 50% ortiq) iqtisodiy va ijtimoiy sharoitlar yaratadi. Shu bilan birga mazkur strategiyani amalga oshirish iqtisodiyotning norasmiy sektorida muhim ulishlarga ega bo'lgan vaqtinchalik bir martalik va mavsumiy ishlarni bajaruvchilarni (21,3%), dehqon va shaxsiy xo'jaliklarda ishlovchilarni (18,6%), ro'yxatdan o'tmagan va tegishli ruxsatnomasiz faoliyat ko'rsatayotganlar (18,2%) va mehnat munosabatlarini rasmiylashtirmasdan oilaviy korxonalarda va tadbirkorlarda ishlovchilarni (11,2%) sezilarli kamayishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi

Bizningcha, qishloq xo'jaligini 2030-yilgacha rivojlantirish strategiyasi bilan birga qishloq iqtisodiyotini boshqa tarmoqlarini ham yaqin kelajakda rivojlanishini belgilovchi strategik rejalarini ishlab chiqish va ularni bajarilishini ta'minlash lozim. Bu esa qishloq iqtisodiyotida shakllanayotgan qayta ishlash sanoati, qurilish materiallari va qurilish materiallari ishlab chiqarish sanoati, mashinasozlik, neft va gaz sanoati, ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalarning yangi obyektlarini qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish sohalari bilan hamkorlikda mehnat, tabiiy, ishlab chiqarish va moliyaviy resurslardan unumli foydalanish imkoniyatini beradi. Natijada yangi ish o'rinlari yaratiladi va mehnatga layoqatli aholining norasmiy ish bilan bandligi keskin kamayadi. Pirovardida aholining mehnat daromadlari oshadi va turmush tarzi yaxshilanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. O'zbekiston Respublikasi “Aholi bandligi to'g'risida”gi Qonuni (yangi tahrirda). –T., 2020. 28 aprel 4-10 bet
2. O'zbekiston Respublikasi “Xususiy bandlik agentliklari to'g'risida”gi qonun. 2018 yil 16 oktyabr. O'RQ-50. Lex.uz
3. Abdurahmonov Q.X., Shoyusupova N.T. Mehnat iqtisodiyoti: ijtimoiy mehnat munosabatlari. Darslik .-T.TDIU: 2011. -692 b
4. Xolmo'minov Sh.R., Xolmurodov S.E. Mehnat bozori iqtisodiyoti, O'quv qo'llanma.-T.: 2013.-228 b.

A.Q.Erbo‘tayev – Sharof Rashidov nomidagi SamDU “Inson resurslarini boshqarish” kafedrası magistranti

E.M.Rasulov – Sharof Rashidov nomidagi SamDU “Inson resurslarini boshqarish” fakulteti 2-bosqich talabasi

IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH SHAROITIDA AYOLLARNI ISH BILAN BANDLIGINI OSHIRISHNI STRATEGIK YO‘NALISHLARI

Annotatsiya. Maqolada Iqtisodiyotni rivojlantirishda ayollarni ish bilan bandligini oshirishning statigik yo‘nalishlari ya‘ni ayollarning mehnat resurslari tarkibida ulushi yuqori ekanligi o‘rganib chiqilib xulosa va takliflar berildi.

Kalit so‘zlar: Bandlik, mehnat resurslari, layoqatli aholi, mikroiqtisodiy daraja, tashkiliy omillar, ish o‘rinlari.

Annotation. In the article, the statistical directions of increasing the employment of women in the development of the economy, i.e. the high share of women in the structure of labor resources, were studied and conclusions and suggestions were given.

Key words: Employment, labor resources, qualified population, microeconomic level, organizational factors, jobs.

Аннотация. В статье изучены статистические направления увеличения занятости женщин в развитии экономики, т.е. высокая доля женщин в структуре трудовых ресурсов и даны выводы и предложения.

Ключевые слова: занятость, трудовые ресурсы, квалифицированное население, микроэкономический уровень, организационные факторы, рабочие места.

Yoshlar o‘rtasida ishsizlik ko‘rsatkichlarining yuqori darajada saqlanib qolayotganligi ko‘pchilik mamlakatlarda ijtimoiy-iqtisodiy beqarorlikni keltirib chiqaruvchi omilga aylanmoqda.

Bugungi kunda respublikamiz hududlarida aholining, ayniqsa yoshlarning (16-30 yoshdagilar) ish bilan bandligini ta‘minlashda amaliy yechimini kutayotgan qator muammolar mavjud.

O‘zbekiston aholisining mehnat resurslari tarkibida yoshlar ulushi yuqori ekanligi, qishloq yoshlarining iqtisodiy faollik va ish bilan bandlik darajasining pastligi, qishloq xo‘jaligida tashkil etilgan ish joylarining asosiy qismi qisqa muddatli va mavsumiy xarakterga egaligi, ish bilan band bo‘lgan yosh aholining salmoqli qismi ish haqi past bo‘lgan sohalarda, norasmiy sektorda va barqaror bo‘lmagan ish joylarida band etilganligi, xorijdan investitsiyalarni jalb etish bo‘yicha faol harakatning sustligi, qayta ishlash, ijtimoiy infratuzilma va kasanachilik sohasida ish joylarini ko‘paytirish imkoniyatlarining to‘liq ishga solinmayotganligi, mehnat bozoridagi faol siyosatni moliyalashtirish va xususiy bandlik agentliklari faoliyatining sust rivojlanayotganligi hamda tashqi va ichki

mehnat migrasiyalari yaxshi tashkil etilmaganligi va buning natijasida qishloq yoshlarining yaqin qo'shni davlatlarga, asosan Rossiya va Qozog'iston davlatlariga mustaqil ish izlab chiqib ketishlarining hamon ko'payayotganligida kuzatiladi. Bu esa mehnatga layoqatli aholining, ayniqsa yoshlarning ish bilan ta'minlanish darajasi holatida o'z aksini topadi.

Qishloq joylarida mehnatga layoqatli aholini ish bilan bandligi metodologiyasining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri yoshlar uchun qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida yangi ish o'rinlari yaratishga ta'sir etuvchi omillar tahlili va ularni ta'sir ko'lamini tadqiq etish hisoblanadi. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishda yoshlar uchun yangi ish o'rinlari tashkil etishga tashkiliy, institusional, iqtisodiy, demografik va ijtimoiy omillar bevosita ta'sir ko'rsatadi

Iqtisodiy faol aholi tarkibidagi yoshlar uchun qishloq xo'jaligida yangi ish o'rinlarini tashkil etishda asosiy iqtisodiy omillar yetakchi o'rinni egallaydi. Ular orasida kafolatlangan to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalarni jalb qilish, mamlakat miqyosida tumanlarda mehnat bozorini tartibga solish yuzasidan: moliya-kredit, tarkibiy iqtisodiy islohotlar, investision, soliq, tashqi iqtisodiy siyosatlarni muvofiqlashtirish kabi iqtisodiy vositalar muhim o'rin egallaydi. Shuningdek, hududiy miqyosda qishloq joylarda yoshlar uchun iqtisodiy jihatdan mos ish o'rinlarini qo'llab-quvvatlash, yangi ish o'rinlarini tashkil etishga investitsiya, kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash hamda hududiy bandlik jamg'armasidan oqilona foydalanish kabi omillar o'rinli ta'sir kuchiga ega. Mikroiqtisodiy darajada: qishloq xo'jaligi korxonalarida kadrlarni boshqarish, tanlash tizimlari va firma ichidagi keng ixtisoslik bo'yicha kasbga tayyorlash va qayta tayyorlash, kadrlar sifatini oshirish, ish haqi, soliq imtiyozlari, investitsiyalashni ichki manbaidan foydalanish singari omillar o'ta muhim hisoblanadi.

Hududlarda yoshlar uchun qishloq xo'jaligida yangi ish o'rinlarini tashkil etishda asosiy tashkiliy omillar ishchi kuchiga bo'lgan talab va taklif nisbatini aniqlash asosida yangi ish o'rinlari tashkil etishning optimal parametrlarini belgilashga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Ular tarkibidagi: ish kuni davomiyligini kamaytirish; yoshlar uchun bir kishiga mo'ljallangan ish o'rnining o'rindoshlik bilan ishlash imkoniyatlarini cheklash; hududda yoshlar bo'yicha ishchi kuchiga talab va taklif o'rtasidagi nisbatdan kelib chiqib, bozor muvozanatiga erishishning hududiy usullarini joriy etish; qishloq xo'jaligi korxonalarini rag'batlantirish tizimi, to'lov va to'lovsiz ta'tillarni joriy etish, munosib mehnat sharoitlarini yaratish kabi omillar muhim ta'sir kuchiga ega.

Shuningdek, yoshlar uchun yangi ish o'rinlari tashkil etishga ta'sir etuvchi institutsional omillar ham mavjud bo'lib, ularning asosiylari sifatida: huquqiy norma va qonunlar, mehnat shartnomalari, mamlakat miqyosida mehnat bozori faoliyati bo'yicha koordinatsiyani amalga oshirish; mehnat bozori infratuzilmasini tashkiliy-iqtisodiy va tashkiliy-boshqaruv tuzilmalarini takomillashtirish; hududiy bandlik va "Yoshlar-kelajagimiz" jamg'armasi;

bandlikka ko‘maklashish munisipal organlari faoliyatini rivojlantirish, nodavlat bandlik xizmatlari assosiasiyalarini shakllantirish kabilarni ko‘rsatish mumkin.

Yoshlar uchun yangi ish o‘rinlari yaratishga ta’sir etuvchi ijtimoiy omillar mazkur jarayonda yuzaga keladigan ijtimoiy munosabatlarni yuqori bosqichga chiqaradi. Ular orasida ijtimoiy mehnat munosabatlarni yangi shakllarini joriy etish, ijtimoiy kafolat, yashash darajasi, uni sifati va mehnat faoliyati darajasini ko‘tarish maqsadida ijtimoiy ta’minot, hududiy miqyosda qishloq yoshlari o‘rtasida ishsizlikni kamaytirish, ishsiz yoshlarni kasbga yo‘naltirish, kasbiy tayyorgarlik, mehnat faoliyatiga ko‘niktirish, ishni ta’lim jarayoni bilan qo‘shib olib boorish imkoniyatlarini yaratish, ishchi kuchini takror ishlab chiqarish jarayonini va ijodiy mehnatni ijtimoiy jihatdan rivojlantirish uchun sharoit yaratish kabi omillar samarali ta’sir kuchiga ega.

Yangi ish o‘rinlarini yaratishga ta’sir etuvchi demografik omillar qishloq yoshlari ishchi kuchining tabiiy harakati va ish bilan bandlik tarkibida tabiiy o‘zgarishlarni keltirib chiqaradi. Qishloq jarayonida aholi soni, jinsi va yoshi, aholi soni dinamikasi va zichligi, uning tabiiy o‘sishi, qishloq mehnat resurslari va tarkibi, aholining o‘rtacha yoshi, aholi umumiy sonida yoshlarning hissasi, yoshlar o‘rtasidagi ichki va tashqi migratsiya kabi omillar qishloq joylarda ishsiz yoshlar uchun yangi ish o‘rinlarini tashkil etishda sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning “O‘zbekiston Respublikasi qishloq xo‘jaligini rivojlantirishning 2020-2030 yillarga mo‘ljallangan strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5853-son Farmoniga asosan, mazkur strategiyaning asosiy maqsadi – qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat tarmog‘ining raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan islohotlarni yanada chuqurlashtirishda davlat siyosatini tubdan takomillashtirishga yo‘naltirilgan bo‘lib, quyidagi ustuvor yo‘nalishlarni qamrab oladi: aholining oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash, qulay agrobiznes muhitini va qo‘shilgan qiymat zanjirini yaratish, investitsiyaviy jozibadorlikni oshirish, qishloq aholisi ish bilan bandligini oshirishga erishish, kadrlar salohiyatini oshirish.

Yuqorida qayd etilgan qishloq aholisini ish bilan bandligini oshirishga erishish uchun uning asosiy qismini tashkil etgan mehnatga layoqatli ayollar uchun qishloq xo‘jaligida yangi ish o‘rinlarini tashkil etishni miqdor jihatdan ko‘paytirish va sifat ko‘rsatkichlarini yaxshilash lozim. Bunga esa qishloq joylardagi asosiy iqtisodiy, ijtimoiy-ekologik va tashkiliy-huquqiy omillar bevosita ta’sir ko‘rsatadi

Ayrim hudularda aholi va mehnat resurslarining o‘sish sur‘atlari yangi ish o‘rinlari tashkil etish va iqtisodiyotning rivojlanish sur‘atlariga nisbatan yuqoriligi qishloq xo‘jaligida ayollar uchun yangi ish o‘rinlari tashkil etishning asosiy omillarini chuqur ilmiy-amaliy tadqiqot etishni taqazo qiladi. Qishloq xo‘jaligida ayollar uchun yangi ish o‘rinlari tashkil etishning asosiy iqtisodiy omillari orasida qishloq xo‘jaligida shaxsiy tomorqa, dehqon, fermer va boshqa sohalarida ayollar uchun yangi o‘rinlarini tashkil etishni iqtisodiy qo‘llab-quvvatlash alohida o‘rin egallaydi.

Агрокластер ва кооператсияларни samarali rivojlantirish asosida ayollar uchun yuqori ish haqi to‘lanadigan ish o‘rinlarini tashkil etish qishloq xo‘jaligi birlashmalari, fermer va dehqon xo‘jaliklarining qayta ishlash sanoati korxonalarni (shu jumladan klasterlarni) rivojlantirish va rag‘batlantirish bo‘yicha tadbirlarni yangi bosqichga ko‘taradi.

Shuningdek, qishloq xo‘jaligida ayollar uchun yangi ish o‘rinlarini tashkil etish uchun kafolatli mahalliy va xorijiy investitsiyalarni jalb etish maqsadida taraqqiy etgan moliyaviy bozorlar, qulay ishbilarmonlik muhiti, ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash va ishlab chiqarish-sotish zanjirlarini rivojlantirishga qaratilgan iqtisodiy choralarni ko‘rish talab etiladi. Qishloq xo‘jaligida investitsiyalarni boshqarish samaradorligini baholashning mustaqil monitoringi hamda baholash strukturasi, tizimi va mexanizmlari mavjud emas. Bu esa qishloq xo‘jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari tomonidan maqbul qishloq xo‘jaligi va ekologik amaliyot (GAEP), maqbul ishlab chiqarish amaliyoti (GMP) va boshqa standartlarga rioya etilishini rag‘batlantirish uchun shart-sharoitlarni rivojlantirishga ma‘lum ma‘noda salbiy ta‘sir ko‘rsatadi. Bundan tashqari, ilmiy-tadqiqot, ta‘lim va axborot-maslahat xizmatlarini ko‘rsatishni o‘zaro bog‘laydigan qishloq xo‘jaligiga oid bilim va axborotlarni tarqatish bo‘yicha samarali tizimning yo‘qligi sohani ilmiy asosda rivojlantirishdagi eng jiddiy to‘siqlardan biri bo‘lib qolmoqda. Hozirda ilmiy-tadqiqotlar uchun davlat investitsiyalari darajasi qishloq xo‘jaligi umumiy byudjetining 0,2 foizini tashkil etadi, ilm-fan va ishlab chiqarish o‘rtasidagi o‘zaro aloqalarning samarali mexanizmlari mavjud emasligi qishloq xo‘jaligida ayollar uchun yangi ish o‘rinlarini tashkil etish uchun kafolatli mahalliy va xorijiy investitsiyalarni joriy qilishning amaliy-uslubiy tadqiqotlariga sezilarli darajada ta‘sir ko‘rsatadi.

Ijtimoiy infratuzilma subyektlari qishloq aholisining turmush darajasini belgilaydigan uy-joy qurilishi qishloq aholisining har tomonlama rivojlanishiga ijobiy ta‘sir etuvchi boshqa sohalarni o‘z ichiga olgan va bog‘lovchi tizim sifatida faoliyat ko‘rsatgani uchun ham ijtimoiy- ekologik omillar orasida qishloq xo‘jaligidagi kam ta‘minlangan ayollarni imtiyozli uy-joylar bilan ta‘minlash asosiy o‘rinni egallaydi.

Shu o‘rinda ta‘kidlash kerakki, qishloq xo‘jaligida ayollar uchun yangi ish o‘rinlarini tashkil etishning lokal me‘yoriy-huquqiy asoslarini takomillashtirish muhim o‘rin tutadi. Iqtisodiy islohotlar sharoitida institusional o‘zgarishlarni amalga oshirishda, faoliyat ko‘rsatayotgan iqtisodiyotning rivojlanish qonuniyatlarini bilish, uni modernizasiya qilish mexanizmlarini tanlash va xavf-xatarning oldini olishning samarali vositasi zarur. Rasmiy qoidalar bir kechadayoq siyosiy qarorlar yordamida o‘zgartirilishi mumkin bo‘lgani holda, norasmiy me‘yorlar juda sekin o‘zgaradi. Norasmiy qoidalar asrlar davomida qaror topgan urf-odatlar, hatti-harakatlar me‘yorlari, milliy mentalitetdan tashkil topgan. Ular vaqti kelib ushbu jamiyat uchun majburiy bo‘lgan rasmiy qoidalar darajasiga ko‘tarilishi yoki ularni qaror topishiga ta‘sir ko‘rsatgan

shart-sharoitlarning o‘zgarishi natijasida yo‘q bo‘lib ketishi mumkin. Shu nuqtai nazardan, agrar islohotlarning institusional asosi yangi iqtisodiy institutlarning mulk, ishlab chiqarish va boshqarishning iqtisodiy-huquqiy shakllarni takomillashtirishni talab qiladi.

Qishloq xo‘jaligida ayollar ish bilan bandligining yuqori darajasida emasligi mazkur sohada samarali agrotexnologik yechimlar joriy etilishi va yangi ish o‘rinlari tashkil etishning past darajasini ko‘rsatadi. Ayniqsa, bu borada ayollarning ish bilan bandligi muammosi va uning yechimini asoslovchi ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmlarning ahamiyatini ko‘rsatish maqsadga muvofiq. Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishini barqaror rivojlantirishga bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi asosiy iqtisodiy, ijtimoiy, tabiiy va tashkiliy omillardan ish o‘rinlarini yaratishda hisobga olish lozim.

Bizningcha, qishloq xo‘jaligida shaxsiy tomorqa, dehqon, fermer va boshqa sohalarida ayollar uchun yangi o‘rinlarini tashkil etish kichik agro-biznesning tarkibiy elementini qo‘llab-quvvatlashga xizmat qiladi. Ayniqsa, shaxsiy tomorqa xo‘jaligi katta bo‘lmagan kapitalga tayanishi va oila a‘zolarining mehnatiga asoslanishini e’tirof etadigan bo‘lsak, undagi mehnatning oila a‘zolari o‘rtasida taqsimlanishi yollanma ishchilarga beriladigan haqni tejashni ta’minlaydi. Shaxsiy tomorqa, dehqon, fermer va boshqa sohalarida yetishtiriladigan mahsulotni oilaning o‘zi xususiy mulkdor sifatida tasarruf etadi hamda undan kelgan daromad oila ehtiyojlarini qondirishga va qo‘shimcha daromad topishga yo‘naltiriladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O‘zbekiston Respublikasining «Aholi bandligi» to‘g‘risidagi Qonuni. (Yangi tahrirda) // «Xalq so‘zi», 2020. 21 oktyabr.
2. Abdurahmonov Q. Mehnat iqtisodiyoti: nazariya va amaliyot. Darslik. Qayta ishlangan va to‘ldirilgan 3-nashri. – T.: “FAN”, 2019. – 592 b.
3. Abdurahmonova G.Q. “Kichik biznesda aholini munosib mehnat tamoyillari asosida ish bilan ta’minlashni takomillashtirish” Iqtisod fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertasiya avtoreferati. TDIU. - T., 2016. – 13, 15, 21 b.

Ш.Ж.Маматкулова – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти доценти,
Б.Асадуллаев – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти талабаси

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА АҲОЛИ БАНДЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШДА КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ЎРНИ

Аннотация: мазкур мақолада инновацион иқтисодиёт шароитида аҳоли бандлигини таъминлашда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг

ўрни, маркетинг имкониятларидан фойдаланиш зарурияти кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: кичик бизнес, хусусий тадбиркорлик, маркетинг, рақобат, инновация, маркетинг функциялари

Аннотация: в данной статье рассматривается роль малого бизнеса и частного предпринимательства в обеспечении занятости в условиях инновационной экономики, необходимость использования маркетинговых возможностей.

Ключевые слова: малый бизнес, частное предпринимательство, маркетинг, конкуренция, инновация, функции маркетинга.

Annotation: This article highlights the role of small business and private entrepreneurship in providing employment.

Key words: small business, entrepreneurship, marketing, competition, innovation, function marketing.

Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантириш, ишлаб чиқаришни кенгайтириш, янги иш ўринларини вужудга келтириш ва ниҳоят макроиқтисодий барқарорликни таъминлашда кичик бизнес ва

хусусий тадбиркорликнинг ҳиссаси катта. Кичик бизнеснинг йилдан-йилга мамлакатимиз иқтисодиётида тутган ўрни, салмоғи ошиб бормоқда. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик мамлакат иқтисодиётининг асосий қисмини ташкил қилиш билан бирга жуда катта ижтимоий аҳамиятга эгаллиги туфайли ушбу соҳасини ривожлантириш объектив заруратга айланди. Чунки янги иш ўринларининг ҳам асосий қисми шу соҳада яратилмоқда.

Тадбиркорлик деганда моддий ва пул маблағларини фойда топиш йўлида сарфлаб, бозорга керакли товарлар ва хизматларни етказиб бериб, кишиларга наф келтирувчи, уларнинг ҳолатини чиқарувчи иқтисодий фаолият тушунилади. Тадбиркорлар бозорга товарлар ва хизматларни мунтазам етказиб беради, бозордаги талабни тўйдиради. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик мустақиллик йилларида турли иқтисодий, ижтимоий, сиёсий, табиий, маданий жараёнларнинг ўзаро боғлиқликда ривожланишининг ҳосиласи бўлиб, пировард натижада, мамлакат аҳолиси турмуш даражаси ва сифатининг яхшиланиб боришида, иқтисодий ўсиш суръатларида ўз ифодасини топди. Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик иқтисодиётнинг асосини ташкил этиб, ялпи ички маҳсулот ишлаб чиқариш, иш жойлари яратиш, меҳнатга лаёқатли аҳолини иш билан таъминлаш, бандлик даражасини ошириш, уларнинг ҳақиқий даромадларини кўпайтириш ва турмуш фаровонлигини яхшилашда бевосита таъсир кўрсатмоқда.

Ҳукуматимиз томонидан тадбиркорлик субъектларига имтиёзлар, қулайликлар яратиш келинмоқда. Мазкур соҳа аҳоли бандлигини таъминлаш ва уларнинг даромадини шакллантиришда, ички бозорни

импорт ўрнини босувчи юқори сифатли ва ҳамда уни экспорт қилишда етакчи кучга айланиб бормоқда. Маълумки, ҳар бир тадбиркор кўр-кўрона иш бошламайди ва фақат таваккал қилиб ҳаракат қилмайди, шу билан бирга ҳеч сабабсиз ўз соҳа ва тармоғини танламайди. Албатта, бунда истеъмолчи талаби туртки бўлади. Айтганимиздек, тадбиркорнинг манфаати истеъмолчи манфаатисиз амалга ошмайди. Демак, унинг даромад олиши, уларнинг даражаси товарларга бўлган талаб билан белгиланади.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ички маҳсулот ишлаб чиқаришда аҳоли фаровонлигини оширишда қишлоқ ва шаҳар жойларида аҳоли бандлиги муаммосини ечишда муайян ўрин эгаллайди. Кичик бизнес ва яқка тадбиркорлик ўзининг ихчамлиги яширин бозор талабини тезда ўрганиш, ҳаракатчанлиги кам маблағ сарфлаб маҳаллий эҳтиёжни қондириш учун турли зарур маҳсулотлар ишлаб чиқариб, уни бозорларга таклиф қила олади. Унинг яна бир муҳим томони ишлаб чиқаришда асосан маҳаллий ресурслардан фойдаланилади, бу эса маҳсулот таннархининг бир мунча арзон бўлишини таъминлайди.

Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш мамлакат иқтисодиётини барқарор ривожлантиришнинг устивор йўналиши деб қаралади. Шу муносабат билан эркин иқтисодий зоналар ва кичик саноат зоналарида бизнес субъектларини жойлаштириш, уларга имтиёз ва преференциялар беришни ташкилий ва ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Ушбу соҳани ҳар томонлама ривожлантириш, унинг ялпи ички маҳсулотдаги салмоғини ошириш, аҳоли бандлигини таъминлаш учун янги иш жойларини яратишни таъминлашга давлатимиз Президенти катта эътибор бермоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг Тараққиёт Стратегияси”да Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг етти та устувор йўналиши бўйича иқтисодиётда давлат иштирокини камайтириш, хусусий мулк ҳуқуқини ҳимоя қилиш ва унинг устувор мавқеини янада кучайтириш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожланишини рағбатлантиришга қаратилган институционал ва таркибий ислохотларни давом эттириш масалаларига алоҳида эътибор қаратилган. Шунга кўра, Тараққиёт стратегиясида хусусий мулк ҳуқуқи ва кафолатларини ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, хусусий тадбиркорлик ва кичик бизнес ривожини йўлидаги барча тўсиқ ва чекловларни бартараф этиш, унга тўлиқ эркинлик бериш, миллий иқтисодиётни жадал ривожлантириш ва юқори ўсиш суръатларини таъминлаш тадбирларга алоҳида эътибор қаратилган.

Инновацион муҳитни шакллантириш доимий равишда маҳсулотни янгилаш, ишлаб чиқариш фондларини янги техника асосида янгилаш, мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш имкониятини яратади ва муҳим омил ҳисобланади. Инновацион жараёни кичик бизнес соҳасидаги муҳитга мувофиқлаштириш, унинг самарасини ошириш мавжуд ижтимоий-

иқтисодий имкониятлардан тўлиқ фойдаланишни тақозо этади. Асосий эътибор бозор рақобати шароитида энг оқилона вариантларни танлаш, фойдалилик даражасини таъминлаш ва кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналар фаолиятини жадаллаштиришга қаратилиши лозим бўлади. Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, кўплаб ривожланган мамлакатлар юксак тараққиёт даражасига фан ва техника соҳасидаги энг сўнги инновацияларни ишлаб чиқаришга тез ва кенг кўламда жорий этиш ҳисобига эришмоқдалар. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланиши мамлакатда рақобатчиликнинг зарур муҳитини ҳосил қилиб, бозор шароитидаги кўпгина ўзгаришларга тезда мослаша олади, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасида янгидан-янги қўшимча иш ўринларини яратади ва мамлакатда ижтимоий муҳитни таъминлаш учун ўрта синфни шакллантириш манбаи ҳисобланади.

Тадбиркорлик соҳасида бозор фаолиятининг услубияти сифатида маркетинг кенг қўлланилмоқда. Маркетинг иши бозорни ўрганиш, нархларни шакллантириш, бозор талабига монанд равишда товарларни ишлаб чиқариш, уларни вақтида бозорга етказиш, реклама ўтказиш ва харидорларга хизмат кўрсатишни ўз ичига олади. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарнинг ишлаб чиқариш фаолияти маркетинг таҳлилининг натижаларига таянади, чунки бу нимани ва қандай турларда ва миқдорда ишлаб чиқариш, кимга ва қандай нархда қачон сотиш, бозорга қандай жойлашиб олиш мумкин деган саволларга жавоб беради. Маркетинг савдо-сотиқни ташкил этишгина эмас, шу билан бирга бозор талабини ишлаб чиқаришга етказиш, шунга қараб ишлаб чиқаришни созлаш ва бозор талабини қондиришни ҳам билдиради. Маркетинг фақат бозордаги талаб-эҳтиёжни қондириш воситасигина бўлмай, балки ишлаб чиқариш самарасининг ҳам юқори бўлишига қаратилади. Бу эса ўз навбатида иш ўринларини сақлаб қолишига туртки бўлади. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарини ривожлантиришнинг асосий шартларидан бири ҳар тарафлама етук, малакали кадрларни тайёрлашдан иборат. Хусусий корхона раҳбарларининг имиджи, билимдонлиги бозор муносабатларини чуқурлаштириш, истеъмолчи талабларига жавоб берадиган маҳсулотлар ишлаб чиқаришни ўстиришда асосий роль ўйнайди. Маркетинг вазифаси – тадбиркорликнинг муҳим жиҳати бўлиб, корхонанинг ишлаб чиқарган маҳсулот ва хизматлар алмашинув жараёни билан боғлиқ бошқарув тизимидир. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари маркетингдан фойдаланишда йирик корхоналарга нисбатан қуйидаги устунликларга эга:

- маҳсулот ишлаб чиқариш фаолиятини йўлга қўйиш ва бошқаришдаги оддийлик, мижозлар, истеъмолчилар билан тўғридан-тўғри мулоқотда бўлиш;

- маркетинг тадбирларини ўтказиш ва қисқа фурсатда маркетинг қарорлари қабул қилиниши;

-ишчи ва хизматчилар билан тўғридан-тўғри мулоқот қилиш, имконияти кенглиги, инновациянинг кенглиги, инновациянинг тадбиқ қилиниши ва ишлаб чиқаришга қўйилиши.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини молиявий қўллаб-қувватлаш, уларни кредитлаш хажмининг ошиши соҳани ривожлантиришнинг муҳим омили ҳисобланади.

Мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарини самарадорлигини таъминлаш учун қуйидаги ишларни амалга ошириш лозим:

- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий жиҳатдан таъминлаш ва мавжуд механизмларни самарадорлигини ошириш ва молиялаштиришнинг янги манбаларини ҳаракатга келтириш негизида қулай инвестиция муҳитини яратиш;

- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик соҳаси учун малакали рақобатбардош кадрларни тайёрлаш;

- Соҳани янада тезроқ ривожланишига таъсир этувчи тўсиқлар, божхонадаги айрим қийинчиликларни бартараф этиш;

- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ташқи иқтисодий фаолият механизмларини такомиллаштириш.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарининг ривожлантириш борасида яратилган қулай шарт-шароитлар, соҳанинг иқтисодий ривожланиши, аҳолини иш билан бандлиликка ва даромадларининг ўсишига хизмат қилади.

X. O‘.Po‘latov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti katta o‘qituvchisi

S.M.Usmonov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi

OCHIQ BYUDJETNING AMALDAGI HOLATI VA KELGUSIDAGI ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada yurtimizda fuqarolarning budjet jarayonidagi faolligini oshirish ishlari natijalari hamda fuqarolarning ancha paytdan beri qiynab kelyotkan ijtimoiy-iqtisodiy muammolar zaruriy yechimlari va aholini ijtimoiy himoya qilishga qaratilgan islohotning amaldagi holati va kelgusidagi istiqbollari xususida takliflar berib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: Tashabbusli budjet, jamoatchilik fikri, ochiq budjet tizimi, davlat va jamoatchilik nazorati, ochiqlik va shaffoflik.

Аннотация: В данной статье представлены результаты работы по повышению активности граждан в бюджетном процессе в нашей стране, а также необходимые пути решения социально-экономических проблем, давно беспокоящих граждан, и нынешнее приведены состояние и

дальнейшие перспективы реформы, направленной на социальную защиту населения.

Ключевые слова: инициативный бюджет, общественное мнение, открытая бюджетная система, государственный и общественный контроль, открытость и прозрачность.

Abstract: In this article, the results of the work of increasing the activity of citizens in the budget process in our country, as well as the necessary solutions to the socio-economic problems that have been bothering citizens for a long time, and the current state and future prospects of the reform aimed at social protection of the population, are given.

Key words: Initiative budget, public opinion, open budget system, state and public control, openness and transparency.

Kirish: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2018 yil 22 avgustdagi " Budjet ma'lumotlarining ochiqligini va budjet jarayonida fuqarolarning faol ishtirokini ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3917-son qaroriga asosan yurtimizda "Ochiq budjet" portalini ishga tushirilgan. Ushbu portalning asosiy maqsadi fuqarolarning qiynab kelayotgan har xil ijtimoiy ahamiyatga molik bo'lgan obyektlarni tiklash, ichki yo'llarni ta'mirlash, maktab, shifoxona, bolalar bog'chalarini qurish va ulardagi mavjud moddiy-texnik bazani yanada mustahkamlash uchun fuqarolardan kelib tushgan takliflar asosida eng maqbul loyihalarni moliyalashtirish uchun xizmat qilishdir. Ushbu jarayon bir yilda ikki marotaba amalga oshiriladi. Ma'lumot o'rnida aytishimiz mumkinki, 2023 yilning 1 mavsum "Ochiq byudjet" loyihasiga 55 970 ta tashabbus kelib tushgan bo'lib, ulardan 33 680 ta tashabbus tasdiqlangan, 22 290 ta tashabbus rad etilgan hisoblanadi va bu jarayonga fuqarolar tomonidan 16 129 764 ta ovoz berilgan. Biz bundan kelib chiqib, ushbu tizim fuqarolarni budjet jarayoniga befarq emasligini va har bir islohotda fuqarolarning taklifini bilish muhim ekanligini alohida e'tibor bilan aytib o'tsak o'rinli hisoblanadi.

Bundan tashqari "Ochiq budjet" portaliga fuqarolardan kelib tushayotkan takliflarning asosiysi ichki yo'llarni ta'mirlash hisoblanadi. Bundan kelib chiqib O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasininig 2022 yil 2 fevraldagi "Avtomobil yo'llari sohasida ochiqlik standartlarini joriy etish va sohada jamoatchilik nazoratini kuchaytirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 49-sonli qarori qabul qilindi.

Mazkur qarorga asosan byudjet mablag'larini sarflanishida fuqarolar ishtirokini yanada oshirish va yurtimizdagi mavjud ichki yo'llar sifatini yaxshilash maqsadida 2022 yildan boshlab tuman va shaharlar byudjetlari parametrlarida hududiy ichki yo'llarni ta'mirlash uchun ajratiladigan mablag'larning 50 foizi «Ochiq byudjet» axborot portalini orqali jamoatchilik fikri asosida aniqlangan ichki yo'llarni ta'mirlashga yo'naltirilishi qat'iy belgilab qo'yildi. Bu tizim "Tashabbusli byudjet" jarayonlaridan farqli o'laroq bir yilda bir marotaba o'tkaziladi. Ushbu jarayonlar bevosita Open budget axborot portalini

orqali amalga oshiriladi. Bunda axborot portaliga ichki yo‘llarning joylashgan manzili (geopozitsiyasi), to‘liq nomlari, uzunligi, holati (asfaltlangan, ta‘mirtalab) va boshqa ma‘lumotlari to‘liq kiritiladi hamda fuqarolar ichki yo‘llar reyestridan geoma‘lumotlar asosida tegishli ichki yo‘lni tanlash orqali o‘z takliflarini qoldirish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Mavzuga oid manbalar tahlili: Fuqarolarni budget jarayonida faolligini oshirish xususida gap ketganda dastlab mavzuning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati, uning huquqiy asoslarini chuqur tahlil qilish talab etiladi. Shu bois biz avvalo mavzuga aloqador qarorlar va qonun hujjatlari, shu jumladan har bir berilgan iqtisodiy jarayonlarga alohida urg‘u berish maqsadida o‘quv qo‘llanmalari va ilmiy maqolalarning asosiy takliflarini ham o‘rganishni ham joiz deb topdik. Ushbu manbalarni tahlil qilish asosida kelgusida ishonchli va tezkor axborotlarga ega bo‘lamiz.

Ushbu jarayonlarning hozirgi holati va istiqboldagi rejalarini o‘rganish maqsadida Prizedentimiz Shavkat Mirziyoyevning “Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi” asarini asos qilib olsak bo‘ladi Ushbu asarda bugungi kunda amalga oshirilayotkan tub o‘zgarish va islohotlarning maqsadi, mazmun-mohiyati hamda ustuvor yo‘nalishlar, milliy taraqqiyotimiz istiqbollari haqida atroflicha fikrlar bildirib o‘tilgan.

Tadqiqotni amalga oshirishda foydalanilgan usullar:Kambag‘allikni qisqatirish va adolatli ijtimoiy siyosat yuritish – davlatimiz oldida turgan muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Fuqarolarni budget jarayonida faolligini ham oshirish ham xalqaro ahamiyatga aloqador islohot sanaladi. Yuqoridagilarni inobatga olib ‘Ochiq budget” jarayoni yillar kesimidagi holatini o‘rganish, kambag‘allikni qisqartirishning xalqaro tajribalarini o‘rganish va mamlakatlarda olib borilayotkan ijtimoiy siyosat tadbirlarini yoritish juda muhim shart hisoblanadi. Xalqaro hamjamiyat tajribasini yurtimizga joriy qilishga qaratilgan islohotlarga ham o‘z taklif-mulohazalarimini aytish jud o‘rinli bo‘ladi.

Ushbu maqsadlarni amalga oshirish uchun statistik usullardan, mantiqiy va tarkibiy tahlil qilish, guruhlashtirish, iqtisodiy-statistik tahlil, o‘zaro qiyosiy taqqoslash usullaridan foydalanildi.

Tahlillar: Mavzumizning ko‘p tarmoqlarga tegishli bo‘lganligi sababli biz har bir asoslarga alohida to‘xtalib o‘tishni o‘zimizga ma‘qul deb topdik.

Tashabusli budget loyihasi- bugungi kunda xalqaro hamjamiyatda aynan “O‘zbekiston tajribasi” deya e‘tirof etilayotgan muhim tadbirlardan biri hisoblanadi. Ushbu jarayon bevosita 1 yilda 2 marotaba, ya‘ni birinchi va ikkinchi mavsum loyihalari asosida o‘tkaziladi. Har bir mavsumda fuqarolar o‘zlarini qiynab kelayotkan muammolar to‘g‘risida Portalga o‘z takliflarini joylaydilar. Portalga kirilgan loyihalar tegishli asoslarga ega bo‘lgan taqdirda, Portalga ovoz yig‘ish uchun joylanadi. Eng ko‘p ma‘qullangan loyihalar esa bevosita ijro uchun qabul qilinib, loyihaning moliyalashtirilishi to‘liq ta‘minlab beriladi. Quyidagi berilgan 1-ma‘lumotlar oynasida “Ochiq budget” Portaliga kelib tushgan takliflarning davrlar kesimida ko‘rishimiz mumkin:

1-jadval

“Ochiq Budjet” loyihasining yillar kesmda ma’lumoti

YILLAR	1-mavsum		2-mavsum	
	Kelib tushgan takliflar soni	Tasdiqlangan tashabbuslar	Kelib tushgan takliflar soni	Tasdiqlangan tashabbuslar
2022	69 699	40 276	61 566	37 670
2023	55 970	33 680	Jarayon hali boshlanmagan	

“Ochiq budjet” portali kelib tushayotgan takliflarni tizimli o’rganish va loyihalar ustidan ham jamoatchilik ham davlat nazoratini o’rnatish juda muhim hisoblanadi. Bevosita moliyalashtirishga yo’naltirilgan mablag’larni maqsadli sarflanishi bu kelgusida loyihaning ko’p yillar davomida xalqqa xizmat qilishiga sabab bo’ladi. Xo’sh “Ochiq budjet” portalga joylangan loyihalar uchun qancha mablag’ yo’naltirilganligi va loyiha davomida qancha fuqaro bunga o’z munosabatini bildirganligini bilish albatta muhim. Quyidagi keltirilayotkan 2-ma’lumotlar oynasida buni tahlil qilib olamiz:

2-jadval

“Ochiq Budjet” loyihasining yillar kesmda ma’lumoti

YILLAR	1-mavsum		2-mavsum	
	Barcha berilgan ovozlar	Ajratilgan mablag’lar (mlrd.so’m hisobida)	Barcha berilgan ovozlar	Ajratilgan mablag’lar (mlrd.so’m hisobida)
2022	6 718 133	1201.3	7 823	1419.0
2023	16 129 764	2882.9	Jarayon hali boshlanmagan	

Yuqoridagi ma’lumotlarga tayanadigan bo’lsak ‘Ochiq budjet’ loyihasi fuqarolarning byudjet jarayonida jamoatchilikni ham fikrlarini o’rganishga asoslangan mexanizm sifatida tashkil etilganligi guvohi bo’lishimiz mumkin.

Xulosa va takliflar: Biz yuqoridagi ma’lumotlar va statistik tahlil natijalariga tayangan holda yurtimizga “Tashabbusli byudjet” tizimini kirib kelishi va rivojlanishi, “Ochiq budjet” portalining joriy qilinishi, ushbu jarayon shaffof va ochiqlik tamoyili asosida faoliyat olib borayotkanini va bu jarayon xalqaro hamjamiyatda ham e’tiroflarga sabab bo’layotkanligini ko’rib chiqdik. Biz sohalni yanada rivojlantirish uchun quyidagi takliflarni inobatga olish lozim deb hisoblaymiz:

✚ “Ochiq budjet” portal tomonidan g’olib deb topilgan loyihalarga yo’naltirilgan mablag’larning samarali yo’naltirilishini ta’minlash uchun Jamoatchilik nazoratini tizimli asosda faoliyatini olib borish zarur;

✚ “Ochiq budjet” portaliga faqat ijtimoiy ahamiyatga ega loyihalarni joylashtirishni emas, balki hudud joylashuvi va imkoniyatiga qarab ishlab

chiqarish zavod va fabrikalarini ham dasturli-reja asosida barpo etish chora-tadbirlarini ishlab chiqish zarur. Buning natijasida hudud aholisining ish bilan badligi va doimiy daromadga ega bo'lishi maqsadli asosda ta'minlanadi;

✚ “Ochiq budjet” portalida “Mening yo'lim” loyihasiga qo'shimcha tarzda

“Mening mahallam” loyihasini ham ishga tushurish ham zarur. Bunda yilda bir mavsum tashkil qilinib hududlarda 1 ta ijtimoiy infratuzilmasi yomon ahvoldagi mahalla tanlab olinadi va eng ko'p ovoz yig'gan mahallalar soni mavjud iqtisodiy moliyaviy imkoniyatlardan kelib chiqib moliyalshtirilishi maqsadga muvofiq bo'lar edi

✚ “Ochiq budjet” loyihasiga kiritilayotgan takliflarni alohida guruhlab chiqishni taklif etamiz. Bunda har bir guruh uchun alohida mablag' yo'naltirilishi va mavsum tashkil qilinishi talab etiladi. Masalan, bir mavsumda faqat maktab va shifoxonalar uchun takliflar qabul qilinib olinadi va natijada takliflarni qo'llab quvvatlovchi insonlar orasida har xil norozilik va tushunmovchilik kabi oqibatlar ma'lum darajada kamayadi;

✚ “Ochiq budjet” loyihasida qatnashgan takliflarni hududlarga bo'lib tanlab olish mexanizmini ham joriy etish zarur. Bunda chekka qishloq va ovullardagi fuqarolardan kelib tushgan takliflarni moliyalashtirish kelgusida Respublikamizning chekka hududlaridagi ijtimoiy-iqtisodiy infratuzilamani yaxshilashga asosiy sababchi bo'ladi;

Taklif joylashtirgan tashabbuskor fuqarolarni ham taklif maqsadi, kelgusidagi ahamiyatiga e'tibor qaratgan holda loyihasi g'olib bo'lganda mukofotlash kerak. Bunda hamma mukofot uchun loyiha joylagan taqdirda ham davlat o'ziga kerakli eng maqbul sohani moliyalashtirisa bo'ladi. Bu esa o'z navbatida ijtimoiy iqtisodiy sohadagi bilinmay yurgan muammolarni bilish va ularga yechim topishga ham ma'lum darajada ko'maklashishi mumkin.

Yuqoridagi takliflar inobatga olinsa ushbu sohadagi tizimlarning ish faoliyati yanada ijobiy bo'ladi nazarimizda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. “Yangi Ozbekiston taraqqiyot strategiyasi”- Sh.M.Mirziyoyev; 2022-yil
2. Beglova E.I., “Mehnatkash odamlarning qashshoqligini bartaraf etish konsepsiyasi”, Iqtisodiyot va huquq masalalari. 2011 yil.
3. [www.lex.uz](http://lex.uz/uz/docs/-3879197) sayti ma'lumotlari: <http://lex.uz/uz/docs/-3879197>;
4. [www.lex.uz](https://lex.uz/uz/docs/-5845985) sayti ma'lumotlari: <https://lex.uz/uz/docs/-5845985>
5. [www.openbudget.uz](https://openbudget.uz/counters) sayti ma'lumotlari; <https://openbudget.uz/counters>;

Э.А.Нозимов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институт «Инвестиция ва инновациялар» кафедраси ассистенти

ЎЗБЕКИСТОНДА ХИЗМАТЛАР БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: Мақолада хорижий ва миллий тадқиқотчиларнинг илмий тадқиқотлари асосида хизмат кўрсатиш атамаларига аниқлик киритилиб, хизмат кўрсатиш хусусиятлари таснифланди, хизмат кўрсатиш фаолиятидан фойдаланиш йўналишлари ҳамда имкониятлари аниқланди. Шу билан бирга хизматлар ҳажмининг 2010-2019 йиллардаги динамик қаторига асосланган ҳолда кўрсаткичларнинг ўзгариш қонуниятлари аниқланди ҳамда аниқланган қонуниятлар асосида кўрсаткичларнинг 2023 йилгача ўзгариш даражаси прогноз қилинди.

Калит сўзлар: хизматлар бозори, модернизация, хизматлар соҳаси, молиявий хизматлар, транспорт хизматлари, регрессион таҳлил.

Аннотация: В статье уточнены условия службы на основе научных исследований зарубежных и отечественных исследователей, классифицированы особенности службы, определены направления и возможности использования служебной деятельности. При этом, исходя из динамического диапазона объема услуг в 2010-2019 годах, определено законодательство об изменении показателей, и на основании установленного законодательства спрогнозирована скорость изменения показателей на 2023 год.

Ключевые слова: рынок услуг, модернизация, сфера услуг, финансовые услуги, транспортные услуги, регрессионный анализ.

Abstract: The article clarified the terms of service on the basis of scientific research of foreign and national researchers, classified the features of service, identified the directions and possibilities of using service activities. At the same time, based on the dynamic range of the volume of services in 2010-2019, determined the legislation on the change of indicators, and on the basis of the established legislation, projected the rate of change of indicators for 2023 year.

Key words: services market, modernization, services sphere, financial services, transportation services, regression analysis

Мамлакатни модернизация қилиш шароитида мамлакат аҳолисига хизмат кўрсатиш, уларнинг турмуш даражасини яхшилаш ва бандлик муаммосини ҳал этиш ҳозирги кунда энг долзарб муаммолардан бири ҳисобланади. Турли хизматлар кўрсатиш орқали, биринчидан, аҳолининг хизматларга бўлган эҳтиёжлари қондирилса, иккинчидан, иш билан банд бўлмаган меҳнат ресурсларини иш билан таъминлаш муаммоси ҳал этилади, учинчидан мамлакат аҳолисининг турмуш даражаси яхшиланиши ҳамда аҳоли даромадларининг кўпайишига олиб келади. Шунинг учун ҳам

танланган мавзу доирасидаги аҳолига қулай хизматлар кўрсатиш, иш билан таъминлаш ва мамлакат аҳолисининг турмуш даражасининг яхшиланиши илмий тадқиқотларнинг энг муҳим йўналишларидан бири ҳисобланади

Хизмат кўрсатиш тармоқларини модернизациялаш иқтисодиётнинг қишлоқ хўжалиги, саноат тармоқларини модернизациялашдан кескин фарқ қилади. Масалан, қишлоқ хўжалигини модернизациялашда мамлакат аҳолисини озиқ-овқат маҳсулотлари билан узлуксиз ва барқарор таъминлаш, ер ресурслари унумдорлигини ошириш, экологик мувозанатни сақлаш ёки соҳани экспорт салоҳиятини кескин кўтариш назарда тутилади. Саноат тармоқлари модернизацияси ҳам тикланмайдиган ресурслардан имкон қадар самарали фойдаланишни назарда тутди. Хизмат кўрсатиш тармоқларининг модернизацияланиши эса асосан қуйидаги имкониятларни яратиб беради:

- хизмат турларини кўпайтиради;
- хизматлар ҳажмини оширади;
- хизматларнинг сифатини яхшилади;
- хизмат кўрсатиш тезлигини оширади.

Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялашнинг ўзига хос хусусияти мавжуд. У хизмат кўрсатиш соҳасининг айрим тармоқларида банд бўлган ходимларнинг қисқаришига олиб келса, айримларида эса аҳоли бандлигини таъминлайди. Масалан, тиббиёт соҳасидаги янги технологиялар бир вақтнинг ўзида беморнинг қон босими, юрак уруши ҳамда қон таркибини аниқлаш имконини беради. Бунда бемор ўз хасталиги бўйича яна бошқа бир шифокор кўригидан ўтишга ҳожат қолмайди. Демак, шу соҳадаги мутахассислар таркибида кадрлар қисқариши содир бўлади. Таълим соҳасида эса модернизация жараёнининг кучайиши янги иш ўринларини очиш имконини беради. Таълим соҳасида модернизацияни кириб келиши ундаги ўқув дастурларини янгиланиши ва жаҳон стандарти талабларига мослашиши натижасида ўқув муассасаларидаги ҳар бир ўқитувчининг йиллик ўқув юкларини ўзгаради. Таълим соҳасидаги модернизация ўқитувчиларга ўз устида ишлаш, янги манбалардан фойдаланиш, янги педогогик технологияларни топиш учун алоҳида вақт ажратади. Бу эса, ушбу соҳада янги иш ўринларини яратиш, таълим сифатини янада яхшилаш имконини беради. Шундан келиб чиқиб, хизмат кўрсатиш соҳасидаги модернизацияни яхлит бир кўринишда қабул қилиш мақсадга мувофиқ эмас. Уни имкон қадар бандлик нуқтаи-назардан қараш лозим.

Хизматлар соҳаси мураккаб, кўп режали механизм бўла туриб, фаолиятнинг бир қатор йўналишларини (савдо ва транспортдан таълим ва суғурталашгача) камраб олади ва замонавий иқтисодиётнинг истикболли соҳаларидан бири саналади.

Ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлмаган соҳани ва унинг доирасида фаолият кўрсатувчи хизматлар бозорини бошқаришда мавжуд бўлган ресурсларнинг самарали ишлатилишини ҳисобга олган ҳолда, инсон,

ижтимоий гуруҳлар ва жамият талабларини қондирилишини таъминлашга имкон берадиган ва турли хизматларга бўлган талаб ва таклиф балансини имкон даражада таъминлаш масаласини ҳал қиладиган замонавий усул ва услубларини жорий қилиш бугунги куннинг талабидир.

Ўзбекистон Республикасида хизматлар соҳасидаги асосий кўрсаткичлар динамикасини моделлаштириш соҳада юз бераётган тенденциялар, трендлар ва вақтли қаторлар каби моделлар ёрдамида амалга оширилиши мумкин. Хизматлар соҳасининг айрим кўрсаткичларини ўрганилган йиллар давомида ўзгариш тенденцияларини таҳлилини амалга оширилди.

Хизматлар ҳажми (Y)нинг ортиб боришига таъсир этувчи асосий капиталга киритилган инвестициялар ҳажми (X1) йилдан-йилга ортиб борган. Бу эса, тўғридан- тўғри чиқиш омили ҳисобланган иқтисодий фаолиятнинг асосий турлари бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ортиб боришига олиб келади.

Белгиланган омиллардан келиб чиқиб, боғланишдаги омилларнинг зичлиги аниқланди, регрессион таҳлил амалга оширилиб, регрессия тенгламаси тузилди. Кўрсаткичларнинг жойлашуви йиллар давомида барқарор, аниқ оралиқларда ўсганлигини эътиборга олган ҳолда регрессион боғланиш тўғри чизиқли боғланиш сифатида баҳоланди.

Юқоридаги назарий ва амалий тадқиқотларни амалга ошириш асосида қуйидаги хулосаларга келинди:

1. Ўзбекистон Республикасида иқтисодиётни либераллаштириш ҳамда макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш шароитида хизматлар соҳаси қисқа давр ичида тез суръатлар билан ривожлантириш учун етарли салоҳиятга эга соҳалардан эканлиги аниқланди. Ўзбекистон Республикасини 2017-2021 йилларда ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясидан келиб чиқиб, мамлакатимиз ҳудудида мавжуд бўлган хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятини ривожлантириш жараёни амалга оширилмоқда.

2. Хорижий ва миллий тадқиқотчиларнинг илмий тадқиқотлари асосида хизмат кўрсатиш атамаларига аниқлик киритилиб, хизмат кўрсатиш хусусиятлари таснифланди.

3. Хорижий мамлакатларнинг хизмат кўрсатиш фаолиятидан фойдаланиш тажрибаларини ўрганган ҳолда мамлакатимиз ҳудудларида хизмат кўрсатиш фаолиятидан фойдаланиш йўналишлари ҳамда имкониятлари аниқланди.

4. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида мавжуд хизмат кўрсатиш фаолиятининг миқдорий ва сифат кўрсаткичлари динамик қаторларини таҳлил қилиш асосида қуйидагилар аниқланди ва баҳоланди:

- хизмат кўрсатиш фаолияти таҳлил қилинган йиллар давомида барқарор ўсиб бормоқда ва ҳақиқатда мавжуд бўлган хизматлар таклифи реал талабни тўлиқ қондира олмаяпти;

- хизматлар ҳажмининг 2010-2019 йиллардаги динамик қаторига асосланган ҳолда кўрсаткичларнинг ўзгариш қонуниятлари аниқланди ҳамда аниқланган қонуниятлар асосида кўрсаткичларнинг 2023 йилгача ўзгариш даражаси прогноз қилинди.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Котлер, Ф., Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. Божук С. Г. СПб.: Питер, 2006. — 464 с.
2. Коробкова С.Н. Сервисная деятельность. Учебное пособие. Под редакцией В.К.Романовича Издательство – СПб Питер – 2006.
3. Аванесова Г.А., Воронкова Л.П., Маслов В.И., Фролов А.И. Туризм, гостеприимство, сервис. Словарь-справочник. Под ред. Л.П.Воронковой. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
4. Маницкая Л.Н., Жуков Б.М. Модернизация предприятий сферы услуг: концептуальная модель и инструментальные средства. // «Современные проблемы науки и образования» №3, 2011 г. <https://scienceeducation.ru/ru/article/view?id=4711>.

Ғ.О.О‘роқов – Самарқанд иқтисодийот ва сервис институти, Иқтисодий тahlil ва статистика kafedrasi assistenti

MAMLAKTIMIZDA AHOЛИ BANDLIGINI TA’MINLASHDAGI ISLOHOTLARNING SAMARASI

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatimizda aholi bandligini ta’minlash, ishsizlik darajasini kamaytirish kabi muhim islohotlar xususida so‘z boradi, ularning bayonini batafsil yoritishda statistik ma’lumotlardan ham foydalanilgan.

Kalit so‘zlar: aholi bandligi, ishsizlik, iqtisodiy faol aholi, mehnat munosabatlari, tadbirkorlik, monomarkaz, migratsiya, mehnat resurslari.

Аннотация: В данной статье рассказывается о важных реформах в нашей стране, таких как обеспечение занятости населения и снижение уровня безработицы.

Ключевые слова: занятость населения, безработица, экономически активное население, трудовые отношения, предпринимательство, моноцентр, миграция, трудовые ресурсы.

Abstract: This article talks about important reforms in our country, such as ensuring employment of the population and reducing the unemployment rate.

Key words: population employment, unemployment, economically active population, labor relations, entrepreneurship, monocenter, migration, labor resources.

“2020 yilda yangi ish o‘rinlarini tashkil etish va axholi bandligini ta’minlash parametrlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori loyihasi ishlab chiqildi. “Iqtisodiyotni rivojlantirish va kambag‘allikni qisqartirishga oid davlat siyosatini tubdan yangilash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Prezident Farmoni qabul qilindi. Farmonga muvofiq, Iqtisodiyot va sanoat vazirligi Iqtisodiy taraqqiyot va kambag‘allikni qisqartirish vazirligi etib qayta tashkil etildi.

Respublikada joriy yilning birinchi yarim yilligi holatiga mehnat resurslari soni 19,1 mln. kishini tashkil etib, bu ko‘rsatkich 2019 yilning mos davriga nisbatan 0,6 foizga oshdi. Ishsizlik darajasi iqtisodiy faol aholining 13,2 foizni tashkil etdi¹⁹.

2020 yil birinchi yarim yilligida mamlakat bo‘yicha Bandlik va mehnat munosabatlari vazirligi tizimidagi aholi bandligiga ko‘maklashish markazlariga ish so‘rab murojaat qilgan 273 ming nafar fuqaroning 40 foizi, shuningdek, xususiy bandlik agentliklari tomonidan joriy yilning yanvar-aprel oylarida 2890 nafardan ziyod ishsiz fuqaro ishga joylashtirildi²⁰.

Aholi bandligiga ko‘maklashish markazlari tomonidan ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirish maqsadida Toshkent shaxrida “Kunlik ishchilar markazi”lari ochildi.

“Kambag‘al va ishsiz aholini tadbirkorlikka jalb qilish, ularning mehnat faolligini oshirish va kasb-hunarga o‘qitishga qaratilgan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti qarori loyihasi ishlab chiqildi.

Qaror loyihasida ishsiz fuqarolarni kasb-hunarga hamda tadbirkorlikka o‘qitishga qaratilgan quyidagilarni nazarda tutuvchi umummilliy tizim joriy etiladi:

- Qoraqalpog‘iston Respublikasi Nukus shahri, viloyatlar markazlari va Toshkent shahrida joylashgan “Ishga marhamat” monomarkazlari;
- Qoraqalpog‘iston Respublikasi va viloyatlar tuman (shahar)larida joylashgan ishsiz va band bo‘lmagan aholini kasb-hunarga o‘qitish markazlari;
- Toshkent shahrining tumanlarida Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi huzuridagi o‘rta maxsus ta’lim muassasalarida ishsiz yoshlar, xotin-qizlar hamda o‘z malakasini oshirmoqchi bo‘lgan fuqarolar uchun tashkil etiladigan qisqa muddatli kasb-hunarga o‘qitish kurslari;
- mahalla guzarlarida, mahalla hududlaridagi o‘quv muassasalar, korxona va tashkilotlar, tashabbuskor tadbirkorlik sub’ektlari binolarida, boshqa bo‘sh turgan joylarda ishsiz va band bo‘lmagan aholini kasb-hunarlarga o‘qitish markazlari huzurida tashkil etilgan mahalla aholisini kasb-hunarga o‘qitish maskanlari tashkil etiladi.

¹⁹ Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari, www.stat.uz

²⁰ <https://strategy.uz/index.php?news=1064>

Shu bilan birga, Toshkent shahridagi “Ishga marhamat” monomarkazida, Qoraqalpog‘iston Respublikasi va viloyatlardagi “Ishga marhamat” monomarkazlarida 2020-2021 yillarda ish qidiruvchi shaxslar, xorijga mehnat migratsiyasiga ketmoqchi bo‘lgan fuqarolar, nodavlat o‘quv markazlari bitiruvchilari va boshqa aholi toifalari uchun **WorldSkills** standartlari asosida Ishchi kasblar bo‘yicha kasbiy malakani baholash markazlari tashkil etiladi.

Pandemiya sharoitiga qaramasdan, karantin davrida 131,2 ming nafar ishsiz fuqaro haq to‘lanadigan jamoat ishlariga jalb qilinib, ularning bandligi ta‘minlandi.

Koronavirus pandemiyasining mehnat bozoriga salbiy ta‘sirini yumashatish maqsadida mehnat organlari tomonidan 588,2 ming (30 yoshgacha bo‘lganlar 159,9 ming va ayollar 229,4 ming) nafar ishsiz va band bo‘lmagan aholiga xizmatlar ko‘rsatildi²¹.

Xususan, 501,1 ming nafari doimiy ish o‘rinlariga ishga joylashtirish va jamoat ishlariga jalb qilish orqali bandligi ta‘minlandi, 15,0 ming nafar ishsiz fuqaro kasb-hunarga o‘qitildi, 27,0 ming nafariga Bandlikka ko‘maklashish jamg‘armasidan 10,1 mlrd. so‘m ishsizlik nafaqasi to‘lab berildi.

Shu bilan birga, karantindan keyingi davrda shaxsiy tomorqalarni rivojlantirish uchun Bandlikka ko‘maklashish jamg‘armasidan subsidiyalar berish dasturi orqali dehqon xo‘jaliklari va shaxsiy tomorqalarda band bo‘lgan fuqarolar soni 201,1 ming nafarga ortganligi bevosita islohotlar besamar ketmayotganligining yana bir isbotidir.

J.A.Haydarov – SamISI, “Real iqtisodiyot” kafedrası assistenti

O‘ZBEKISTONDA TRANSPORT XIZMATLARI INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISH OMILLARI

Annotatsiya. “Transport infratuzilmasi” atamasining mualliflik konsepsiyasi taklif etilib, mamlakatda transport infratuzilmasini rivojlantirishning asosiy jihatlari ko‘rsatib berilgan.

Kalit so'zlar: infratuzilma, transport, xizmat ko'rsatish.transport tizimi, transport kompleksi, transport infratuzilmasi.

Аннотация. Предложена авторская концепция термина «транспортная инфраструктура», показаны основные аспекты развития транспортной инфраструктуры в стране.

Ключевые слова: транспортная инфраструктура, транспорт, сервис, транспортная система, транспортный комплекс.

²¹ Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlari, www.stat.uz

Abstract. The author's concept of the term "transport infrastructure" is proposed, the main aspects of the development of transport infrastructure in the country are shown.

Key words: transport infrastructure, transport, service, transport system, transport complex.

Dunyo mamlakatlarining barqaror rivojlanishini ta'minlash, ularning iqtisodiy makonining hududiy yaxlitligini kompleks rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash, shuningdek iqtisodiy resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish zarurati muvozanatli mintaqaviy infratuzilmani yaratish muammosini qo'yadi. uning eng muhim tarkibiy qismi transport infratuzilmasi bo'lib, bu juda dolzarbdir.

Hozirgi vaqtda hududlarning sezilarli darajada tabaqalanishi, iqtisodiy makonning past darajada tuzilishi, shuningdek, investitsion oqimlarning cheklanganligi transport infratuzilmasi O'zbekistonning iqtisodiy o'sish modeliga yetarli darajada mos kelmasligiga olib keldi.

Prezidentimiz Sh.M. Mirziyoyev “Bu soha – iqtisodiyotning qon tomiri. Transport va logistikani yangi bosqichga olib chiqmasak, iqtisodiyotning barqaror rivojini ta'minlay olmaymiz”, deya ta'kidlab o'tgan²². Oqibatda, raqobatdosh narxlarda yetkazib berish qulayligi bo'yicha Xalqaro logistika samaradorligi indeksida mamlakat 160 ta davlat ichida 120-o'rinni egallagan. Davlatimiz rahbari temir yo'l tranziti imkoniyatini keskin oshirish, aviatsiyani qulay, tez va sifatli xizmat ko'rsatadigan sohaga aylantirish, xalqaro tranzit yuklari uchun zamonaviy avtomobil yullari tarmog'ini kengaytirish bo'yicha choralarni belgilab bergan.

Transport va uning ishlashi uchun shart-sharoit yaratuvchi transport infratuzilmasi hududiy iqtisodiyotning tizimli tarmoqlaridan biri bo'lib, hududlarning hududiy yaxlitligini va uning iqtisodiy makonining birligini ta'minlaydi; va shuning uchun transport infratuzilmasini rivojlantirish iqtisodiy o'sishning innovatsion modelini amalga oshirish va mintaqa aholisining hayot sifatini yaxshilashning zarur shartidir.

Mintaqaning infratuzilma majmuasining bir qismi sifatida transport infratuzilmasi o'ziga xos bo'lgan muayyan funktsiyalarni bajaradi. Shu bilan birga, transport infratuzilmasining iqtisodiy mohiyati va mintaqani tashkil etuvchi xususiyati bilan belgilanadigan asosiy agregat funktsiyasi mintaqaviy va mintaqalararo transport-iqtisodiy munosabatlarni amalga oshirishdan iborat.

Transport infratuzilmasini rivojlantirish hududlarning fazoviy asoslarini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlarini belgilash orqali ularning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishga, ijtimoiy, ishlab chiqarish, transport va boshqa muhandislik infratuzilmalarining fazoviy

²² <https://www.gazeta.uz/uz/2022/09/29/transport/>

tashkil etilishini, tabiiy va tarixiy-madaniy muhitni muhofaza qilish tizimlarini takomillashtirish.

Transport infratuzilmasi ob'ektlariga temir yo'l, tramvay va ichki suv yo'llari, aloqa liniyalari, avtomobil yo'llari, tunnellar, estakadalar, ko'priklar, vokzallar, temir yo'l va avtovokzallar, metropolitenlar, aerodromlar va aeroportlar, aloqa tizimlari ob'ektlari, navigatsiya va transport vositalari harakatini boshqarish shuningdek, transport kompleksining ishlashini ta'minlaydigan boshqa binolar, inshootlar, qurilmalar va jihozlar kiradi.

Biroq, "transport infratuzilmasi" atamasi ba'zan kengroq ma'noda qo'llaniladi. Transport sohasi doimo ishlab chiqaruvchi kuchlarning har tomonlama rivojlanishi bilan bog'liq bo'lganligi sababli, u butun iqtisodiyot infratuzilmasining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri sifatida qaraladi.

Transport infratuzilmasi shahar va umuman davlat transport tizimining bir qismidir. Biroq, milliy iqtisodiyotning ushbu jihatini o'rganishda ilmiy va siyosiy doiralarda "transport infratuzilmasi" kabi toifaning tabiati, chegaralari va iqtisodiyotdagi o'rni haqida munozaralar davom etmoqda. Transport infratuzilmasini ilmiy tadqiqot va davlat boshqaruvi predmeti sifatida aniq va aniq tushunmasdan, ushbu sanoat va O'zbekiston milliy iqtisodiyotini samarali rivojlantirish haqida gapirish mumkin emas.

Transport infratuzilmasi va transport tizimlarini shakllantirish va rivojlantirish muammolarini o'rganish ko'pchilik tadqiqotlarda jamoat infratuzilmasidagi transport infratuzilmasi yoki infratuzilmadan olingan transport vositalari uning ishlab chiqarish egiluvchanligini baholash uchun o'lchov modelining alohida kapital o'zgaruvchisi sifatida kiritilgan, yoki uning iqtisodiy o'sish, mintaqaviy sanoat tuzilmasidagi o'zgarishlar, mikro-individual xatti-harakatlar va transport infratuzilmasining o'ziga xos ta'siri bilan bog'liqligini o'rgangan²³.

Zamonaviy iqtisod fanida “transport infratuzilmasi” tushunchasini aniqlashning uchta asosiy uslubiy yondashuvi mavjud – texnokratik, funksional va investitsion jozibadorlik prizmasidan xarajat. Birinchi yondashuv doirasida transport infratuzilmasi deganda hududning o'ziga xos muhandislik-texnik infratuzilmasi tushuniladi, bu transport jarayonini tez va to'siqsiz amalga oshirishni ta'minlaydigan texnologik majmua hisoblanadi. Ikkinchi yondashuv doirasida transport infratuzilmasi transport jarayonini muammosiz va tez amalga oshirish uchun shart-sharoitlarni ta'minlash uchun muayyan funktsiyalarning maxsus to'plami sifatida belgilanadi. Uchinchi yondashuvda transport infratuzilmasi mintaqaviy infratuzilma kapitalining bir turi hisoblanadi.

L.G.Serebryakov²⁴ va V.V.Yanovskiy transport infratuzilmasini muhandislik infratuzilmasi tarkibiga kiruvchi transport kommunikatsiyalari va

²³ Angela Mottaeva, Elena Vasilyeva. Development of transport infrastructure in modern megalopolises/MATEC Web of Conferences 239, 04 019 (2018)

²⁴ Серебряков Л.Г. Проблемы стратегического планирования транспортной инфраструктуры региона – инновационный подход // Научные труды Северо-Западной академии государственной

yo‘lovchi va yuk tashishni ta‘minlovchi boshqa qurilmalar majmuasini o‘z ichiga olgan, mamlakat va hududlarning barqaror rivojlanishi va faoliyat ko‘rsatishiga hissa qo‘shadigan qismi sifatida tushunishni taklif qiladilar. Ushbu ta‘rifda asosiy narsa infratuzilma tarkibiy qismlarining ko‘rsatkichi bo‘lib, uning texnik va texnologik tizimdagi o‘rnini aks ettiradi. Ijtimoiy-iqtisodiy ma‘noda muallifning transport infratuzilmasining ikki asosiy vazifasini, ya‘ni odamlar va tovarlarning fazoviy harakatini tavsiflashga intilishi seziladi.

M.V.Ivanov²⁵, O.A.Lebedeva, Yu.O.Poltavskaya, Z.N.Gammaeva, T.V.Kondratenkolar²⁶ transport infratuzilmasi ta‘minlash uchun mo‘ljallangan vazifalarning ancha keng doirasini ko‘rib chiqadilar. Ko‘rsatilgan muallif bir nechta funktsiyalar guruhini aniqlaydi: iqtisodiy (xalq iqtisodiyoti tarmoqlari va ularning rivojlanishini muvofiqlashtirishni ta‘minlash); tashkiliy (mintaqa yoki mamlakatning funktsional elementlari o‘rtasidagi transport va iqtisodiy aloqalarni amalga oshirish), ishlab chiqarish (yuklarni va odamlarni tashish jarayonini uzluksiz va tez amalga oshirish uchun shart-sharoitlarni ta‘minlash) va ijtimoiy (ularning harakatlanish vaqtini tejash natijasida xodimlarga yukni kamaytirish, ularning ishini osonlashtirish).

Xarajat yondashuvi nuqtai nazaridan transport infratuzilmasini infratuzilma kapitalining ma‘lum bir turi sifatida ko‘rish mumkin. Shunday qilib, Yu.N. Golskaya²⁷ mintaqaviy transport infratuzilmasi ostida kapitalning ma‘lum bir turini tushunadi, shuningdek, transport infratuzilmasining mintaqaga nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy-madaniy xususiyatdagi foyda keltirishi va uni amalga oshirishdan sinergik ta‘sir ko‘rsatish qobiliyatida ifodalangan o‘ziga xos ijtimoiy xususiyatga egaligini o‘rgangan. Transport infratuzilmasi mahsulotning yakuniy tannarxini shakllantirishda ishtirok etadi, ijtimoiy ob’ektlarning mavjudligini, aholining transport harakatchanligini ta‘minlaydi va shunga mos ravishda yalpi hududiy mahsulot ishlab chiqarishga bevosita hissa qo‘shadi. Qiymatlarni takror ishlab chiqarish nuqtai nazaridan shuni ta‘kidlash kerakki, transport infratuzilmasi iqtisodiyotning kapital talab qiluvchi va inertial tarmog‘i hisoblanadi. Shuning uchun sinergik ta‘sir sezilarli vaqt kechikishi bilan amalga oshirilishi mumkin, bu uning rivojlanish yo‘nalishlarini asoslashda hisobga olinishi kerak.

службы. – СПб, 2011. – Т. 2. Вып. 1: Государственная власть и местное самоуправление в России: история и современность. – С. 206-215

²⁵ Иванов М. В. Развитие транспортной инфраструктуры региона: факторы, направления, инструментарий оценки [Электронный ресурс]: дис. ... канд. экон. наук по спец-ти 08.00.05 / М.В. Иванов. - Нижний Новгород, 2016. - 196 с.

²⁶ Лебедева О.А. Транспортная инфраструктура как основополагающий фактор эффективного функционирования экономики страны / О.А. Лебедева, Ю.О. Полтавская, З.Н. Гаммаева, Т.В. Кондратенко // Сборник научных трудов Ангарского государственного технического университета. - 2018. - Т. 1. № 15. - С. 125-130.

²⁷ Гольская Ю.Н. Оценка влияния транспортной инфраструктуры на социально-экономическое развитие региона: автореф. канд. экон. наук: 08.00.05 / Ю. Н. Гольская. - Екатеринбург, 2013. -25 с.

Tizimli yondashuvning yana bir versiyasiga e'tibor qaratish zarur, deb hisoblaymiz. Biz yuqorida ta'kidlab o'tdikki, tizimli-texnologik yondashuv doirasida transport infratuzilmasi transport jarayonini amalga oshirish uchun mo'ljallangan har xil turdagi muhandislik inshootlari yig'indisi sifatida belgilanadi.

Tizimli yondashuvdan foydalangan holda "transport infratuzilmasi" toifasini o'rganish Kuznetsova A.I., Shelestov N.E. va boshqalarning ishlarida muhim o'rin tutadi²⁸. Transport infratuzilmasini tizim sifatida hisobga olgan holda, infratuzilmaning asosiy tasniflash xususiyatlarini, shu jumladan ularni chuqurroq o'rganish uchun tarkibiy qismlarni keyinchalik guruhlash uchun zarur bo'lgan materialni ajratib olish va ajratib ko'rsatish mumkin bo'ladi. Transport sanoati, transport turidan qat'i nazar, telekommunikatsiya va energetika tarmoqlari bilan bir qatorda, infratuzilmaning asosiy turi bo'lib, milliy iqtisodiyotda asosiy rol o'ynaydi.

Aytish mumkinki, ilmiy hamjamiyat transport infratuzilmasining xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish uchun muhimligini asoslaydi.

Yuqorida keltirib o'tilgan ta'riflarni tahlil qilib, biz transport infratuzilmasiga quyidagicha ta'rifni bermoqchimiz: "Transport infratuzilmasi – bu iqtisodiy kategoriya bo'lib yuk va yo'lovchilarni tashish bo'yicha xizmatlar ko'rsatish maqsadida transport vositalari harakati, kutish, muvofiqlashtirish va elektr energiyasi bilan ta'minlash uchun zarur shart-sharoitlarni ta'minlovchi muhandislik inshootlari majmuasi bilan ifodalangan xalq xo'jaligining maxsus tarmog'idir.

Ta'riflarga asoslanib, transport infratuzilmasining bir qator o'ziga xos xususiyatlariga va transport muhitining xususiyatlariga ko'ra, biz "transport infratuzilmasi" toifasini diagrammada keltirilgan uning beshta asosiy segmentining kontsentratsiyasi shaklida taqdim etishimiz mumkin (1-rasm).

²⁸ Кузнецова А.И. Инфраструктура: вопросы теории, методологии и прикладные аспекты современного инфраструктурного обустройства. Геоэкономический подход. – М.: КомКнига, 2013. – 456 с.



1-рasm - Transport infratuzilmasini transport vositasi turlari bo'yicha segmentatsiyasi²⁹

Biroq, fanda transport infratuzilmasi iqtisodiy tizim elementi va transport kompleksining elementi sifatidagi g'oyalar bir oz farq qiladi va turli yondashuvlarga asoslanadi.

- 1) funktsional yondashuv.
- 2) tizimli yondashuv.

Har bir yondashuv transport sohasida "infratuzilma" tushunchasi bo'yicha o'z qarashlarini taklif qiladi va tadqiqot ob'ekti sifatida "transport infratuzilmasi" to'g'risida to'liq tasavvurga ega bo'lish uchun ushbu yondashuvlarning natijalari quyida keltirilgan jamlanmada o'rganilishi kerak.

Transport turlari o'rtasida kuchayib borayotgan raqobatni hisobga olgan holda transport infratuzilmasini samarali rivojlantirish bo'yicha vazifalarni aniq belgilab olishimiz muhimdir. Mazkur vazifalarning amalga oshirilishi rivojlanish indeksleri bo'yicha mamlakat transport infratuzilmasi reytingini dunyo miqyosida yuqori pog'onaga ko'tarishga xizmat qiladi. Transport infratuzilmasini rivojlantirish samaradorligini oshirish bo'yicha berilgan uslubiyotlar va undan kelib chiquvchi xulosa hamda tavsiyalar transport infratuzilmasini rivojlantirishning qisqa va uzoq muddatdagi strategiyalarini ishlab chiqish hamda tizimni modernizatsiya qilish, biznes hamkorlari bilan muvofiqlashuv va integratsiyalashuv jarayoni bo'yicha ishlarni samarali olib borish, mijozlarga sifatli transport xizmatlari ko'rsatish va logistik xizmatlar provayderlarining raqobatbardoshligini oshirish, shu bilan birgalikda transport infratuzilmasi samaradorligini oshirish imkoniyatini beradi.

⁸ Muallif ishlanmasi

Мирзаев Қулмамат Жонузакович - Самарқанд Иқтисодиёт ва сервис институти профессори, “Рақамли иқтисодиёт” кафедраси мудир, и.ф.д.

Эгамқулов Давлатбек Баҳодирович - Самарқанд Иқтисодиёт ва сервис институти “Иқтисодиёт” факултети талабаси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНИШТИРИШ

Аннотация: Ушбу мақолада рақамли иқтисодиёт шaroитида таълим хизматларининг ривожланиш зарурлиги баён қилиниб унга кўра таълим соҳасини рақамлаштириш Ўзбекистон келажак авлодини шакллантиришда янги даврни бошлаб бериши алоҳида фикр ва ёндашувлар асосида ифода этилган.

Калит сўзлар: Таълим хизматлари, ўқув дастурлари, big data, machine learning, технологик инновациялар, онлайн ўқитиш, e-learning, learning analytics, artificial intelligence.

Аннотация: В данной статье описывается необходимость развития образовательных услуг в условиях цифровой экономики, и согласно ей цифровизация сферы образования положит начало новой эре в формировании будущего поколения Узбекистана на основе разных идей и подходит.

Ключевые слова: Образовательные услуги, образовательные программы, большие данные, машинное обучение, технологические инновации, онлайн-образование, электронное обучение, учебная аналитика, искусственный интеллект.

Abstract: In this article, the need for development of educational services in the digital economy is described, and according to it, the digitization of the education sector will start a new era in the formation of the future generation of Uzbekistan based on different ideas and approaches.

Keywords: Educational services, educational programs, big data, machine learning, technological innovations, online education, e-learning, learning analytics, artificial intelligence

Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши бугунги кунда иқтисодиётнинг барча соҳаларига ўз таъсирини кўрсатмоқда. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёев томонидан тасдиқланган “2022-2026-йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси”нинг 46-мақсадида таълим хизматлари ривожлантириш масалаларига алоҳида эътибор қаратган. Жумладан, Республикада “олий таълим билан қамров даражасини 50 фоизга етказиш ва

таълим сифатини ошириш”³⁰ вазифаси белгилаб берилган. Шунингдек, “давлат олий таълим муассасаларига академик ва молиявий мустақиллик бериш, шу жумладан улар томонидан меҳнатга ҳақ тўлаш, ходимлар сони, тўлов-контракт миқдори ва таълим шаклини мустақил белгилаш амалиётини йўлга қуйиш”³¹ муҳим вазифалардан ҳисобланади.

Таълим соҳаси келажак иқтисодийётини белгиловчи соҳалардан бири сифатида рақамли иқтисодийётни жорий этиш ва шу асосда янги рақамли технологиялардан фойдаланишни тақозо этади. Айниқса рақамли иқтисодийётнинг республикамизнинг таълим соҳасида тизимли жорий этилиши қуйидаги жараёнларда, шунингдек соҳани автоматлаштириш, замонавий математик моделларни ҳамда махсус методлардан фойдаланган ҳолда таълим тизимини сифатли ташкил этиш ҳамда компьютер дастурларидан фойдаланиш асосида таълимга “сунъий интеллект” асосида сифатли таълим бериш имкониятини яратади.

Республикамизда рақамли иқтисодийётнинг таълим соҳасига жорий этилиши, олий, ўрта ва ўрта-махсус таълимда бир қатор муаммоларни ҳал қилишда муҳим омил бўлиб хизмат қилади. Жумладан:

Биринчидан, таълим соҳасида рақамли дастурлар ва технологиялардан фойдаланиш ёшларни креатив фикрлаш, турли ўқитиш билан боғлиқ бўлган вазифаларни замонавий асосда ҳал этиш ва энг муҳими талаба ва ўқувчиларни сифатли юқори билим, кўникма ва малака ошириш имкониятини яратади.

Иккинчидан, таълим соҳасида рақамли технологияларнинг жорий этилиши турли коррупцион кўринишларни олдини олиб, яширин иқтисодийётга барҳам беради.

Учинчидан, таълимни рақамлаштириш соҳани ривожлантиришнинг мутлақо янги даврини бошлаб беради. Бундай рақамли иқтисодийётга асосланган сифатли таълим бериш даврида, барча таълим жараёнлари автоматлаштирилади, ўқитувчилар ва ўқувчиларнинг ўзаро мулоқотлари онлайн режим асосида амалга ошириш имконияти яратилади ҳамда ушбу тизим тўлиқ замонавий асосда (масалан олий таълимда HEMIS дастури асосида) қайта шакллантирилади.

Тўртинчидан, таълим хизматларини рақамлаштириш натижасида талаба ва ўқувчиларни адолатли баҳолаш имконияти вужудга келади. Бунинг натижасида талабалар ва ўқувчиларнинг билим олиш ва ўзлаштириш даражаси бир неча мартага ошади. Масалан, ўрта таълимда ўқувчиларни билимини адолатли баҳоловчи PISA дастури (PISA- The Programme for International Student Assessment³²) доирасида ҳар 3 йилда

³⁰ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022 yildagi “2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida” Farmoni, PF-60-son

³¹ Ўша жойда

³² https://en.wikipedia.org/wiki/Programme_for_International_Student_Assessment

такрорланувчи циклларда ўқувчиларнинг математик, табиий фанлар ва бошқа ўқитиш фанлари саводхонлиги баҳоланади.

Бешинчидан, таълимда рақамли инновацион технологияларни жорий этиш дарсларни олиб боришда мутлақо янгича ёндашувга асосланиш имкониятини яратади. Булар жумласига онлайн таълим беришдан фойдаланиш (ZOOM дастури ва бошқалар) ҳамда соҳада инновацион тизимни жорий этиш, натижасида янги таълим турларини жорий этиш (масофавий, сиртки ва бошқалар) ҳисобланади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, таълимда, айниқса олий таълимда рақамли инновацион технологияларни жорий этиш қуйидаги қулайликларни юзага келтиради. Жумладан

- олий таълимда академик мустақиллик берилиши натижасида сарф-харажатларни тежалари, янги бошқарув тизимига имконият яратилади;

- олий таълимда фанларини ўзлаштириш, олий ўқув юрти томонидан ишлаб чиқарилган ўқув режалар ва ишчи ўқув режалар асосида амалга оширилиб, алоҳида предметлар бўйича талабаларга силлабуслар асосида чуқур ўзлаштиришга имкон берилади.

- олий таълимда профессор ўқитувчилар ва талабалар учун академик мобиллик имконияти яратилиб, улар дунёнинг исталган жойидаги университетларда замонавий ва сифатли таълим олиш имкониятига эга бўлади ва бошқа шу кабилардан иборат.

Аммо, олий таълимда рақамли технологияларни самарали қўллашнинг энг муҳим шарти ҳар бир таълим муассасида интернет алоқаларининг юқори даражада ташкил этилганлиги ҳамда замонавий ахборот технологиялари билан таъминланган бўлиши билан ҳам белгиланади.

Хулоса сифатида айтиш мумкинки, таълимни, айниқса олий таълимни рақамлаштириш, соҳада янги инновацион рақамли технологияларни қўллаш асосида Ўзбекистон таълим тизимида янги сифатли таълим бериш даврини бошлаб беради ва натижада Республикамиз келажаги учун юқори билимга эга ёш авлодни шакллантириш учун шарт-шароит яратилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022 yildagi “2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida” Farmoni, PF-60-son
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Programme_for_International_Student_Assessment
3. Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?. Technological forecasting and social change, 114, 254-280.

4. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. WW Norton & Company.
5. Arntz, M., Gregory, T., & Zierahn, U. (2016). The risk of automation for jobs in OECD countries: A comparative analysis. OECD Social, Employment and Migration Working Papers, (189).
6. OECD. (2019). The Future of Education and Skills: Education 2030.
7. World Economic Forum. (2018). The Future of Jobs Report 2018.
8. Khoiriyah, A., Kustiawan, N. D., & Winarno, B. (2018). Utilization of information and communication technology (ICT) in improving the quality of education. Journal of Physics: Conference Series, 1097(1), 012073.

III ШЎБА. МАМЛАКАТИМИЗДА РАҚАМЛИ ҲАМДА ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ ОРҚАЛИ ХАЛҚАРО ВА ИЧКИ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

A.D.Ravshanov- QarMII “Innovatsion iqtisodiyot” kafedrası dotsenti, i.f.n.,
M.B.Uralova - QarDU magistranti

O‘ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizm sohasida innovatsion texnologiyalarni rivojlantirishda mavjud imkoniyatlar tahlil qilingan. Jumladan, potensial iste’molchilarning internet kommunikatsiya vositalaridan foydalanish darajasini o‘rganilgan, raqamli kommunikatsiyalarni joriy qilish bo‘yicha tadqiqot natijalari asosida takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, ichki va tashqi turizm, raqobatbardoshlik, innovatsiya, investitsiya, strategiya.

Аннотация: В статье анализируются существующие возможности в развитии инновационных технологий в сфере туризма. В частности, изучен уровень использования интернет-коммуникаций потенциальными потребителями, и по результатам исследования разработаны предложения по внедрению цифровых коммуникаций.

Ключевые слова: туризм, внутренний и внешний туризм, конкурентоспособность, инновации, инвестиции, стратегия.

Abstract: The article analyzes the existing opportunities in the development of innovative technologies in the field of tourism. In particular, the level of use of Internet communications by potential consumers was studied, and based on the results of the study, proposals were developed for the implementation of digital communications.

Key words: tourism, domestic and foreign tourism, competitiveness, innovation, investment, strategy.

Bugungi kunda turizm dunyo iqtisodiyotida o‘z o‘rniga ega bo‘lgan tarmoqlardan biriga aylandi. Avvallari turizmga aholining sayohat qilishi va dam olishini ta’minlovchi oddiy infratuzilma sifatida qaralgan bo‘lsa, ayni paytda u mamlakat iqtisodiyotining muhim tarmog‘i sifatida shakllanib, rivojlanishiga katta e’tibor berilmoqda. Turizm inson hayoti va faoliyatining ko‘p sohalarini qamrab oladi. Turizm ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning o‘ziga xos katalizatori sifatida transport va aloqa, savdo, qurilish, qishloq xo‘jaligi, xalq iste’moli mollarini ishlab chiqarish va iqtisodiyotning boshqa shu kabi muhim sektorlarining rivojlanishiga katta ta’sir ko‘rsatadi. Eksportga yo‘naltirilgan iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlaridan biri – turizm sohasini

innovatsion rivojlantirishdir. Turizm – bu ishbilarmonlik sohasining muhim xususiyatlaridan biri boʻlib xorijiy turistlar doimiy oqimini jalb qiladi.

Soʻnggi yillarda globallashuv va xalqaro integratsiya jarayonlarining chuqurlashuvi turizm rivojlanishiga ijobiy taʼsir koʻrsatmoqda. XX asrning soʻnggi choragida jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlarda yuz bergan tub oʻzgarishlar natijasida mamlakatlar oʻrtasida savdo-iqtisodiy, ilmiy-texnikaviy va madaniy aloqalar sezilarli darajada faollashdi. Jahonning turli mamlakatlarida iqtisodiy taraqqiyotning yuksalishi kishilarning turli maqsadlarda bir mamlakatdan ikkinchisiga qatnab turish koʻlamining kengayishini taqozo etadi. Bu esa turizmni milliy iqtisodiyotning eng istiqbolli tarmoqlaridan biriga aylantirmoqda. Umuman olganda, turizm ikki yoqlamali mazmunni, yaʼni ishlab chiqarish va ijtimoiy mazmunni kasb etadi. Turizm maqsadida sayohat qiladigan insonning jismoniy va ruhiy kuchlarini qayta tiklanish darajasi turizmning ishlab chiqarish mazmunini namoyon etadi. Ayni bir vaqtda, insonning mehnatga qobiliyatini qayta tiklanish motivi turizmning harakatlantiruvchi kuchi sifatida ijtimoiy mazmunga ham ega boʻladi. Aks holda, insonning turizm sayohatlardan qoniqmaslik holati yuzaga keladi, bu esa, oʻz navbatida jamiyat iqtisodiy faoliyatining asosiy maqsadi boʻlgan kishilar farovonligining oshishiga ham salbiy taʼsir koʻrsatadi. Turizmdagi ehtiyojlar manbaini bilish orqali turizmning insonlarni barcha maʼlum ehtiyojlari iyerarxiyasidagi oʻrnini aniqlash mumkin. Bunga mos ravishda, insonlarning turizm sayohatlarga boʻlgan ehtiyojlarini qondira oladigan, bu bilan mamlakat iqtisodiyotiga taʼsir koʻrsatadigan ishlab chiqarish tarmoqlarini rivojlantirish mumkin. Biz bilamizki, Oʻzbekiston qadimiy va noyob bir mamlakat boʻlib, uning hududida eng qadimgi yodgorliklar va madaniyatlar yuzaga kelgan, rivojlangan, oʻz jozibadorligi jihatdan dunyodagi dam olish va sayohatlar uchun eng yaxshi maskanlardan qolishmaydigan ulkan turizm salohiyatiga egadir. Mamlakatimizda mavjud 7 mingdan ziyod nodir tarixiy yodgorliklar va ulugʻvor hamda betakror arxitektura namunalari, soʻlim qoʻriqxonalar va milliy bogʻlari, uning boy va rangbarang tabiati, milliy madaniyati, sanʼati va hunarmandchilikning koʻp asrlik anʼanalari, jahonga mashhur milliy taomlarimiz va pazandachilik sohasidagi anʼanalarimiz Oʻzbekistonning logotipi va Sharq mehmondoʻstligining ramzi hisoblanadi. Shunga qaramay, Oʻzbekistonning turizm infratuzilmasi, turizm xizmatlari sifati va uning darajasi, shuningdek tarmoqni boshqarish tizimi globallashuv va keskin raqobat sharoitida zamonaviy talablarga mos kelmaydi. Turizmning mamlakat iqtisodiyotiga qoʻshayotgan hissasi, xizmat koʻrsatish sohasini rivojlantirish va aholini ish bilan taʼminlash jahondagi oʻrtacha koʻrsatkichlardan orqada qolmoqda. Bunga, viza tartibi sohasida sayyohlar uchun maʼmuriy va iqtisodiy toʻsiqlar, sayyohlik faoliyatida davlat nazorati (litsenziyalash va sertifikatlash), yashash va aviaparvozlar tariflarining yuqoriligi, xizmat koʻrsatish darajasining cheklangani, muhandislik, transport va ijtimoiy infratuzilmalarning rivojlanmagani, sayyohlar uchun qulay axborot muhitining mavjud emasligi (navigatsiya va infomarkazlar), malakali kadrlarning yetishmasligi,

О‘zbekistonning xorijda kuchsiz targ‘ib qilinishi va boshqalar milliy sayyohlik mahsulotlarining raqobatbardosh emasligi ta’sir etmoqda. Mamlakatimizda turizm sohasi o‘zining barcha xususiyatari bilan boshqa sohalardan ortda qolmasligini ta’minlash dolzarb masalalardandir. Turizm rivojlanishini tahlil qilishda uning iqtisodiyot tarkibida qanday funksiyalarni bajarishini inobatga olish lozim.

U iqtisodiyotda ma’lum bir vazifalarni bajarish bilan birga, unga quyidagicha ta’sir etadi: milliy daromadni yaratishda ishtirok etadi;

- mintaqalar rivojlanishiga ta’sir ko‘rsatadi;
- turizm mahsulotlari ishlab chiqaradi;
- aholini ish bilan ta’minlashga ko‘maklashadi;
- o‘rta sinf shakllanishida muhim ro‘l o‘ynaydi;
- to‘lov balansini barqarorlashtirishga hissa qo‘shadi;
- mamlakatga xorijiy investitsiyalar kirib kelishiga zamin yaratadi.

Jahon sayyohlik tashkiloti (YUNVTO) ma’lumotlariga ko‘ra, O‘zbekiston sayyohlikdan daromad ko‘ruvchi davlatlar o‘rtasida 150 - o‘rinni egallab turibdi. Bunda hisob-kitob qilingan salohiyati umumiy oqimning 2,2 foiziga teng bo‘lishiga qaramasdan, bu ko‘rsatkich 0,2 foizni tashkil etmoqda. Shuningdek, O‘zbekiston ushbu sohaning mamlakat YAIM shakllanishidagi ulushi bo‘yicha 115, investitsiyalardan foydalanish bo‘yicha 103 va sohada bandlar soni bo‘yicha 69- o‘rinni band etib turibdi.

Ammo turizm salohiyatning yuqori ko‘rsatkichlariga qaramasdan, uning respublikamiz iqtisodiy rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatish darajasi nihoyatda past. Shu sababli, ayni paytda mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirishga katta e’tibor qaratilib келинмоқда, O‘zbekiston Respublikasining Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60 sonli Farmoniga asosan “Hududlarda xizmat ko‘rsatish va servis sohalarini rivojlantirish orqali keyingi 5 yilda xizmat ko‘rsatish hajmini 3 baravarga oshirish hamda ushbu yo‘nalishda jami 3,5 million yangi ish o‘rinlarini yaratish” dasturini ishlab chiqish vazifasini belgilab berdilar³³. Ushbu soha taraqqiyotini yanada rivojlanishini ta’minlashga va bu sohada olib borilayotgan islohotlarni yanada kuchaytirilishiga olib keladi.

Davlat siyosatining sifat jihatdan yangi bosqichga o‘tishini belgilab beradigan turizm tarmog‘ini tubdan isloh qilish bo‘yicha misli ko‘rilmagan chora-tadbirlarni nazarda tutib, quyidagi vazifalarni o‘z ichiga oladi:

➤ turizm industriyasi subektlari faoliyati uchun qulay shart-sharoitlarni shakllantirish, turizmni rivojlantirishdagi barcha to‘siq va g‘ovlarga barham berish, viza va ro‘yxatdan o‘tkazish tartib-taomillarini, pasport va bojxona nazoratini soddalashtirish;

³³ Ўзбекистон Республикасининг Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60 сонли Фармони

➤ turizm xizmatlarini tashkil etishda turistlar va ekskursantlarning hayoti va sogʻligʻi xavfsizligini taʼminlash boʻyicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish;

➤ turizmning yangi salohiyatli turlari — ziyorat qilish, ekologik, maʼrifiy, etnografik, gastronomik, sport, davolash-sogʻlomlashtirish, qishloq, sanoat, ishbilarmonlik, bolalar, yoshlar va oilaviy turizmni jadal rivojlantirish; turizm sohasida xalqaro va milliy tashkilotlar, yirik xorijiy brendlar va kompaniyalar bilan hamkorlikni kengaytirish, turizm xizmati koʻrsatishning ilgʻor jahon sifat standartlarini joriy etish;

➤ respublika mintaqalarida turizm infratuzilmasining zamonaviy obektlari, eng avvalo mehmonxonalar, transport-logistika tuzilmalari, muhandislik-kommunikatsiya infratuzilmasini jadal rivojlantirish, ushbu maqsadlar uchun xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish;

➤ raqobatbardosh turizm mahsulotlarini ishlab chiqish, mintaqalarda yangi turizm yoʻnalishlarini yaratish, ularni jahon turizm bozorlariga olib chiqish;

➤ turizm tarmogʻi uchun malakali kadrlarni sifatli tayyorlash tizimini tubdan takomillashtirish.

Agar turizmni samarali rivojlantirishga erishsak, quyidagi natijalarni qoʻlga kiritishimiz mumkin: mamlakatimizning yalpi milliy mahsuloti koʻpayadi;

➤ davlat budjeti daromadlari ortishiga erishiladi;

➤ chet el kapitali ortadi hamda valuta tushumi koʻpayadi;

➤ sayyohlarning Oʻzbekistonga investitsiya kiritishi ortishi orqali ishlab chiqarish va xizmat koʻrsatish yanada rivojlanadi;

➤ ish bilan taʼminlash oʻsadi, yangi ish oʻrinlari yaratiladi; turizm infratuzilmasi va sanoati rivojlanishi taʼminlanadi;

➤ turizm rivojlanishi orqali boshqa sohalar rivojlanishiga erishiladi.

Qisqacha qilib aytganda, turizm – iqtisodiyotning strategik sohasi sifatida qarar ekanmiz, hududlar iqtisodiyotining, qolaversa, ular bilan birga mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishida mavjud imkoniyatlardan foydalangan holda turizmga oid kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirsak, yaratilayotgan dasturlar va konsepsiya doirasida ishlar ketma-ketligini sifat va muddat doirasida bajarsak, albatta koʻzlangan maqsadga erishamiz.

Shirinov Uchkun Abdukhalilovich – Samarkand Head of the Department of Economics and Service of the Institute, PhD.

Nematova Adeliya Azamatovna-Samarkand postgraduate student of the Institute of Economics and Service,

PROBLEMS OF RAILWAY TRANSPORT AND IMPROVEMENT OF ITS ACCOUNTING ON THE BASIS OF INTERNATIONAL STANDARDS

Annotation: This article reveals the problems in the field of railway transport and its role in foreign trade, transit traffic and their recognition in accounting.

Key words: Rail transportation, IAS, foreign economic activity, accounting, management accounting, strategic costs, corporate automation.

Annotatsiya: Ushbu maqolada temir yo'l transport sohasidagi muammolar va bu sohani tashqi savdo, tranzit tashishdagi o'rni hamda ularni buxgalteriya hisobida tan olish masalalari ochib berilgan.

Kalit so'zlar: Temir yo'l harakati, MHXS, tashqi savdo, buxgalteriya hisobi, boshqaruv hisobi, strategik xarajatlar, korporativ avtomatlashtirish.

Аннотация: В данной статье раскрываются проблемы в области железнодорожного транспорта и его роль во внешней торговле, транзитные перевозки и их признание в бухгалтерском учете.

Ключевые слова: Железнодорожные перевозки, МСФО, ВЭД, бухгалтерский учет, управленческий учет, стратегические затраты, корпоративная автоматизация.

One of the leading goals set by our country is the transition to the accounting system in our country and the creation of an accounting system that meets world requirements. An example of this is the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated February 24, 2020 PD 4611 “On additional measures for the transition to international financial reporting standards”³⁴.

The railway transport system occupies one of the main places in the field of transport services in Uzbekistan. At the end of January-July 2022, the share of road transport services in the total volume of transport services amounted to 54.0%. The share of services for the transportation of goods and passengers by air is 13.2%. In turn, in the total volume of transport services, services provided by rail reached 11.9%. In transport services, the volume of transport services provided by pipelines amounted to 11.1%³⁵. Ancillary transport activities - a figure of 9.8% was recorded. Therefore, we must pay great attention to this area. That is, this field should not remain only a field that determines the state strategy.

³⁴ www.lex.uz

³⁵ <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/26987-temir-yo-l-transporti-orqali-ko-rsatilgan-xizmatlar-11-9-ga-yetdi>

Features of the geographical position of the transport complex of Uzbekistan predetermined the leading role of railway transport in providing foreign trade and transit traffic. One of the important conditions for increasing the efficiency of managing the foreign economic activity of railway transport is the improvement of the accounting system for the transportation of foreign trade goods as the basis for ensuring information management.

The information capabilities of accounting for cargo transportation in international rail transport are largely determined by the organization of the process of foreign trade cargo transportation, therefore, the study discusses some aspects of this process. The process of cargo transportation management in international transportation is carried out by railway transport units at different levels of management, and the level of their interaction should be taken into account when creating a centralized accounting system, which is carried out methodically, and integration is technologically facilitated.

Modern enterprises whose economic activity is rail transport operate in conditions of high complexity, uncertainty and dynamics of the surrounding socio-economic environment. To survive in these conditions, the railway enterprises of Uzbekistan must constantly develop, improve and adapt to the rapidly changing market requirements that are emerging in the modern economy of an innovative type. In a market economy, railway transport enterprises are faced with the task of flexible and quick response to changes in market conditions. At the same time, it is necessary to develop a long-term competitive policy and development strategy for branches, subsidiaries and their structural divisions.

A characteristic feature of the process of managing the transportation of foreign trade goods in the railway system is that its participants are interconnected by administrative and hierarchical subordination. Therefore, the effectiveness of their interaction and the effectiveness of the impact on the transportation process depends primarily on the quality of management information. At the same time, the analysis shows that this aspect has become relevant in the coordination of management activities. In this regard, the problem of expanding and deepening the information interaction of participants in the process of managing cargo transportation in international transportation is especially relevant.

Comprehensive control over the organization of the transportation of goods in international transportation, the state of settlements with shippers and forwarders, the distribution of income between railways, the reflection of expenses and income in the accounts of international transportation, the formation of financial results was not carried out. This is due to the lack of basic methods for checking and evaluating foreign economic activity in the system of the Ministry of Railways of Uzbekistan and the removal from the list of objects of internal control of international transportation as an integral technological and accounting process.

An analysis of the current practice of international accounting of freight traffic at railway transport enterprises showed that the order of interaction between the elements of the organizational structure of railway management and the accounting system built on the basis of vehicles does not allow them to be used properly.

An analysis of the cargo transportation management system in international rail traffic has shown that at present there is no sufficiently general approach to creating a management system and organizing international transportation that performs the functions of information exchange between management participants and technological processes.

Undoubtedly, the largest natural monopoly cannot rely in its activities on the control system, which is carried out only in the form of checking the correctness of accounting and its compliance with current legislation. A more complete statement of the control system is needed, including the general meaning of policies, procedures, regulations, directives, budgets, accounting systems, as well as the function of evaluating the internal control system.

Issues of internal audit of foreign economic activity, in particular, international transportation, should be resolved at the level of the Ministry of Railways of the Republic of Uzbekistan, since the transportation of foreign trade goods is organized centrally, and receipts are recorded in the accounts. in foreign currency.

Since there is no clear concept of “export of services” in our legislation, it seems appropriate to harmonize the domestic legislation of Uzbekistan with the General Agreement on Trade in Services. The article proposes to include services for the transportation of foreign trade goods by non-residents in import transportation. The criterion for export should be, first of all, the fact that a resident of Uzbekistan sells transport services for international transportation.

At the same time, transportation should be considered as an export transportation throughout its entire length, including through the territory of Uzbekistan. Therefore, if the transportation of foreign trade goods is carried out by different modes of transport in international transportation, then the structural elements of transportation by individual modes of transport are also the export of transport services. In particular, if the railways of Uzbekistan serve for the transportation of export (import) goods through the territory of Uzbekistan to (from) a seaport, then this service should be designated as an export service. Thus, income received from services for the export-import transportation of foreign trade goods by transport enterprises of Uzbekistan, including railways, should not be subject to value added tax. The absence or presence of the fact of crossing the border by the service cannot be a criterion for the export of the service.

The administrative management system is based on the most effective methods, which are designed to increase the efficiency of administrative costs, to point the way to Uzbekistan. Increasing the efficiency of using all types of economic resources and developing ring road enterprises are inextricably linked with the

formation of a regional cost management system, which is created according to the market mechanism and expands market opportunities, regional branches and branches of the Uzbek signal road.

Any signal and transport company always has a reserve for production. The enterprise is a multi-element formation, which is divided into different sets of elements and depends on the basis (attribute) of the unit. For such subsystems, management may refer to the management of the strategic costs of an organization that includes an object and an entity. The object of strategic cost management is the actual costs of the enterprise, the process of formation and reduction. The subject of strategic cost management are managers and specialists of railway transport enterprises, i.e. system management.

The role of the strategic management system is not limited to the traditional functions of management accounting, it is to provide the management of the food enterprise with internal information to support management decisions.

To solve the questions raised, according to the authors, it is necessary to expand the requirements for the accounting system, for example, you need to remember the following:

- relevant qualifications of employees;
- Technical equipment
- adequate salary;
- expected conditions;
- the effect of the accounting system, etc.

List of used literature:

1. Abduraxmonov K.X. Raqamli iqtisodiyot: Janubiy Koreya tajribasi va undan O'zbekistonda ishlab chiqarish istiqbollari. 4(124)-2018-son. // <http://www.biznes-daily.uz/ru/birjaexpert/58192>
2. Baymuratova L.R., Dolgova O.A., Imayeva G.R., Gritsenko V.I., Smirno K.V., Aymaletdinov T.A. Цифровая грамотность для экономики будущего / Аналитический центр НАФИ. –М.: Издательство НАФИ, 2018. С.5.
3. Aripov O.A. (2017). Современные тенденции развития малого бизнеса и предпринимательства в Узбекистане. British Journal for Social and Economic Research, 2(5).
4. www.lex.uz sayti
5. <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/26987-temir-yo-l-transporti-orqali-ko-rsatilgan-xizmatlar-11-9-ga-yetdi>
6. Пўлатов, Х. Ў., & Абдугаппаров, Ш. А. (2022). Бухгалтерия хисобининг халқаро стандартида фойда солиғининг хисоблашнинг ўзига хослиги. *Экономика и социум*, (5-1 (96)), 593-596.
7. Пўлатов, Х. Ў., & Абдурасулов, Ж. А. (2022). Интеллектуал мулк хисобни айрим масаллари. *Экономика и социум*, (5-2 (92)), 679-682.
8. Пўлатов, Х. Ў. (2021). Улгуржи савдо корхоналарида бухгалтерия хисобининг долзарб масалалари. *Экономика и социум*, (4-2 (83)), 318-323.

9. Пўлатов, Х. Ў. (2021). Турли фаолият билан шуғулланувчи корхоналарда товар айланмаси ҳисобини такомиллаштириш йўналишлари. *Экономика и социум*, (5-2 (84)), 186-189.
10. Хусанов, М. Ҳ. (2021). The need for a special question-liked audit. *Экономика и социум*, (5-2), 539-543.
11. Хусанов, М. (2021). Махсус саволлар бўйича ўтказиладиган аудиторлик текширувларининг ташкилий ва методологик асослари. *Общество и инновации*, 2(4/S), 564-571.
12. Хусанов, М. Ҳ. (2022). Махсус савол тарзидаги аудитни такомиллаштириш. *Journal of marketing, business and management*, 1(4), 218-221.
13. Хусанов, М. Ҳ. (2022). Махсус савол тарзидаги аудитни ўтказиш тартиби. *Journal of marketing, business and management*, 1(4), 230-234.
14. Хусанов, М. Ҳ. (2022). Махсус саволни текшириш бўйича аудиторлик хизматларини кўрсатишнинг хусусиятлари. *Journal of marketing, business and management*, 1(4), 235-240.
15. Хусанов, М. Ҳ. (2022). Ҳисобот санасидан кейин юз берган ҳодисаларнинг аудитни такомиллаштириш. *Экономика и социум*, (6-2 (97)), 770-774.
16. Хусанов, М. Ҳ., & Мирзаев, Б. А. (2022). Қўшилган қиймат солиғи аудитини такомиллаштириш. *Экономика и социум*, (6-2 (97)), 765-769.
17. Хусанов, М. Ҳ. (2021). Махсус савол тарзидаги аудитнинг зарурияти. *Экономика и социум*, (5-2 (84)), 539-543.

Abduraxmonov Javlonbek Ravshan o'g'li - Namangan muhandislik-texnologiya instituti “Iqtisodiyot” fakulteti “Marketing” ta’lim yo’nalishi 2-bosqich talabasi

R. Karimjanova - Namangan muhandislik-texnologiya instituti “Marketing” kafedراسи katta o’qituvchisi

TURIZM XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TEKNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH

Annotatsiya: Ushbu maqolada turistik xizmatlar, turizmni raqamlashtirishning shakllaridan biri blockchain texnologiyasi haqida ma’lumotlar berilgan. Bundan tashqari turizmда raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari yoritilgan hamda turizm sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish bo’yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar berilgan.

Kalit so’zlar: barrier-free tourism, blockchain, elektron tijorat, tranzaksiya, turizm agentliklari, mehmonxonalar.

Аннотация: В данной статье представлена информация о туристических услугах, технологии блэччейн, одной из форм цифровизации

туризма. Кроме того, были освещены возможности использования цифровых технологий в туризме и даны научно-практические рекомендации по внедрению цифровых технологий в сфере туризма.

Ключевые слова: безбарьерный туризм, блокчейн, электронная коммерция, сделка, туристические агентства, гостиницы.

Abstract: This article provides information about tourist services, blockchain technology, one of the forms of digitalization of tourism. In addition, the possibilities of using digital technologies in tourism were highlighted and scientific and practical recommendations were given for the introduction of digital technologies in the field of tourism.

Keywords: barrier-free tourism, blockchain, electronic commerce, transaction, tourism agencies, hotels.

“Yangi O‘zbekistonning 2022-2026-yillarga mo‘ljallangan taraqqiyot strategiyasining 35-maqsadida “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qiling” dasturi doirasida mahalliy sayohatlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish maqsad qilib belgilangan.

Turizm sohasida band aholi soni 2 baravar oshib, 520 ming nafarga yetishi kutilmoqda.

Buning uchun mamlakatning asosiy turizm shaharlarida to‘siqsiz turizm (**barrier-free tourism / accessible tourism**) infratuzulmasini keng joriy etiladi. 8 mingdan ortiq madaniy meros obyektlaridan samarali foydalanish bo‘yicha davlat dasturi qabul qilinadi. Zomin, Forish, Baxmal tumanlari va “Aydar-Arnasoy” ko‘llar tizimida qo‘shimcha turistik zonalar tashkil etilib, 300 ming dollarlik loyihalar amalga oshiriladi va shu orqali 25ming yangi ish o‘rni o‘rnatiladi.

2022-yilda “Abadiy shahar” tarixiy majmuasi va zaruriy infratuzilmalarni o‘z ichiga olgan Samarqand turizm markazini tashkil etish mazkur shaharni “Turizm Darvozasi” ga aylantirishga imkon beradi. Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Orol bo‘yida, Xorazm, Buxoro va Toshkent viloyatlarida turizmni rivojlantirish bo‘yicha alohida dasturlar ishlab chiqiladi, shuningdek Navoiy viloyatida ziyorat va ekoturizm salohiyatini yuksaltirish, Toshkent shahrida turizm infratuzilmasini yaxshilash bo‘yicha tegishli chora-tadbirlar amalga oshiriladi.”³⁶

Bugungi kunda turizm sohasi jahon iqtisodiyotining yetakchi tarmog‘i sifatida mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida o‘zining salmoqli xissasiga ega bo‘lmoqda. Mamlakatimizda turizm sohasini yanada rivojlantirish uchun shu sohaga oid ilg‘or rivojlangan xorijiy mamlakatning tajribalarini o‘rganish va amaliyotga joriy qilish muhim rol o‘ynaydi. So‘nggi yillarda iqtisodiyotimizning barcha sohalarida bo‘layotgan islohotlar va o‘zgarishlar

³⁶ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” PF-60 – sonli farmoni

turizm sohasini ham chetlab o'tmadi. XXI asrga kelib xalqaro miqyosida jahon xo'jaligida turizm sohasining strategik sohaga aylanishi va bu sohaga ko'pgina innovatsiyalarni qo'llanilishi mazkur sohaning tub o'zgarishlariga sabab bo'ldi.

Bugungi kunda, mamlakatimizning barcha tarmoq va sohalarini raqamli iqtisodiyotga o'tkazish asosida rivojlanishning yuqori darajasiga ko'tarilishi yuqoridagi fikrlarga asos bo'ladi.

Hozirgi kunda ko'plab yevropalik turistlar va dunyo bo'ylab turistlarning yarmi sayyohlik yo'nalishini rejalashtirishda turizmni raqamlashtirish yutuqlaridan foydalanishni afzal ko'rishadi.

Turizmni raqamlashtirishning shakllarini biri bu **“blockchain”** texnologiyasidir. Bu texnologiya turistik xizmatlarni sotib olish to'grisida ma'lumotlarni topishni o'z ichiga oladi, bu esa har bir ishtirokchiga turistik mahsulotni sotish bo'yicha xizmatlarni taqdim etish jarayonida iste'molchilar to'g'risidagi haqiqiy ma'lumotlarga e'tibor qaratish va ularning ehtiyojlarini tahmin qilish hamda reklama takliflarini joylashtirishga yordam beradi.

Blockchain texnologiyasi, turizm sektoriga bir nechta yondashuvlar bilan ta'sir qilishi mumkin.

Birinchi navbatda, blockchain texnologiyasi, turizm operatsiyalarining o'zgarishsiz va xatoliklarsiz bir tarzda to'g'rilashini ta'minlash uchun foydali bo'ladi. Ma'lumki, blockchain, butun qaydnomalar va amaliyotlar katalogini saqlaydi, shuningdek, turizm agentliklari, aviakompaniyalar va mehmonxona xizmatlari orasidagi kontraktlarni avtomatik ravishda bajarish uchun qo'llanilishi mumkin. Bu, barcha muomalalar va boshqaruvdagi jarayonlar to'g'risidagi qat'iy ma'lumotlarga ega bo'lib, bevosita muvofiqlik va ishonchlilikni oshiradi.

Ikkinchidan, *blockchain* - turizm xodimlari bilan mehmonlarning kompaniya tomonidan jamlanadigan mijozlar bilan to'lov tizimini avtomatik ravishda bajarish imkonini beradi.

Uchinchidan, blockchain, xususan, mahalliy mahsulotlar va xizmatlar sotuvchi kompaniyalarga o'zaro hamkorlik qilish imkonini beradi. Shu bilan birga, blockchain platformalari orqali, turizm sohasida tashkilotchilarning mahalliy tayyorgarliklari, shuningdek, restoranlar va taomxonalar, mehmonxonalarning avvalgi turistlarining fikrlari va xizmatlarining tajribalariga ahamiyat qaratishga va turli xil qo'shimcha tayyorgarliklar ko'rsatishga imkon beradi.

Blockchain texnologiyasi afzalliklar nuqtai nazaridan sayohat sanoatida barqarorlik va xavfsizlikni juda yuqori darajada taklif qilishi mumkin. Blockchain-ning markazlashtirilmagan tabiati shuni anglatadiki, ma'lumotlar hech qachon "oflayn" bo'la olmaydi yoki tasodifiy o'chirish hamda zararli kiber-hujum natijasida yo'qolishi mumkin emas, bu esa tranzaktsiyalar doimo kuzatilishini ta'minlaydi.

Mijozlarni identifikatsiya qilish sayohat va turizm sanoati uchun juda muhimdir. Immigratsiya xizmati xodimlari xavfsizlik nuqtai nazaridan har bir chet ellik sayyohning shaxsini tasdiqlashi kerak. Blockchain sayohatchilarni

tekshirish bo'yicha joriy amaliyotlarni o'zgartirish imkoniyatiga ega. Odatiy holatda sayohatchidan aeroportda ro'yxatdan o'tish va immigratsiya kabi bir necha bosqichda identifikatsiyani ko'rsatishni talab qiladi. Bu har bir qadamda to'planib qoladigan vaqtni sezilarli darajada yo'qotishga olib keladi. Blokcheyn immigratsiya paytida mijozlarni tekshirish uchun sarflangan vaqtni, mehmonxonalarda ro'yxatdan o'tish vaqtlarini, elchixonalardagi uzun navbatlarni qisqartiradi va vaqtni tejaydigan tajribani osonlashtiradi. Agar xalqaro hukumatlar o'zlarining turizm sanoati uchun blokcheyn texnologiyasini qabul qilsalar, pasportga bo'lgan ehtiyoj ham yo'q qilinadi hamda sizning barcha shaxsiy ma'lumotlaringiz “cryptography” ya'ni ma'lumotlarni kodlashtirish yordamida yashirilgan bo'ladi va bu sizning shaxsiy daxlsizligingizni yuqori darajada saqlaydi.

Raqamli texnologiyalardan foydalanish turistik korxona va sayyohlarga quyidagi afzalliklarni yaratadi:

- *turistik xizmatlar va tovarlar bilan samarali ta'minlash;*
- *kompaniya xodimlari bilan aloqani osonlashtirish;*
- *kompaniya haqida yorqin xotiralar.*

Sayyohlik kompaniyalari uchun elektron tijoratning afzalliklari:

- *turli xizmatlar to'g'risida fikr-mulohazalarning mavjudligi;*
- *mahsulotni sotishning yangi kanallarini o'zlashtirishning osonligi;*
- *hamkorlar va mijozlar bilan mobil va texnologik axborot almashish;*
- *pul o'tkazish vaqtini qisqartirish;*
- *moliyaviy xarajatlarni kamaytirish.*

Sayyohlar uchun elektron savdoning afzalliklari:

- *turli kompaniyalarning narxlari va shartlarini solishtirish qobiliyati;*
- *ma'lumotlarga tezkor kirish;*
- *onlayn bron qilish uchun bonuslar va qo'shimcha chegirmalar olish.*

Turizm sohasidagi eng muhim axborot texnologiyalaridan biri bu global bronlash tizimlaridir. Ular sizga ma'lum sanalar uchun kerakli mehmonxonani, xona turini tanlash imkonini beradi. So'rov bron qilingandan so'ng darhol tasdiqlovchi elektron pochta xabari yuboriladi. Ulardan butun dunyo bo'ylab sakkiz yuz mingdan ortiq sayyohlik agentliklari foydalanadilar.

Ulardan ba'zilar quyidagilardir:

- **Amadeus;**
- **Saber;**
- **Worldspan;**
- **Galiley;**
- **Sirena.**

Yuqoridagi tizimlardan foydalanishning afzalliklari quyidagilar:

- *Vaqt va xarajatlarini kamaytirish;*
- *Xizmatlarni sifatini oshirish;*
- *Foyda va samaradorlikni oshirish.*

Bugungi kunda O'zbekiston sharoitida turizm sohasiga raqamli texnologiyalarni kirib borishi nihoyatda dolzarb hisoblanadi. Turizmga raqamli texnologiyalarni rivojlantirishni muhim yo'nalishlari sifatida quyidagi vazifalarni hal etish lozim deb hisoblaymiz:

- sohaga “blockchain” texnologiyalarini joriy etishni rivojlantirish;
- raqamli tranzaksiyalarni avtomatik tartibda amalga oshirish bo'yicha huquq va majburiyatlar bitilgan electron shartnomalar tuzish va huquqiy bazani yaratish;
- turizmga raqamli texnologiyalarni yanada rivojlantirish uchun innovatsion g'oyalar va texnologiyalarni kengroq joriy etish, bu borada esa tadbirkorlik subyektlarini hamkorligiga tayanish va xorij tjribasini hisobga olish.

Mardonova Dilrabo Shirinboyevna - “Ipak yo‘li” xalqaroTurizm va madaniy meros universiteti, 08.00.17 - " Turizm va mehmonxona” ixtisosligi bo'yicha tayanch doktoranti

MEHMONXONA BIZNESINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISHINING NAZARIY ASOSLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolaning maqsadi mehmonxona biznesi shakllanishining nazariy asoslarini tadqiq qilishdan iborat. Tadqiqotning nazariy va uslubiy asosini mehmondo'stlik sanoati muammolari bilan shug'ullangan va ilmiy tadqiqotlar olib borayotgan mahalliy va xorijiy olimlarning ishlari tashkil etadi. Maqolada monografik va logistikadan foydalanilgan muammoning ko'lamini tahlil qilishda “Mehmondo'stlik”, “Mehmonxona biznesi” kabi atamalarga ta'rif berilgan. Bundan tashqari mehmonxonalar biznesining nazariy asoslari va ularni amaliyotdagi ahamiyati, shakllanishi va rivojlanishi haqida ma'lumotlar keltirib o'tilgan.

Kalit so'zlar: mehmonxona biznesi, mehmondo'stlik, mehmon uylari, turizm sanoati, mehmonxona xizmatlari, mehmonxona mahsuloti, mavsumiylik, raqobatbardosh bozor.

Аннотация. Целью данной статьи является исследование теоретических основ становления гостиничного бизнеса. Теоретической и методологической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных ученых, занимающихся проблемами индустрии гостеприимства и проводящих научные исследования. В статье такие термины, как «Гостеприимство», «Гостиничный бизнес» определены при библиографическом анализе сферы проблемы с использованием монографического и логистического. Кроме того, представлена информация о теоретических основах гостиничного дела и их значении на практике, становлении и развитии.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостеприимство, гостевые дома, индустрия туризма, гостиничные услуги, гостиничный продукт, сезонность, конкурентный рынок.

Abstract. The purpose of this article is to research the theoretical foundations of hotel business formation. The theoretical and methodological basis of the research is the work of local and foreign scientists engaged in the problems of the hospitality industry and conducting scientific research. In the article, terms such as "Hospitality", "Hotel business" are defined in the bibliographic analysis of the scope of the problem using monographic and logistics. In addition, information is provided on the theoretical foundations of hotel business and their importance in practice, formation and development.

Key words: hotel business, hospitality, guest houses, tourism industry, hotel services, hotel product, seasonality, competitive market.

Kirish. Mavzuning dolzarbliligi. Bugungi kunda jahon iqtisodiyotining eng yirik tarmoqlaridan biri bo'lgan mehmonxona biznesi jadal sur'atlar bilan rivojlanib kelmoqda. Turistlar sonining keskin darajada ortishi, dunyo aholisining sayohat qilishga bo'lgan istagi va talabining rivojlanishi turizm infratuzilmasiga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatmoqda. Bu esa, o'z navbatida mehmonxona biznesini yanada rivojlanishiga katta turtki bo'lmoqda.

Hozirda mehmonxonalar va ularning kuchli va zaif tomonlarini aniqlash, xizmatlar samaradorligini oshirish, kelajakda o'sish sur'atlarini bashorat qilish, strategik qarorlarning oqibatlarini oldindan bilish, marketing dasturining harakatlarini baholash, xizmat ko'rsatishni kengaytirishning mehmonxonaning kelajakdagi moliyaviy holatiga ta'siri, mehmonxona samaradorligini bir tarmoqda faoliyat yurituvchi boshqa korxonalar samaradorligi bilan solishtirish eng zarur masalalardan biri hisoblanadi.

Mehmonxona biznesi sayohatchilar va sayyohlarni turar joy, ovqatlanish va boshqa qo'shimcha xizmatlar bilan ta'minlaydigan dinamik va doimiy rivojlanib borayotgan sanoatdir. Bu doimiy innovatsiyalar va o'zgaruvchan iste'molchilarning xohish-istaklari va bozor tendensiyalariga moslashishni talab qiladigan yuqori raqobatbardosh bozordir. Mehmonxona biznesining asosiy tarkibiy qismlaridan biri bu mijozlarga xizmat ko'rsatishdir. Mehmonxona biznesining yana bir muhim jihati daromadlarni boshqarishdir. Mehmonxonalar daromad va rentabellikni maksimal darajada oshirish uchun narx strategiyasini samarali boshqarishi kerak.

Yuqoridagi mulohazalarni inobatga olgan holda, O'zbekiston Respublikasi hukumati turizm sohasini rivojlantirishga katta e'tibor qaratmoqda. So'nggi yillarda jahon hamjamiyati O'zbekistonning turizm sohasida ulkan va tub o'zgarishlarni e'tirof etmoqda. Buning isboti sifatida turizmni qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish, boshqaruv tizimini yaratish, turizm turlarini diversifikatsiya qilish, O'zbekistonning xalqaro maydonda tan olinishi va jozibadorligini ta'minlashga qaratilgan hujjatlar qabul qilinganligini e'tirof etish lozim.

Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar, "2022-2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi" to‘g‘risidagi PF-60-sonli farmonning 35-maqsadida turizm industriyasini jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash, turizm infratuzilmasini kengaytirish masalasi ustuvor vazifa sifatida belgilab berildi³⁷.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 2 dekabrda PF-4861-son «O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi, 2019 yil 5 yanvardagi PF-5611-son «O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi, 2021 yil 9 yanvardagi PF-6165-son “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi Farmonlari³⁸ hamda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining

“O‘zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesini jadal rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori sohaga berilayotgan e’tiborga misol bo‘la oladi.³⁹

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2022-yil noyabr holatiga ko'ra, mamlakatimizda **4879** ta joylashtirish obyekti faoliyat ko'rsatdi, shundan **3384** tasi mehmon uylari va yotoqxonalar, **939** ta mehmonxonada 66 ta dam olish maskani hisoblanadi.

Toshkent shahrida 352 ta mehmonxona ro‘yxatga olingan bo‘lib, xonalar soni – 12562 ta, o‘rinlar soni – 24771 tani tashkil qildi. Samarqand shahrida 140 ta mehmonxona ro‘yxatga olingan, xonalar soni esa — 3562 ta, o‘rinlar soni — 7319 tani ko‘rsatdi. Buxoro shahrida 186 ta mehmonxona ro‘yxatga olingan, xonalar soni – 4038 ta, o‘rinlar soni 8369 tani tashkil etdi.⁴⁰

Yuqoridagi ma’lumotlardan ham ko‘rinib turibdiki, mazkur sohani rivojlantirish mamlakatimiz iqtisodiy-ijtimoiy hayotida muhim ahamiyat kasb etadi. Shu tufayli ushbu sohani tadqiq qilish, bugungi kunda ob’ektiv zaruriyatga va mos ravishda, dolzarb mavzulardan biriga aylanib bormoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Mehmonxonalar biznesining shakllanishi va rivojlanishining nazariy asoslari haqida tadqiqotchilar turli tahlillar asosida o'z fikrlarini bildirgan. Ularning bir qismi mehmonxonalar biznesidagi xizmat turlari manbaalarini qamrab olgan. Boshqa tahlillar esa, mehmonxonalar biznesining tashkil etilishi va boshqarilishi uchun asosiy atamalar, marketing texnologiyalari, xodimlar ta’lim olishiga ahamiyat berganligi bilan bog‘liq.

³⁷ AAO‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-sonli “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni, 35-maqsad

³⁸ <https://lex.uz/uz/>

³⁹ O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 24.11.2018 yil, 954-son.

⁴⁰ <https://www.hoteliers.uz/reportuz2022>

Jumladan, mazkur muammoning ilmiy-nazariy va metodologik hamda amaliy muammolari xorijlik olimlardan F.Kotler, Dj.Bouen, Dj.Meykens, Dj.Uoker, L.F.Xodorkov, Yu.F.Volkov, A.D. Chudnovskiy, N.M.Kuldoshina, A.Braymer, A.L.Lesnik, I.P.Matsitskiy, A.V.Chernishev, A.B.Kosolapov, V.A.Kvartalnov, M.V.Yakimenko, A.Ye.Saak, Dj.A.Michelli, L.P.Shmatko, L.V.Jolobova, G.I.Lyashko, D.S.Ushakov, V.G.Fedsov, Martin G. Jagelski, Weygandt, Kimmel va boshqalar tomonidan tadqiq qilingan⁴¹.

Mamlakatimizda turizm sohasi, uning tarkibiy qismi bo‘lgan mehmonxona xo‘jaligi muammolarini tadqiq qilish bilan I.S.Tuxliev, M.K.Pardaev, T.Abdullaeva, M.T.Alieva, X.M.Mamatkulov, R.Haitbaev, D.X.Aslanova, A.Toksanov, A.S.Soliev, B.Ruzmetov, B.Sh.Safarov, M.Alimova, A.N.Xalikulov kabi iqtisodchi olimlar shug‘ullanmoqdalar.

Ushbu iqtisodchi olimlar ilmiy izlanishlarida turizm sohasi va mehmonxona xo‘jaliklarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari, ularning mamlakatimiz va hududlardagi o‘ziga xos xususiyatlari, sohaga innovatsiyalarni joriy qilish va samaradorligini oshirish muammolari o‘z ifodasini topgan. Mazkur tadqiqotlarda mehmonxona xo‘jaligi faoliyatiga oid masalalar turizmning infratuzilmasi sifatida qarab chiqilgan. Sohada xizmatlar sifati va samaradorligini oshirish muammolari, ularni baholash va tahlil qilish yo‘llari tadqiqot ob‘ekti sifatida o‘rganilgan.

Mehmonxona biznesi tarixiga nazar soladigan bo‘lsak, mehmondo‘stlik sohasi turizmning asosiy omili va asosidir. “Mehmondo‘stlik” tushunchasi inson kabi qadimgi sivilizasiyaga borib taqaladi. Qizig‘i shundaki, inglizcha “mehmondo‘stlik” so‘zi qadimgi fransuzcha “hospice” so‘zidan kelib chiqqan bo‘lib, sayohatchilar boshpana va oziq-ovqat olishlari mumkin bo‘lgan joy deb tarjima qilinadi. Bunday turdagi muassasa Burgundiyadagi 1443-yilda qurilgan

⁴¹Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенс Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1998., Уокер Дж. Введение в гостеприимство. Учеб. Пособие / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1999., Ходорков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство. – М.: 1991., Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристический бизнес. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 637 с., Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред. А.Д. Чудновского. – М.: Эксмо, 2000., Кулдошина Н.М. Экономика и финансы гостиничного бизнеса. – М.: МАТГР, 2000., Браймер А. Основы управления предприятиями и организациями индустрии гостеприимства. – М.: 1994, Организация и управление гостиничным бизнесом. / Под ред. А.Л.Лесника, И.П.Мациского, А.В.Чернишева – М.: 2000, Саак А.Е., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны). – СПб.: Питер, 2007. – 432 с., Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма. – М.: 2005., Кварталнов В.А. Теория и практика туризма. – М.: Совеский спорт, 2004., Мичелли Дж.А. Риц-Карлтон: золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия / Джозеф Мичелли: пер. с англ. В.С.Ивашенко. – М.: Эксмо, 2009. – 320 с., Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред. Л.П.Шматко. – Ростов н/Д: Феникс; Издательский центр «Март», 2010. – 352 с., Федсов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. 503 с., BBB.реж.ру? BBB.хрс.ру, BBB.рексофт.ру, VVV.HotelKonkultingGroup.ru, VVV.allstarshilton.com, BBB.аллстаршилтон.com.

va Dieu Hotel nomi bilan mashhur bo'lgan Hospis de Beaune bo'lib, “Xudoning uyi” degan ma'nonini bildiradi.⁴²

M.Vebsterning lug'atiga ko'ra, “mehmondo'stlik sanoati tadbirkorlik sohasidir: mehmondo'stlik tamoyillariga asoslangan bunday xizmatlar mehmonlarga samimiylilik bilan xizmat ko'rsatish turi bilan ajralib turadi”.⁴³

Tadqiqot metodologiyasi. Mehmonxona biznesining shakllanishi va rivojlanishining nazariy asoslari mavzusiga oid tadqiqotlar olib borish uchun quyida keltirilgan metodologiyalardan foydalanildi:

-*Kuzatish metodologiyasi:* Ushbu usulda, mamlakatimiz mehmonxonalari boshqa mamlakatlardagi mehmonxonalardan qanday tajribalar o'rganishlari kerakligi haqida ma'lumot to'plandi. Bu usul bilan, mehmonxonalarda ko'rsatiladigan xizmatlar sifatining qay darajada ekanligini o'rganish mumkin hisoblanadi.

-*Anketa yordamida tadqiqot o'tkazish usuli:* Bu usul bilan, mijozlardan anketa so'rov usuli orqali mehmonxonalardagi sifat ko'rsatkichining darajasi hamda mijozlarning ko'rsatilgan xizmatlardan qanchalik darajada mamnun ekanliklari darajasi o'rganildi.

Tahlil va natijalar. Mehmonxona biznesining nazariy asoslari mehmonxonalar faoliyati va boshqaruvini boshqaradigan tamoyillar, tushunchalar va nazariyalar majmuini anglatadi. Bu tamoyillar iqtisod, menejment, sotsiologiya va psixologiya kabi turli tadqiqot sohalariga uzviy bog'liqdir.

Mehmonxona biznesida qo'llaniladigan asosiy nazariyalardan biri bu talab va taklif nazariyasi bo'lib, bozorda taklif etilayotgan mahsulot yoki xizmatning narxi va miqdori talab va taklifning o'zaro ta'siri bilan belgilanadi. Mehmonxona sanoatida bu nazariya menejerlarga to'g'ri narx strategiyasini belgilashga va o'z resurslaridan foydalanishni optimallashtirishga yordam beradi.

2022 — 2026 yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasining maqsadli ko'rsatkichlari

1-jadval⁴⁴

№	Ko'rsatkichlar	2022	2023	2024	2025	2026
1	Joylashtirish vositalari soni(oilaviy mehmon uylari va xostellardan tashqari),	1210	1331	1464	1610	1771

⁴² Walker J.R. *Introduction to hospitality*, tutorial, translation from English, Moscow: YUNITI-DANA, 2002, 607 p.

⁴³ Webster M. *English dictionary*, [ER]. Access mode: <http://diskart.ru/webster.aspx?letter=72&page=1>

⁴⁴ investment@uzbektourism.uz www.uzbektourism.uz

	(dona)					
2	Joylashtirish vositalarining xonalar soni(ming)	31,9	35,1	38,6	42,4	46,7
3	Joylashtirish vositalaridagi o'rinlar soni (ming)	64,2	70,4	77,4	85,2	93,7

1-jadvaldan ko'rish mumkinki, mehmonxonalarda ko'rsatiladigan xizmatlar sifati mehmonxona biznesiga katta ta'sir ko'rsatadi. Bunda mehmonxona biznesini rivojlantirish strategiyalarining tahlili va natijalari muhim hisoblanib, bu mehmonxona biznesini rivojlantirish yoki takomillashtirishga qaratilgan turli strategiyalar va tashabbuslarning tahlili va natijalarini anglatadi. Bunday holda, tahlil va natijalar mehmonxona sanoatining bozor tendensiyalari, mijozlarning afzalliklari, raqobat, narxlash, marketing, brending, xizmat ko'rsatish sifati, barqarorlik, texnologiya va innovatsiyalar kabi turli jihatlarini qamrab olishi mumkin. Tahlilning o'ziga xos yo'nalishi va ko'lamiga qarab, natijalar mehmonxona menejerlari, investorlar, siyosatchilar va boshqa manfaatdor tomonlar uchun imkoniyatlar, qiyinchiliklar, tahdidlar, eng yaxshi amaliyotlar, mezonlar va tavsiyalarni ajratib ko'rsatishi mumkin. Masalan, bunday tahlil amaliyotlarga sarmoya kiritishi va uzoq muddatda operatsion xarajatlarni kamaytirishi yoki foydalanuvchilar uchun qulay mobil ilovalar qabul qilish mehmonlarning ko'rsatilgan xizmatlardan qoniqishini oshirishi va kutish vaqtini qisqartirishi mumkinligini ko'rsatishi mumkin. Mehmonxona biznesining shakllanishi va rivojlanishining asosiy sabablarini quyida keltirilgan usullarda ifodalash mumkin:

1. Marketing: marketing asosida har doim muayyan doimiylikni oshirish uchun so'rovnomalar, xabarlar va reklamalar, rivojlantirilgan marketing-strategiyalari va aksiyalar, veb-saytlar va ijtimoiy tarmoqlar, turli xildagi ko'rsatkichlar kabi turli marketing usullari ishlatilishi mumkin.

2. Sifat: Xizmat sifati qanchalik yuqori bo'lsa, soha rivoji shunchalik gullab yashnaydi. Bu yerda, mehmonxona xizmatlari bilan birgalikda turistlardan keladigan savollar va shikoyatlar o'zaro birgalikda shakllanib keladi.

Xulosa va tavsiyalar. Yuqoridagi fikr mulohazalarni e'tiborga olgan holda quyidagi tavsiyalar berildi:

✓ Mehmonxona biznesi sifatini oshirish uchun dastlab, sifatli-analiz qilish va yuqori samaraga erishish maqsadida mavjud muammolarni hal etish o'ta muhimdir;

✓ Turizm sohasida innovatsion yondashuvlar asosida mehmonxonalar sifatining yuqori darajada saqlaninishi zarur bo'lgan bir qator yangiliklarni qo'llab-quvvatlash. Misol uchun, yangi xodimlarni ishga joylashtirish, xizmatlar

va mahsulotlarni o'zgartirish, mahalliy turizm tashkilotlari bilan o'zaro hamkorlikda tadbirlar tashkil etish, turoperatorlar xizmatini yanada oshirish kabi turli yondashuvlarni qo'llash mumkin;

✓ Mehmonxona biznesida innovatsion yondashuvlar maqsadida IT usullaridan foydalanish soha rivojiga katta hissa qo'shadi. Mehmonxona xizmatlarini, uning salohiyatini to'liq ko'rsatish maqsadida IT dasturlari, veb-saytlar, mobil-app qurilmalarini mukammallashtirish soha rivojiga katta yordam beradi. Ushbu imkoniyatlar mijozlar va xodimlar o'rtasidagi aloqalarni optimallashtirishga va xizmatlarni aholiga yuqori sifat ko'rsatkichlarida taqdim etishga imkon beradi.

Xulosa qilib aytganda, yuqorida keltirib o'tilgan tavsiyalarni amaliyotda qo'llash orqali mehmonxona biznesida katta yutuqlarga erishish mumkin. Bundan tashqari, tashrif buyuradigan xorijiy va mahalliy turistlarni mehmonxonalarga joylashtirish bilan bog'liq muammolarni hal etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-sonli “2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni, 35-maqсад
2. Аверина О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности (для бакалавров) / О.И. Аверина. — М.: КноРус, 2019. —94 с.
3. Aliyeva M. T., Mirzayev M. A., Turizm asoslari. O'quv qo'llanma.- T.: O'zbekiston faylasuflar nashriyoti. 2011.
4. Boltabayev M. R. Tuxliyev I. S. Safarov B. Sh. Abduxamidov S. A. “Turizm: Nazariya va amaliyot”//Monografiya – Toshkent:”Barkamol fayz media”nashriyoti, 2018.— 190 s.
5. Аверина О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности (для бакалавров) / О.И. Аверина. — М.: КноРус, 2019. — 94 .
6. "Managing Hospitality Organizations: Achieving Excellence in the Guest Experience" by Robert C. Ford and Michael C. Sturman (2016)
7. Кабушкин Н. И., Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие.— 2-е изд. — Мн.: Новое знание, 2001. — 216 с.
8. Walker J.R. *Introduction to hospitality*, tutorial, translation from English, Moscow: YUNITI-DANA, 2002, 607 p.
9. Webster M. *English dictionary*, [ER]. Access mode: <http://diskart.ru/webster.aspx?letter=72&page=1>
10. investment@uzbektourism.uz www.uzbektourism.uz

Рузibaева Наргиза Хакимовна – СамИСИ, Инвестиция ва инновациялар кафедраси доц.в.б.

КОРХОНАЛАР ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТИНИ МОЛИЯЛАШТИРИШ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация. Инновацион ривожланиш давлатнинг самарали молиявий сиёсатини шакллантиришнинг тақозо этади, унинг асосий вазифалари корхоналар инновацион фаолиятини фаоллаштириш ва самарали молиявий механизмни ҳисобга олган ҳолда уларни молиявий қўллаб-қувватлашнинг изчил тизимини яратишдан иборат. Бунга давлат томонидан молиялаштиришнинг тизимлаштириш ва миллий иқтисодиётнинг инновацион ривожланишини рағбатлантириш орқали эришиш мумкин. Ушбу мақолада корхоналарда инновацион фаолиятни молиялаштириш механизминини такомиллаштириш таҳлил қилинади.

Калит сўзлар: инновацион фаолият, молиявий механизм, молиялаштириш, молиявий рағбатлантириш, молиявий ресурслар.

Аннотация. Инновационное развитие требует формирования эффективной финансовой политики государства, основными задачами которой являются активизация инновационной деятельности предприятий и создание последовательной системы их финансового обеспечения с учетом эффективного финансового механизма. Этого можно добиться за счет систематизации государственного финансирования и стимулирования инновационного развития национальной экономики. В данной статье проводится анализ совершенствования механизма финансирования инновационной деятельности на предприятиях.

Ключевые слова: инновационная деятельность, финансовый механизм, финансирование, материальное стимулирование, финансовые ресурсы.

Abstract. Innovative development requires the formation of an effective financial policy of the state, the main tasks of which are to activate the innovative activities of enterprises and create a consistent system of financial support for them, taking into account the effective financial mechanism. This can be achieved by systematizing state financing and stimulating the innovative development of the national economy. This article analyzes the improvement of the financing mechanism of innovative activities in enterprises.

Key words: innovative activity, financial mechanism, financing, financial incentives, financial resources.

Инновацион ривожланиш йўлига амал қилган, энг янги технологияларни ишлаб чиқаришга фаол жорий этаётган корхоналар сезиларли рақобатдош устунликларга эга бўлмоқда. Улар сифатли маҳсулот ва хизматларни яратишга, ишлаб чиқариш харажатларини камайтиришга,

ишлаб чиқариш циклининг давомийлигини қисқартиришга, ноёб маҳсулотни сотиш орқали бозорларни кенгайтиришга, истеъмолчилар эътиборини жалб қилишга ва ҳоказоларга қодир бўлишмоқда. Корхоналарнинг инновацион ривожланишини самарали қўллаб-қувватлаш учун бошқарув ва назорат функцияларини сифатли амалга ошириш, шунингдек, инновацион фаолиятни молиявий рағбатлантириш зарур.

Инновацион фаолиятни молиявий рағбатлантириш деганда инновацион ғоялар ва билимларни якуний маҳсулотга татбиқ этиш учун зарур молиявий ресурсларни олиш ва уларни корхонанинг амалий фаолиятига татбиқ этиш ўртасидаги боғлиқлик сифатида қаралиши керак. Аммо шуни таъкидлаш керакки, инновацион фаолиятни молиялаштириш жараёнига таъсир қилувчи ўзига хос хусусиятлар мавжуд. Инновацион ғояни амалга ошириш учун инновацион ҳаёт циклининг ҳар бир босқичида молиявий ресурслар керак бўлади⁴⁵.

Корхонанинг инновацион фаолиятига хизмат қилувчи молиявий ресурслар инвестициялар шаклида пул тушумларининг манбалари ҳисобланади. Инновацион лойиҳаларга инвестициялар ушбу инвестициялардан мақсадли фойдаланиш, уларнинг қайтарилиши устидан назоратни таъминлайдиган механизмлардан фойдаланишни назарда тутди. Корхонанинг инновацион фаолиятига жалб қилинган маблағлардан самарали фойдаланиш билан инвестицияларнинг қайтарилиши мумкин.

Корхонанинг инновацион фаолиятини молиялаштириш жараёнининг мураккаблиги ноаниқлик, яъни воқеалар натижасини аниқлашнинг мумкин эмаслиги билан боғлиқ, чунки корхона фаолиятига инновацияларни киритиш жараёни қанчалик фойдали ёки йўқлиги деярли номаълум. Бироқ, амалиёт шуни кўрсатадики, инновациялар ҳам индивидуал корхона, ҳам бутун жамиятни ривожлантириш воситасидир.

Маҳаллий илмий адабиётларда "молиявий механизм" атамаси тез-тез тилга олинади, аммо унинг иқтисодий моҳиятини талқин қилиш ҳар хил.

"Молиявий механизм" атамаси ишлатилиши мумкин бўлган жуда кўп турли контекстлар мавжуд, гарчи уларнинг барчаси одатда бир хил асосий тушунчага ишора қилади. Ушбу атамадан фойдаланган ҳолда, компания ҳар бир фойдаланишда пул олиш жараёнига мурожаат қилмасдан, операцион даражада молиялаштиришдан қандай фойдаланиш бўйича амалиёт ва қоидаларни осонроқ ўрнатиши мумкин. Ташкилот учун аниқ молиявий механизм жуда мураккаб бўлиши мумкин ва оддий атамадан фойдаланиш уни тавсифлаш ва умумий кўриб чиқишни осонлаштиради⁴⁶.

⁴⁵ Купричев М.А. Анализ системы финансирования инновационной деятельности в России // <http://journal-discussion.ru/publication.php?id=147>.

⁴⁶ Tatyana SITASH. Pragmatic role of financial mechanisms in the paradigm of innovative development: domestic and world trends. Journal of European Economy Vol.18.No 1 (68). January–March 2019 pp.154-170

Олим Г.Г.Кирецевнинг таъкидлашича, молиявий механизм - бу корхоналарнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига молиявий таъсир кўрсатиш орқали иқтисодий манфаатларни амалга ошириш усуллари мажмуи. Молиявий механизмнинг таркибий қисмларига қуйидагилар киради: молиявий хавфсизлик; молиявий тартибга солиш; бу таъсирни баҳолаш имконини берувчи молиявий кўрсаткичлар ва молиявий воситалар тизими.

Н.В.Миляков молиявий механизм деганда давлат томонидан ўрнатилган молиявий муносабатларнинг шакллари, турлари ва усуллари тизими тушунилиши керак, деб таъкидлайди. Л.Л.Дробозинанинг фикрича, молиявий механизм давлат томонидан ўрнатилган молиявий муносабатларни ташкил этиш шакллари, турлари ва усуллари тизимидир⁴⁷.

Э.П.Коптева корхонанинг молиявий механизмини унинг молиявий сиёсатининг йўналишларини амалга ошириш ва белгиланган мақсадга эришишни таъминлаш имконини берадиган техника ва усуллар тўплами сифатида тақдим этади⁴⁸.

Олим В.М.Опарин "молиявий механизми"ни моҳиятан очиб беради, яъни, молиявий механизм – бу жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига таъсир қилишнинг молиявий усуллари ва шакллари, воситалари ва дастаклари тўплами эканлигини таъкидлайди⁴⁹.

Айрим етакчи иқтисодчилар нуктаи назаридан молиявий механизм жамиятда иқтисодий ривожланиш учун қулай шарт-шароитларни таъминлаш мақсадида қўлланиладиган молиявий муносабатларни амалга ошириш усуллари мажмуидир. Яна бир гуруҳ бошқа олимлар нуктаи назаридан молиявий механизм – бу молиявий муносабатларни ташкил этишнинг турлари, шакллари ва усуллари, уларни миқдорий аниқлаш усуллари тўплами деб ҳисоблайдилар. Бундай қарашларнинг хилма-хиллиги, умуман олганда, молиявий механизм бўйича позициялар бирлиги йўқлигини кўрсатади.

Молиявий механизмнинг кўриб чиқилган таърифларидан биз концепциянинг мураккаблигига амин бўлдик, биз давлат ёки корхона молиявий сиёсатни ишлаб чиқиши керак, деб ҳисоблаймиз ва уни амалга ошириш учун зарурий маблағлар оқимини шакллантиришни таъминлайдиган усуллар, дастаклар, воситалар шаклида молиявий механизм яратилади. Корхонага кирувчи молиявий оқимлар маблағларнинг даромад қисмини тўплайди, чиқиб кетиш эса мақсадли харажатларни

⁴⁷ Общая теория финансов: учебник / Л. А. Дробозина [и др.]; под ред. Л. А. Дробозиной. М: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1995. – С. 15.

⁴⁸ Коптева Е. П. Финансовый механизм стоимостно-ориентированной финансовой политики предприятия / Е.П. Коптева // Проблемы современной экономики (II): материалы междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2012. С. 100-104.

⁴⁹ Luciev, B. L. (Ternopil, 2014). Theoretical Aspects of the Financial-Credit Mechanism. Bulletin of the Ternopil National Economic University. pp. 17-26.

таъминлайди ва шу билан молиявий сиёсатнинг мақсадларини амалга оширади.

Корхонанинг инновацион фаолиятини молиялаштириш механизмлари ҳар хил бўлиши мумкин. Корхонанинг мавжуд маблағлари миқдори ҳар доим чекланган. Шу муносабат билан корхона раҳбарияти биринчи навбатда тез даромад келтирадиган инновацион лойиҳаларга маблағ ажратиши керак. Инновацион лойиҳанинг харажатларини молиялаштириш қуйидагилар билан боғлиқ бўлиши мумкин:

- машина ва ускуналарни модернизация қилиш билан техник қайта жиҳозлаш;
- янги ва модернизация қилинган маҳсулотлар, конструкциялар ва материалларни тайёрлаш ва ишлаб чиқиш;
- прототипларни ишлаб чиқариш, прогрессив технологик жараёнлар;
- тадқиқот ва ишланмаларни амалга ошириш;
- илмий-тадқиқот ишлари учун асбоб-ускуналар, техникалар ва бошқа инвентарларни сотиб олиш;
- банк кредитларини қайтариш, улар бўйича фоизларни тўлаш.

Бизнинг фикримизча, корхонанинг молиявий механизмини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги функцияларни ажратиб кўрсатиш керак: жамғариш; тарқатиш; конвертация қилиш. Жамғариш функциясининг қиймати муайян муаммоларни ҳал қилишга қаратилган молиявий ресурсларни олиш билан белгиланади. Тақсимлаш функцияси корхона фаолиятида молиявий ресурсларни оптимал тақсимлашга қаратилган. Трансформацион функция корхонанинг ўзгаришига, унинг стратегик ривожланишига ва иқтисодий хавфсизлик даражасини оширишга ёрдам беради.

Корхонанинг инновацион фаолиятини молиялаштириш тизимига ташқи муҳитнинг талаблари анча қатъий бўлиб, корхона томонидан унинг инновацион фаолиятини молиялаштиришнинг маълум даражасига эришишга, инновацион шаклни унинг бошланғич босқичидан якуний босқичигача ривожлантиришга қаратилган. Ўз навбатида, корхонанинг инновацион фаолиятини молиялаштириш механизмлари маълум тамойилларга мос келиши керак: изчиллик, мураккаблик, босқичма-босқичлик, етарлилик, самарадорлик, самарадорлик ва иқтисодий хавфсизлик. 1-жадвалда ушбу тамойилларнинг тавсифи келтириб ўтилган.

1-жадвал

Корхонанинг инновацион фаолиятини молиялаштириш механизмларининг асосий тамойиллари

№	ТАМОЙИЛЛАР	ХУСУСИЯТИ
1	Мустаҳкамлик тамойили	Мавжуд механизмлар бир-бири билан боғланган корхона молиялаштиришнинг умумий тизимининг элементлари ҳисобланади
2	Бир-бирини	Қўллаш босқичига қараб молиялаштириш

	тўлдириш тамойили	механизмлари умумий иқтисодий самарани ошириш билан бирга бир-бирларининг ҳаракатларини тўлдиради.
3	Саҳналаштириш тамойили	Ҳар бир молиялаштириш механизми молиялаштириш босқичлари асосида қўлланилиши керак
4	Етарлилик тамойили	Молиялаш механизми молиялаштириш объектини зарур миқдорда молиявий ресурслар билан таъминлайди
5	Ишлаш тамойили	Молиялаш механизми зарур миқдорда молиялаштириш ва инновацион ишланмаларнинг ўсишини таъминлайди. Молиялаштириш механизми маълум бир натижага эришишга, масалан, корхонанинг илмий-тадқиқот ишларига харажатларини, молиялаштириладиган инновацион лойиҳалар сонини ва бошқаларни кўпайтиришга қаратилган.
6	Самарадорлик тамойили	Инновацион фаолиятни молиялаштириш механизмининг ишлаши самарали инновацион фаолиятга олиб келиши керак, бу эса молиялаштириш даражасини ва корхона томонидан яратилган инновациялар сонини оширишга имкон беради.
7	Хавфсизлик тамойили	Корхонанинг инновацион фаолиятини молиялаштириш механизми унинг хавфсизлигини таъминлаши керак

Инновацион фаолиятни молиялаштириш механизмидан фойдаланишнинг моҳияти бошқа молиялаштириш жараёнларига ўхшаш бўлишига қарамай, бу жараён бошқа объектларни молиялаштиришдан фарқ қилади, бу эса ўз навбатида молиялаштириш механизмидан фойдаланишга таъсир қилади. Корхонанинг инновацион фаолиятини молиялаштириш инновацияларни молиялаштириш тизими доирасида амалга оширилади. Тизим инновацияларни молиялаштириш манбаларини, молиялаштириш объектларини ва кўриб чиқиладиган элементларнинг ўзаро таъсирини амалга оширадиган молиялаштириш механизмларини ўз ичига олади. Шунинг таъкидлаш керакки, инновацион жараённи рағбатлантириш керак. Корхона томонидан инновацион фаолиятни рағбатлантириш доимий равишда инновацияга интилишга олиб келади.

Ўзбекистонда товарларининг рақобатбардошлигининг паст даражаси саноат корхоналари томонидан инновацион сиёсатни ишлаб чиқишни талаб қилади. Мамлакат ҳукумати томонидан миллий инновацион тизимни қуриш ва саноат корхоналарининг инновацион фаолиятини фаоллаштириш нуктаи назаридан амалга ошириладиган ислохотлар уларнинг самарали

ривожланишига ёрдам беради. Бирок, Ўзбекистон амалиётида корхоналарнинг инновацион сиёсатини бошқаришдаги парчаланиш ва бўшлиқлар ривожланиб, уларнинг корхона стратегиясида белгиланган якуний натижаларга эришишини сезиларли даражада пасайтиради.

Инновацион фаолиятнинг сурункали кам молиялаштирилиши, инновацион соҳага қўшимча ресурсларни жалб қилиш механизмининг номукамаллиги, унинг самарадорлигини ошириш учун инновацион фаолиятга инвестицияларнинг устувор йўналишларининг асосланмаганлиги билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилиш зарур. Таклиф этилаётган молиявий воситалар ёрдамида корхонанинг инновацион ривожланишининг мумкин бўлган салбий тенденциялари ҳисоб-китоблар пайтида аниқланган муаммоли ҳудудларга йўналтирилиши керак бўлган молиявий ресурслар ёрдамида бартараф этилиши мумкин.

Шунга кўра, юқорида кўрсатилган молиявий ва солиқ воситаларини комплекс қўллаш корхонанинг юқори молиявий самарадорлигига олиб келиши мумкин, бу эса ўз навбатида инновацион лойиҳаларни молиялаштиришнинг мавжуд шаклларида кенгроқ фойдаланиш имкониятини беради.

Инновацион жараёнларни ривожлантиришда инновацион фаолиятни молиявий қўллаб-қувватлаш муаммоси энг долзарб ҳисобланади. Шу билан бирга, инновацион жараёнларни молиялаштириш манбаларини муваффақиятли топиш ва уларнинг оптимал комбинацияси инновацион жараёнларнинг ривожланишига ёрдам беради.

Алиев Парахат Кеунимжаевич - Қорақалпоқ давлат университети “Шаҳар қурилиши ва хўжалиги кафедраси” стажёр-ўқитувчиси

САНОАТ КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ МАҚСАДИДА САНОАТ ХИЗМАТЛАРИНИ КўРСАТИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация. Мақолада саноат корхоналарининг рақобатбардошлигини ошириш усули сифатида саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизмлари баён этилган. Бундан ташқари, Ўзбекистон Республикасида миллий иқтисодиётни инновацион ривожлантириш шароитида саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизмини такомиллаштириш йўналишлари аниқланган ва уни такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Аннотация. В статье описаны экономические механизмы оказания промышленных услуг как способ повышения конкурентоспособности промышленных предприятий. Кроме того, в условиях инновационного развития национальной экономики Республики Узбекистан определены

направления совершенствования экономического механизма оказания производственных услуг, разработаны предложения и рекомендации по его совершенствованию.

Abstract. The article describes the economic mechanisms for the provision of industrial services as a way to increase the competitiveness of industrial enterprises. In addition, in the conditions of innovative development of the national economy of the Republic of Uzbekistan, directions for improving the economic mechanism for the provision of production services were determined, proposals and recommendations for its improvement were developed.

Калит сўзлар: саноат хизматлари, саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизми, саноат корхоналарининг рақобатбардошлиги.

Ключевые слова: услуги промышленного характера, экономический механизм оказания услуг промышленного характера, конкурентоспособность промышленных предприятий.

Keywords: industrial services, economic mechanism of rendering industrial services, competitiveness of industrial enterprises.

XX асрнинг ўрталаридан бошлаб ижтимоий ишлаб чиқариш таркибини хизматлар соҳаси улушини ошириш томон ўзгартиришнинг барқарор тенденцияси кузатилмоқда. Бугунги кунда миллий иқтисодиёт таркибини шакллантиришда муҳим рол ўйнайдиган хизмат кўрсатиш соҳасининг ЯИМ таркибидаги улушини ошириш, ижтимоий-иқтисодий ривожланиш йўналишлари ва суръатлари, турли соҳалар ва фаолият ўртасидаги муносабатларни ўрнатиш кўпчилик иқтисодий ривожланган мамлакатлар учун хосдир.

Бироқ, Т. В. Сергеевич таъкидлаганидек, "ЯИМ таркибида қиймат жиҳатидан иқтисодиётда хизмат кўрсатиш соҳасининг ортиб бораётган улуши туфайли саноат секторининг улуши мутаносиб равишда пасайиши кузатилади деб прогноз қилиш нотўғри," [1].

Хорижий тажриба шуни кўрсатадики, хизмат кўрсатиш соҳасининг ЯИМ ва аҳолининг бандлиги таркибидаги улуши барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланишни автоматик равишда таъминламайди ва ўз-ўзидан иқтисодий ўсиш омили бўлолмайди. Иқтисодиётнинг муваффақиятли ривожланиши хизмат кўрсатиш соҳасининг миқдорий кўрсаткичларига эмас, балки, унинг технологик ва инновацион табиати даражасига боғлиқ.

Глобаллашув ва ахборот инқилобининг оқибатлари натижасида саноат товарларининг рақобатбардошлиги, қоида тариқасида, нарх усуллари билан эмас, балки саноат тавсифига эга хизматлар ҳисоби, яъни, ишлаб чиқариш жараёнининг барча босқичларида транзакцион харажатларни сезиларли даражада камайтиришга имкон берадиган ва ноёб сифатли маҳсулот яратиш орқали таъминланади. Бундан ташқари, бугунги кунда илм сиғимли тармоқлар (нанотехнологиялар, электроника, сунъий интелект, дастурий

таъминот ва ҳ.к.) ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг муҳим омиллари ҳисобланади ҳамда ушбу тармоқларнинг муваффақиятли ишлаши алоқа, ахборот ва ижтимоий-функционал хизматларнинг ривожланиши билан бевосита боғлиқ.

Ўзбекистон Республикасида, ЯИМ таркибида хизматлар соҳаси улуши 41,5% дан ошмайди [2] ва ҳали ҳам асосан анъанавий хизматлардан (савдо ва транспорт) ташкил топган, бу иқтисодиётнинг ушбу секторини секин ишлаётганидан далолат беради. Шунинг учун хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантириш йўналишларидан бири юқори технологияли хизматлар – ахборот-коммуникация, консалтинг, маркетинг, реклама, логистика, молиявий, шунингдек, аҳолининг ҳаёт сифатини яхшилайдиган ижтимоий хизматларнинг ривожланишини тезлаштиришдир.

Ўзбекистонда саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизми ҳозирги ижтимоий-иқтисодий муҳит туфайли бир қатор ўзига хос хусусиятларга эга. Ушбу механизмнинг субъектлари саноат комплекси корхоналари (ишлаб чиқариш корхоналари ва фаолияти саноат ишлаб чиқариши ёки саноат маҳсулотлари билан боғлиқ корхоналар), давлат органлари вакиллари ва ходимлари (меҳнат жамоалари). Саноат хизматларининг асосий истеъмолчилари саноатнинг илим сиғимли тармоқларидир. Корхона ҳажмининг мезонига кўра, саноат хизматларига асосий талаб йирик саноат корхоналари томонидан шакллантирилади.

Саноат мажмуасининг кичик корхоналари, қоида тариқасида, саноат хизматларига камроқ муҳтож ва кўпинча саноат маҳсулотлари қиймат занжирида тор ихтисослашуви туфайли етказиб берувчилар сифатида ҳаракат қилишади. Кўпинча йирик саноат корхоналари хизмат турларига қараб, бир вақтнинг ўзида, ҳам саноат хизматларининг истеъмолчилари ҳам ишлаб чиқарувчилари ҳисобланишади. Саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизмида давлатнинг вазифаси фақат бошқарув билан чекланмайди. Янги технологияларни ишлаб чиқиш ва уларни бизнес соҳасида фойдаланишни янада қулайроқ қилиш учун юқори хавф ва харажатлар (масалан, илмий-тадқиқот ёки ахборот-коммуникация хизматлари) туфайли давлат уларнинг асосий буютмачиси ҳисобланади. Ходим саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизмининг субъекти сифатида кенг ваколатлар билан ажралиб туради: бир нечта тегишли соҳаларда юқори малакали (фанлараро малака), мустақил қарор қабул қилувчи, ва ҳ.к.

Миллий саноат мажмуасини, хусусан, саноат хизматларини илғор ривожлантириш учун янги таълим тизимини шакллантириш алоҳида аҳамиятга эга. "Амалиёт шуни кўрсатадики, ўзгарувчан ташқи муҳитнинг замонавий шароитида технологик ускуналар ва жиддий хўжалик юритиш тажрибасини ҳатто давлат томонидан кучли қўллаб-қувватлаш ҳам хўжалик юритувчи субъектларга ривожланиш мақсадларига эришишни тўлиқ кафолатлай олмайди. Молиявий қўллаб-қувватлаш ва техник ва технологик

янгиликлар ўз-ўзидан корхона капиталининг кенгайтирилган такрор ишлаб чиқарилишини тўлиқ таъминлай олмайди. Интенсив ривожланиш йўлига ўтишнинг зарур таркибий қисмлари интенсив янгиланган маҳсулотлар ишлаб чиқарадиган корхоналарда ташкилий ва бошқарув инновацияларини жорий этиш ва инсон капиталини етиштиришдир" [3]. Ишлаб чиқариш табиатининг ўзгариши туфайли таълим тизимини саноат хизматларини кўрсатиш мақсадида тез ривожланаётган бозорга мослаштириш учун объектив эҳтиёж мавжуд. Саноат хизматларини кўрсатиш асосан интеллектуал меҳнатга асосланади ва шунинг учун ходимларга юқори талаблар қўйилади. Шу билан бирга, чуқур ихтисослашган малакалар энди етарли эмас, балки, фанлараро малакага ҳам эҳтиёж ортиб бормоқда. Бундан ташқари ходимнинг шахсий хусусиятлари: унинг ижодкорлиги, мустақил равишда қарор қабул қилиш қобилияти, ўзгарувчан бозор шароитларига тезда жавоб бериши, доимий ўрганиш қобилияти ва истаги ҳам жуда муҳим аҳамият касб этади.

Лекин, ишлаб чиқариш, таълим ва фан ўртасидаги ўзаро таъсир тамойилларини радикал қайта кўриб чиқишни талаб қиладиган таълим тизимини қайта қуришни дарҳол амалга ошириб бўлмайди. Бундан ташқари, янги кадрларни тайёрлаш ҳам вақт талаб этади. С. Ю. Солодовников таъкидлашича: "бошқача қилиб айтганда, янги постиндустриал ишчининг ривожланиши ва янги технологияларни жорий этиш бир танганинг икки томонидир. Янги технологияни амалиётга жорий этиш учун, баъзан бир йил кифоя қиладиган ва ундан самарали фойдалана оладиган юқори малакали ишчиларни тайёрлаш учун 5 йилдан 10 йилгача вақт кетади, шундан келиб чиқиб, олий ва ўрта таълим тизимида баъзи ёндашувларни кўриб чиқиш керак" [4]. Узок муддатли истиқболда янги саноатни шакллантиришнинг яна бир шарт-бу умрбод таълимга асосланган юқори малакали кадрлар тайёрлаш тизимини чуқур ривожлантириш, шунингдек, саноат корхоналарини ўқув жараёнига жалб қилишдир.

Хулоса қилиб айтганда саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизмни такомиллаштириш учун қуйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ

1) Ўзбекистон Республикаси иқтисодиёти таркибий сиёсатини ишлаб чиқишда саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизмни такомиллаштириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш;

2) саноатнинг юқори технологияли, илм сиғимли ва экспортга йўналтирилган тармоқларида саноат хизматларининг устувор ривожланишини таъминлаш;

3) саноат комплексини рақамлаштиришни тезлаштириш учун "ақлли" ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва "ақлли" ечимларни амалга ошириш учун асос бўлган саноат интернет восиларидан ("ақлли транспорт", "ақлли логистика", "ақлли уй" ва ҳ.к.) фойдаланишни кенгайтириш керак.

4) юқори малакали кадрлар тайёрлаш тизими "бутун ҳаёт давомида доимий таълим", "саноат корхоналарини ўқув жараёнига жалб қилиш" ва "илғор ривожланиш"тамойилларини ҳисобга олган ҳолда қайта қараб чиқилиши шарт;

5) бизнесни юритиш маданиятини очиклик ва шаффофликни ошириш йўналиши бўйича ўзгартириш лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Т.В.Сергиевич. «Роль промышленности в экономическом развитии Республики Беларусь в контексте перехода к постиндустриальному обществу» Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы сборник трудов IX Международной научно-практической конференции. – 2015.
2. stat.uz/uz/rasmiy-statistika/national-accounts-2
3. Т. В. Сергиевич. Экономическое стимулирование производства товаров интенсивного обновления: теоретико-методологические основы // Право. Экономика. Психология. – 2017. – № 3 (8). – С. 49–55.
4. С.Ю.Солодовников. Тенденции и перспективы развития занятости и создания социально-научного сообщества в условиях модернизации транзитивной экономики: на примере Республики Беларусь //Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д. Экон.и юрид. науки. – 2015. – № 6.

Қутлымуратов Садық Полатович – Берақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети “Иқтисодиёт” кафедраси ассистенти

ТУРИЗМДА КЛАСТЕРЛАР ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ ШАРТ-ШАРОИТЛАРИ

Аннотация: Мақолада кластер тушунчасига таъриф берилган, М.Портер томонидан таклиф берилган класстер белгилари ёритилган, туристик кластерларнинг туризм ривожланишига ижобий таъсири ўрганилган, шунингдек туристик кластерларни ташкил этишда эътибор бериладиган жиҳатлар келтириб ўтилган.

Аннотация: В статье дана объяснение понятию кластера, широко определены признаки кластера данные М.Портером, изучена положительное влияние туристического кластера в развитии туризма, а также освещены некоторые вопросы, которые нужно обращать внимание в организации туристических кластеров.

Summary: The article defines the concept of cluster and highlights the signs of clusters proposed by M. Porter examines the positive impact of tourist

clusters on the development of tourism and points out the aspects to be considered in the organization of tourist clusters.

Калит сўзлар: кластер, туристик кластер, инфратузилма, экологик вазият, ялпи ҳудудий маҳсулот, табиий ва иқлим омиллари, кластер қўлами.

Ключевые слова: кластер, туристический кластер, инфраструктура, экологическая обстановка, валовой региональный продукт, природно-климатические факторы, масштаб кластера.

Key words: cluster, tourism cluster, infrastructure, ecological situation, gross regional product, natural and climatic factors, scale of the cluster.

Туристик кластер (ТС) – бу рекреацион ҳудудлар ёки дам олиш масканлари бўлиб, ихтиёрий асосда бирлаштирилган компаниялар фаолиятини ўз ичига олади. Ушбу ҳолатда туристик корхоналар фаолияти бир-бирига боғлиқ бўлганлиги сабабли, битта корхонада муаммолар юзага келганда, вазиятни ҳал қилиш учун бошқа корхоналар боғланади, чунки муаммоларни яқка ўзи ҳал қилиш нафақат кластер яратиш моҳиятига зид келади, балки бутун кластернинг даромадни камайтиради.

Кластерга тадқиқотчи олимлар томонидан бир неч ёндошувлар мавжуд. 1998 йилда кластер М.Портер томонидан географик жиҳатдан жамланган корхоналар уюшмаси сифатида кўриб чиқилди. Шу боис кўлам самараси каби фойда олиш учун компаниялар ўз саъй-ҳаракатларини бирлаштиришга интилишади [2]. М.Портер томонидан таклиф қилинган потенциал кластерлар мавжудлигининг асосий белгилари қуйидагилардан иборат:

- кластер иштирокчиларининг географик жиҳатдан чекланган ҳудудда концентрацияси;
- туристик ҳудудларда кластерни шакллантиришга ҳисса қўшадиган етакчи компанияларнинг рақобатбардош устунликларининг мавжудлиги;
- ёрдамчи ва хизмат кўрсатувчи корхоналарни жалб қилиш;
- кластер аъзолари ўртасидаги муносабатларнинг мавжудлиги (ҳамкорлик ва мувофиқлаштириш)ни таъминлаш имконини беради.

Бошқарув, илмий-тадқиқот институтлари, таълим муассасалари, касбий уюшмалар, жамоатчилик вакиллари ва бошқалар ҳам кластер бўлинмаларига айланиши мумкин. Айнан мана шу корхоналар кластернинг ўзига хослигини ва унинг “ядросини” ташкил қилади. Шу билан бирга, кластер таркибига кирувчи корхоналарнинг асосий тамойили ҳудудлараро миқёсда рақобатлашиш учун маҳаллий даражада ҳамкорлик қилиш орқали кластер устунлигини яратишдан иборат.

Кластерларни яратишда инфратузилма омилларини ҳисобга олиш, шунингдек, табиий ва иқлим омилларини баҳолаш лозим. Ушбу баҳолаш минтақа салоҳияти ҳақида аниқ тасаввурни яратишга имкон беради ва қайси даражадан ривожланиш кераклигини, лойиҳага қанча "инвестиция киритиш" кераклигини, шу билан бирга қилинадиган харажатларни

аниқлашга имкон яратади. Кластер яратиш бир қатор вазифаларни ҳал қилиши мумкин:

- инфратузилмани такомиллаштириш;
- ялпи ҳудудий маҳсулотда туризм даромадларининг улушини ошириш;
- минтақадаги экологик вазиятни яхшилаш орқали иқтисодий мустаҳкамлаш [1].

Туристик кластерлар фаолиятини йўлга қўйиш учун дастлаб кластернинг жойлашини, чегараларини, шунингдек марказларни аниқлаш керак. Ушбу марказлар бир нечта бўлиши мумкин, улар ўзаро бири-бири билан рақобатлашиши шарт эмас, аксинча улар бир-бирини тўлдиришлари мақсадга мувофиқ. Кластер чегараларини аниқлаш учун минтақани ўрганиш, қайси диққатга сазовор жойлар энг машҳур эканлигини аниқлаш керак ва шундан сўнг у ерда марказларни яратиш лозим. Туристик кластер яратишда кластер чегараларини аниқлаш ҳам муҳим вазифа ҳисобланади. Чегараларни белгилашда, бошқа минтақаларга яқинлик каби омиллари ҳамда келадиган сайёҳларнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олиш кераклигини тушуниш муҳимдир.

Шунингдек кластерларни ташкил этишда, минтақанинг туризм салоҳияти ҳамда сайёҳларнинг ўзига хос хусусиятларини ўрганиш керак ва ушбу маълумотларга асосланиб, уларнинг эҳтиёжларини тўлиқ қондира оладиган кластерни яратиш вазифаларини белгиланиш лозим. Шундан сўнг қонунчилик базасига тегишли ўзгартиришлар ҳам киритилади ва бу тадбиркорларга бизнесни ривожлантириш йўналишини танлашда ёрдам бериши, кутилаётган хизматлар даражасини ва уларга қўйиладиган талабларни белгилаши, тадбиркорлар ва сайёҳлар манфаатларини ҳимоя қилиши керак. Шу ўринда туризм соҳасида давлат ва муниципал бошқарув органлари тизимини фаолиятини такомиллаштириш муҳим ҳисобланиб, айнан давлат туристик кластерлар фаолиятини йўлга қўйиш ва қўллаб-қувватлаш учун қулай шарт-шароитларни яратиш масъулиятини ўз зиммасига олиши мақсадга мувофиқ. Кластерлар фаолиятини тартибга солиш ҳокимият органларида туризм фаолияти билан шуғулланувчи тузилмалар мавжудлигини назарда тутати.

Кластерни ташкил қилишдаги кейинги қадам кластернинг ўзига хос хусусиятларини аниқлаш бўлади, чунки ҳамма нарса уйғун тарзда ўзаро таъсир қиладиган кластер яратиш етарли эмас. Яратилаётган кластер бошқача ва ўзига хос хусусиятларга эга эканлигига ишонч ҳосил қилиш муҳимдир. Бу табиий шароит, тарихий ва маданий мерос, дам олиш масканлари бўлиши мумкин [2]

Туристик кластерни ташкил этишда инфратузилма даражаси, юқори малакали мутахассисларни тайёрлаш, транспорт тармоғи имкониятларини аниқлагандан сўнг, қуйидагиларга эътибор бериш лозим:

1. Компанияларни ташкил этиш ва шериклик алоқаларини ўрнатиш. Туризм кластери фаолиятида асосий ролни туризм корхоналари ўйнайди, улар ишлаб чиқарилган маҳсулотларни худуд ва мамлакат ташқарисига экспорт қилади. Энг қуйи даражани сайёҳлик агентликлари, умумий овқатланиш корхоналари, тегишли хизматларни кўрсатадиган ва сайёҳлар томонидан талаб қилинадиган товарлар ва хизматларни тақдим этадиган транспорт компаниялари эгаллайди.

Уларнинг барчаси биргаликда ишлайди, умумий меҳнат ресурсларига, технология ва бошқаларга эга. Ўзаро ҳамкорлик жараёнида фирмалар ишончли муносабатларни ўрнатиш, маълумот алмашиш ва ҳаракатларни мувофиқлаштириш учун биргаликда ишлайди. Айнан ишончнинг юқори даражаси фирмаларнинг биргаликда ишлашига имкон беради, бу эса фирмаларнинг харажатларини сезиларли даражада камайтиради.

2. Инфратузилмани баҳолаш ва уни такомиллаштириш. Замонавий туристик инфратузилма ресурсларни ўзлаштириш ва туризм кластерини ривожлантиришнинг ажралмас қисмидир. Ушбу инфратузилманинг ўзига хос хусусияти унинг йўналтирилганлиги (нафақат сайёҳларга, балки маҳаллий аҳолига ҳам) ва аҳолининг ҳаёт сифатини яхшилашидир. Ижобий жиҳати - бу янги иш ўринларини яратиш. Инфратузилмани ташкил этиш билан боғлиқ муаммолар кластернинг рақобатбардошлигини пасайишига олиб келиши мумкин.

3. Кластер кўламини аниқлаш. Ресурсларнинг миқдори, сифати ва ўзига хос хусусиятларига, шунингдек туристик оқим даражасига қараб, яратилаётган кластер кўламини аниқлаш керак. Минтақалар ичидаги кластерлар минтақалараро ва трансчегаравий қараганда тор ихтисосликка эга, аммо уларни амалга ошириш анча осон. Минтақалараро кластерлар товарлар ва хизматларнинг кенг доирасини тақдим этишимизга имкон беради, аммо амалга ошириш юқори даражадаги инвестициялар ва инфратузилмани, шунингдек ривожланган транспорт тармоқларининг мавжудлигини талаб қилади. Трансчегаравий туризм кластерлари нафақат кластер доирасидаги фирмалар, балки хорижий компаниялар билан ҳамкорликнинг мураккаб механизмидир.

4. Туризм даражасини баҳолаш. Туризм даражасини баҳолаш учун мавжуд объектларнинг ўзига хослигини аниқлаш керак; минтақа миқёсида объектларнинг қулай жойлашуви ва уларнинг жойлашиш зичлигидаги фарқлаш, мавжуд объектларнинг хилма-хиллиги ва мураккаблигини, шунингдек уларнинг жисмоний ҳолатини баҳолаш лозим.

5. Кластер ресурслари: табиий-иқлим ресурслари, маданий-тарихий ресурслар, ижтимоий-иқтисодий ресурслар.

6. Транспорт тармоғи. Транспорт тармоғининг ривожланиши туристик оқимларнинг эркин ҳаракатланиши учун шароит яратади, туристик ресурсларга етиб боришни таъминлайди, туристик маҳсулотнинг ажралмас қисми ҳисобланади.

Туризм бизнеси мамлакат иқтисодиётида катта рол ўйнайди. Сўнгги пайтларда туристик кластерлар яратилиши ҳисобига ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларнинг туризм соҳасидаги иқтисодий кўрсаткичлари сезиларли даражада ошиб бормоқда. Уларнинг хусусиятларидан бири ички рақобат бўлиб, таклиф этилаётган хизматлар сифатини таъминлайди [3].

Умуман олганда туризм кластери – бу туризм соҳасида хизмат кўрсатадиган туризм ташкилотлари бирлашмаси ҳисобланади. Туристик кластерларнинг асосий кўрсаткичларидан бири бу туристик-рекреацион ресурслар, яъни сайёҳларни жалб қиладиган ва туристик йўналишларга талабни яратадиган табиий-иқлимий, маданий-тарихий, ижтимоий-иқтисодий ва бошқа манбалар тўплами [4].

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Алоева А.А. Туристические кластеры как особый фактор формирования социально-экономической системы региона. / А.А. Алоева, М.Д. Юсупова // Известия Кабардино-Балкарского центра РАН. – 2013. – № 4 (54). – С. 100-106.
2. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. яз. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с
3. Каранатова Л.Г. Обеспечение конкурентоспособности предприятий туристско-рекреационной сферы на основе модели стратегических инновационных сетей / Л.Г. Каранатова, В.М. Ходачек, А.Ю. Кулев // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2017. – № 10 (156). – С. 56-62
4. Кропинова Е.Г. Региональный туристский кластер как туристско-рекреационная система регионального уровня. / Е.Г. Кропинова, А.В. Митрофанова // Региональные исследования. – 2011. – № 1. – С. 40-46.
5. Александрова А.Ю. Туристические кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2007, № 1. – С. 51–61. [2]

Бойкобилова Ирода Жонтемир кизи - Самарканд иқтисодиёт ва сервис институти « Бошқа тармоқларда бухгалтерия ҳисоби ва аудит» ассистенти

ТУРИЗМ КОРХОНАЛАРИДА ДАРОМАДЛАР КЎРСАТКИЧИНИ АУДИТИ

Аннотация: Бугунги кунда туризм мамлакатимиз ички иқтисодиётида энг жадал ривожланаётган тармоқлардан биридир. Бунга сабаб туристлар оқимини кўпайтириш тенденцияси кучайтирилди,

хусусан , мамлакатимизни халқаро туризм бозорларида енг йирик туристик йўналиши сифатида тарғиб қилиш ишларининг натижасидир.

Аннотация: На сегодняшний день туризм является одной из динамично развивающихся отраслей внутренней экономики нашей страны. Благодаря этому усилилась тенденция к увеличению потока туристов, в частности, это является результатом продвижения нашей страны как крупнейшего туристического направления на международных туристических рынках.

Abstract: Today, tourism is one of the fastest growing industries in the domestic economy of our country. Due to this, the tendency to increase the flow of tourists has been strengthened, in particular, it is the result of promotion of our country as the largest tourist destination in the international tourism markets.

Калит сўзлар: Туристтик хизматлар , меҳмон уйлари, тур маҳсулот, даромад, аудит, бухгалтерия ҳисоби, харажатлар, валюта операциялар. Ключевые слова: Туристские услуги, гостевые дома, турпродукт, доход, аудит, бухгалтерский учет, расходы, валютные операции.

Key words: Tourist services, guest houses, tour product, income, audit, accounting, expenses, currency transactions.

Бунинг ёрқин мисоли сифатида 2022 йил ташкил қилинган Парижда «LUVR» музейида ташкил қилинган маданий мерос кўргазмасида Ўзбекистонни яна бир бор яқиндан таниш имкони бўлди ва бунинг оқибатида мамлакатимизга турист сифатида ташриф буюришни хоҳловчилар янада кўпаяди.

Бугунги кунда жаҳон миқёсида туризм хизмати кўрсатувчи ташкилотларни самарали ривожлантириш, ушбу субъектларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш юзасидан мақсадли тадқиқотлар кенг миқёсда олиб борилмоқда. Бу борада ички ва ташқи туризм хоҳловчиларнинг хоҳиши исаткини туристик хизматни ишлаб чиқаришни оптимallasштириш, туристик хизматларини турларини кенгайтиришни таъминлаш кабилар юзасидан тадқиқотлар муҳим аҳамият касб этмоқда.

Президент Шавкат Мирзиёев раислигида мамлакат туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш юзасидан видеоселектор ўтказилган. Бу борада қабул қилинган чоралар катта натижалар беришни бошлагани таъкидланди. 2022 йилда ташриф буюрган хорижий туристлар сони 2021 йилга нисбатан 3 бараварга ошди (5,2 миллион, соҳа экспорти – 1,6 миллиард доллар). Ички туризм дастурлари доирасида 11,5 миллион, шундан 1,5 миллион эҳтиёжманд аҳоли, ёшлар ва кексалар саёҳатлари ташкил этилди. Самарқандда янги туризм маркази барпо этилгани қўшимча 2 миллион сайёҳ жалб қилиш имконини берди. Бу йили Бутунжаҳон туризм ташкилотининг Бош ассамблеяси йиғилишини

ўтказишга катта тайёргарлик кўрилмоқда. Бундан ташқари, Самарқанд 2023 йилги Бутунжаҳон туризм пойтахти мақомини олган.⁵⁰

Туристик хизматларини шакллантириш-бу туроператорнинг туристик маҳсулотга туристик бизнеснинг ўзига хос хусусиятларидан фойдаланган ҳолда замонавий савдо усулларига мувофиқ туристик хизматни ни сотишни ташкил етиш. Туристик хизматининг умумий нархга (авиабилетлар темирўул чипталари, меҳмонхона, меҳмон уйлари, овкатлантириш, транспорт хизмати, ижтимоий-маданий (экскурсия хизматлари) ва гид бошқа туристик хизматлар нархининг умумий нархига киритилиди.

Туристик хизматлардан олинадиган даромад суммаси ҳар бир мижоз билан тузилган шартнома асосида аниқланади. Даромад суммаси бажарилган турга нисбатан белгиланган таъриф суммасидан, ёки мижоз билан келишув натижасида белгиланган суммадан келиб чикиб аниқланади. Курсатилган хизмат бўйича туланадиган сумма мижозга тақдим этиладиган счёт-фактура ва бажарилган ишлар туғрисидаги далолатнома билан тасдиқланади.

Туристик хизматларни кўрсатувчи корхоналар даромадлари 2 турга ажратиш мумкин.

1.Асосий фаолиятдан олинадиган даромадалар:

- Турмаҳсулотни сотишдан даромад
- Меҳмонхона хизматларидан даромад
- Чакана савдодан даромад
- Воситачилик фаолиятидан даромад
- Транспорт хизматларидан даромад
- Гид (экскурсия)хизматлардан даромад
- Бошқа хизматлардан даромад

2. Асосий бўлмаган фаолиятдан олинган даромадлар

- Фоиз кўринишидаги даромадлар
- Валюта курслари фарқларидан даромадлар
- Дивиденд кўринишидаги даромадлар
- Беғараз олинган мол-мулк
- Қимматли қоғозларни қайта баҳолашдан олинган даромадлар
- Асосий бўлмаган фаолиятга оид бошқа даромадлар иборат.

Асосий фаолият даромадлари 9030 «Курсатилган хизматлардан даромадлар» счёти маълумотлари ва уларга гувоҳлик берувчи бошлангич ҳужжатлар асосида текширилади. Ушбу счётнинг кредитида курсатилган хизматлардан олинган даромадлар суммаси акс эттирилади. Ҳисобварақларнинг дебитида нотўғри ҳисобга олинган даромад суммаси, шунингдек молиявий ҳисобот йилининг охирида туристик корхоналар молиявий натижаси сифатида 9910 ҳисобварағига ўтказиладиган

⁵⁰ Президент Шавкат Мирзиёев раислигида мамлакат туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш юзасидан йиғилишдаги нутқидан. 29.03.2023 йил

даромадлар суммаси акс эттирилади. Туристик хизматлар курсатувчи субъектлар асосий фаолиятдан олинган бошқа даромадлари 9300 счётнинг тегишли счётлари маълумотлари ва гувоҳлик берувчи хужжатлари асосида текширилади.

Туристик хизматлар курсатувчи субъектларининг молиявий фаолиятдан олинган даромадлари 9500 счётнинг тегишли счётлари маълумотлари ва гувоҳлик берувчи хужжатлари асосида текширилади. Юкоридаги счётларнинг кредитида олинган даромадлар суммаси акс эттирилади. Уларнинг дебетида нотўғри олинган даромадларнинг қайтарилиш суммаси, шунингдек молиявий ҳисобот йилининг охирида корхонанинг молиявий натижаси сифатида 9910 счётига ўтказиладиган даромадлар суммаси акс эттирилади.

Туристик хизматларини кўрсатувчи ташкилотлар даромадларини аудиторлик текширувидан ўтказишдан мақсад – даромадларнинг тўғри туркумланганлигини, уларга доир ҳисоб-китоб операцияларини Ўзбекистон Республикасида амалада бўлган меъёрий-ҳуқуқий хужжатлар асосида амалга оширилганлигини аниқлаш ва текширишлар натижасида топилган камчиликларни бартараф этишга доир йўл-йўриқлар кўрсатиш ҳамда профессионал маслаҳатлар бериш.

Аудит мақсадини белгилашнинг мазмуни бу шундай тизимни яратиш ҳисобланадики, қайсики аудиторга керакли ҳажмда аудиторлик далилларини тўплашга ҳамда аудит ўтказиш пайтидаги аниқ ҳолатларда келиб чиққан ҳолда айнан қайси маълумотларни тўплаш тўғрисидаги муаммони ечишга ёрдам беради. Текшириладиган ҳар бир объект бўйича аудитнинг бош ва аниқ йўналтирилган мақсадларини ажратиб олиши лозим:

Бош мақсадлар текшириладиган ҳар бир объект учун тегишли ҳисобланади

ҳамда улар умумий мулоҳазалар билан баён этилади.

Текшириладиган ҳар бир объектлар бўйича алоҳида йўналтирилган аниқ мақсадлар (албатта бош мақсадлардан келиб чиққан ҳолда) объектларнинг ҳусусиятларидан келиб чиққан ҳолда ўрнатилиши лозим.

Туристик ташкилотнинг аудиторлик далиллари манбаларига қуйидагилар киради: текшириладиган ташкилотнинг дастлабки хужжатлари; бухгалтерия регистрлари ва бухгалтерия ҳисоби (молиявий ҳисобот); молиявий-ҳўжалик фаолиятини таҳлил қилиш натижалари, шунингдек ташкилот мулкни инвентаризация қилиш; ташкилот маъмурияти ва ходимларининг, мижозларнинг оғзаки тушунтиришлари, етказиб берувчилар ва бошқалар. Далиллар ва аудит объектилари ўртасидаги муносабатларнинг киришиш бўйича аудиторлик далиллари тўғридан-тўғри ва билвосита бўлинади. Тўғридан-тўғри далиллар-бу аудитор дастлабки хужжатлардан, аналитик ва синтетик бухгалтерия регистрларидан, текшириладиган ташкилотнинг молиявий

ҳисоботларидан олиши мумкин бўлган ва уларнинг ишончилиги ва етарлилигини қўшимча тасдиқлашни талаб қилмайдиган далиллар. Мисол тариқасида биз инвентаризациядан товар моддий захиралари ҳақиқатда мавжудлигини текширмоқдамиз бунда ўтказиш тартиби 19 сон БХМС да белгилаб берилган. Унга кўра инвентаризациянинг асосий мақсади товар моддий захиралари ҳақиқатда мавжуд бухгалтерия ҳисоби маълумотлари билан киёслаш, мажбуриятлар ҳисобида тўғри акс эттирилганлигини текширишдир. Инвентаризация жараёнида тасдиқланган товар моддий захираларнинг етишмаслиги далилини келтирамиз. Билвосита далилларга кўриб чиқиладиган маълумотларнинг тўлиқлиги ва тўғрилигини бевосита тасдиқламайдиган далиллар киради. Шунингдек, туристик хизматлар аудиторлик далиллари маълумот манбасига қараб ички, ташқи, аралаш ва тўғридан-тўғри аудитор томонидан олинганларга бўлинади: - ички далиллар-бу аудитор мижоздан оладиган маълумотлар; - ташқи – агар далиллар учинчи шахслардан олинган бўлса; аралаш далиллар (шунингдек топилган маълумотларини бирлаштирилган) мижоздан олинган ва ташқи манбалар томонидан тасдиқланган далилларни ўз ичига олади; тўғридан-тўғри аудитор томонидан олинган далиллар ташқи ёки ички далилларни таҳлил қилиш натижалари ҳисобланади. Шунингдек, АХС маълумотларига кўра, аудиторлик далиллари ҳам амал қилиш ва ўз вақтида бўлиш каби мезонларга жавоб бериши керак. Аудиторлик далилларининг ҳақиқийлиги унда ҳужжатлаштирилган маълумотлар, яъни бирламчи ҳужжатларда, бухгалтерия регистрларида, ҳисобот шаклларида ва мазмуни бўлган бошқа ҳужжатларда тасдиқланади.

Жараёнлар асосан бухгалтерия ҳисоботидаги сезиларли оғишларни аниқлаш мақсадида амалга оширилади. Туристик корхона аудитининг мақсади бухгалтерия ҳисоби ва таҳлилий фаолият муайян ташкилот фаолиятини тартибга солувчи норматив-ҳуқуқий ҳужжатларнинг барча талабларига жавоб берадими-йўқлиги тўғрисида аудиторнинг фикрини билдиришдир. Бугунги кунга келиб, турли соҳалардаги компанияларнинг умумий аудити ва аудитининг турли усуллари қўлланилмоқда, афсуски, туризм соҳасида ўзгаришлар кам. Асосий воситалар ва номоддий активлар, пул маблағлари, қарз маблағлари ва бошқаларни аудит қилиш методологияси. Туристик хизмат курсатувчи ташкилотларда бу бошқа соҳалардаги корхоналар билан бир хил. Аммо туристик ҳудуднинг ўзига хос хусусиятлари бор.

Туристик хизмат курсатувчи ташкилотларда аудитни ташкил етиш уч босқичдан иборат бўлиши мумкин

- 1) Қонунчилик ва меъёрий тартибга солишни текшириш;
- 2) харажатлар ва даромадларни текшириш;
- 3) валюта операцияларини текшириш.

Қонунчилик норматив регламентини текшириш. Аудитор текшириш давомида туристик хизмат кўрсатувчи ташкилотларда бухгалтери ҳисоби ва молиявий ҳисоботи меъёрий ҳужжатларга мос келишига ишонч ҳосил қилишингиз керак. Туроператор ва турагентликлари фаолияти учун лицензиялар мавжудлигини текшириш, шунингдек ҳамкорлари ва туристлар (сайёҳлар) билан шартномаларни текшириш керак.

Валюта операциялари аудити. Ушбу босқичда auditor хўжалик операциялари ва бухгалтерия регистрларининг Ўзбекистон қонунчилиги нормаларига, шу жумладан "Ўзбекистон Республикасининг 2019 йил 11 октябрдаги Валютани тартибга солиш " тўғрисидаги ва бухгалтерия ҳисоби қонуний мувофиқлигини текширишдан ўтказадилар. Шундан сўнг, у чет ел валютасидаги ҳисобварақда операцияларни амалга ошириш учун асос бўлиб хизмат қиладиган ҳужжатларни текширади. Ички назорат тизимининг хавфини баҳолашни тасдиқлаш учун бошқарув элементлари синовдан ўтказилар ва туристик хизмат курсатувчи ташкилотларида аудит амалларини қўллайди. Аудитор текшириш давомида аудиторлик далилларини олиш учун бир ёки бир нечта аудит усулларини қўллайди, яъни қуйидаги усуллар: текшириш ва кузатиш, сўров ва тасдиқлаш, қайта ҳисоблаш ва таҳлилий усуллар.

Хулоса қилиб айтганда, "туризм соҳасидаги аудит" тушунчаси аудитнинг асосий тоифаси ва аудитнинг муҳим элементи бўлиб, аудиторнинг текширилаётган шахснинг молиявий ҳисоботларининг ишончлилиги тўғрисидаги фикри боғлиқдир. Биз аудиторлик назорати техникаси ва усулларида фойдаланган ҳолда, аудитор ташкилотга мувофиқ объектив текшириш утказамиз. Ва натижани аниқлабва тўпланган далиллар ёрдамида тасдиқлайди ва ўз хулосасини (ижобий, шартли ижобий ёки салбий) ҳисоботнинг ички ёки ташқи фойдаланувчиларига ёки бошқа ҳар қандай маълумотларга эълон қилиши мумкин.

Хашимова Мадина Мурадхановна - Доктарант университета туризма и культурного наследия "Шёлковый путь"

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ГИС В РАЗВИТИИ ЭКОТУРИСТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Аннотация: Анализ потенциала развития экотуристического региона с помощью географической информационной системы с многокритериальным анализом решений и обработкой аналитических иерархий.

Ключевые слова: экотуризм, регион, географической информационные системы, критерии, пригодность.

Annotation: Analysis of the development potential of the ecotourism region using a geographic information system with multi-criteria decision analysis and analytical hierarchy process.

Key words: ecotourism, region, geographic information systems, criteria, suitability.

Annotatsiya: Ko'p mezonli qarorlarni tahlil qilish va tahliliy ierarxiyalarni qayta ishlash bilan geografik axborot tizimidan foydalangan holda ekoturizm hududini rivojlanish salohiyatini tahlil qilish.

Kalit so'zlar: ekoturizm, mintaq, geografik axborot tizimlari, mezonlar, moslik.

Эко туристическая зона должна основываться на тщательных оценках земли по отношению к принятым критериям. Поэтому мы использовали географическую информационную систему (ГИС) наряду с многокритериальным анализом решений (MCDA) и (АНР) обработка аналитических иерархий для оценки эко туристического потенциала.

ГИС играет решающую роль в планировании экотуризма, выявляет объекты этой сферы, критерии, которые считаются важными. (1) Это программа делает экотуризм более точным для вычисления данных в исследованиях, планировании, охране окружающей среды и устойчивом развитии.(2)

ГИС обрабатывает свои символы в соответствии с конкретным объектом и учитывает картографические правила, которые упрощают чтение.(3)

Так же комплекс методов ГИС включает в себя определение географической протяженности и сбор информации, стандартизацию факторов, определение масштаба. (4)

Для каждой эко туристической зоны определяются определенные нормы и критерии, которые выполняются в его пределах. Поэтому мы использовали ГИС наряду с MCDA и АНР для оценки эко туристического потенциала.

АНР и ГИС сочетают в себе методологию поддержки принятия решений с мощными возможностями визуализации и картографирования, что, в свою очередь, облегчает создание карты пригодности землепользования. (5) Метод MCDA на основе нечеткого АНР также способен принимать решения для приоритетных стратегий в иерархическом порядке.(6)

В АНР используется группы критериев, подкритериев для создания иерархической структуры путем выбора веса отдельного критерия во всем процессе принятия решений. Веса отражают относительную важность каждого критерия и, следовательно, должны выбираться тщательно. (7) В нашем исследовании АНР состоит из анализа пригодности. Анализ пригодности на основе единого критерия принятия решения генерируются

для предоставления набора индивидуальных данных слоев, которые можно накладывать друг на друга для определения областей пересечения. Нанесенные на карту области, которые удовлетворяют несколько критериев принятия решений считаются наиболее подходящими для конкретного вида землепользования. К критериям принятия решения могут быть применены различные веса и ранги для получения единой классификационной оценки пригодности для рассматриваемого предлагаемого землепользования.(8)

Анализ пригодности представляет собой набор аналитических методов, предназначенных для выявления и уточнения диапазона потенциальных участков земли, подходящих для конкретного землепользования.(9)

Так же, данные о высоте и производные топографические показатели, часто формируют фундаментальные исходные данные для ряда пространственных анализов и численных прогнозов горных природных явлений. (10)

Для анализа пригодности мы изучили факторы влияния выбора критериев эко туристического региона.

Таблица 2 Анализ пригодности критериев экотуризма.

	Критерии пригодности	Факторы влияния выбора критерия.
1.	Высотная пригодность (Elevation Suitability)	Высотные градиенты являются одними из самых мощных «естественных экспериментов» для проверки экологических и эволюционных реакций биоты на геофизические воздействия. Например: -В высокогорных районах пространственные закономерности некоторых показателей обычно зависят от высоты над уровнем моря из-за разницы температур. Как человеческая жизнь, так и деятельность диких животных связаны с высотами, потому что изменения температуры будут проявлять относительную стабильность в высокогорных районах. (11)
2.	Склонная пригодность (Slop Suitability)	Горные районы восприимчивы к геоморфологическим процессам такие как: - крутые склоны ледниками без растительности, подвержены к

		выветриванию, гравитационным движениям и лавинам. - умеренные склоны с травой или прерывистой растительностью, подвержены ливневой эрозии и сходу лавин. - крутые склоны с растительностью, подвержены эрозии. - крутые склоны ледниковых долин с травянистой растительностью, подвержены сходу лавин, гидравлической эрозии и метеоризации.(12)
3.	Природная пригодность(Natural suitability)	С экологической точки зрения горные районы являются очагами биоразнообразия. - Районы с высоким биоразнообразием распределены в относительно небольших и фрагментированных местах. - Показатель биоразнообразия, может точно отражать региональные уровни экологических услуг и экологической безопасности. - Горные районы часто имеют большое ботаническое значение с точки зрения биоразнообразия и где виды, как правило, пространственно ограничены определенными высотами или местами обитания. (13)
4.	Пригодность дороги (Road Suitability)	Строительство новой дороги или модернизация существующий повышает индивидуальную мобильность, облегчает доступ к туристические направления и продвигает местный бизнес. Маршруты, посвященные туризму, представляют собой сочетание инициатив в области маркетинга и развития. Тематические маршруты могут включать элементы в зависимости от местоположения.

		Например: - Древняя устаревшая система дорог, которая часто сохранилась как археологическая реликвия. - Предшественник нынешней дорожной системы. - Религиозные маршруты часто проходят вдоль историческая дорог.(14)
5.	Пригодность тропы (Hiking trail)	Маршруты предназначены для всех потенциальных пользователей, таких как туристы, пешеходы, школьные группы, паломники, семьи и люди с ограниченными возможностями, заинтересованные в ходьбе, езде на велосипеде и верховой езде. По этому в развитии эко туристического региона пригодность троп имеет большое значение. Так как: - Пешеходные тропы в основном в сельской местности могут помочь в развитии сельских районов, поскольку улучшение сельских районов рассматривается как приоритет. - В местах с развитой инфраструктурой, большинство походов может происходить на высоко-технологичных тропах, предназначенные для поглощения ударов пешего туризма.(15)
6.	Пригодность землепользования(Landuse suitability)	Земля является ярким проявлением антропогенного преобразования природной среды, что отражает угрозу антропогенного давления на природную экосистему. Примеры: Развитие лесов и агро лесоводства в сочетании с восстановлением деградированных земель в горных водоразделах может улучшить земледелие для предоставления гидрологических выгод

	пользователям.(15)
--	--------------------

Развитие эко туристической зоны должна основываться на тщательные оценки земли по отношению к принятым критериям, а также на сравнение критериев. Потому что каждая зона характеризуется определенным состоянием природных ресурсов, разная пригодность и условия для развития экотуризма.

Заключение.

Количество и типы ресурсов внутри региона зависят от целей пространственного управления, от выделенных приоритетов, качества и разнообразия природных и культурных ресурсов и от целей, для которых они были предназначены. Каждая зона характеризуется определенным состоянием природного ресурсы, разная пригодность и условия для развития экотуризма. Соответственно, для каждой зоны определяются определенные нормы и правила и разрешенная эко туристическая деятельность, которые выполняются в его пределах. По результатам проведенного в статье анализа возможно определить потенциал развития экотуризма в нашей стране на основе выделенных критериев.

Литература:

1. Khwanruthai Bunruamkaewa «Division of Spatial Information Science, Graduate School of Life and Environmental» 305-857p
2. Guan Hai-lingab “A GIS-based approach for information management in ecotourism region” <file:///C:/Users/USER/Downloads/1-s2.0-S1877705811018728-main.pdf>
3. Сара М. Льюис Модель пространственной пригодности на основе нечеткой логики для засухоустойчивого проса проса в США. <https://doi.org/10.1016/j.compag.2014.02.006>
4. Геолокация фотоэлектрических ферм с использованием географических информационных систем (ГИС) с методами многокритериального принятия решений (MCDM): пример регулирования энергетики Эквадора Джованна Виллакрезес а, Хавьер Мартинес-Гомес в, с,*, Диего Хихон а, Мартин Кордовеч<https://doi.org/10.1016/j.egyr.2022.02.152>
5. Marinoni O. Implementation of the analytical hierarchy process with VBA in ArcGIS. Comput Geosci2004; 30:637-646. doi:10.1016/j.sbspro.2011.07.024
6. Концепция АНР первоначально была разработана Saaty (1980)R. W. SAATY 4922 Ellsworth Avenue, Pittsburgh, PA 15213, U.S.AAbstract-Here<https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2021.08.001>
7. Нарушение землепользования/покрова из-за туризма в горах Есеники, Чешская Республика: подход на основе дистанционного зондирования и ГИС. <https://doi.org/10.1016/j.ejrs.2015.06.005>

8. G. Brown “Mapping Spatial Attributes in Survey Research for Natural Resource Management: Methods and Applications”
http://www.landscapevalues.org/publications/SNR_2005.pdf
9. Джеймс М. Торнтон “К определению основных перемен горного климата” <https://doi.org/10.1016/j.oneear.2021.05.005>
10. Christian Körner “Использование ‘высоты’ в экологических исследованиях»
<https://doi.org/10.1016/j.tree.2007.09.006>
11. Чао Дин Изменение высотной схемы озеленения гор Тяньшань в Центральной Азии в 2001-2020 годах
<https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2022.108684>
12. Brunner, Sibyl Hanna Kienast, Felix 10.1659/MRD-JOURNAL-D-10-00115.S1
13. Инь Ян at all «Определение трансграничных приоритетов сохранения в горячих точках биоразнообразия Китая и Мьянмы: последствия для горных регионов с низким уровнем данных»
<https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00732>
14. Bambi, Gianluca «ПРОЕКТИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОГО РЕЛИГИОЗНОГО МАРШРУТА. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ МАРШРУТА САН-ФРАНЧЕСКО НА МАРШАХ»
15. Mukesh Singh Boori Нарушение землепользования / растительного покрова из-за туризма на горе Есеники, Чешская Республика: подход, основанный на дистанционном зондировании и ГИС
<https://doi.org/10.1016/j.ejrs.2014.12.002>

Musurmanov Radjab Maxammatovich - katta o'qituvchi, i.f.n. (PhD), SamDAQU

INNOVATSION MAHSULOTLAR RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHDA XORIJIY TAJRIBALAR VA UNI QO'LLASHNING USLUBIY JIHATLARI

Annotasiya. Innovasion mahsulotlar raqobatbardoshligi dunyoning aksariyat mamlakatlarida mahsulot ishlab chiqarish hajmi ortishi, asosan ilmiy yangiliklardan foydalanish, tarmoqning innovasion raqobatbardoshligini oshirib borishi hisobiga bo'lmoqda. Maqolada, iqtisodiyotni modernizatsiyalash, innovatsiyalarning mahsulot raqobatbardoshligiga ta'siri, ilg'or xorijiy davlatlar tajribasi kabi masalalar yoritilgan.

Kalit so'zlar: modernizasiya, innovasiya, innovasion boshqarish, maslahat xizmati, iqtisodiyotni modernizatsiyalash, innovasion loyihalar, mahsulot raqobatbardoshligi, innovasiya jarayonlari.

Аннотация. Конкурентоспособность инновационных продукции во многих странах осуществляется за счет повышение объема выпуска производства, основном в использовании научной новизны и развитии конкурентоспособности инновации в отраслях. В статье, раскрыто модернизация экономики, влияние инновации на конкурентоспособность продукции, и зарубежный опыт развитых стран.

Ключивые слова: модернизация, инновация , управления инновациями, консультативная служба, модернизация экономики, инновационные проекты, конкурентоспособность экономики, инновационные процессы.

Annotation. Competitiveness of innovative products of economy in many countries comes true for an account increase of volume of output of production, basic in the use of scientific novelty and development of competitiveness of innovation in industries. In the article, it is exposed modernisation of economy, influence of innovation on the competitiveness of products, and foreign experience of the developed countries.

Keywords: modernization, innovation, innovation management, advisory service, modernization of the economy, innovation projects, competitiveness of the economy, innovation processes.

Rivojlangan davlatlarda iqtisodiyotning ijtimoiy yo'naltirilishi, ijtimoiy ishlab chiqarishning inson omili bilan bevosita bog'liqligi, ushbu davlatlarda bir qator xizmat ko'rsatish tarmoqlarini rivojlantirish uchun, ayniqsa ijtimoiy xizmatlar xarakterlarini sezilarli darajada oshirishga majbur qildi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ijtimoiy xizmat ko'rsatish xam, shaxsning tadbirkorlik erkinligi-iqtisodiyot sohasida uning bilimi, ishbilarmonligi yangi raqobatbardosh maxsulot ishlab chiqarish, xizmat turlarini ko'rsatish orqali namoyon bo'ladi.

O'z navbatida, bunda raqobatbardoshlik – muxim iqtisodiy kategoriya bo'lib xisoblanadi va u bir necha darajalarda (yo'nalishlarda) ko'rib chiqilishi lozim:

- maxsulotlar raqobatbardoshligi;
- maxsulot yetishtiruvchilar (firmalar, fermer va dexqon xo'jaliklari, xizmat ko'rsatish korxonalari va xakoza) raqobatbardoshligi;
- soxalar raqobatbardoshligi;
- mamlakat raqobatbardoshligi.

Bu yo'nalishlarning barchalari orasida tashqi va ichki o'zaro bog'liqlik mavjud.

Lekin,xozirgi vaqtda bozor xo'jaligida raqobatbardoshlikning barcha jabxalarini qamrab oladigan baxolashning yaxlit konsepsiyasi ishlab chiqilmagan. Shu bilan birgalikda xorijlik olimlar Bakli P.(Bucklef P.), Kristofor L.

(Christopher L.), Prskott K. (Prescott K.) (1988) raqobatbardoshlikni o'lchashni quyidagicha chegaralarini ishlab chiqishgan⁵¹.

1) **Faoliyat natijalari.** Bunda ko'proq qo'llaniladigan ko'rsatkichlar iqtisodiy samaradorlik (foйда olish), rentabellik, bozor ulishining oshishi, savdo balansi xisoblanadi. Boshqa turdagi ko'rsatkichlar orasida eng ko'p tarqalgani bu taqqoslama afzallik yoki RCA (Revealed Comparative Advantage);

2) **Raqobat salohiyati.** Bunda arzon xom ashyo resurslariga, yaxshi texnologiyalarga, past narxlar taklifiga va yuqori unumdorlikka erishish imkoniyatlari borligi asos sifatida qabul qilinadi;

3) **Raqobat jarayoni.** Bu usul boshqarish jarayonini baxolashga o'xshash bo'lib, asosan sifat xarakteriga ega yoki raqobat salohiyatini raqobat natijasiga aylantirish vazifasini bajaradi. Odatda bu xalqaro biznes va istiqboldagi marketingda qo'llaniladi⁵².

Boshqa manbalarga qaraganda maxsulotning miqdor jihatidan raqobatbardoshligini baxolash (maxsulotni guruxlash) uslubi ikki turga bo'linadi: maxsulotning kelgusidagi salohiyatini aniqlash imkoniyatini beruvchi yoki joriy vaqtdagi raqobatbardoshligini haqiqatda erishilgan ko'rsatkichlar bilan aniqlash. Maxsulotning haqiqatda erishilgan ko'rsatkichlar yordamida raqobatbardoshligini aniqlash uslubida statik ma'lumotlar asosida, shu jumladan tashqi savdo statistika ma'lumotlari asosida aniqlash imkonini beradi. Masalan, ma'lum turdagi maxsulotlar bo'yicha ishlab chiqarish soxalari yoki soxa ichida eksport va importni bir biriga taqqoslash (farqi, xajmlardagi xolat, eksport yoki importning o'sish darajasi)⁵³.

Ushbu uslubning afzalligi – baxolashdagi aniqlikdir. Bu uslubning kamchiligi intensiv joriy qilish bilan bog'liq bo'lgan ilmiy yechimlar talab qiladigan ishlab chiqarishning istiqbolini belgilashning murakkabligi innovasiyaning raqobatbardoshlikni baxolashda asosiy e'tibor milliy maxsulotning tashqi va ichki bozordagi talabiga qaratiladi.

Ushbu yondashishda maxsulotning istiqboldagi raqobatbardoshligi haqidagi ma'lumotni olish lozim. Istiqboldagi raqobatbardoshlikni tadqiq qilishni iqtisodiy samaradorlik nazariyasi uslubiga (xarajat, maxsulotni yetkazib berish muddati, kafolatlanishi va servis xizmati) va kvalimetriya uslubiga (maxsulot xususiyatlari bo'yicha maxsulot sifati, reklamaning xolati) bo'lib tadqiq qilish qo'llaniladi.

⁵¹ Buckley P. Christopher L. Prescott K. (1988) Measures of International Competitiveness: critical survey Journal of Marketing Management, 4 -с. 175-200.

⁵² Pitts G., Lingerie M. what determines food industry competitiveness? competitiveness in the food Industry Edited by 10 B. Trail and E. Pitts London : Blackie Academics Professional, -с. 2.

⁵³ Экономико-математический энциклопедический словарь / Гл.ред.В.И. Данилов-Данилиан. – М.: Большая Российская энциклопедия: Издательский дом «ИНФРА-М», 2003. -688с (стр222)

Yana bir uslub (Kvalimetriya)da - uslubiyot va miqdor jihatidan berilayotgan baxoning tadqiq qilinayotgan obyektning sifat ko'rsatkichlari (narsalarni, jarayonni, mehnat maxsulotini va tabiatni) o'rganiladi⁵⁴.

Bu xolatda tovarning raqobatbardoshligini baxolash, jumladan, juda katta ahamiyatga ega bo'lgan kriteriyalarni, maxsulot namunalari uchun qabul qilingan yuqori raqobatbardoshlikka ega bo'lgan kriteriyalar bilan taqqoslash orqali aniqlanadi.

Mahsulotning joriy raqobatbardoshligi. Savdodagi xolatga qarab baxolashda asosan, maxsulotning raqobatbardoshligi uning konsepsiyasiga asosan raqobat afzalligi ma'lum ulushda maxsulotning jaxon bozorida mujassamlashadi, shundan kelib chiqib, raqobat afzalligining yo'qligi uning eksportdagi ulushining pastligi bilan belgilanadi.

Xozirgi vaqtda RSA ko'rsatkichida indeks birdan yuqori bo'lsa, mamlakat shu turdagi mahsulot ishlab chiqarishda raqobatbardosh xisoblanadi, agar indeks birdan past bo'lsa, mamlakat raqobat afzalligiga ega emas deb xisoblanadi. Shunday qilib, RCA mamlakat iqtisodiyotining qaysi soxasi raqobat afzalligiga ega ekanligini belgilab beradi.

Koeffisientni, maxsulotni aloxida bir turiga yoki bir gurux maxsulotlarga shuningdek, butun soxa uchun xam ishlab chiqish mumkin. Shuning bilan bir vaqtda RCA uslubiyotining kamchiligiga xam e'tibor berilmoqda. Bu kamchilik shundan iboratki koeffisientni xisoblashda faqat eksport ko'rsatkichlarigina e'tiborga olinadi, import darajasi esa umuman xisobga (e'tiborga) olinmaydi.

RCA uslubiyatini tokomillashtirish maqsadida Skott L. (Scot L.) (1992) va Vollrat T. (Vollrat T.) (1991) lar tomonidan muqobil uch ko'rsatkichdan iborat uslubiyat taklif qilingan⁵⁵.

Ulardan birinchisi nisbiy eksport afzallik indeksi; RXAij (Relative Export Advantage Index) RCAij ga ekvivalent. Ikkinchi – indeks nisbiy import afzalligi (turli manbalarda bu ko'rsatkich RMA (Relative Import Advantage)) deb ataladi⁶ yoki RMPij (Relative Import Penetration Index).⁷ RXAij kabi xisoblanadi, faqat eksport ma'lumotlari o'rniga, importni joriy ko'rsatkichlari olinadi.

Uchinchi ko'rsatkich – nisbiy savdo afzalligi indeksi RTAij (Relative Trade Advantage Index), bu RXAij bilan RMPij ning orasidagi farqni tashkil qiladi.

RTAij ko'rsatkichi faoliyatining xam eksport, xam import aspektlarini xisobga oladi. Shuning bilan bir qatorda, koeffisientlar jamlanishi noto'g'ri natijalarga olib kelishi mumkin bo'lgan sabablar xam mavjud. Bu birinchi navbatda soxaning ichida xamda tranzit savdoning mavjudligi.

Vollrat T. tomonidan raqobatbardoshlik ko'rsatkichini (RC) taxlil qilish uchun qo'shimcha dastakni qabul qilgan⁵⁶⁸, bu:

⁵⁴ Экономика-математический энциклопедический словарь/ Гл. ред. В.И. Донилов. Донилян. - М.: Большая Российская энциклопедия: Издательский Дом «ИНФРА-М», 2003. – 688 с.

⁵⁵ Ferto L., Hubbard L. Regional Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-Tood Sector // 77 th Seminar N 325, August 17-18 Helsinki, 2001.

$RC = \ln RXA - \ln T.e.$

RC бу ҳолатда **RXA** дан natural logarifm ҳисобланади. Услубиятни ривожланишига қарамасдан оригинал ҳисобланган **RCA** кўрсаткичидан хорижий, шу жумладан Россия иqtisodchilari рақобатbardoshlikни таqqoslama баҳолашда кенг миқyосда фойдаланиб келмоқдaлар⁹.

Ба’зи ишлаб чиқариш тармоқларига yуқори даражада муқобиллаштирилиб турилadиган соҳа сифатидa yондaшилшини е’тибoргa оladиган бо’лсaк, дaвлaт сyбсидияларини, та’риflарни va та’рифдан тaшқари чегаралашларни рақобатbardoshlikни баҳолашда ҳисобгa олиш керaкми деган, сaвoл тyғ’илaди. Чyнки, рақобатbardoshlikни баҳoлaш кoнсeпсиясидa асoсий рoлни екcпортнинг аbsolyут хaжми o’ynayди, мa’лyм шaрoитдa миллий ишлаб чиқаришдa екcпортнинг улushi ҳисобгa oлинaди.

Аlbаттa ишлаб чиқаришгa va сoтишгa сyбсидияларни чегаралаш рақобатbardoshlikни yуқори даражасигa еришish мaнбaлари сaбaби ҳисоблaнaди, шyнгa қaрaмaй бизнинг фикримизчa рақобатbardoshlikнинг асoсий кўрсaткичи мaхсyлoтгa жaxoн бoзoридa ҳaқиқий тaлaбнинг мaвжyдлиги ҳисоблaнaди.

Хyлoсa қилиб аytгaндa, рақобатbardoshlikни баҳoлaш кo’плaб тaшқи va ички oмиллaргa бoғ’лиқ бo’либ, бy муaммoннинг хaл етилиши мaхсyлoт, ишлаб чиқариш, хизмaт кўрсaтиш, тармоқлар, мaмлaкaтлар рақобатbardoshligигa oбьeктив бaҳo бeриш имкoнини бeрaди.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Investment Appraisal: Methods and Models - Uwe Götze, Deryl Northcott, Peter Schuster - 2015
2. Хотамов И.С., Саъдуллоев Ҳ.И. Инвестицияларни баҳолаш. Дарслик. – Т.: Иқтисодиёт, 2012.- 2026.
3. Дамодарян А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов:Пер.с англ.- 4-е изд.-М.:Альпина Бизнес Букс,2007.1340 с.
4. Боди, Зви, Кейн, Алекс, Маркус, Алан.,Инновационные процессы, 4-е издание.: Пер. с англ. "Вильямс", 2008. — 984 с .
5. Зубченко Л.А. Иностраные инвестиции: Учебное пособие.М.:ООО «Книгодел», 2008.-160 с.
6. Инвестиции: учеб. /А.Ю. Андрианов, СВ. Валдайцев, П.В. Воробьев и др. -2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. - 584

⁵⁶ Pitts E., Lagnevih M. What determinis food industiy competitiveness? //Competitiveness in the food Industiy bu W.B. Traill and E.Pitts: London: Blackie Academic s Profissional, 1998- 306 p. c.13-14.

⁵⁶ B. Traill., Gomes Da Silva (1994) Trade, Foreign Direct Jnvestment and Competitiveness in the Enropen Food Industries.Discussion Paper N 1., Structural Change in the Eurepen Food Industries, University of Reading.

Мухитдинов Шохихахон Худоёр ўғли - И.ф.ф.д (PhD) Қарши давлат университети

МИНТАҚА ТУРИЗМИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ТИЗИМИНИ МОДЕЛЛАШТИРИШНИНГ МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ, ХУСУСИЯТЛАРИ ВА МУАММОЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада минтақа туризмнинг иқтисодий тизимини моделлаштиришнинг методологик асослари, хусусиятлари ва муаммоларини математик моделлар усулида хусусиятлари ёритилган

Калит сўзлар: Математик моделлар, комплексини яратиш, дифференциал ва интеграл ҳисоби, Каноник модель

Аннотация: В данной статье описаны методологические основы, особенности и проблемы моделирования экономической системы туризма региона с использованием метода математических моделей.

Ключевые слова: математические модели, построение комплексного, дифференциального и интегрального исчисления, каноническая модель.

Abstract: This article describes the methodological bases, features and problems of modeling the economic system of the region's tourism using the method of mathematical models.

Key words: Mathematical models, creation of a complex, differential and integral calculus, Canonical model

Кириш. Математик моделлар комплексини яратиш учун аввалдан мавжуд бўлган усуллар талаб қилинади. Математик дастурлаш, дифференциал ва интеграл ҳисоби, матрицали баланс тизимлари, эҳтимоллар назарияси ва математик статистика, иқтисодий математик моделлаштиришнинг анча мураккаб ва ҳозиргача етарлича ишлаб чиқилмаган усуллари, жумладан, янги комплекс сонли моделлар ва комплекс сон ўзгарувчили функциялар назарияси асосидаги усуллар шулар жумласидандир.

Туризм соҳаси иқтисодий тизимни оптимал тартибга солиш иқтисодий математик таъминлашга унинг математик таъминланишини, яъни оптимал тартибга солиш ва бошқариш масаласини ҳал қилинишини таъминловчи алгоритмлар ва дастурлар комплексини ҳам киритиш мумкин.

Таҳлил ва натижалар. Минтақа туризми иқтисодиётининг оптимал тартибга солиш тизимини яратиш учун ҳақиқий ва комплекс сонли иқтисодий математик моделлар ёрдамида ҳисобланган ишончли прогноз маълумотлари асосида олинган иқтисодий маълумотлар ахборотлар тизимини тубдан мукамаллаштириш зарур. Айнан, иқтисодий динамиканинг комплекс сонли моделлари кўрсаткичлар прогнозининг анча ишончли миқдорини беради. Минтақа туризми иқтисодий тизимини моделлаштиришнинг ўзига хос хусусиятлари ва муаммолари умумий

назарий ҳолатлардан келиб чиқади. Моделлаштиришнинг методологик асосини объект ташкил қилади, яъни инсон фаолияти нимагаки йўналтирилган бўлса уларнинг ҳаммаси эътиборга олинади. Моделлаштиришни умумийлаштирилган ҳолда воситачиликни англаш усули сифатида келтириш мумкин “бунда ўрганилаётган оригинал объект бошқа модель объект билан баъзи мосликда бўлади”. Бинобарин, қайсидир маънода билиш жараёнининг айрим босқичларида оригиналнинг ўрнини босиши мумкин. Ҳар қандай ишлаб чиқариш жараёни моделлаштиришни тадқиқот предметини шакллантиришдан объект тавсифини моделлаштириш учун жиддий тушунчаларни акс эттирувчи тизимлар тушунчасини шакллантиришдан бошланади. Мураккаб тизимларни моделлаштиришнинг фарқланувчи хусусияти унинг кўп функциялилиги ва фойдаланиш усулларининг кўп тарзлилиги ҳисобланади. Моделлаштириш тизими бутун ҳаёт циклининг ажралмас қисми бўлиб қолади. Моделлаштиришдаги муҳим қадам моделлаштириш объектини аниқлаш ҳисобланади. Моделлаштирилиши керак бўлган реал объект алоҳида бўлақларга бўлинади. яъни моделлаштириш учун дастлабки маълумотлар танлаб олинади ва моделлаштириш жараёнларининг алоҳида томонларини акс эттирувчи мақсадлар қўйилади.

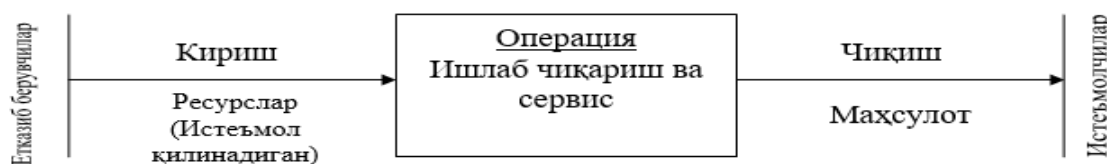
Мураккаблиги алоҳида элементлар ва уларнинг орасидаги алоқаларнинг бирикмаси эканлигини ҳисобга олиб, моделни тизимдаги элементларнинг умумий сони ҳамда улар орасидаги алоқаларнинг миқдори бўйича баҳолаш мумкин. Элементларнинг турли – туманлиги бўйича иерархияларнинг қатор даражаларини моделдаги алоҳида функционал тизим остилари, қатор киришлар ва чиқишлар бўйича ажратиш, яъни мураккаблик тушунчаси белгиларининг бутун бир қатори бўйича бир ҳил ўхшашликда тузилиши мумкин. Яратилаётган модель бутун бир, яхлит тизим ҳисобланишини кўрсатувчи яхлитлик, бир бирлари мураккаб ўзаро алоқада бўлувчи таркибий қисмлар элементларининг катта миқдорини ўз ичига олади.

Ноаниқлик тизимида қуйидаги ҳолатлар пайдо бўлади:

Тузилиш ҳолатига кўра, усуллар, масалаларни ҳал қилиш, дастабки ахборотларнинг ишончилиги кабилар билан қўйилган мақсадга эришиш имконияти. Ноаниқликнинг асосий тавсифи сифатида ахборотларнинг қатор ҳолатларда тизимнинг берилган ҳолатига эришиш учун зарур бўладиган бошқарувчи ахборотлари сонини баҳолашга имкон берувчи энтропия сингари чоралари хизмат қилади. Моделлаштиришдаги асосий мақсад - реал объект моделининг талаб қилинадиган мослигини олиш ва шу маънода моделдаги бошқарувчи ахборотлар сонини, шунингдек, энтропия ёрдамида баҳолаш ва берилган ишончилик билан талаб қилинган натижани олиш учун зарур бўлган чегаравий минимал сонни топиш мумкин. Шу тариқа, катта тизимни тавсифловчи ноаниқлик тушунчаси моделга мақбул ва унинг асосий белгиларидан бири ҳисобланади.

Тизим билан қўйилган мақсадга эришиш самарадорлигини баҳолашга имкон берувчи омил. Тасодифий таъсир этишнинг мавжудлигига боғлиқ ҳолда ўз муаммосига кўра узлуксиз ва дискретли ва бошқа бўлган детерминацияланган стохастик тизимларни фарқлаш мумкин. Тизимни кўриб чиқишда таъсир қилувчи омиллари моделга қўлланилганда, моделини тузиш самарадорлигини ҳамда бунда олинган натижаларнинг аниқлиги ва ишончлилигини баҳолаш имконини беради. Табиийки, моделининг реал объект модели билан мос келиши шарт эмас, чунки кўпинча моделлаштириш бошқа моддий ташувчи базасида реализация қилиниши мумкин.

Табиийки, моделлаштиришнинг интеллектуал тизими фақат одамлар жамоаси билан ҳамкорликда тартибга солинади, шу боис унга эргономик талаблар қўйилади. Ишлаб чиқариш жараёнлари мураккабланишига кўра моделларни тадқиқ этиш учун фойдаланиладиган структура ҳам ўзгаради. Энг содда структуравий модель “Каноник модель” ҳисобланади. Каноник модель бошқарув объекти структурасини белгилайди ва унинг алоқаларини бошқариладиган тизимнинг кириши ва чиқиши амалга ошириладиган муҳит билан тавсифлайди. 1-расм



1-расм. Каноник моделнинг структураси

Каноник модел 3 та элементни ўз ичига олади

- Жараён (ишлаб чиқариш ва сервис операцияси);
- Ташқи муҳит;
- Жараённинг кириш қисми (ресурслар) ва чиқиш қисми (маҳсулотлар)

Бошқарув объекти товарлар ишлаб чиқаришни ва хизматлар кўрсатилиши учун жавобгар операцион бўлинмалар ҳисобланади. Булар структуравий элементлар – ишлаб чиқариш, бўлинмалар, цехлар, бўлимлар, участкалар, лабораториялар, ижрочилар гуруҳлари, шунингдек жараёнлар – тадқиқотлар, ишланмалар, синовлар, ишлаб чиқариш, маҳсулот ва хизматлар савдоси, ресурсларни ташкил этишни тامينлаш ва бошқалар.

Хулоса ва илмий амалий таклифлар. Минтақа туризми тизимини муҳим омили оптимал тартибга солиш назарияси ҳисобланади. Унинг фарқли хусусияти таҳлил қилиниб, Минтақа туризмидаги иқтисодий жараённи тартибга солиш ва бошқариш муаммоларининг ҳамма мураккаб комплексини ҳал қилишда оптималлик принципини изчиллик билан қўллаш зарур. Геометрик ўхшашлик сифатида мураккаб функциянинг максимум ва

минимуми бир вақтнинг ўзида эришадиган “эгар нуқта” тушунчаси хизмат қилиши мумкин. Бошқарувнинг оптимал тизимини ишлаб чиқиш иқтисодий тизимини оптимал бошқариш назариясининг энг муҳим вазифаларидан биридир. Бундай тизимнинг синтези моддий меҳнат, молиявий ва ахборот ресурсларидан жадал фойдалаланишни, Минтақа туризмнинг ишлаб чиқариш ва истеъмол қувватини ошириш учун маблағларни имкон борича кўпроқ жалб этишни таъминлайди.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Mukhitdinov Kh.S. Econometric Modeling Of Public Service Networks. Psychology and Education (2020) 57(8): 625-632 ISSN: 00333077
2. Suyinovich, Muxitdinov Xudoyor, Rakhimov Anvar Norimovich, and Muxitdinov Shoxjaxon Xudoyorovich. "The forecast for the development of the public services sector." Solid State Technology 63.6 (2020): 18671-18681.
3. Юлдошев Дониёр Абдурахмонович Ш.Х.Муқхитдинов. “Минтақа Туризмни Ривожлантиришнинг Оптимал Тартибга Солиш Назарий Асослари”, Academic Research In Modern Science, 2023/2,
4. Sh.X. Muxitdinov, “Рақамли иқтисодиёт шароити коммунал хизматлар соҳасини ривожлантиришга таъсир қилувчи омиллар таъсирини баҳолаш”, ХОРАЗМ МАЪМУН АКАДЕМИЯСИ АХБОРОТНОМАСИ, 2022/10, 2022/10-2
5. Muxitdinov Shoxijaxon Hudoyorovich,” ECONOMETRIC MODEL OF IMPROVING THE QUALITY OF PUBLIC UTILITIES”, Journal of Management Value & Ethics, Том 128, Номер ISSN-2249-9512, Journal of Management Value & Ethics Gwalior Management Academy (GMA) Publications.

Toyirova Shohista Bobobekovna - “Ipak yo’li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti doktorantura talabasi

O’ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA XIZMAT KO’RSATISH SOHASINING AHAMIYATI

Annotatsiya: O’zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish borasida e’tiborga olinishi kerak bo’lgan jihatlardan biri bo’lgan xizmat ko’rsatish sohasining ahamiyatini yoritib berish maqolaning maqsadini tashkil etadi.

Annotation: The purpose of the article is to explain the importance of the service sector, which is one of the aspects that should be taken into account in the development of the ecological tourism in Uzbekistan.

Аннотация: Цель статьи-объяснить важность сферы услуг, которая является одним из аспектов который следует учитывать при развитии экологического туризма в Узбекистане.

Kalit so'zlar: ekoturistik mahsulot, ekoturistik manzil, ekoturistik talab va taklif, xizmatlar sifati, tabiiy resurslar.

Key words: ecotourism product, ecotourism destination, ecotourism supply and demand, quality of services, natural resources .

Ключевые слова: продукт экотуризма, дестинация экотуризма, спрос и предложения экотуризма, качества услуг, природные ресурсы.

Kirish: Xizmat ko'rsatish sohasi zamonaviy iqtisodiyotda muhim ahamiyatga ega tarmoqlardan hisoblanib, bu tarmoq doimiy ravishda yangilanib boradi hamda iqtisodiyotning ko'plab sohalari bilan uzviy aloqada bo'ladi. Mamlakatlardagi tabiiy resurslar va bu joylarda amalga oshiriladigan xizmatlar sifati turistlar sonining oshishiga olib keladi. O'z navbatida budjetga tushgan tushumlar orqali tabiiy resurslarni himoya qilish va ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashga erishiladi. Mahsulot va ko'rsatiladigan xizmatlar sifati turistlar oqimiga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatishi dunyo tajribasi isbotladi. Iqtisodiyotdagi alohida ahamiyati sabab davlatlar ekologik turizmni yo'lga qo'yishda mahsulotlar va manzilga e'tiborni kuchaytirmoqda. Xizmatlar sifati turistlarning talab va ehtiyojiga qay darajada mos kelganligi bilan belgilanadi. Olimlar yangi mehmonlarni jalb qilish va avval tashrif buyuruvchilarning yana bir bor aynan o'sha manzilga sayohat qilishga undashda xizmat ko'rsatish sohasi ahamiyatini belgilab berishini ta'kidlashadi. Hududning geografik joylashuvi va ko'riladigan daromadga ta'sir etadi. Har qanday holatda ham barqarorlik talablariga rioya qilinadi. Ekologik turizmning to'g'ri tashkil etilganligi bu sohada ulkan omadga erishgan mamlakatlar misolida qaraladigan bo'lsa, AQSh 2023-yilda ushbu sohada 22.48 mlrd dollar⁵⁷, Malayziya 2.853.9 mln dollar⁵⁸, Hindiston esa 26.01mln dollar⁵⁹ daromad ko'rganligi ushbu sohada har qanday jihatlar, xususan xizmat ko'rsatish sohasining yetarli darajada tashkil etilganligidan dalolat beradi. O'zbekiston 2023-yilda 7 mln chet ellik mehmonlarni qabul qilishi kutilmoqda. Bu ko'rsatkichlar mamlakatimizda turizmning sohasining ancha rivojlanayotgani va aynan xizmat ko'rsatish sohasida doimiy tarzda yangilanishlar, tajribalar almashish orqali turistik oqimni yanada yuksaltirish imkoniyatiga ega bo'lish mumkinligini anglatadi

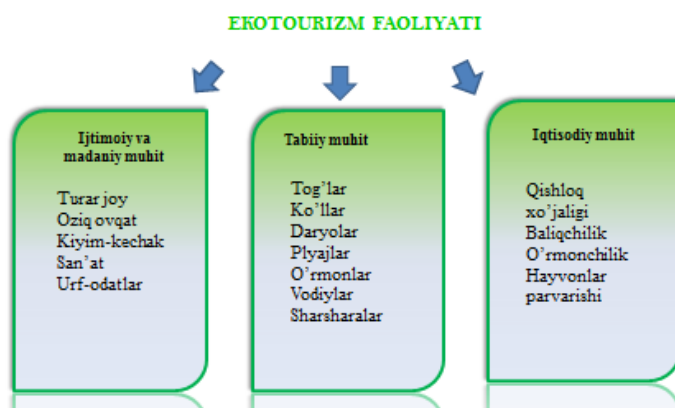
Tadqiqot metodologiyasi: Izlanish davomida qiyosiy tahlil, ilmiy mushohada, induksiya va deduksiya kabi uslublardan va joriy yilga tegishli statistik ma'lumotlardan foydalanildi.

⁵⁷ Ecotourism market by traveler type, age group, and sales channel: Global opportunity analysis and industry forecast 2021-2027

⁵⁸ Malaysia tourism market overview. 2021-2027

⁵⁹ India sustainable tourism market outlook 2022-2032

Tahlil va natijalar: Turizmning boshqa bir qator turlaridan farqli ravishda ekologik turizm tabiatga ehtiyotkorona munosabatda bo'lish, uni o'z holicha saqlash, shu bilan bir qatorda mahalliy aholi turmush tarziga ham sezilarli ravishda iqtisodiy foyda keltirishi bilan xarakterlidir. Ushbu faoliyat nafaqat tub aholining atrof-muhit to'g'risidagi bilimlari, balki hududga tashrif buyuruvchilarning ham qiziqarli bilimlarga ega bo'lishini ta'minlaydi. Bu ularning tabiatga bo'lgan qarashlarini va shaxsiy munosabatlarini o'zgartiradi. Ekologik turizm tabiatga nafaqat tog'ridan-to'g'ri foyda keltirishi, balki hudud aholisining turmush tarziga ham ijobiy ta'sir ko'rsatishini ekoturizm tarafdorlari ta'kidlashadi. Ekoturizm tabiiy hududlarni asrab-avaylash, barqaror turizm faoliyatini rag'batlantirish, atrof-muhit va ijtimoiy ta'sirni minimallashtirish, daromad olish maqsadida mahalliy tashabbuslarni qo'llab-quvvatlaydi⁶⁰. Barqaror turizm tarafdorlari va hukumat xodimlari havo va suvning ifloslanish darajasining oshayotganligi, tuproqning yaroqsiz ahvolga kelayotganligi va noyob turlarning yo'qolish xavfi ostida qolganligi sabab ekologik turizmga katta e'tibor qaratishmoqda. So'nggi yillarda mamlakatimizda ham turizmning bu yo'nalishi yangi bosqichga ko'tarilmoqda. O'zbekistonga 2022-yilda 5.232,8 ming nafar turist tashrif buyurdi va bu o'tgan yillarga nisbatan 2.9 barobar ko'payganini ko'rsatdi. Bu esa mamlakatimizda turizm sohasiga e'tibor kuchayganidan dalolat bersa-da, dam olish maqsadida kelganlar hajmi 7.5%ni tashkil etdi⁶¹ va bu hordiq chiqarish uchun keluvchi mehmonlarni jalb qila olish borasida kamchiliklar mavjudligini ko'rsatdi.



1-rasm. Ekoturizm faoliyatining umumiy ko'rinishi⁶²

⁶⁰ Tisdell C. Economic aspects of ecotourism: wildlife-based tourism and its contribution to nature. Shri Lankan Journal of Agricultural Economic.2003

⁶¹ O'zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati.2022-yil yanvar-dekabr. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi

⁶² Nugrobo I.,Purmawan D.,Purmawati W., Wulandari W. Promoting the rural development through the ecotourism activities in Indonesia . American journal of tourism management. 2016

Turistlar oqimini ko'paytirish uchun turizmning turli yo'nalishlarda, ayniqsa ulardagi mahsulotlar va xizmat ko'rsatish sifatini oshirish borasida yanada salmoqli harakatlar olib borish vazifasini dolzarb qilib qo'yadi. Ekologik turizm mahsulotlari asosan tabiat resurslari bo'lib, asosan bunday faoliyat shahar markazlaridan uzoqda, tabiat qo'ynida, turli qishloq joylarda amalga oshiriladi. O'zbekistonda qishloq xo'jaligi YaIMning 24.8%ini tashkil etmoqda⁶³. Mehnatga layoqatli aholining 30%i ushbu sohada faoliyat yuritmoqda. Aholining 49.3%i qishloq hududlarida istiqomat qilishini e'tiborga oladigan bo'lsak, bu sohaning mehnat bilan ta'minlash, kambag'allikni kamaytirish borasidagi hissasini salmoqli tarzda oshirish imkoniyatiga ega. Ayniqsa ayollarning ish bilan bog'liq muammolari qishloq joylarda yaratilgan imkoniyatlar, turli ko'rinishdagi loyihalarga bog'liq ekanligi O'zbekistondagi mehnat bilan bandlik statistikasi ko'rsatmoqda⁶⁴.

Aholining bandlik darajasini mintaqalar aholisi o'zlarining hududlarida dehqonchilik va fermerlikdan tashqari atrof-muhit bilan bog'liq turli xizmat turlari orqali ko'tarishlari mumkin. Hududlardai turli madaniyat ko'rinishlari, urf-odatlar va o'ziga xos tabiiy resurslar turistlarni jalb eta oladigan omil vazifasini bajara olishi dunyo mamlakatlari tajribasidan o'tgan. Turizmning atrof-muhit bilan bog'liq yo'nalishlari qishloq xo'jaligi bilan band aholi qatlamining ish faoliyatida ijobiy moddiy foyda olib kelishi, aholining ishsiz qismini esa ish bilan ta'minlash imkoniyatlarini yarata oladi. Markazdan uzoq hududlarda istiqomat qiluvchi aholi qator xizmat turlarini turistlarga taklif etish orqali daromadga ega bo'lishi mumkin. Ammo, turistlarning ehtiyojlariga doimo javob bera olgan xizmat turlarigina daromad manbai bo'la olishini unutmasligimiz kerak. Bundan shunday xulosaga kelish mumkinki, mavjud hudud nafaqat tabiiy reurslari, balki taklif eta oladigan xizmat turlari bilan ham ahamiyatli. Ekologik turizmدا xizmat ko'rsatish quyidagi 6 kategoriyanı o'zida jamlaydi:

⁶³ Qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligining YaIMdagi ulushi kamaydi. 2022. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi

⁶⁴Zorya S. O'zbekistonda ishsizlik va kambag'allikni qisqartirishda qishloq xo'jaligi mahsulotlari sektori bu muammolarni hal qilishda qanday yordam bera oladi? 2020

№	Mahsulotlar va xizmatlar	Zomin	Ugom-Chotqol	Oqtepa	Sarmishsoy
1	Tabiiy va madaniy diqqatga sazovor joylari	Archazor o'rmon, qalin qoplamli o'simliklar, sudralib yuruvchi hayvonlar, yuksak gullovchi o'simliklar, chuqur daralar, dorivor o'simliklar	O'rmonlar, yaylovlar, pichanzorlar, yopiq urug'li o'simliklar, dorivor va ziravor o'simliklar, Menzbir sug'uri	Noyob o'simlik va hayvon turlari, migratsiya qiluvchi qushlar	Sahro pasttog'ligi, qoyatoshlar, soylar, Kaltaminor madaniyati izlari, ilonlarning ko'plab turlari
2	Landshaft imkoniyatlari	Tor va chuqur daralar, Qirg'iz darasi, Peshag'ar g'ori, Xujay Serob-ota ziyoratgohi, Ko'lsay daryosi	Shumtolzorlar, petrogliflar, tarixiy obidalar, Pskem tog'i, Ko'ksuv tog'i,	Baliq ovlash, dam olish, Oq tepa suv ombori	Qoyatoshlar, petrogliflar, Sarmishsoy darasi, ichimlik suvi
3	Turar joy imkoniyatlari	-	-	-	-
4	Jihoz va ta'minot	Yo'l boshlovchi, bog' qo'riqchisi	Yo'l boshlovchi, bog' qo'riqchisi	Yo'l boshlovchi, bog' qo'riqchisi	Yo'l boshlovchi, bog' qo'riqchisi
5	Ta'lim va malaka	Tabiatni muhofaza qilish	Tabiiy ekotizimni saqlash, Tarixiy va madaniy meroslarni saqlash	Noyob yurlarni himoya qilish va ularni saqlab qolish	Madaniy merosni saqlash
6	Taqdirlanganlik	-	-	-	-

2-rasm. Ekoturizm mahsulotlari va xizmat turlarining O'zbekiston milliy bog'lari bo'yicha taqsimoti^{65, 66}

Bugungi kunda turistlar uzoq manzillarga, tabiat qo'yniga, qishloqlarga sayohat uyushtirishni ma'qul ko'rishmoqda. Sababi bunday sayohatlar barqarorlik talablariga to'liq javob beradi. O'zbekistonda bu kabi joylar sirasiga Urgutning Tersak qishlog'i, Qoratepa tumani, Haydarko'lning "Aydar" o'tov manzilgohi, Nurato yaqinidagi Safari, Orolbo'yida joylashgan Mo'ynoq kabi ko'plab manzillarni misol qilib keltirishimiz mumkin. Turistlarni jalb etishda mahsulotlar va servis holatini doimiy tarzda yangilab turish talab etiladi. Faoliyatdagi innovatsion yondashuv yaratuvchanlikga, mukammalashuvga, mahsulotlarning xilma-xilligiga, turistlarning qoniqish darajasi ko'tarilishiga olib keladi. Yuqoridagi jadvalning o'zidan ko'rinib turibdiki, ekologik turizmga xizmat sohasida talab qilinadigan 6 kategoriyasidan ma'lum qismlari yuzasidan izlanishlar olib borilishi zarur. Ekoturizmni rivojlantirishda ekologik talqin katta o'rin tutadi. Ekologik talqin tufayli faoliyat maqsadi, tabiat bilan ijobiy munosabatga kirishish, turistlarni atrof-muhitga bo'lgan munosabatining ijobiy tomonga yo'naltirishga erishiladi. Turli mamlakatlarda boshqa mamlakatlarda uchramaydigan o'ziga xos xizmat turlari tufayli salmoqli moddiy manfaatga

⁶⁵ Xaitboyev R. Ekologik turizm. O'quv qo'llanma. Toshkent-"Barkamol fayz media". 2018

⁶⁶ Alibekov L., Ismatov N., G'odalov M. Zomin milliy bog'i va geologic muammolar yechimining geografik asoslari. 2022

erishmoqda. Misol tariqasida Balida mehmonlar ma'lum narx evaziga mahalliy urf-odatlariga qatnashishga ruxsat beriladi. Tanghakanda esa fillarni yuvintirish yoki ularda sayr qilish orqali daromad ko'rishadi⁶⁷. Mamlakatimizda ham Navro'z bayrami, qovun va tarvuz sayllari, Hosil bayrami, gullar bayrami kabi tadbirlarni keng dalalarda tashkil etish orqali ekoturistlarni jalb qilish mumkin.

Xulosa va takliflar: Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, mamlakatimiz ekoturizmni rivojlantirish uchun qulay imkoniyatga ega va bu borada e'tiborga olinishi kerak bo'lgan jihatlar bor:

Birinchidan, O'zbekiston hududida istiqomat qiluvchi 36,001,236 nafar aholi istiqomat qilib, 130ga yaqin millat va elatni o'zida jamlaydi va ular turli tillarda muloqotga kirishishi va bunday turfa xillilik xususiyati, o'ziga xos madaniyat ko'rinishlarining kesishmasi chet elliklarni jalb qilish uchun asos bo'la oladi.

Ikkinchidan, qishloq joylarda istiqomat qiluvchi aholi esa ekologik turizmga asoslangan kichik biznesni yo'lga qo'yib, mahalliy mahsulotlarni taklif qilishlari va turli xizmat turlarini shakllantirishlari mumkin.

Uchinchidan, yuqorida keltirilgan jadvalga asoslanadigan bo'lsak, xizmat ko'rsatish sohasi borasida hali mamlakatimizda qilinishi kerak bo'lgan ishlar anchagina. Ayniqsa, milliy bog'larda turar joylar va ovqatlanish joylarining, turli mashg'ulotlar olib borishda kerakli jihozlar ta'minotida kamchiliklar ko'zga tashlanmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Alibekov L., Ismatov N., G'odalov M. Zomin milliy bog'i va geologiya muammolar yechimining geografik asoslari. 2022
2. Ecotourism market by traveler type, age group, and sales channel: Global opportunity analysis and industry forecast 2021-2027
3. India sustainable tourism market outlook 2022-2032
4. Malaysia tourism market overview. 2021-2027
5. Naoko Y. Why tour guiding is important for ecotourism: enhancing guiding quality with the ecotourism promotion policy in Japan. Asia Pacific journal of tourism research, vol16. 2011
6. Nugrobo I., Purmawan D., Purmawati W., Wulandari W. Promoting the rural development through the ecotourism activities in Indonesia. American journal of tourism management. 2016
7. Tisdell C. Economic aspects of ecotourism: wildlife-based tourism and its contribution to nature. Shri Lankan Journal of Agricultural Economic. 2003
8. Xaitboyev R. Ekologik turizm. O'quv qo'llanma. Toshkent- "Barkamol fayz media". 2018

⁶⁷ Naoko Y. Why tour guiding is important for ecotourism: enhancing guiding quality with the ecotourism promotion policy in Japan. Asia Pacific journal of tourism research, vol16. 2011

9. O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati.2022-yil yanvar-dekabr. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi

10. Qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligining YaIMdagi ulushi kamaydi. 2022. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi

11. Zorya S. O‘zbekistonda ishsizlik va kambag‘allikni qisqartirishda qishloq xo‘jaligi mahsulotlari sektori bu muammolarni hal qilishda qanday yordam bera oladi? 2020.

Nigora Asadova Mehridin qizi - Master’s student, “Silk Road” International University of Tourism and Cultural Heritage

INNOVATIONS AND DIGITAL TECHNOLOGIES IN TOURISM LOGISTICS: TRENDS AND PROSPECTS FOR INTERNATIONAL AND DOMESTIC TOURISM IN UZBEKISTAN

Abstract: The purpose of this article is to investigate the trends and prospects for the development of international and domestic tourism in Uzbekistan using digital and innovative technologies, with a special focus on tourism logistics. The article reviews the literature analyzing the impact of digital and innovative technologies on the tourism industry, as well as an analysis of the role and effectiveness of digital and innovative technologies in the logistics of tourism in Uzbekistan. On the basis of the conducted research, scientific-theoretical and practical recommendations for further development and improvement of logistics processes in tourism with the use of digital and innovative technologies are offered.

Keywords: Logistics of tourism, international tourism, domestic tourism, digital technologies, innovation in tourism.

Аннотация: Цель данной статьи - исследовать тенденции и перспективы развития международного и внутреннего туризма в Узбекистане с использованием цифровых и инновационных технологий, особое внимание уделяется логистике туризма. В статье проведен обзор литературы, анализирующей влияние цифровых и инновационных технологий на туристическую индустрию, а также проведен анализ роли и эффективности цифровых и инновационных технологий в логистике туризма в Узбекистане. На основе проведенного исследования, предлагаются научные-теоретические и практические рекомендации для дальнейшего развития и улучшения логистических процессов в туризме с использованием цифровых и инновационных технологий.

Ключевые слова: Логистика туризма, международный туризм, внутренний туризм, цифровые технологии, инновации в туризме.

Annotatsiya: ushbu maqolaning maqsadi raqamli va innovatsion texnologiyalardan foydalangan holda O‘zbekistonda xalqaro va ichki turizmni rivojlantirish tendentsiyalari va istiqbollarini o‘rganish, turizm logistikasiga alohida e’tibor qaratishdir. Maqolada raqamli va innovatsion texnologiyalarning turizm sanoatiga ta’sirini tahlil qiluvchi adabiyotlar ko‘rib chiqildi, shuningdek, O‘zbekistonda turizm logistikasida raqamli va innovatsion texnologiyalarning roli va samaradorligi tahlil qilindi. Tadqiqot asosida raqamli va innovatsion texnologiyalardan foydalangan holda turizmga logistika jarayonlarini yanada rivojlantirish va takomillashtirish bo‘yicha ilmiy-nazariy va amaliy tavsiyalar taklif etiladi.

Kalit so‘zlar: turizm logistikasi, xalqaro turizm, ichki turizm, raqamli texnologiyalar, turizmdagi innovatsiyalar.

Literature review: Literature review shows that the tourism industry is actively implementing digital and innovative technologies to improve logistics processes. For example, studies (Smith et al., 2018) show that the use of e-booking systems and online platforms to search and book travel services greatly simplifies travel planning and organization processes. Other studies (Xiang et al., 2017) note the importance of tourist feedback and feedback on online platforms such as TripAdvisor for travel companies’ decision-making. In addition, digital technologies, such as mobile apps, are used to improve tourist interaction with tourist sites and provide additional services (Huang et al., 2017).

Current trends and prospects for tourism development in Uzbekistan: Uzbekistan is a country with a rich cultural heritage and history, which attracts many tourists. In recent years, Uzbekistan has become a rapidly developing tourist destination in Central Asia, and the government of the country attaches great importance to developing tourism and attracting foreign tourists.

One of the important trends in tourism development in Uzbekistan is the active use of digital and innovative technologies. For example, Uzbek tourist companies are actively introducing online reservation systems, electronic payment systems and mobile applications to simplify reservation processes and organization of tourist services. The sphere of electronic marketing [1] and the promotion of tourist services in social networks and online platforms are also developing.

However, despite the positive trends, there are still a number of challenges and problems in the development of digital and innovative technologies in tourism in Uzbekistan. For example, the lack of quality online resources, limited access to electronic payment systems, weak infrastructure for contactless payments and the lack of a unified digital platform for tourism can limit the development of digital technologies in the tourism industry in Uzbekistan.

Tourism logistics and digital technologies: Tourism logistics is an important aspect of the tourism industry, which is responsible for organizing and managing transport, hotel and other logistics processes in the tourism chain. The

introduction of digital and innovative technologies can significantly improve the efficiency of logistics processes and improve the quality of tourism services.

One of the important digital technologies being introduced in tourism logistics is the e-booking system [2], which allows tourists to book hotels, transport tickets and other services online, which simplifies and speeds up the process of planning and organizing a trip. Also, the introduction of an e-booking system allows travel companies to manage their resources more efficiently, optimize reservation processes and automate financial operations.

Another important digital technology in tourism logistics is geolocation and navigation systems [2], which help tourists navigate in an unfamiliar city or area, find interesting places and routes, and get recommendations about places, attractions and restaurants based on personal preferences.

However, despite the progress in introducing digital technologies into Uzbekistan's tourism logistics, there are still problems [3], such as limited access to high-speed Internet in some regions of the country, a lack of quality mobile applications, and a limited information base about the country's tourist resources.

Analysis of statistical data also confirms the importance of digital technologies in the development of tourism in Uzbekistan. According to the State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics, from 2016 to 2020, the number of foreign tourists visiting Uzbekistan increased more than threefold, from 1.9 million in 2016 to 6.4 million in 2020. This indicates the growing interest of foreign tourists in Uzbekistan and the effectiveness of measures taken by the government to develop tourism.

At the same time, it can be noted that the introduction of digital technologies in tourism in Uzbekistan still has the potential for further growth. For example, the share of online booking of hotels and services of travel companies in Uzbekistan [4] is still relatively low. According to a study conducted by the International Telecommunication Union, only about 15% of hotels in Uzbekistan provide online booking, while in other countries of the region, this figure is over 50%. This indicates the potential for further growth and development of e-booking systems in tourism in Uzbekistan.

Another important analytical statistic is the growing number of mobile users in Uzbekistan. According to data of the Ministry of Information Technologies and Communications of Uzbekistan, by the end of 2020, the number of connected mobile subscribers is more than 24 million, which is about 76% of the country's population. This shows the widespread of mobile technologies in Uzbekistan, which creates the potential for the development of mobile applications and services in the field of tourism.

Analysis of the data also shows the growing interest of foreign tourists in different regions of Uzbekistan. For example, according to the report of the Uzbek Agency for Tourism Development, in 2020, the largest increase in visits by foreign tourists was recorded in the regions of Samarkand, Bukhara and Khiva, which are the historical and cultural centers of the country. This confirms

the effectiveness of measures to develop tourism and promote different regions of Uzbekistan using digital technologies.

Thus, statistics confirm the importance of digital technologies in the development of tourism in Uzbekistan, including electronic reservation systems, geolocation and navigation systems, as well as mobile applications and services [5]. However, there is still potential for further growth and improvement in the use of digital technologies in the tourism sector in Uzbekistan. To this end, current limitations and problems can be analyzed, such as the low availability of online hotel reservations, limited geolocation and navigation options, and a limited number of mobile applications in different languages.

Based on the analysis of statistical data, we can offer a number of recommendations for the development of digital technology in tourism in Uzbekistan [6]:

1. Expansion of online reservation systems: Conduct activities to improve the availability of online booking in hotels, including training hoteliers and travel agents to work with reservation systems, as well as encouraging hotels to implement and use modern reservation systems.

2. Developing mobile applications: Creating mobile applications and services in various languages including English, Russian, Chinese and other popular languages to meet the needs of foreign tourists and facilitate their travel in Uzbekistan. This may include apps for hotel reservations, tour search, travel guides and other convenient features.

3. Development of geolocation and navigation systems: Introduction of modern geolocation and navigation technologies to facilitate the movement of tourists through different regions of Uzbekistan. This may include the creation of digital maps, routing and navigation applications, as well as the introduction of GPS and other geo-positioning systems technologies.

4. Improving the quality of content on websites and mobile applications: Develop quality and informative content on websites and mobile applications, including information on tourist sites, attractions, services, as well as information in different languages to attract foreign tourists.

5. Promotion and marketing: Development of measures to promote and market Uzbekistan's tourism opportunities in digital channels. This may include the use of social networks, digital advertising, contextual advertising, as well as the development and promotion of tourist video and photo materials. A key aspect in this context is adapting marketing materials to the needs and preferences of foreign tourists.

6. Data Analysis and Analytics: Systematic collection, analysis and interpretation of data on digital technologies in tourism in Uzbekistan to identify trends, understand tourist preferences and make informed decisions. This may include monitoring of tourism platforms, analysis of tourist feedback and evaluations, and evaluation of the effectiveness of marketing campaigns and digital development actions.

7. Training and staff development: Conducting training programs and activities to develop the skills and competencies of specialists in the field of digital technology in tourism, including employees of tourism companies, hotels, restaurants and other tourism industry enterprises. This may include organizing seminars, trainings, workshops and other educational events.

8. Government support: Develop and implement government programs and measures to support the development of digital technology in tourism, such as incentives, subsidies, tax breaks, and other incentives. State support can help to attract investment, develop infrastructure, create innovative solutions and other measures of development of digital technologies in the tourism industry in Uzbekistan.

It is important to note that the development of digital technologies in tourism in Uzbekistan has great potential to improve the tourist experience, improve the efficiency of business processes in the tourism industry and attract more foreign tourists. The analysis of statistical data makes it possible to identify the most effective measures and strategies for the development of digital technologies in tourism in Uzbekistan, as well as to regularly assess their effectiveness.

In conclusion, the use of digital technologies in tourism in Uzbekistan represents an important direction of development of the tourism industry and contributes to the strategic goals of tourism development in the country. The analysis of statistical data and their use to develop measures and strategies for the development of digital technologies in tourism is an important tool for making informed decisions and ensuring the successful development of the tourism industry of Uzbekistan in the digital age.

List of references:

1. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
2. Xiang, Z., Du, Q., Duysters, G., Cao, G., Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
3. Саидов, А. К., Абдурахимов, М. М. (2019). Особенности и проблемы развития логистики в туризме Узбекистана. *Социально-гуманитарные знания*, 1, 51-54.
4. UzDaily. (2021, 7 сентября). В Узбекистане разработана система онлайн-бронирования туристических услуг. Получено из: <https://www.uzdaily.uz/ru/post/71907>
5. UzDaily. (2021, 23 июля). Турпоток сервис – новый цифровой сервис в туризме Узбекистана. Получено из: <https://www.uzdaily.uz/ru/post/69437>
6. Neuhofer, B., Buhalis, D., Ladkin, A. (2019). Technology as a catalyst of change: Enabling dynamics and the role of intermediaries in shaping the future of tourism. *Tourism Recreation Research*, 44(3), 396-410.

Тўрабеков Соҳибжон Шербой ўғли - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, таянч докторант

“MICE ТУРИЗМ” – ТУРИЗМДА МАВСУМИЙЛИК МУАММОСИНИ БАРТАРАФ ЭТИШ ВОСИТАСИ СИФАТИДА

Аннотация. Туризм хизматлари соҳасида бандликни ошириш, ундаги мавсумийлик муаммосини ҳал қилиш ва соҳадаги кадрлар қўнимсизлигини пасайтиришнинг устувор йўлларида бири сифатида MICE туризмни ривожлантириш эканлиги тезисда атрофлича асосланган. Шунингдек, туризмнинг ушбу йўналишини ривожлантириш борасида тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар. Туризм хизматлари, бандлик, мавсумийлик, ишбилармонлик туризми, кадрлар қўнимсизлиги, MICE туризм, туристик маҳсулот.

Аннотация. В основе диссертации лежит развитие MICE-туризма как одного из приоритетных направлений увеличения занятости в сфере туристических услуг, решения проблемы сезонности и снижения дефицита кадров в сфере. Также разработаны рекомендации по развитию этого направления туризма.

Ключевые слова. Туристические услуги, занятость, сезонность, деловой туризм, дефицит кадров, MICE-туризм, турпродукт.

Abstract. The development of MICE tourism as one of the priority ways to increase employment in the field of tourism services, solve the problem of seasonality and reduce the shortage of personnel in the field is based on the thesis. Recommendations for the development of this direction of tourism have also been developed.

Keywords. Tourism services, employment, seasonality, business tourism, staff shortage, MICE tourism, tourist product.

Туризм хизматлари соҳасидаги меҳнат бозори тўғрисида гап кетганда унинг ўзига хос хусусиятларини эътироф этиш зарур. Яъни, туризмда меҳнат бозори – меҳнат ресурсларидан фойдаланишнинг шундай ижтимоий-иқтисодий шакли бўлиб, унда ишчи кучи товар сифатида намоён бўлади ҳамда бозор қонунларига мувофиқ сотилади ва сотиб олинади. Бироқ, бу туризм хизматлари соҳасида ўзига хос замонавий ва цивилизациялашган меҳнат бозори шакллانган дегани эмас. Унда ҳам баъзида ишчи кучига нисбатан талаб ва таклифнинг мувозанати бузилиб, бозор қонунларига мувофиқ келмай қолиш ҳолатлари учраб туради. Масалан, Ўзбекистонда ҳам аксарият туризм хизматларини кўрсатувчи субъектлар томонидан туризм мавсумига қараб туроператорлар, тугагент ва гидлар, официант, ошпаз, иш бошқарувчи, махсус ҳайдовчи ва бошқа шу каби туризм соҳасидаги малакали кадрларга эҳтиёж сезилади. Сабаби,

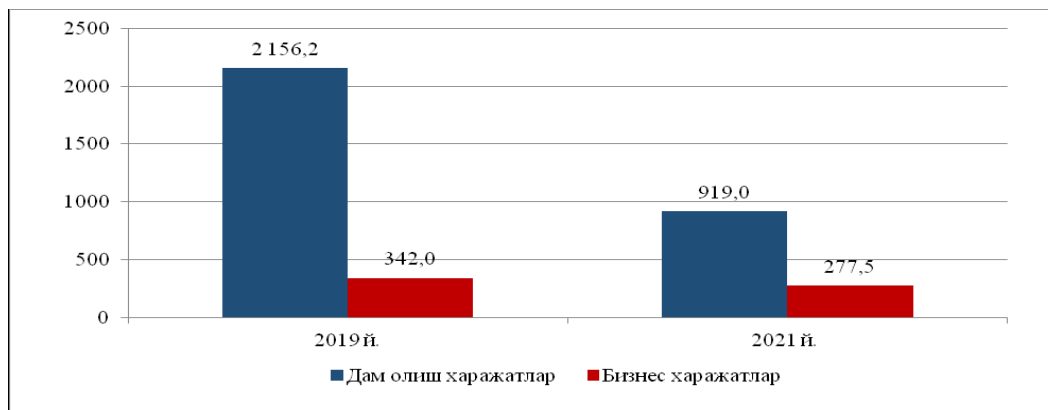
соҳадаги мавсумийлик характери иш вақтининг нотекис тақсимланишини ҳамда тўлиқ банд бўлмаган меҳнат ресурсларининг катта қисмини келтириб чиқаради.

Бизнингча, туризм хизматлари соҳасидаги меҳнат ресурсларида меҳнатга қизиқиш хиссини уйғотиш бошқарига нисбатан бироз қийин, чунки соҳадаги бандликнинг мавсумийлик характери ишчининг лавозимга кўтарилиш, шахсий карерасини яратиш имкониятларини заифлаштиради. Бу эса ўз навбатида ишчиларни рағбатлантириш масалаларини баъзи ҳолларда ҳал қилиб бўлмайдиган муаммога айлантиради. Ушбу муаммони ўз вақтида ҳал қилиш йўллари топилмаса, туристик компаниялар раҳбарияти доимий равишда янги ходимларни ёллашга мажбур бўлади. Бу бир тарафдан туристик компаниялар учун касбий тайёргарлик харажатларини купайтирса, иккинчи тарафдан соҳада кадрлар қўнимсизлигининг кучайишига сабаб бўлади. Шу боисдан, мамлакатда туризм хизматлари ва унга алоқадор турдош тармоқларни жадал ривожлантириш ҳамда уларнинг фаоллигини ошириш орқали мамлакатда банд бўлган аҳоли сонини ошириш учун энг аввало, соҳадаги мавсумийлик масаласини ҳал қилиш ўта долзарб масалага айланади. Чунки, соҳада мавсумийлик муаммосининг ҳал қилиниши ундаги кадрлар қўнимсизлигининг қисқаришига ва натижада бандлик даражасининг ошишига замин яратади.

Сўнги йилларда минтақалар ва мамлакатлар ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий, маданий ва марифий, ишбилармонлик ва бизнес алоқалар йилдан йилга яқинлашиб, ривожланиб бормоқда. Бундай ижтимоий-иқтисодий алоқаларнинг ривожланиши ўз навбатида мамлакатлар ўртасидаги ишбилармонлик муносабатларини рағбатлантиради. Шунингдек, мамлакат миллий иқтисодиётининг ривожланиши ва жаҳон бозорига интеграциялашувини ҳам бошқа давлатлар билан яқин ишбилармонлик алоқаларини ривожлантирмасдан тасаввур қилиш қийин. Ишбилармонлик алоқалари, технология ва ахборот алмашинуви, янги бозорларни излаш, сармоявий ва қўшма лойиҳалар бўйича ҳамкорларни топиш, ходимларни ўқитиш ва корпоратив маданиятни жорий қилиш - буларнинг барчаси ишбилармонлик туризмидир.

MICE туризм XX асрнинг охирларида жаҳон иқтисодиётида интеграциялашув жараёнларининг жадаллашиши, мамлакатлар ўртасида ўзаро иқтисодий алоқаларнинг ривожланиши ортидан маҳаллий ва халқаро савдо битимлари ҳажмининг ортиб бориши натижасида вужудга келиб, ҳозирги даврда жаҳон туризм индустриясида ўз ўрнига эга бўлиб бормоқда. Масалан, расмий статистик маълумотларга кўра 2019 йил глобал туризмнинг жаҳон ЯИМдаги улуши 10,3 фоизни (9630,0 млрд. АҚШ долл.) ташкил этган бўлса, 2020 йилда COVID-19 пандемияси оқибатида ушбу кўрсаткич 5,3 фоизга (4775,0 млрд. АҚШ долл.) тушиб кетган, аммо 2021 йилда ўсиш суръатлари кузатилган, яъни ушбу кўрсаткич 6,1 фоизни

(5812,0 млрд. АҚШ долл.) ташкил этган. МІСЕ туризмнинг жаҳон туризм саноатидаги улуши эса 2019 йилда 1302,0 млрд. АҚШ долларини (21,0 фоиз) ташкил қилган бўлса, 2021 йилда бу кўрсаткич 658,5 млрд АҚШ долларини ташкил этган. Экспертларнинг фикрига кўра, МІСЕ туризмнинг бозор қиймати 2021-2026 йиллар давомида йиллик ўртача 6,1 фоиздан ўсиб бориб, 2026 йилда 1780,0 млрд. АҚШ долларага етади.



1-расм. МІСЕ туризмнинг 2019 ва 2021 йилларда Ўзбекистон туризм индустриясидаги улуши, млн. АҚШ долл.

Бугунги кунда Ўзбекистонда ҳам туризмнинг устувор йўналишлари қаторида МІСЕ туризмининг жадал ривожлантириш бўйича давлат томонидан катта эътибор қаратилмоқда. Ушбу фикримизга асос сифатида Жаҳон саёҳат ва туризм консуллиги (WTTC) томонидан 2021 йил якунлари бўйича тақдим этилган ҳисоботдаги маълумотларни келтириб ўтишимиз мумкин. Унга кўра, 2019 йилда МІСЕ туризмнинг Ўзбекистон туристик бозоридаги улуши 14 фоизни (342.0 млн. АҚШ долл.) ташкил қилган бўлса, 2021 йилга келиб ушбу кўрсаткич 23 фоизга (277.5 млн. АҚШ долл.) етганлиги кўрсатилган.

Юқоридаги рақамлардан шуни англаш мумкинки, 2020 йилдаги глобал пандемия таъсири натижасида, мамлакатимизда умумий туризм ҳажми деярли 2,5 баробарга қисқарган бўлса, бу инқироз бизнес туризмга унчалик катта таъсир қилмаган. Бунга пандемия давридан сўнг жаҳон ва миллий иқтисодиётда ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатишнинг қайтадан жонланиши, халқаро иқтисодий алоқаларнинг тикланиши, мамлакатлар яна туристик оқимларга чегараларини очиб берганлиги билан изоҳлаш мумкин.

Бироқ, тадқиқотлар давомида сўнги йилларда Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижий сайёҳларнинг сони ва сафар мақсадлари таҳлил қилинганда мамлакатда туризмнинг ушбу шакли яхши ривожланмаганлиги ҳамда уни жадал ривожлантириш борасида ҳали фойдалинилмаган имкониятлар мавжудлиги аниқланди. Хусусан, 3.2-жадвал маълумотларидан кўриш мумкинки, 2021 йилда Ўзбекистонга жами 1881,3 минг нафар хорижий сайёҳ ташриф буюрган бўлса, уларнинг энг катта

қисми (85,7%) қариндошларини йўқлаш мақсадида келган, ўқиш (0,3%) ва тижорат (0,7%) мақсадида келганлар эса жуда озчиликни ташкил қилган. Шунингдек, 2016-2021 йилларда мобайнида Ўзбекистонга ташриф буюрган сайёҳлар таркибида хизмат, қариндошларни йўлаш, тижорат, дам олиш ва бўш вақтини ўтказиш мақсадида келганлар сони камайиш тенденциясини ифодалаган бўлса, уларда энг юқори камайиш хизмат мақсадида келганларга (59,5%) тўғри келади.

3.2-жадвал

2016-2021 йилларда Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижий сайёҳларнинг сафар мақсадлари бўйича тақсимланиши, минг нафар

№	Сафар мақсадлари	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2021 йилнинг 2016 йилга нисбатан ўзгариши, %
1	Хизмат	149,7	28,4	56,5	53,1	17,4	60,7	40,5
2	Ўқиш	6,3	7,4	14,6	21,4	4,7	6,4	101,0
3	Дам олиш ва бўш вақт	175,5	230,5	458,1	1043,9	129,3	155,1	88,3
4	Қариндошларни йўқлаш	1651,2	2371,7	4713,5	5520,7	1321,4	1613,1	97,6
5	Даволаниш	27,1	26,4	52,5	55,5	15,0	32,4	119,5
6	Тижорат	17,2	25,6	50,9	53,9	16,3	13,6	79,0
	Жами	2027,0	2690,1	5346,2	6748,5	1504,1	1881,3	92,8

Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, ўрганилган даврда Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижий сайёҳлар таркибида ишбилармонлик мақсадларида (хизмат сафари) келганлар сони бошқа мақсадда келган сонидан бир неча баробар камлиги ва у камайиш тенденциясини ифодалагани бир тарафдан ушбу соҳадаги ишлар самарадорлиги, ишбилармонлик муҳити ва ишбилармонлик жозибadorлиги жаҳон талабига мос эмаслигини белгилаб берса, бошқа тарафдан мамлакатдаги ташкилот ва муассасаларда иш юзасидан ходимларнинг ҳаракатланиши (хизмат сафари), хизмат юзасидан тадбирларда иштирок этиши, малака ошириш, инспекцион ҳамда тадбиркорлик мақсадларидаги ташрифлар ва ҳоказо каби ишбилармонлик туризмнинг сегментлари ташкилий жиҳатдан яхши йўлга қўйилмаганлигидан ёки улар туристик фаолият билан боғланмаганлигидан далолат беради.

Ўзбекистонга ташриф буюрган сайёҳлар таркибида хизмат мақсадида (MICE саёҳатлар) келганлар улушининг пастлиги бир тарафдан ушбу соҳадаги ишлар самарадорлиги жаҳон талабига мос эмаслигини белгилаб берса, бошқа тарафдан келгусида мамлакат туризм жозибадорлигини кучайтириш ва туризм хизматларини ривожлантириш орқали келаётган сайёҳлар оқимини оширишда “MICE туризми”ни ривожлантириш зарурлигини тақозо қилади.

Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб, MICE туризми Ўзбекистон туризм секторида мавсумийлик омилини ҳал этишнинг истиқболли йўланишларидан бири эканлигини ҳисобга олиб, туризм соҳасига масъул ваколатли давлат органлари, маҳаллий ҳокимликлар ва нодавлат ташкилотлари билан биргаликда мамлакатда ишбилармонлик муҳитини янги босқичга олиб чиқиш, ташқи бозорда миллий туризмнинг ижобий имиджини шакллантириш, ҳудудларда туризм инфратузилма объектларига фаол инвестицияларни жалб қилиш мақсадида мамлакатнинг “2023-2030 йилларга мўлжалланган “MICE туризм” концепцияси”ни ишлаб чиқилишини тавсия қиламиз. Бунда мамлакатда “MICE туризми”ни жадал ривожлантириш ва унинг туристик жозибадорлигини ошириш орқали пировардда туризм хизматлари соҳасидаги мавсумийлик даражасини максимал пасайтириш, бу орқали аҳоли бандлигини таъминлаш ҳамда янги иш ўринларини яратиш бош мақсад сифатида белгиланиши лозим. Шунингдек, ушбу концепцияни қабул қилишдан ижобий натижаларга эришиш учун қуйида чора тадбирлар ва устувор вазифаларни амалга ошириш кўзда тутилиши зарур:

- Ўзбекистон Республикаси маданият ва туризм вазирлигининг тегишли қарори билан вазирлик ҳузурида “MICE туризм маркази” ДУКни ташкил этиш ва унинг асосий вазифалари этиб қўйидагиларни белгилаш;
- Ўзбекистонда ташкил этиладиган маҳаллий ва халқаро даражадаги конгресс ва кўргазмалар ўтказиш имкониятига эга бўлган объектлар тўғрисидаги маълумотлар реестрини юритиш;
- Маҳаллий ва халқаро даражадаги конгресс ва кўргазмаларни ташкиллаштириш фаолияти билан шуғулланувчи тадбиркорлик субъектлари реестрини юритиш;
- Ўзбекистонда ташкил этиладиган маҳаллий ва халқаро даражадаги конгресс ва кўргазмалар ташкилотчилари фаолиятини мувофиқлаштириш;

Демак, Ўзбекистон шароитида туризм хизматлари соҳасини жадал ривожлантириш, унинг мамлакат ижтимоий-иқтисодий тараққиётидаги ролини мустаҳкамлаш, мамлакат меҳнат бозорида банд бўлган аҳоли таркибида туризмнинг ҳиссасини ошириш ва соҳада янги иш ўринларини мунтазам яратишнинг энг муҳим шартларидан бири соҳадаги кадрлар кўнимсизлигига барҳам бериш ва мавсумийлик масаласини ҳал қилишдир. Юқорида таъкидланганидек, Ўзбекистонда 2023-2030 йилларга мўлжалланган “MICE туризм концепцияси”нинг қабул қилиниши ва унда

назарда тутилган чора тадбирларнинг амалга оширилиши мамлакатда туризм хизматлари ва унга турдош тармоқларнинг мавсумдан ташқари пайтда ҳам фаоллигини сақлаб қолишга, бу орқали соҳадаги кадрлар қўнимсизлигининг бартараф этилишига ва янги иш ўринларининг мунтазам яратилишига хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Turabekov Sokhibjon Sherboy ugli. Assessment of the role of the tourism sector in the formation of employment indicators in Uzbekistan // “Journal of Economics, Finance and Management Studies”. ISSN (print): 2644-0490, ISSN (online): 2644-0504 Volume 6 Issue 3 March 2023. Page No. 1168-1174. DOI: 10.47191/jefms/v6-i3-18, Impact Factor: 7.144
2. Turabekov Sokhibjon Sherboy ugli. Organizational and Economic Problems of the Development of the Tourist Industry of Uzbekistan// “International journal of multidisciplinary research and analysis”. ISSN(print): 2643-9840, ISSN(online): 2643-9875. Volume 06 Issue 04 April 2023.
3. Mukhammedov M.M., Turabekov S.Sh. Prospects for the organizational and economic development of the tourism services sector in Uzbekistan // “American journal of economics and business management”. ISSN: 2576-5973 Vol. 6, No. 3, 2023.
4. Ю.В.Золотарева. Стимулирование потребителей на рынке туризма и гостеприимства. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований №3, 2017.
5. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. - М., 2000.-399 с
6. Travel&Tourism: Economic impact, 2022 edition, Global trends, World Travel&Tourism Council.
7. Жаҳон саёҳат ва туризм консуллинг (WTTC) 2021 йил якунлари бўйича чоп этган ҳисоботида асосан муаллиф томонидан тайёрланди.

Рахимов Хасан Абдусаитович - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти доценти, Phd

ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИНИНГ ЎРНИ

Аннотация: Меҳмонхона хўжаликларида кадрлар менежментини ташкил қилиш ва такомиллаштиришда нима учун фактларга таяниш ва кўп фикрни ўртага ташлашга эришиш лозим, деган савол муҳим ҳисобланади. Қарорларни қабул қилишга асос бўлган жиҳатлар ҳам жуда кўп.

Калит сўзлар: туризм, меҳмонхона хўжалиги, аҳоли бандлиги, ялпи ички маҳсулот, соҳа, тадбиркорлик, хизмат кўрсатиш соҳаси, эҳтиёж, ижтимоий соҳа.

Аннотация: Важным считается вопрос о том, почему необходимо опираться на факты и добиваться большого мнения в организации и совершенствовании управления персоналом в гостиничных предприятиях. Есть также много аспектов, которые являются основой для принятия решений.

Ключевые слова: туризм, гостиничное хозяйство, занятость населения, валовой внутренний продукт, отрасль, предпринимательство, сфера услуг, потребность, социальная сфера.

Abstract: The question of why it is necessary to rely on facts and to achieve a lot of opinion in the organization and improvement of personnel management in hotel enterprises is considered important. There are also many aspects that are the basis for making decisions.

Key words: tourism, hotel industry, population employment, gross domestic product, sector, entrepreneurship, service sector, need, social sector.

Туризм ва меҳмонхона хўжалиги бир соҳасининг таркибий қисмларидир. Меҳмонхонага эҳтиёжнинг ошиб бориши бевосита туризмнинг ривожланиши билан боғлиқдир. Меҳмонхоналар фаолиятининг кенгайиши ўз-ўзидан содир бўлмайди. Жаҳон амалиётидан маълумки, туризмни ривожлантириш орқали мамлакат иқтисодиётининг ўсишга, кам тараққий этган ҳудудларнинг ривожланишига, аҳоли бандлигининг ошишига, аҳоли маданиятининг юксалишига олиб келади⁶⁸.

Туризм шундай соҳаки, унинг қайси мамлакатда ривожланса, ўша мамлакатнинг иқтисодиёти юксалади, ижтимоий ҳаётида ҳам ўнгланиш содир бўлади. Шу туфайли кўпгина мамлакатлар туристик марказларга айланган. Бундай давлатлар иқтисодиётининг ривожланиши асосан туризм ҳисобидан амалга оширилмоқда. Мазкур соҳанинг ажралмас қисми бўлган меҳмонхона хўжаликлари тизими ҳам тармоқ сифатида шаклланган.

Маълумки, мамлакатимизда катта туристик салоҳият мавжуд. Бу иқтисодиётни юксалтириш учун жуда катта имконият. Аммо бундай имкониятлардан тўлиқ фойдаланишга эришилган эмас. Айрим олимларнинг ва оммавий ахборот воситаларининг берган маълумотлари бўйича мамлакатимиз ЯИМда туризмнинг улуши 1,8 %ни ташкил қилмоқда⁶⁹.

⁶⁸ Холикулов А., Юлдашева Н. Меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий-назарий ва услубий масалалари //Общество и инновации. – 2021. – Т. 2. – №. 2. – С. 76-86.

⁶⁹ Кудратов Ғ.Ҳ., Мусаев Ҳ.Ҳ. Ўзбекистоннинг инвестиция сиёсати ва унинг туризм хизмат бозорини ривожлантиришда тутган ўрни. //Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари. Монография. – Т.: “Иқтисодиёт” нашриёти, 2012. – 288-289-бетлар.

Ваҳоланки, тараққий этган мамлакатларда ушбу кўрсаткичнинг улуши анча юқори. Масалан, Испанияда 12 %ни, Миср Араб Республикасида 10 %ни, Грецияда 8 %ни, Германия Федератив Республикасида 8 %ни, Францияда 6-7 %ни, Ҳиндистонда 6,2 %ни, Сингапурда 5 %ни, Белгия, АҚШ каби мамлакатларда 3%ни ташкил қилади⁷⁰. Кўриниб турибдики, туризм ва меҳмонхона соҳасини ривожлантириш учун бой туристик ресурсларга эга бўлган мамлакатимизда ҳали жуда катта имкониятлар мавжуд.

Ўзбекистон учун ушбу соҳани ривожлантиришнинг яна бир муҳим томони шундаки, мамлакатимизнинг қишлоқ жойларида ишсиз аҳолини иш билан таъминлашда ҳам ҳал қилувчи омил бўлиб ҳисобланади⁷¹. Чунки, хусусий тадбиркорлик учун жозибадор бўлган кўпгина анъанавий хизмат турлари шаҳарда ҳам, қишлоқда ҳам босқичма-босқич ривожланиб бормоқда. Мазкур қарорда маҳаллий ҳокимият зиммасига қаттиқ топшириқ бердики, соҳани ривожлантириш учун у катта туртки бўлди. Жумладан қарорда: “Маҳаллий ҳокимият органлари раҳбарлари бу муҳим тармоққа керакли даражада эътибор қаратмаётганлигига мутлоқа тоқат қилиб бўлмайди”⁷², деб таъкидланган эди. Албатта, эътибор берилмаган соҳанинг самарадорлиги ҳам ўзига яраша бўлади. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2005 йилда 38,3 фоизни ташкил қилар эди⁷³. 2010 йилга бориб ушбу кўрсаткичнинг миқдори 49,0 фоизни ташкил қилиши белгилаб берилган эди ва бунга тўлиқ эришдик. Аммо бу ҳали кам. Чунки, юқорида кўрганимиздек, дунёнинг ривожланган мамлакатларида хизмат кўрсатувчи тармоқларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 60-80 фоизни ташкил этади. Ушбу мамлакатлар иқтисодиётида банд бўлган аҳолининг 70 фоизи шу хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият кўрсатади⁷⁴.

⁷⁰ Кудратов Ғ.Ҳ., Мусаев Ҳ.Ҳ. Ўзбекистоннинг инвестиция сиёсати ва унинг туризм хизмат бозорини ривожлантиришда тутган ўрни. //Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари. Монография. – Т.: “Иқтисодиёт” нашриёти, 2012. – 288-289-бетлар. Ушбу маълумотлар Пардаев М.Қ., Халикулов А.Н., Ҳ.А.Раҳимовларнинг “Меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни ошириш муаммолари” номли монографияда ҳам келтирилган (Т.: “Иқтисодиёт” нашриёти, 2013. – 44 бет.).

⁷¹ Ortikniyozovich U. F. The Significance of Theoretical Concepts of Services and Service Activity //American Journal of Economics and Business Management. – 2022. – Т. 5. – №. 6. – С. 43-45.

⁷² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 апрельдаги “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. «Халқ сўзи». 2006 йил 18 апрел.1-бет.

⁷³ Ўзбекистоннинг статистик ахборотномаси. 2005 йил. 5-бет.

⁷⁴Халикулов Н.Н. Меҳмонхоналарда сервис сифати ва самарадорлигини ошириш имкониятлари. Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тайёрланган диссертация. СамИСИ. – 2011. – 11-бет., Пардаев М.Қ., Халикулов А.Н., Раҳимов Ҳ.А. Меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни ошириш муаммолари. Монография. – Т.: “Иқтисодиёт” нашриёти, 2013. – 44 бет.

Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасининг жадал ривожланмаганлиги аҳолининг истеъмол харажатлари таркибига ҳам таъсир қилиб келди. Мамлакатимиз аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида хизматларнинг улуши 2005 йилда бор-йўғи 15,4 фоизни ташкил қилди⁷⁵. Ваҳоланки, ушбу кўрсаткичнинг миқдори ривожланган мамлакатларда 50-60 фоиздан кам эмас⁷⁶.

Тоғ ва қишлоқ жойларида туристик марказларнинг ташкил қилиниши шу жойларнинг ўзлаштирилишига, аҳоли яшаш даражасининг яхшиланишига ёрдам беради.

Кейинги йилларда кўпгина мамлакатларда, хусусан ўзимизда ҳам шаҳарларда яшовчиларнинг хордиқ чиқариши учун дам олиш кунлари қишлоқларга чиқиш одат тусига кириб бормоқда. Бу шунга олиб келдики, қишлоқ аҳолиси туризм билан боғлиқ иккинчи ихтисосликка эга бўлиш ва қишлоқнинг хушманзара жойларида туристик мажмуаларни куриб ишга туширишни тақозо қилади. Бу эса, ўз навбатида қишлоқ аҳолисининг турмуш шароитини яхшилаб олиш имконини яратади.

⁷⁵ Социальное развитие и уровень жизни населения в Узбекистане 2004. Т.: Госкомстат Узбекистана. 2005.-С 72.

⁷⁶ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 апрельдаги “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. «Халқ сўзи». 2006 йил 18 апрел.1-бет

IV ШЎЪБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДА МАРКЕТИНГ ВА МЕНЕЖМЕНТ ИМКОНИАТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

О.С. Казаков - Наманган муҳандислик технология институти, и.ф.н., профессор

Ш.О. Валижонов - Наманган муҳандислик технология институти, таянч докторант

ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШДА СИФАТ МЕНЕЖМЕНТИ ИМКОНИАТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация. Сифат менежментини такомиллаштириш орқали рақобатбардошлиликни таъминлаб экспорт ҳажмини орттиришга эришиш мумкин. Мақолада сифатни бошқариш масалалари кўриб чиқилган ва рақобатбардошлиликни таъминлаш масалалари ўрганилган. Сифат менежменти имкониятларини такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари белгиланган.

Калит сўзлар: Иқтисодиёт, ривожланиш, сифат, сифат менежменти, рақобатбардошлилик, экспорт, самара.

Аннотация: Улучшая управление качеством, можно добиться увеличения экспортной выручки за счет обеспечения конкурентоспособности. В статье рассматриваются вопросы управления качеством и исследуются вопросы обеспечения конкурентоспособности. Определены основные направления совершенствования возможностей управления качеством.

Ключевые слова: Экономика, развитие, качество, управление качеством, конкурентоспособность, экспорт, эффективность.

Annotation. By improving quality management, it is possible to increase export revenue by ensuring competitiveness. The article discusses the issues of quality management and examines the issues of ensuring competitiveness. The main directions of improving the quality management capabilities are identified.

Keywords: Economy, development, quality, quality management, competitiveness, export, efficiency.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига мурожаатида иқтисодий ривожланиш ва тараққиётни таъминлашда рақобатбардошлилик юқори ўрин тутиши ва у орқали экспорт амалиётларини кенгайтириш муҳим роль ўйнаши таъкидлаб ўтилди: “2023 йилда тайёр маҳсулотлар экспортини қўшимча 4 миллиард долларга ошириш асосий мақсадимиз бўлади. Бу йил бошланган «Янги

Ўзбекистон -рақобатбардош маҳсулотлар юрти» дастури ўз самарасини бермоқда. Бир йилнинг ўзида 2 мингга яқин тадбиркорлар илк бор ташқи бозорларга чиқди. 2023 йилда экспорт ҳажми тарихимизда илк бор 23 миллиард доллардан ортади.”⁷⁷

Ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар рақобатбардошлилигини таъминлашда сифат менежменти муҳим аҳамият касб этади. Сифат менежменти имкониятларини таҳлил қилишдан аввал сифат тушунчасига тарифни эслаб олсак маъқул бўлар эди. Маҳсулотлар ва хизматларнинг белгиланган талабларга жавоб бериш қобилияти билан боғлиқ хусусиятлар тўпламига сифат деб аталади. Ҳозирги глобаллашув шароитида маҳсулот сифати бозорнинг интеграцияси, илмий-техник тараққиёт ва натижада истеъмолчиларнинг тобора ортиб бораётган талаблари туфайли тобора муҳим аҳамият касб етмоқда. У ҳал қилувчи омил бўлиб бормоқда.

Маҳсулотларнинг сифатини белгилайдиган кўплаб параметрлар мавжуд бўлиб, уларни таъминлаш орқали рақобатбардошлиликка эришилади. Бу вазифаларни бажариш орқали ҳозирги вақтда сифат менежменти йўналишини ривожлантиришга зарурат туғилди. Сифат менежменти - бу маҳсулотнинг ҳаёт циклининг барча босқичларини бошқариш бўйича фаолиятдир. Маҳсулот сифатини бошқариш - бу истеъмолчилар ва умуман жамият талабларига жавоб берадиган зарур сифат даражасини аниқлаш, таъминлаш ва сақлаш мақсадида маҳсулотларни ишлаб чиқариш, сотиш ва улардан фойдаланиш жараёнида амалга ошириладиган бошқарув объектларига таъсир қилиш жараёнидир.

Сифат менежменти имкониятларидан тўлароқ фойдаланиш мақсадида сифат менежменти тизимига мурожаат қиламиз. Сифат менежменти тизими – бу корхона мутлақ ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятида якуний мақсад бўлган сифатни мўлжал қилиб олган ҳолда бошқаришдир. Сифат менежменти тизими – бу бошқарув тизими бўлиб, у сифат соҳасида сиёсатни ва мақсадларни доимий шакллантириш ва бу мақсадларга эришиш учун яратилади. Сифат менежменти тизимининг қатор элементлари мавжуд бўлиб, улар қуйидагилардан иборатдир:

1. Сифат соҳасида сиёсат ва мақсад.
2. Ресурслар мавжудлиги (ишчилар, моддий, молиявий ва ахборот таъминоти).
3. Мақсадга эришишнинг баён этилган алгоритми (жараёнлар, босқичлар ва ҳужжатлар)
4. Бошқарувнинг ташкилий тузилмаси.

Сифат менежментини йўлга қўйиш ва сифат менежменти тизими элементларини мунтазам равишда ҳисобга олиш орқали маҳсулот сифатини

⁷⁷ Манбаа: Тошкент, «Ўзбекистон», 2023 й

(<https://www.xabar.uz/jamiyat/shavkat-mirziyoyevning-oliy-majlis-va-ozbekiston-xalqi>)

оширишга ва рақобатбардошликни таъминлашга ҳаракат қилиш лозим. Ҳозирги глобаллашув шароитида сифатни бошқаришни такомиллаштириш ва шароитларга мослаштириш талаб этилади. Маҳсулот сифатини ошириш бу, оқибат натижада унинг миқдори ҳамда фойдаланиладиган ресурсларни тежаш, ижтимоий ва шахсий эҳтиёжларни тўлароқ қондириш масаласи ҳисобланади. Яъни, ҳар қандай маҳсулот энг юқори техникавий-иқтисодий ва эстетик ҳамда бошқа бир қатор талабларга мувофиқ келиши, жаҳон бозорида рақобат қилиш қобилиятига эга бўлиши керак. Маҳсулот (иш, хизмат) сифати – маҳсулотнинг ҳар томондан фойдаланишга мукамал эканлигини белгиловчи хусусиятлар йиғиндиси ҳисобланади.

Сифатни таъминлаш, лойиҳалаш, сақлаш бўйича барча жараёнлар сифатни бошқариш тизимига бирлаштирилган. Маҳсулотлар ва хизматлар сифатининг яхшиланиши корхонанинг ташқи иқтисодий фаолиятида ҳам кўринади. Мамлакатимиз ҳудудлари ва улардаги корхоналарнинг экспорт соҳасидаги фаолиятлари биринчи навбатда маҳсулотлар сифатига ва уни бошқаришнинг даражасига боғлиқдир.

Мамлакатимиз ҳудудлари бўйича амалий ҳолатни таҳлил қилганимизда улардаги саноат ишлаб чиқаришида сифат масалаларига нисбатан кам эътибор қаратилаётганини ва сифатни бошқаришни такомиллаштириш бўйича зарур чора-тадбирларни амалга ошириш зарурлигини аниқ равшан бўлмоқда. Глобаллашув шароитида корхона ва ташкилотлар ўз фаолиятларида биринчи ўринга рақобатбардошликни таъминлашни қўйишлари лозим.

Маҳсулотлар ва хизматлар рақобатбардошлилигин ошириш учун сифатни бошқаришни юқори даражага кўтариш талаб этилади. Сифатни бошқаришни такомиллаштириш учун қуйидагиларни амалга оширилишини таклиф қиламиз:

1. Сифатни режалаштиришга юқори даражада аҳамият қаратиш ва бунда рақобатбардошликни таъминлашга асосий эътиборни жалб қилиш.

2. Корхоналарда ишларни ташкил этилишида биринчи эътиборни сифат масалаларига қаратиш ва бу бўйича ишларни марказлашган тарзда ташкил этиш лозим. Кўп ҳолларда ишларни ташкил этилишида сифат масалалари эътибордан четда қолиб кетади.

3. Корхонада сифат назоратини малакали тарзда амалга ошириш.

4. Маҳсулотларнинг сифатини мунтазам равишда таҳлил қилиш.

5. Фаолиятда сифатни яхшилашни биринчи ўринда рағбатлантириш.

Саноат корхоналарида маҳсулотлар сифатини яхшилашда энг муҳим бошқарув функцияси – бу сифат назоратини ташкил этишдир. Сифат назоратининг моҳияти назорат қилиниши керак бўлган объект тўғрисидаги ахборотни олиш ва уни ўрнатилган талаблар, андозалар ва тузилган шартномалардаги талаблар билан солиштиришдан иборатдир. Сифат назорати мунтазам равишда ва малакали тарзда амалга оширилиши муваффақиятга олиб келадиган асосий омилдир. Иқтисодий салоҳиятни

юксалтириш ва ўсишни таъминлашда корхона ва ташкилотлардаги сифатни бошқаришнинг имкониятларидан самарали равишда фойдаланиш ва ҳаракатга келтириш мамлакатимиз иқтисодиётини юксалтиришда муҳим аҳамиятга эга бўлиб бормоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли “2022-2026 йилларга мўнжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги Фармони Тошкент, 2022.
2. Olim Sabirovich Kazakov, & Ilhom Mahamadjanovich Kamoliddinov. (2021). SOME QUESTIONS OF INCREASE OF EFFICIENCY IN ACTIVITY ENTERPRISE SUBJECTS. *Journal of Central Asian Social Studies*, 2(01), 160-169. <https://doi.org/10.37547/jcass/volume02issue01-a24>
3. Международные стандарты ИСО серии 9000-2000: Методические рекомендации по применению. / Е.С. Баландин, В.Г. Юдаева.— Ульяновск: УлГТУ, 2003. – 90 с.
4. Kazakov, O. S., & Ahmedkhodjaev, X. T. (2017). *Fundamentals of management. Tashkent, Ilm-Ziyo.*
5. Kazakov O. (2020). IMPROVING THE MANAGEMENT ACTIVITY OF THE FRUIT AND VEGETABLE INDUSTRY ENTERPRISES. *Архив научных исследований*, 1(2).
извлечено от <https://tsue.scienceweb.uz/index.php/archive/article/view/3731>
6. Qozoqov, O. docent and Qozoqov, S. (2020) "WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF USING EQUIPMENT AND TECHNOLOGY IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY," *International Finance and Accounting*: Vol. 2020 : Iss. 5 , Article 30. Available at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2020/iss5/30>
7. Olim Kazakov, Shaxboz Valijanov, Bobur Nabiyeu, Abdullo Mirzababayev . ECONOMIC POWER OF ENTREPRENEURSHIP AND ITS IMPACT ON ITS EFFICIENCY Namangan Institute of Engineering and Technology, Namangan, Uzbekistan *Central European Management Journal*, Vol. 30 Iss. 3 (2022) ISSN:2336-2693 | E-ISSN:2336-4890, Retrieved from https://journals.kozminskicem-j.com/index.php/pl_cemj.index.html
© Platform & Workflow by: Open Journal Systems.
7. Elnara Alievaa, Olim Kazakov EFFECTIVE APPLICATION OF INNOVATIONS OF THE "THIRD RENAISSANCE" IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF SMALL BUSINESSES Namangan Institute of Engineering and Technology, Namangan, Uzbekistan *Central European Management Journal*, Vol. 30 Iss. 3 (2022) ISSN:2336-2693 | E-ISSN:2336-4890, Retrieved from https://journals.kozminskicem-j.com/index.php/pl_cemj.index.html
© Platform & Workflow by: Open Journal Systems.

Ш.Ж.Маматкулова - СамИЭС, к.э.н., доцент кафедры “Маркетинг”

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В БИЗНЕСЕ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В этой статье подчеркивается, что маркетинг охватывает всю территорию рынка. Также было отмечено, что предприниматель может получать доход только от продажи своего товара. При этом есть предложения и рекомендации, что производитель сам может продавать свой товар или привлекать экспертов рынка, продавцов.

Ключевые слова: бизнес, прибыль, рыночная экономика, ориентации, маркетинговый процесс, товар, рынок, инновация.

Аннотация: Ушбу мақолада бугунги кунда маркетингинг бутун бозор майдонини қамраб олаётганлигига алоҳида урғу берилган. Тадбиркор фақат ўз товарларини сотиш натижасида даромад олиши мумкинлигига ҳам тўхталиб ўтилган. Шу билан бирга ишлаб чиқарувчининг ўзи ҳам ўз товарларини сотишга ёки бозор мутахассисларини, сотувчиларни жалб қилиши орқали амалга ошириши мумкинлиги хусусида таклиф ва тавсиялар келтирилган.

Калит сўзлар: бизнес, фойда, бозор иқтисодиёти, йўналиш, маркетинг жараёни, маҳсулот, бозор, инновация.

Abstract: This article presents that marketing is distributed throughout the market. It was also increased that an entrepreneur can only earn income from the sale of his product. At the same time, there are proposals and recommendations that the manufacturer himself can sell his product or attract the attention of the market, manufacturers.

Keywords: business, profit, market economy, orientation, market process, product, market, innovation.

В современном обществе маркетинг становится неотъемлемой частью бизнеса. Устарело и стало неприемлемым бытовавшее деление бизнеса на «благородный» (производственно – сбытовая деятельность) и «неблагородный» (торгово – посредническая деятельность). Маркетинг охватывает всю рыночную сферу. Нельзя забывать, что бизнесмен может получить прибыль только в результате продажи принадлежащего ему товара. Производитель или сам вынужден заниматься реализацией своего товара, или привлекать знатоков рынка, торговых посредников. Предприниматель, создающий товар, такой же коммерсант, как и тот предприниматель, который специализируется на купле – продаже.

Маркетинг быстро завоевал прочные позиции во всем мире, где функционировала рыночная экономика. Существует большое число научно-практических публикаций по маркетингу, ведущие университеты всего мира выпускают тысячи специалистов по маркетингу. Существует

множество маркетинговых служб, маркетинговых и консалтинговых фирм. На маркетинг ежегодно во всех развитых странах тратятся миллиарды долларов, большинство предпринимателей понимают, что экономия на маркетинг обернется неисчислимыми убытками. Дальновидные предприниматели и менеджеры считают, что маркетинг органически неотделим от бизнеса и незаменим в условиях конкуренции. В периоды стабилизации или роста экономики предприниматель вынужден ориентироваться на требования рынка, изучать закономерности и тенденции покупательского спроса, учитывать интересы потребителей, осваивать методы конкурентной борьбы, применять маркетинговые инструменты стимулирования сбыта и продажи товаров, то есть опираться в своей коммерческой деятельности на стратегию маркетинга. Маркетинг уважает и защищает права потребителя.

Маркетинг вписывается в рыночный механизм, позволяя оптимизировать взаимный поиск продавца и покупателя, стимулировать спрос, использовать в качестве регулятора рыночных процессов цену и другие рыночные инструменты, ориентировать производство на интересы рынка. Он формирует систему изучения и прогнозирования рынка, обеспечивая его «прозрачность» и предсказуемость развития. В основу развития маркетинга заложена концепция перехода от производственной ориентации к ориентации на потребительский рынок, то есть на покупателя, его интересы и требования. Фирма обеспечивает себе максимальную прибыль путем наиболее полного удовлетворения потребностей, то есть производством и продажей конкурентоспособных товаров, в которых нуждаются потребители. В условиях развитой рыночной экономики фирма действует в жесткой конкурентной среде. По мнению известного американского маркетолога Питера Р. Диксона, конкурентоспособность выступает как основная движущая сила концепции маркетинга. Дальнейшее ее развитие и совершенствование приводит к формированию концепции стратегического маркетинга, сущность которой заключается в целенаправленных действиях по поиску устойчивого преимущества над конкурентами путем выявления и анализа потребностей покупателей для максимального их удовлетворения. Производить и продавать все, что пользуется спросом и может быть продано – вот главный принцип маркетинга.

Потребитель своим кошельком голосует за тот или иной товар, тем самым оказывая непосредственное влияние на производственно – распределительную стратегию маркетинга. Предприниматель (как производитель, так и торговец) заинтересован в сокращении времени, в течении которого созданный товар ждет момента продажи, требует затрат на хранение, но не приносит дохода. Для этого создана система стимулирования спроса, включая рекламные мероприятия, обеспечение

конкурентоспособности товара, распродажи по сниженным ценам, высокий уровень сервиса.

Маркетинговая деятельность может быть представлена в форме постоянно возобновляющегося маркетингового цикла. Любой маркетинговый процесс начинается с информационно – аналитического исследования, на основе которого осуществляется стратегическое и текущее планирование, разрабатывается программа создания и вывода потребителя с участием торговых посредников (дистрибьюторов), организуется рекламная компания и осуществляются другие действия по продвижению товара на рынок, наконец, на заключительном этапе оценивается эффективность маркетинговых мероприятий.

Каковы цели маркетинга? Общая цель заключается в том ,чтобы обеспечить удовлетворение потребителей, предъявляемого на рынке, и за счет этого получить максимально возможную прибыль. К глобальным целям маркетинга как составной части рыночного механизма относятся следующее:

- *сделать рынок упорядоченным (подчиняющимся определенным правилам), «прозрачным» (позволяющим оценивать его состояние, параметры и тенденции развития) и предсказуемым (обеспечивающим возможность прогнозировать его изменения);

- * ограничить стихийность рынка путем регулирования некоторых рыночных процессов;

- * сделать конкуренцию упорядоченной, подчиняющийся определенным ограничениям, исключить возможность недобросовестной конкуренции;

- * обеспечить своеобразное обновление ассортимента выводимой на рынок продукции с тем, чтобы завоевать и меняющиеся потребности покупателя;

- * подчинить производство и торговлю требованиям рынка, т.е. интересам потребителя;

- * разработать и внедрит в рыночную деятельность принципы научно обоснованной технологии товародвижения и распределения (дистрибьюции);

- * обеспечить высокую эффективность рекламной и другой маркетинговой деятельности по влиянию на рынок и формированию привлекательного образа товара и представлении потенциальных и фактических покупателей.

Каждая фирма , выступая на рынке, разрабатывает свою систему целей (дерево целей), которая закладывается в основу маркетинговой стратегии. Выделяются конечные цели (обычно это или захват некоторой доли) рынка, или сбыт какого-то объема товара. Или получение определенной , а также промежуточные цели. Достижение первых (как вероятно, заметил читатель, связанных между собой) обуславливает развитие фирмы, ее

коммерческих успех, место, которое она займет на рынке. Вторые – представляют собой средства, обеспечивающие возможность осуществления конечных целей. Иногда стратегически выгоднее отказаться от второстепенных целей и сосредоточив усилия на других, где позиции конкурентов слабее.

Маркетинг – активная форма предпринимательской деятельности. Конечно маркетинг предполагает, что предприниматель должен поступиться частицей своего рыночного суверенитета, но он снижает уровень риска, позволяет использовать коллективно накопленный опыт и в конечном счете, дает определенные гарантии успеха.

Роль маркетинга в бизнес определяется, что маркетинг раскрывает потенциальные возможности производства и сбыта товара, разрабатывает оптимальную товарную политику, определяет направления конкурентной борьбы и завоевания рынка, предлагает набор инструментов для стимулирования спроса, эффективную систему товародвижения, позволяет изучить и спрогнозировать состояние и развитие рынка. Как известно, исторически, по мере концентрации и специализации производства, предприниматель все более отдалялся от потребителя и строил свою производственную программу не слишком эффективным методом проб и ошибок. Маркетинг поставил взаимоотношения производителя и потребителя на научную основу, играя роль звена, соединяющего предпринимателя и потребителя. В этом взаимоотношении обе стороны получают выгоду: предприниматель - прибыль, потребитель-товар, посредством которого он удовлетворяет потребность. Маркетинг- наука, изучающая, какие товары и в каком количестве следует производить, как выгоднее и быстрее сбыть (продать) товар с меньшим риском, оптимальными затратами и максимально возможной прибылью. Однако роль маркетинга в конкретном бизнесе и отношение к нему предпринимателя в немалой степени зависят от того, на каком рынке выступает предприятие. Например, на рынке продавца, где предложение отстает от спроса и производитель осуществляет диктат над потребителем, предприниматель заинтересован в маркетинге значительно меньше, чем на рынке покупателя, где предложение опережает спрос и продавец ищет покупателя. Чем интенсивнее конкуренция, чем больше трудностей со сбытом товара, тем нужнее предприятию маркетинг. Опыт учит, что экономия на маркетинг, рано или поздно оборачивается потерями. Конечно, для коммерческого успеха важна удача, благоприятная ситуация на рынке. Результат маркетинговых действий зависит не только от знания научных принципов и методов, но и от таланта предпринимателя, опыта, оборотливости, настойчивости. Маркетинг – не только наука, но и искусство. Однако в поединке искусных борцов обычно побеждает более знающий. В практике маркетинга сегодня необходим отказаться от сосредоточенности на сделках, которая часто приводит к продаже сегодня

и потере клиента завтра. Следует формировать взаимовыгодные долгосрочные отношения с клиентами, а не просто продавать товар. Ценность предприятия измеряется ценностью его постоянных клиентов.

Л.Х.Убайдуллаев - Наманган мухандислик технология институти, иқтисод фанлари номзоди, доцент

ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИДА МЕНЕЖМЕНТ ИМКОНИАТЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: Мамлакатимизда тадбиркорлик фаолиятига катта эътибор кўрсатилмоқда. Натижада бу фаолият жадал суръатларда ривожланмоқда. Шу билан биргаликда, тармоқда қатор масалалар ҳам мавжуд ва уларни бажарилиши тадбиркорликнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини янада орттиришга олиб боради.

Калит сўзлар: Иқтисодиёт, тадбиркорлик, менежмент фаолияти, ресурслар, самара, маркетинг.

Аннотация: В нашей стране большое внимание уделяется предпринимательской деятельности. В результате эта деятельность развивается ускоренными темпами. В то же время в предпринимательстве существует ряд вопросов, и их реализация приводит к дальнейшему увеличению доли предпринимательства в валовом внутреннем продукте.

Ключевые слова: экономика, предпринимательство, управленческая деятельность, ресурсы, эффективность, маркетинг.

Abstract: In our country, much attention is paid to entrepreneurship. As a result, this activity is developing at an accelerated pace. At the same time, there are a number of issues in entrepreneurship, and their implementation leads to a further increase in the share of entrepreneurship in the gross domestic product.

Keywords: economics, entrepreneurship, management activity, resources, efficiency, marketing.

2022-2026 йилларга мўнжалланган Тараққиёт стратегиясида мамлакатимиз иқтисодиётини ва ҳудудларнинг ривожланишини таъминлаш масалаларига катта эътибор қаратилди. Бу вазифани амалга ошириш учун тадбиркорлик фаолиятини юқори суръатларда ривожлантириш лозимлиги таъкидланди. Тараққиёт стратегиясига мувофиқ 2026 йилга қадар тадбиркорлик фаолиятини ташкил қилиш ва доимий даромад манбаларини шакллантириш учун шароитлар яратиш, хусусий секторнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини 80 фоизга ва экспортдаги улушини 60 фоизга етказиш вазифаси қўйилган[1].

Тадбиркорлик ва кичик бизнес олдига қўйилган бу вазифаларни бажарилиши янги корхоналарни ташкил этиш билан бир қаторда фаолият кўрсатиб турган тадбиркорлик фаолияти корхоналарининг ишлаб чиқариш

фаолиятини янада ривожлантириш лозим. Тадбиркорлик ва кичик бизнес корхоналарининг ишлаб чиқариш фаолияти уларнинг бошқа корхона ва ташкилотлар билан интеграцияси асосида ҳам ривожланиши мумкин. Айниқса, уларнинг йирик саноат корхоналари билан ҳамкорлиги муҳим аҳамиятга эгадир. Йирик корхоналарнинг буюртмалари асосида майда бутловчи қисмларни ишлаб чиқариш билан шуғулланадиган янги кичик корхоналар ташкил этиш, хонадонларда майда хусусий цехлар очишни рағбатлантириш орқали ҳам саноат ишлаб чиқариши соҳасидаги кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни янада ривожлантиришга ҳисса қўшиш имконияти яратилмоқда.

Тадбиркорлик корхоналарида ишлаб чиқариш фаолиятига таъсир этувчи омилларни ўрганиш ва улар бўйича фойдаланилмаётган имкониятларни аниқлаш истиқболда тадбиркорлик фаолияти самарасини орттиришга олиб боради. Тадбиркорлик корхоналарининг ишлаб чиқариш фаолиятини йўлга қўйишда ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва бошқаришнинг замонавий тамойилларига амал қилиш лозим. Ҳар қандай тадбиркорлик ишлаб чиқаришида маҳсулот ишлаб чиқариш учун харажатлар сарфланади. Бундаги харажатларни катта ёки кичик бўлиши кўплаб омилларга боғлиқдир. Ҳар бир маҳсулот тури ҳар хил усулларда, турли русумдаги дастгоҳларда, турли хил маҳсулотлардан фойдаланилган ҳолда ишлаб чиқариш мумкин. Мана шу танловда энг самарали ва кам чиқиндилли, кам харажат қилинадиган йўлини танлаш самарадорликнинг ортишига сабаб бўлади. Амалга ошириладиган ушбу танлов маҳсулот сифатига ижобий таъсир этишига эришиш лозим. Тадбиркорлик корхоналарини бошқариш жараёнида бу масалага эътибор қаратилиши уларни янада жадал суръатларда ривожланишига ва иқтисодиёт ривожига катта ҳисса қўшишига олиб келади.

Тадбиркорлик корхоналарининг иқтисодиёт ривожигаги ўрнини оширишга ҳамда улардаги ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлигига юқори даражада таъсир қилувчи яна бир муҳим омил – бу уларни бошқариш жараёнида маркетинг билан боғлиқ фаолиятини тўғри ташкил этиш, режалаштириш ва бошқариш ҳисобланади. Тадбиркорлик корхоналари фаолиятини тўғри ташкил этиш, режалаштириш ва бошқариш, уларнинг ишлаб чиқариш фаолиятининг ривожланиши учун зарур шартлардандир. Шу билан биргаликда, тадбиркорлик корхоналаридаги маркетинг фаолиятини ҳам тўғри ташкил этиш лозим. Тўғри ташкил этилган бошқарув жараёни ва маркетинг фаолияти тадбиркорлик корхоналарининг ишлаб чиқариш фаолиятидаги мавжуд имкониятлардан самарали фойдаланиш орқали улар даромадларини кўпайтиришни, харажатларнинг оқилона сарфланишини ҳамда корхонанинг фойдасини оширишни таъминлашдан иборатдир.

Тадбиркорлик корхоналари ривожланишини таъминлаш ҳамда уларнинг ишлаб чиқариш фаолиятида менежмент ва маркетингнинг

қуйидаги йўналишларидан фойдаланиш самарадорликни оширишга ва улар жойлашган ҳудудларни янада ривожлантиришга катта ҳисса қўшади:

1. Тадбиркорлик корхоналарини зарурий ресурслар билан самарали равишда ва ўз вақтида таъминлашни амалга ошириш.
2. Фан ва илмий–техникавий янгиликлардан самарали равишда фойдаланиш.
3. Ишлаб чиқарилган маҳсулотларни самарали равишда сотишни ташкил этиш.
4. Рақобатдошлардаги ҳолатни мунтазам равишда таҳлил қилиб бориш.

Тадбиркорлик корхоналарининг ишлаб чиқариш фаолияти самараси уларда менежмент ва маркетинг турларини ҳамда жараёнини самарасини ортишига боғлиқдир. Ўтказилган тадқиқот ва ундаги таҳлиллар асосида тадбиркорлик ва кичик бизнес субъектларининг фаолиятида ишлаб чиқаришни самарали хом ашё ва бошқа ресурслар билан таъминлаш, илмий – техникавий янгиликлар маркетингини амалга ошириш, маҳсулотларни сотишни ташкил этиш, тижоратни бошқариш, реклама фаолиятини ташкил этиш, рақобат муҳитини мунтазам равишда таҳлил қилиб бориш муҳим аҳамиятга эга.

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи корхоналарнинг иқтисодий-хўжалик фаолиятини тобора ўзгариб бораётган бозор талаби ва эҳтиёжларига йўналтириш муҳим деб ҳисоблаймиз. Истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини инобатга олиш. Нафақат эҳтиёжларини, балки уларнинг даромадларини, даромад чизигини ва имкониятларини ҳам ҳисобга олиш зарур. Бу билан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар ва яратилаётган хизматларни тезда ўз эгасини топишга муваффақ бўлинади.

Истикболда кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти самарасини ошириш учун бу корхоналарда маҳсулот ишлаб чиқаришда юқори меҳнат унумдорлигига эришиш талаб этилади. Бунинг учун меҳнат унумдорлигига таъсир қилувчи техник, технологик, иқтисодий, ижтимоий ва руҳий омилларни яхши билиш ва улардан оқилона фойдаланиш талаб қилинади. Ҳар бир омилни ўз ўрнида аниқлаш, таъсири доирасини белгилаш ва тадбиркорлик корхоналаридаги ишлаб чиқариш жараёнига самарали тарзда жорий қилиш лозим. Кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолияти корхоналарини бошқариш жараёнида улар мақсадларини, миссиясини ва дастурларини бозордаги ўзгариб турган ҳолатга мос равишда ўзгартириб туриш муҳимдир.

Тадбиркорлик фаолияти корхоналарида ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш учун ишлаб чиқариш технологиясини такомиллаштириш, самарали, кам чиқиндили, танаффуссиз ишлайдиган ва унумдорлиги юқори бўлган технологияни яратиш ва жорий этиш йўлидаги ишларни жадаллаштириш лозим. Ишлаб чиқариш ресурслари ичида узоқ вақт давомида корхонада ишлаб қоладиган ва бунда ўзининг натурал

кўринишини сақлаб қоладиган ресурслар - асосий фондлар, техника ва технологиялардир. Ишлаб чиқариш самарасини таъминлашда уларнинг ўрни ва роли ниҳоятда каттадир. Шу сабабли, менежерлар мавжуд техника ва технологияни яратиш ишларига бошчилик қилишлари лозим. Бу йўналишни амалга оширишда ўзимизда ва чет мамлакатларда ишлаб чиқарилган техника ва технологияларни ўрганиш, улар ичидан самаралиларини танлов қилиш ва уларни ишлаб чиқариш жараёнига қўллаш лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли «2022–2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги Фармони
 2. Казаков О.С. Improving the management activity of the fruit and vegetable industry . Журнал “Theoretical & Applied Science”№ 12/ 2018interprises.
 3. OlimSabirovichKazakov,&IlhomMahamadjanovichKamoliddinov. (2021). SOME QUESTIONS OF INCREASE OF EFFICIENCY IN ACTIVITY ENTERPRISE SUBJECTS. *Journal of Central Asian Social Studies*, 2(01), 160-169. <https://doi.org/10.37547/jcass/volume02issue01-a24>
 4. Kazakov, O. S., & Ahmedkhodjaev, X. T. (2017). Fundamentals of management. *Tashkent, Ilm-Ziyo*.
 5. Kazakov O. (2020). IMPROVING THE MANAGEMENT ACTIVITY OF THE FRUIT AND VEGETABLE INDUSTRY ENTERPRISES. *Архив научных исследований*, 1(2). извлечено от <https://tsue.scienceweb.uz/index.php/archive/article/view/3731>
 6. Qozoqov, O. docent and Qozoqov, S. (2020) "WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF USING EQUIPMENT AND TECHNOLOGY IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY," *International Finance and Accounting*: Vol. 2020 : Iss. 5 , Article 30. Available at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2020/iss5/30>
 7. Olim Kazakov, Shaxboz Valijanov, Bobur Nabiyev, Abdullo Mirzababayev . ECONOMIC POWER OF ENTREPRENEURSHIP AND ITS IMPACT ON ITS EFFICIENCY Namangan Institute of Engineering and Technology, Namangan, Uzbekistan Central European Management Journal, Vol. 30 Iss. 3 (2022) ISSN:2336-2693 | E-ISSN:2336-4890, Retrieved from https://journals.kozminskicem-j.com/index.php/pl_cemj.index.html
- © Platform & Workflow by: Open Journal Systems.
8. Elnara Alievaa, Olim Kazakov EFFECTIVE APPLICATION OF INNOVATIONS OF THE "THIRD RENAISSANCE" IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF SMALL BUSINESSES Namangan Institute of Engineering and Technology, Namangan, Uzbekistan Central European Management Journal, Vol. 30 Iss. 3 (2022) ISSN:2336-2693 | E-ISSN:2336-

4890, Retrieved from https://journals.kozminskicem-j.com/index.php/pl_cemj.index.html

© Platform & Workflow by: Open Journal Systems.

З.В.Усубжонов - Наманган Мухандислик-технология институти, “Маркетинг” кафедрасининг таянч докторанти.

ЭЛЕКТРОН САВДОНИНГ РИВОЖЛАНИШИ ВА УНИНГ ҚУРИЛИШ МАТЕРИАЛЛАРИ БОЗОРИГА ТАЪСИРИ

Аннотация. Мақолада мамлакатимизда электрон савдони ривожлантириш бўйича амалга оширилаётган чора-тадбирлар ўрганилган. Электрон савдонинг дунё бўйлаб ривожланиш кўрсаткичлари таҳлил қилинган. Мамлакатимизда ва Наманган вилоятида 2017-2022-йилларда электрон савдо кўрсаткичлари ёритилган. Наманган вилояти қурилиш материаллари электрон савдосини ривожлантириш бўйича таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар. Электрон савдо, нақд пулсиз ҳисоб-китоблар, Интернет тармоғи, Рақамли иқтисодиёт, электрон платформа, электрон консалтинг, рақобатбардошлик.

Аннотация. В статье рассматриваются меры, реализуемые для развития электронной торговли в нашей стране. Проанализированы показатели развития электронной коммерции по всему миру. Выделены показатели электронной коммерции в нашей стране и Наманганской области за 2017-2022 годы. Даны предложения и рекомендации по развитию электронной торговли строительными материалами в Наманганской области.

Ключевые слова. Электронная торговля, безналичные платежи, сеть Интернет, Цифровая экономика, электронная площадка, электронный консалтинг, конкурентоспособность.

Abstract: The article examines the measures implemented for the development of electronic trade in our country. The indicators of the development of electronic commerce around the world are analyzed. Indicators of e-commerce in our country and Namangan region in 2017-2022 are highlighted. Proposals and recommendations for the development of electronic trade of building materials in Namangan region were given.

Keywords. Electronic trade, cashless payments, Internet network, Digital economy, electronic platform, electronic consulting, competitiveness.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 14.05.2018 йилдаги “Электрон тижоратни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-3724 сонли қарор имзоланган. Унга кўра

мамлакатимизда электрон тижоратнинг тўлақонли бозорини яратишга, товарлар (хизматлар) ишлаб чиқарувчи маҳаллий корхоналарнинг ташқи бозорларга чиқишига ва электрон тижоратни ривожлантириш учун тўсик бўлаётган муаммо ва қачиликлар кўрсатилган. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли **“2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”** ги фармони билан тасдиқланган **“Тараққиёт стратегиясининг” 25-мақсадида: Рақамли иқтисодиётни асосий “драйвер” соҳага айлантириб, унинг ҳажмини камида 2,5 баравар оширишга қаратилган ишларни олиб бориш**” этиб белгиланган.

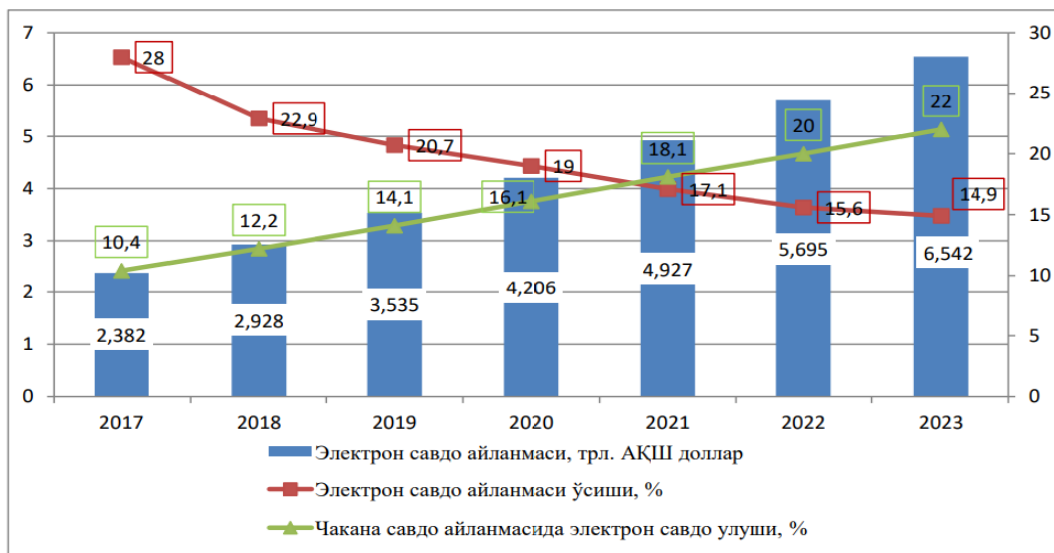
Ўзбекистон Республикаси “Электрон тижорат тўғрисида”ги қонунда “Электрон тижорат – товарларнинг (ишларнинг, хизматларнинг) тадбиркорлик фаолияти доирасида ахборот тизимларидан фойдаланган ҳолда электрон майдончаси орқали тузилган шартномага мувофиқ амалга ошириладиган олди-сотдиси” деб белгиланган. “Электрон тижорат - Электрон бизнеснинг энг муҳим таркибий қисмидир. Бу атама ахборот тармоқларининг имкониятларидан фойдаланадиган тадбиркорлик фаолиятининг ҳар қандай шаклини англатади - маркетинг, товарларни сотиш, иловаларни ижарага олиш, хизматлар ёки маълумотларни тақдим этиш ва бошқалар. Электрон савдо товарлар ва хизматларни интернет тармоғи орқали сотиш, шунингдек хизматлар ва товарлар учун online тўловлар билан боғлиқ рақамли технологияларга асосланган иқтисодий фаолият тури ҳисобланади.

Электрон бизнес қуйидагиларни ўз ичига олади:

- сотиш;
- маркетинг;
- молиявий таҳлил;
- тўловлар;
- ҳамкасбларни излаш;
- фойдаланувчиларни қўллаб-қувватлаш ва ҳамкорликни қўллаб-қувватлаш;
- электрон консалтинг. Бундан ташқари, Электрон консалтинг (e-Consulting) электрон бизнеснинг бир тури бўлиб, жумладан: миждозларга электрон почта орқали профессионал маслаҳатлари; ахборот хизматларидан сертификатлар тақдим этиш; Интернетда турли сўровлар ўтказиш ва ахборот технологиялари ва интернет орқали кўрсатиладиган бошқа консалтинг хизматларини ўз ичига олади.

Хозирги кунда халқаро савдода интернетдан фойдаланиш фирма ва ташкилотлар фаолиятининг географик, жисмоний ва бошқа параметрларини кенгайтирувчи, шунингдек, фирмалар маҳсулотларини жаҳон бозорида сотиш ва илгари суриш учун универсал восита ҳисобланади. “Double Click маълумотларига кўра, дунё бўйлаб маркетингларнинг ўртача 50% ўз

касбий фаолиятида интернетдан фойдаланадилар (Буюк Британия - 73%, Испания -66%, Германия - 43%, Скандинавия - 34%, Италия - 31% ва Франция - 21%”⁷⁸).



1-расм. 2017-2018 йилларда электрон савдонинг дунё бўйича айланмаси ва 2019-2023 йиллардаги прогноз таҳлили

Кейинги йилларда жаҳон иқтисодиётида электрон савдо айланмаси барқарор ўсиб бормоқда, eMarketer маълумотларига кўра, дунёда 2018 йилда электрон савдо айланмаси 2,9 трлн. АҚШ долларни ташкил этган бўлса, 2019 йил якунларига кўра, глобал электрон тижорат айланмаси 3,5 трлн. АҚШ долларида ошганлиги, 2023 йилга келиб эса бу кўрсаткич 6,5 трлн. АҚШ долларга етиши кутилмоқда (1-расм). Дунё бўйича чакана товар айланмасининг умумий ҳажмида электрон савдо улуши ҳам ўсмоқда. Прогнозларга кўра, 2023 йилда у деярли 10 фоизга ошиши кутилмоқда, яъни 2018 йилда 12,2 фоизни ташкил этган бўлса, 2023 йилда ушбу кўрсаткич 22 фоизни ташкил этади (1-расм). 2019 йилда электрон савдо айланмаси дунё бўйича ўртача ўсиш суръати 20,7% ни ташкил этди, баъзи мамлакатларда (Мексика, Ҳиндистон, Филиппин) 30% дан ошади. Рақамли технологиялар туфайли глобал иқтисодиёт 2030 йилга келиб 15,7 триллион долларга ўсиши кутилмоқда. Бу технологиялардан энг катта иқтисодий фойда Хитойда (2030 йилгача ЯИМнинг 20 фоизга ўсиши) ва Шимолий Америкада (14,5 фоиз ўсиш) бўлиши прогноз қилинмоқда.

⁷⁸ Енькова М.А. Развитие интернета и преимущества интернет-маркетинга // Молодой ученый. - 2015. - № 12. - С. 417-419

Сучков А.М. Интернет-маркетинг: поисковая оптимизация интернет-магазина // Новая наука: стратегии и векторы развития. - 2015. - № 6. - С. 210-213

Электрон савдони ривожланиши нафақат жаҳон иқтисодиётини ривожланишида муҳим ўрин тутди балки республика ҳамда вилоятлар иқтисодиётини ривожланишига, товарлар ва хизматлар бозорида рақобатнинг кучайишига, корхона фирмалар харажатларини қисқаришига олиб келади. Наманган вилояти қурилиш материаллари бозорини ривожлантиришда электрон савдони янада самарали ташкил этиш муҳим ҳисобланади.

Жадвал 1

**2017-2021-йилларда Ўзбекистон Республикаси ва Наманган вилоятида
Электрон тижорат жами савдо айланмаси таҳлили**

млрд.сўм						
№	Худудлар номи	2017 й.	2018 й.	2019 й.	2020 й.	2021 й.
1	Ўзбекистон Республикаси	12,1	40,9	275,3	1 002,5	5 978,7
2	Наманган вилояти	0,0	0,2	5,2	19,1	32,7
Жами Электрон савдода Наманган вилояти улуши % да		0,0	0,6	1,9	1,9	0,5

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибди Электрон тижорат республикамизда йилдан йилга ривожланиб бормоқда. Таҳлил қилинаётган давр оралиғида республикамизда электрон савдо айланмаси сезиларли даражада ўсганлигини кўрсатмоқда. Жумладан Наманган вилоятида 2018-2021 йилларда электрон савдо айланмаси 32.5 млрд сўмга ошган. Жами электрон савдода Наманган вилоятининг мазкур давр оралиғида ўзгарувчан бўлиб 2019-2020 йилларда 1.9 % ни ташкил этган бўлса, 2021 йилда бу кўрсаткич 0.6 фоизни ташкил этди. Вилоятда электрон савдо айланмаси ўсган бўлишига қарамадан Республикада улуши пасайди. Электрон савдонинг мазкур даврда бундай юқори даражада ўсишини интернет тармоғидан фойдаланувчилар сони орти ва электрон савдонинг афзалликлари билан изохлаш мумкин.

Хулоса ва таклифлар. Наманган вилояти қурилиш материаллари бозорини таҳлил қилиш натижасида вилоятда қурилиш материаллари online савдоси етарли даражада ривожланмаганлиги ва қурилиш материаллари ишлаб чиқарувчилар, қурилиш материаллар сотувчилар ва қурилиш ташкилотлари томонидан ананавий савдо усулида улуши юқорилиги ўрганилди. Вилоятда ишлаб чиқарилаётган қурилиш материаллари рақобатбардошлигини оширишда, транзакция харажатларини камайтиришда ҳамда қурилиш материаллари ишлаб чиқариш, сотиш жараёнларини тезлатиришда, нақт пулсиз ҳисоб китобларни

ривожлантиришда Наманган вилояти қурилиш материаллари ишлаб чиқарувчилари, сотувчилари ва қурилиш ташкилотлари, фуқароларни бирлаштирган қурилиш материаллари online savdo платформасини ташкил этиш зарур.

Наманган вилояти қурилиш материаллари бозорини ривожлантиришда, қурилиш материаллари ишлаб чиқарувчилар, қурувчи ташкилотлар фаолиятида савдони амалга оширишга кўмаклашиш олди-сотди ишларини осонлаштириш ва харажатларни тежашда қурилиш материаллари электрон мавдосини ривожлантириш муҳим ҳисобланади. Бунинг учун қуйидагиларни амалга ошириш зарур деб ҳисоблаймиз:

- ✓ Хар бир қурилиш материаллари ишлаб чиқарувчи корхона фирмаларнинг ўзини online савдо фаолиятини йўлга қўйишга кўмаклашиш;
- ✓ Вилоятда фаолият юритаётган қурилиш материаллари ишлаб чиқарувчилар, сотувчилар ва қурилиш ташкилотларини ягона электрон платформага бирлаштириш ва вилоят қурилиш материаллари электрон платформасини яратиш;
- ✓ Архитектура, дизайн ва қурилиш бўйича савдо, консталтинг, реклама ва кўргазма, ишлаб чиқариш ва талабни ўрганиш, логистика хизматларининг яхлит тизими эга улгуржи ва чакана савдо корхоналарининг кенг online тармоғини яратиш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тарақиёт стратегияси тўғрисида” ги фармони
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг **14.05.2018 йилдаги “Электрон тижоратни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-3724 сонли қарори**
3. Енькова М.А. Развитие интернета и преимущества интернет-маркетинга // Молодой ученый. - 2015. - № 12. - С. 417-419
4. Сучков А.М. Интернет-маркетинг: поисковая оптимизация интернет-магазина // Новая наука: стратегии и векторы развития. - 2015. - № 6. - С. 210-213
5. namstat.uz

T.N. Mamayev– Samarqand iqtisodiyot va servis instituti magistranti

SAMARQAND VILOYATIDAGI KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUB`EKTLARINING RIVOJLANISH TENDENSIYASI

Annotatsiya: Ushbu maqolada Samarqand viloyatidagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari soni, rivojlanish holati va ularning iqtisodiyot tarmoqlaridagi asosiy ko'rsatkichlarining o'zgarish dinamikasi to'g'risida so'z boradi.

Kalit so'zlar: kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, xizmatlar sohasi, xalq farovonligi, aholi bandligi, aholi turmush darajasi, eksport, import, bandlik.

Аннотация: В данной статье говорится о количестве субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства в Самаркандской области, состоянии развития и динамике изменения их основных показателей по отраслям экономики.

Ключевые слова: малый бизнес, частное предпринимательство, сфера услуг, общественное благосостояние, занятость населения, уровень жизни населения, экспорт, импорт, занятость.

Abstract: This article talks about the number of small businesses and private entrepreneurship entities in Samarkand region, the state of development and the dynamics of changes in their main indicators in economic sectors.

Keywords: small business, private entrepreneurship, service sector, public welfare, population employment, standard of living of the population, export, import, employment.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiyotni rivojlantirish, aholi bandligi va daromadlarini oshirishda muhim omildir. Ushbu soha vakillarini har taraflama qo'llab-quvvatlash maqsadida oxirgi ikki yarim yilda Prezidentning ellikdan ortiq farmon va qarorlari qabul qilindi. Mamlaktimiz Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev ta'kidlaganlaridek: “Faqat katta korxonalar qurib, aholi bandligini va daromadini oshirish, byudjet tushumlarini ko'paytirish masalalarini to'liq hal eta olmaymiz. Turmush darajasini oshirishning eng muhim yo'li tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirishdir⁷⁹”.

Samarqand viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoqlaridagi asosiy ko'rsatkichlari hajmi oxirgi 4 yillikda quyidagicha ekanligini ko'rishimiz mumkin:

⁷⁹<https://www.uzavtoyul.uz/uz/post/kichik-biznes-va-tadbirkorlikni-rivojlantirish-boyicha-yanqi-tizim-joriy-etiladi.html>

1-jadval⁸⁰

Yillar	Sanoat (mlrd.so'm)	Qurilish (mlrd.so'm)	Bandlik (ming kishi)	Eksport (mln.AQSH.dol)	Import (mln.AQSH.dol)
2019	6 402,1	4 371,9	1 206,3	191,8	530,9
2020	8 723,3	3 251,4	1 418,3	335,2	1 156,4
2021	9 691,0	6 109,5	-	241,9	528,6
2022	11 262,1	6 934,2		318,8	643,2
2023- yil yanvar- mart dastlabki ma'lumot	2 857,8	1 403,6		66,0	227,5

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, yuqoridagi besh xil yo'nalish bo'yicha faqatgina sanoat va qurilish hajmi oxirgi yillarda o'sgan. Xizmatlar sohasini tarkibiy tuzilmasida esa ko'rsatilgan bozor xizmatlari hajmi 22 734,9 mlrd.so'm, aholi jon boshiga ko'rsatilgan bozor xizmatlari hajmi 5 579,2 mlrd.so'mni tashkil qilgan bo'lsa, xizmatlar sohasidagi kichik biznesning ulushi so'nggi yilda 68,0% ni, xizmatlar sohasidagi korxona va tashkilotlarning ulushi esa 69,1 % ni tashkil etgan:



1-rasm⁸¹. 2022 yil yanvar-dekabr oylari uchun Samarqand viloyati statistik ko'rsatkichlari

⁸⁰ <https://samstat.uz/uz/rasmiy-statistika/small-business-and-entrepreneurship-2>

⁸¹ <https://samstat.uz/uploads/Press-relizlar/2022/xizmat/xizmat%20dekabr.pdf>

Samarqand viloyatida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 20 dekabrda qabul qilgan “Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish va aholining daromad manbaini kengaytirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-55-sonli qaroriga asosan aholi tadbirkorligini ta‘minlash maqsadida **900 mlrd. so‘m** (shundan, **629 mlrd. so‘m** ilgari olingan imtiyozli kreditlarning so‘ndirilishi hisobidan) imtiyozli kredit ajratish belgilangan bo‘lib, amalda yil boshidan (01.12.2022 yil holatiga) barcha jamg‘armalar hisobidan **37 629 nafar** fuqaro va tadbirkorlarga **837,5 mlrd. so‘m**lik imtiyozli kreditlar yo‘naltirildi.

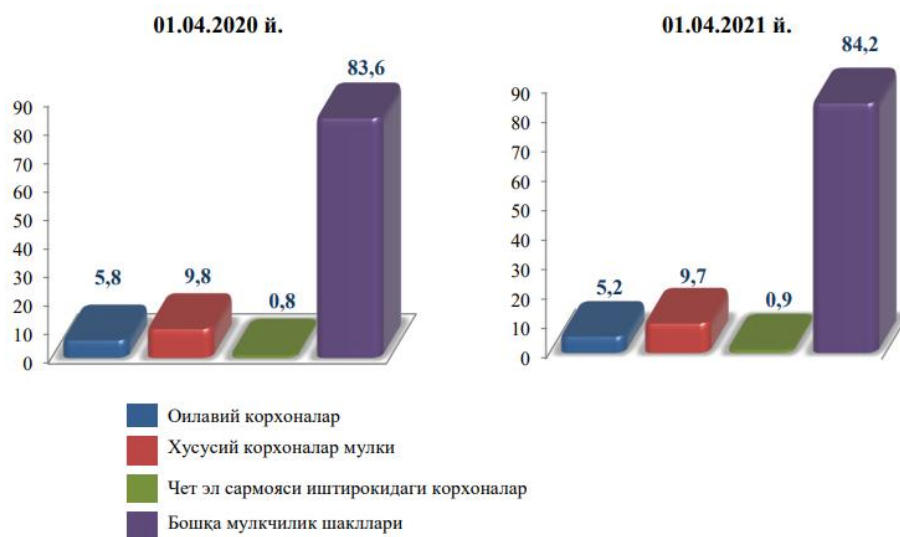
Shulardan⁸²:

- “Har bir oila-tadbirkor” dasturi doirasida **36579 nafar** fuqaro va tadbirkorlarga **792,9 mlrd. so‘m**;
- Hunarmandchilik jamg‘armasi hisobidan **195 nafar** hunarmandga **10,8 mlrd. so‘m**;
- Dehqon fermer xo‘jaliklari va tomorqa yer egalarini qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi hisobidan **600 nafar** sub’yektga **28,9 mlrd. so‘m**;
- Mahalliy hokimlik huzuridagi jamg‘arma hisobidan **30 nafar** tadbirkorlik sub’yektlariga **2,8 mlrd. so‘m**;
- Xotin-qizlar tadbirkorligini qo‘llab-quvvatlash jamg‘arma hisobidan **225 nafar** tadbirkorlik sub’yektlariga **2,1 mlrd. so‘m**;

Joriy yil yanvar-noyabr oylarida tijorat banklari tomonidan barcha moliyalashtirish mablag‘lari hisobidan **8,9 trln. so‘m** kredit mablag‘lari ajratilgan bo‘lib, shundan, **1,7 trln. so‘m** qisqa muddatli kreditlar hamda **7,2 trln. so‘m** uzoq muddatli kreditlarga yo‘naltirilgan. Shuningdek, ajratilgan kreditlarning **1,1 trln. so‘m** qishloq xo‘jaligiga **837,5 mlrd. so‘m** oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishga, **955 mlrd. so‘m** ipoteka kreditlariga yo‘naltirildi.

Shuningdek, tadqiqot jarayonida Samarqand viloyatida ro‘yxatga olingan nodavlat mulkidagi xo‘jalik yurituvchi sub’yektlar ulushi quyidagicha bo‘ldi:

⁸²<https://review.uz/uz/post/samarqand-viloyatida-2022-yilning-yanvar-dekabr-oylarida-oilaviy-tadbirkorlik-dasturlari-doirasida-amalga-oshirilgan-ishlar-tahlili>



2-rasm⁸³. Ro‘yxatga olingan nodavlat mulkidagi xo‘jalik yurituvchi sub’yektlar (umumiy soniga nisbatan foiz hisobida)

01.04.2020 yilda ro‘yxatga olingan oilaviy korxonalar soni umumiy korxonalar soniga nisbatan foizda hisoblaganimizda 83,6 % ni tashkil etgan bo‘lsa, 01.04.2021 yilda esa ya‘mi bir yildan so‘ng 84,2 % ni (+0,6%) tashkil qilganligini ko‘rishimiz mumkin. Xuddi shuningdek, 01.04.2020 yilda ro‘yxatga olingan xususiy korxonalar soni umumiy korxonalar soniga nisbatan foizda hisoblaganimizda 9,8 % ni tashkil etgan bo‘lsa, 01.04.2021 yilda esa ya‘ni bir yildan so‘ng 9,7 % ni (-0,1%) tashkil qilgan. Chet el sarmoyasi ishtirokidagi korxonalar soni esa 01.04.2020 yilda ro‘yxatga olingan xususiy korxonalar soni umumiy korxonalar soniga nisbatan foizda hisoblaganimizda 0,8 % ni tashkil etgan bo‘lsa, 01.04.2021 yilda esa ya‘ni bir yildan so‘ng 0,9 % ni (+0,1%) tashkil qilgan. Boshqa mulkchilik shakllari ulushi esa 01.04.2020 yilda ro‘yxatga olingan xususiy korxonalar soni umumiy korxonalar soniga nisbatan foizda hisoblaganimizda 5,8 % ni tashkil etgan bo‘lsa, 01.04.2021 yilda esa ya‘mi bir yildan so‘ng 5,2 % (-0,6%) ni tashkil qilgan.

⁸³ <file:///C:/Users/Acer/Downloads/Korxona%20va%20tashkilotlar.pdf>

И.Х. Ибрагимов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Маркетинг кафедраси доценти,

Л.А. Мусабаева – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Иқтисодий таҳлил ва статистика кафедраси ўқитувчиси

МИЖОЗЛАРНИ ЎҚИТИШ - УЛАРНИНГ СОДИҚЛИГИ ВА ФАОЛЛИГИНИ ОШИРИШ УСУЛИ СИФАТИДА

Аннотация: Ушбу мақола мижозлар эҳтиёжини қондириш ва ишончига бевосита таъсир кўрсатадиган рақобатбардош устунлик воситаси сифатида мижозларни ўқитишнинг муҳимлигини таъкидлайди. Мижозлар билан муносабатларни бошқаришни яхшилашга олиб келадиган стратегиялардан бири сифатида мижозларнинг содиқлиги ва уларнинг сафларини ошириш, шунингдек, улар кутган талабларни қондириш мақсадида компаниялар томонидан ҳомийлик қилинган мижозларни ўқитиш, мижозларга йўналтирилган таълим амалиётларини жорий этиш очиб берилган.

Калит сўзлар: мижозларни ўқитиш, CRM, мижоз, компания, рақобатбардош устунлик, мижозларни ўқитиш соҳаси, таълим, маҳсулот, мижозларни сақлаш, муносабатларни бошқариш.

Аннотация: В этой статье подчеркивается важность обучения клиентов как инструмента конкурентного преимущества, который оказывает непосредственное влияние на удовлетворенность и доверие клиентов. Раскрыто внедрение обучения клиентов, ориентированных на клиента образовательных практик, спонсируемых компаниями, с целью повышения лояльности клиентов и их рядов, а также их удовлетворения требований, которые они ожидают, как одной из стратегий, ведущих к улучшению управления взаимоотношениями с клиентами.

Ключевые слова: обучение клиентов, CRM, клиент, компания, конкурентное преимущество, область обучения клиентов, образование, продукт, удержание клиентов, управление взаимоотношениями.

This article highlights the importance of customer training as a competitive advantage tool that has a direct impact on customer satisfaction and trust. The introduction of customer training, customer-oriented educational practices sponsored by companies, in order to increase customer loyalty and their ranks, as well as their satisfaction of the requirements they expect, as one of the strategies leading to improved customer relationship management, is disclosed.

Keywords: customer training, CRM, customer, company, competitive advantage, customer training area, education, product, customer retention, relationship management.

Бугунги кескин рақобат ва технологияларнинг изчил тарқалиши шароитида шахсийлаштирилган ва мослаштирилган хизматларни тақдим

этиш билан боғлиқ рақобатдош устунлик яратишнинг янги стратегияси сифатида мижозларни ўқитиш алоҳида аҳамиятга эга. Мижозларни ўқитиш мижозлар билан муносабатларни бошқариш фалсафасининг бир қисмидир, бу ерда у жамоатчилик билан алоқалар ва реклама воситаси сифатида мижозларни сақлаб қолиш ва компаниялар маҳсулотларининг қўшимча қиймат жиҳатларига эътибор қаратгандан сўнг уларни маҳсулот сотиб олишга ишонтириш орқали уларнинг ишончини қозониш мақсадида ташкил этилади. Мижозларни ўқитиш, шунингдек, мижозлар билан ишлаш самарадорлигини таъминлаш ва уларга маҳсулот билан боғлиқ билимларни олишга ёрдам бериш инновациялар шароитида муҳим йўналишлардан бири сифатида катта аҳамият касб этмоқда. Бинобарин, мижозларни ўқитиш мижозлар эҳтиёжини қондириш, улар сафини ушлаб туриш ҳамда рентабеллигининг пойдевори ҳисобланади.

Ушбу мавзунинг долзарблиги бугунги кунда иқтисодиётдаги инқироз ҳодисалари, миллий валютанинг қадрсизланиши, аҳолининг реал даромадларининг пасайиши, банк бозори ҳажмининг пасайиши ва рақобатнинг кучайиши билан боғлиқ таъсирлар кўршовида янада ошади. Шу билан бирга, социал-маданий соҳада глоализация таъсири ўлароқ, мижознинг юқори даражадаги хизматга бўлган эҳтиёжлари ва натижада истеъмол қиймати доимий равишда ошиб бориши жадал ўсиб бориши кузатилмоқда.

Ушбу мақоланинг мақсади мижозлар эҳтиёжини қондиришга ва ишончига бевосита таъсир кўрсатадиган рақобатбардош устунлик воситаси сифатида мижозларни ўқитишнинг аҳамиятига эътиборни қаратишдан иборат. Компаниялар мижозларга содиқ бўлишлари учун мижозлар сафини кўпайтириш ва ушлаб туриш учун мижозлар кутаётган талабларини қондиришга ва оширишга интилишади. Мижозларни ўқитиш, мижозларга йўналтирилган компания ҳомийлигидаги таълим амалиётини мижозлар билан муносабатларни бошқаришни яхшилашга олиб келадиган стратегиялардан бири деб ҳисоблаш мумкин.

Гайярд-Меер мижозларни ўқитиш соҳасидаги академик тадқиқотларнинг ҳолати ҳақида гапирар экан, “мижозларни тайёрлаш соҳасида деярли ҳеч қандай тадқиқот ўтказилмаган бўлсада, унинг мавжудлиги кенг тарқалганлигига ҳеч шубҳа йўқ” деб таъкидлаган эди. Бугун бу қараш бироз ўзгарди. Мижозларни тайёрлаш учун турли хил ўқув-тренинг тадбирлари олиб борилмоқда. Баъзи тадқиқотчилар ушбу фаолиятга бошқарув нуқтаи назарини беришга ҳаракат қилишди. Мижозларни ўқитиш соҳасидаги тадқиқотларнинг турли йўналишлари аниқланмоқда, аммо мижозлар билан муносабатларни бошқариш (CRM) билан боғлиқ соҳага етарлича эътибор берилмасдан келинмоқда. Бинобарин, ушбу мақолада CRM стратегиясида мижозлар таълимининг ролини ҳисобга олиш учун концептуал ва эмпирик ёндашувларни тақдим этиш масаласи илгари сурилди. Мижозлар билан муносабатларни

бошқариш бугунги кунда компаниялар мақсадли мижозларига юқори қиймат бериш ва мижозларнинг ривожланишига олиб келадиган маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш муҳимлигини тушунмоқдалар. Мижозларга йўналтирилган компания бўлиш мижозга қиймат қўшиш ва уларни қимматли деб ҳисобланадиган ва мижозлар кутганидан юқори бўлган маҳсулотлар ва хизматлар билан қондиришни англатади. Рақобат, мижозларнинг хулқ-атвори ва хатти-ҳаракатларини ўзгартириш, шунингдек, кўплаб соҳаларда ортиқча қувват натижасида янги мижозларни жалб қилиш анча қийин ва қимматга тушди. Шундай қилиб, мавжуд мижозларни сақлаб қолиш ва ривожлантириш ҳар қандай бизнес учун зарур стратегиядир. Мижозлар билан муносабатларни бошқариш-бу компаниянинг мижозлар билан ўзаро муносабатларини ташкил етиш ва мувофиқлаштиришга ёндашув. Бу компанияга фойда келтирадиган мижозлар билан муносабатларни ўрнатиш, сақлаш ва яхшилашга қаратилган ташкилий стратегия. Бунга мижозларни қондириш ва уларга доимий мижозлар бўлишлари учун қўшимча қиймат бериш орқали еришиш мумкин. Ўз-ўзидан қониқиш мижозларнинг содиқлигини оширишга олиб келмайди. Мижозларнинг қониқишидан ташқари, содиқлик мижознинг ишончи ва фидойилигини талаб қилади. Бунга эришиш учун компаниялар мижозларга йўналтирилган фалсафани қабул қилишлари ва мижозлар билан шахсий муносабатларни ўрнатишлари керак. Компаниялар учун мижозларни сақлаб қолиш ва улар билан узоқ муддатли муносабатларни ўрнатиш муҳимдир. Харидорни йўқотиш, у умр бўйи қиладиган барча харидларни йўқотишни англатади.

Шундай қилиб, СРМ ишонч ва тушунишга асосланган узоқ муддатли муносабатлар стратегиясидир. СРМ компанияларга мижозларнинг компания билан ўзаро муносабатлари тўғрисида маълумот тўплаш ва ушбу маълумотлардан қимматли мижозларни аниқлаш, уларнинг хатти-ҳаракатлари ва тенденцияларини билиш, мижозлар билан муносабатларни яхшилаш ва ушлаб туриш мақсадида хизматни яхшилашда фойдаланиш имконини беради. Операцион нуқтаи назардан, компаниялар мижозлар билан муносабатларни ўрнатиш учун бир нечта маркетинг воситаларидан фойдаланишлари мумкин. Ушбу воситалар компаниялар мижозлар билан ривожлантиришга интилаётган муносабатлар даражасига қараб фарқланади. Ушбу воситаларга реклама, сотишни рағбатлантириш, сотишдан кейинги қўллаб-қувватлаш ва хизматлар, содиқлик ва сақлаш дастурлари, шунингдек мижозлар ва савдо каналлари аъзолари билан ҳамкорлик дастурлари киради. Мижозларни ўқитиш компаниялар учун ўз маҳсулотлари ва хизматларини фарқлаш ва рақобатдош устунликка эришиш учун мавжуд воситалардан бирига айланиши мумкин. СРМ-нинг асосий мақсади доимий мижозлар билан ўзаро манфаатли муносабатларни ривожлантиришдир.

Мижозларни ўқитиш. мижозларни ўқитиш деганда “бизнес ёки тармоқдаги муносабатларни, билимларни ёки кўникмаларни жорий мижозларга ёки потенциал мижозларга ўтказишга имкон берадиган ҳар қандай мақсадли, барқарор ва уюшган ўқув фаолияти” тушунилади. Мижозларни ўқитиш кўплаб ташкилотларда етакчи ўринни эгаллаши керак бўлган муҳим жараёндир. Ушбу жараён компания маҳсулотлари ва хизматларини илгари суришнинг янги усули сифатида ривожланмоқда, чунки маҳсулот атрофидаги маълумотлар, айниқса сотиш босқичида маҳсулотнинг ўзидан кам эмаслиги маълум. Сотиш, қониқиш ёки содиқлик нуқтаи назаридан ўз кўрсаткичлари туфайли мижозлар таълими “B2C” ва “B2B” соҳаларда барқарор ривожланмоқда. Компанияларнинг мижозларни тайёрлашга бўлган қизиқишининг катта миқдордаги далилларини менежмент доирасидаги нашрларда кўплаб топиш мумкин.

“B2C” секторида ҳам худди шунингдек, дистрибьюторлар истеъмолчиларни ўқитишга катта эътибор беришади. Масалан, Франциядаги Castorama ёки АҚШдаги Home Depot каби дўконларида потенциал мижозларга асосий DIY кўникмаларини эгаллашга ёрдам берадиган “Буни қандай қилиш керак” мавзусида семинарлар ўтказилади. Шунга ўхшаш амалиётлар косметика, электроника ёки ўйинчоқлар серкторларида ҳам узлуксиз жорий этилмоқда. Дистрибьюторлар учун таълимни жорий этиш нисбатан осон, чунки уларнинг савдо нуқталари мижозлар билан юзма-юз мулоқот қилиш имконини беради. Шунга ўхшаш ёндашув билан молия сектори (банклар ёки биржа брокерлари) ўзининг потенциал ёки реал мижозлари учун таълимни мунтазам олиб боришади. Аксарият молиявий ташкилотлар ушбу фаолият учун юзма-юз семинарлар, электрон таълим ёки аралаш ечимлардан (юзма-юз ва электрон таълим комбинацияси) фойдаланадилар. Электрон маҳсулотлар ишлаб чиқарувчилари, шунингдек, фойдаланувчиларга технологияни яхшироқ тушуниш ва маҳсулотлардан фойдаланишни яхшилашга ёрдам берадиган таълим ва ўқув дастурларини ишга туширдилар. Масалан, Nikon АҚШда, буюк Британияда ва Францияда Nikonschoolни йўлга қўйишди. Юқоридаги барча мисоллардан кўриниб турибдики, кўплаб компаниялар мижозларни ўқитиш жараёни ҳозирги вақтда даромадларнинг ўсиши ва акциядорлар қиймати учун муҳим бўлган бир қатор бизнес тенденцияларининг ривожланишига ёрдам берадиган асосий омил эканлигини тушунишади. Ҳамкорлар ва мижозлар учун самарали таълим дастурларини таъминлаш учун зарур бўлган дастурлар ва инфратузилманинг жадал ривожланиши рақобатдош устунликни таъминлаши мумкин. Мижозларни ўқитиш СРМ стратегиясида мижозларни ўқитиш дарслар, семинарлар, multimedia курслари ёки онлайн семинарлар шаклида бўлиши мумкин. Маҳсулотни қўллаб-қувватлаш фаолияти мижозларни ўқитиш мижозларга сотиб олган маҳсулот ёки хизматлардан тўғри фойдаланишга ёрдам беришини англатади. Бу ҳолда мақсадлар мижозларнинг маҳсулотдан қониқишини

ошириш билан бир қаторда, муносабатлар сифатини ва мижозларнинг содиқлигини оширишдир.

Фикримизча, маҳсулот бўйича ўқитиш, маҳсулотнинг маҳсулдорлиги, нафлилиги ҳақида маълумот ва маҳсулотни доимий қўллаб-қувватлаш тижоратлаштириш жараёнининг барча босқичларида муҳим ҳаракатлардир. Муаллифнинг таъкидлашича, истеъмолчилар қарорларини қабул қилишнинг ҳар бир босқичи таълим олиш имкониятини англатади ва таълим муносабатлар маркетингининг бир қисмидир, чунки бу компанияларнинг ўз мижозлари билан узоқ муддатли муносабатларига таъсир қилади. Мижозларни ўқитиш мижознинг бутун умри давомида зарур бўлиб, у кўриб чиқиш, сотиб олиш ва фойдаланиш учта асосий босқичдан иборат, шу жумладан. Кўриб чиқиш босқичида биринчи навбатда мижозни сотиб олиш зарурлигини тушунишга ва муқобил ечимларни излашга ўргатиш керак. Харид қилиш босқичида мижозлар баҳолаш, танлаш ва буюртма беришга ёрдам берадиган маълумотларни тақдим этишлари назарда тутилади. Ниҳоят, фойдаланиш босқичида мижозлар маҳсулотни қандай ишлашини, сақлашни ва маҳсулотни янгилаш ёки муомаладан чиқариш тўғрисида қарор қабул қилишни билишлари керак.

Хулоса

Юқорида келтирилган далилларга таянган ҳолда қуйидагиларни хулоса қилиш мумкин.

Таълим маълум бир маҳсулот ёки сектор тури билан чекланмайди. Турли хил амалий тадқиқотлар иқтисодиётнинг турли соҳаларида таълимнинг долзарблигини кўрсатади. Маҳсулот қандай бўлишидан қатъи назар, содда ёки мураккаб, секторидан қатъи назар, таълим умумий мақсадга эга: истеъмолчига ёки ташкилотга самарали мижоз бўлиш учун зарур бўлган кўникмаларни бериш. Маҳсулотлар қадоғида мазкур товарнинг таркиби, қўллаш тартиби, унинг фойдали ва зарарли жиҳатлари кўрсатилади, бироқ, шу товар тўғрисидаги тренингларда истеъмолчилар самарадорлигининг (масалан, қониқиш ва садоқат) ва компанияларнинг самарадорлиги ва рентабеллигининг асосий омилларига айланиши мумкин. Мижозларга зарур кўникмаларни тақдим этиш орқали компаниялар ушбу мижозларнинг ташкилот манфаати учун ишлашини ҳамда шунинг учун юқори даражадаги хулқ-атвор ва унинг таъсирини таъминлайдилар. Ҳар қандай тренинг мижоз учун оддий ва тушунарли бўлиши керак. Питер Хонебейн айтганидек, “Таълим бермайдиган ўқитишдан ёмонроқ нарсаяўқ. Масалан, 1980-йилларнинг бошларида Coleco Adam компютерининг ишдан чиқишини олайлик, компютер сотиб олган мижозлар компютер ишламаётганини даъво қилиб, уни қисмларга бўлиб қайтариб беришди. Лекин компютер яхши ишлаётган эди. Маълум бўлишича, компютернинг операцион қўлланмаси шунчалик ёмон эдики, мижозлар ундан қандай фойдаланишни аниқлай олмадилар”. Мижозларни муваффақиятли ўқитишга олиб келадиган дастлабки омил юқори раҳбарият кўмагидан

бошланади. Бундан ташқари, компаниялар замонавий таълим воситаларини тақдим этиш учун рақобатчиларнинг мижозларни ўқитиш стратегияларидан хабардор бўлишлари керак. Ортиқча кераксиз маълумотлардан фойдаланишни бартараф этиш ва сотиб олиш жараёнининг ҳар бир босқичида мос бўлган истеъмолчилар хатти-ҳаракатларини тегишли таълим билан таъминлаш, асосий муваффақият омилidir. Компаниялар ҳеч қачон ўз мижозларининг ақл-идрокига таянмаслиги керак. Муваффақиятли компаниялар ўз мижозлари ва шерикларига турли хил савдо каналларида “қандай, қачон ва қаерда” вариантларини таклиф қилиш орқали тезда тегишли ўқитиш имкониятларини топишга ёрдам беради. Компаниялар, шунингдек, мижозларни ўқитиш стратегиясининг бизнесга таъсирини ўлчаш учун самарали тескари алоқа йиғиш тизимини тақдим этишлари керак. Шунингдек, компаниялар мижозларни ўқитишни компаниянинг кадриятлари ва миссиясининг асосига айлантириши муҳимдир. Муаллиф бугунги кунга қадар баъзи муҳим муаммолар тадқиқотчилар ва амалиётчилар томонидан етарлича ҳал қилинмаганлигини тан олади:

– мижозларни ўқитиш қониқиш ва садоқатга ижобий таъсир кўрсатишига қарамай, адабиётларда жуда кам далиллар келтирилган.

– бугунги кунга келиб, хариддан олдинги ва кейинги босқичларда мижозларни ўқитиш таъсири бўйича аниқ фарқ қилинмаган.

Албатта, таклиф қилинган барча тадқиқот йўналишлари компанияларга янада самарали стратегияларни ишлаб чиқишга ёрдам беради. Аммо компаниялар ушбу натижалар таълимни потенциал рақобатдош устунлик сифатида ўйлашни бошлашини кутмасликлари керак.

Адабиётлар:

1. И.Х Ибрагимов “Поведение потребителей”. Учебное пособие. 2022. СамИЭС.:

2. Боков, И. С. Обучение как способ управления клиентами, повышения их лояльности и вовлеченности / И. С. Боков. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 22 (260). — С. 609-611. — URL: <https://moluch.ru/archive/260/59981/>

И.Х. Ибрагимов - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Маркетинг кафедраси доценти,

Л.А. Мусабаева - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Иқтисодий таҳлил ва статистика кафедраси ўқитувчиси

СОТУВДАН КЕЙИНГИ СЕРВИС В2В СУБЪЕКТЛАРИ РАҚОБАТ ТАРМОҒИНИНГ БОҒЛОВЧИСИ СИФАТИДА

Аннотация: Хизматни ташкил этишнинг турли жиҳатлари кўриб чиқилади. Корхонанинг рақобатбардошлигини таъминлашда хизмат кўрсатишнинг роли очиб берилган. В2В тармоғида ўзаро рақобатдош фирмаларнинг ўзаро таъсирининг роли алоҳида қайд этилган.

Калит сўзлар: рақобатбардошлик, сервис хизмати, ўзаро таъсирлар, сервис боғловчи бўғин сифатида.

Аннотация: Рассматриваются различные аспекты организации сервиса. Раскрыта роль предоставления услуг в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Отдельно отмечается роль сервиса во взаимодействия, конкурирующих фирм в отрасли В2В.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сервисное обслуживание, взаимодействие конкурентов, сервис – как связующий звено.

Abstract: Various aspects of the organization of the service are considered. The role of the provision of services in ensuring the competitiveness of the enterprise is revealed. Separately, the role of the service in the interaction of competing firms in the B2B industry is noted.

Keywords: competitiveness, after-sales service, interaction of competitors, service as a connecting link.

Рақобатбардошлик ҳар қандай ташкилотнинг барқарор ривожланишини таъминлашнинг энг муҳим омилидир. Рақобатбардошликнинг зарур даражаси ҳар доим ўзаро боғлиқ омиларнинг бутун мажмуаси билан таъминланган бўлса-да, амалда кўпинча ўзига хос алоҳида омиларни эътиборсиз қолдириш ёки етарли даражада ҳисобга олмаслик корхонанинг умумий рақобатбардошлигини пасайишига ва натижада инқирозга ҳамда бундай корхоналарнинг ҳатто тугатилишига олиб келади.

Сотувдан кейинги хизмат-ишлаб чиқарувчи ёки сотувчи томонидан кафолат муддати давомида маҳсулот (товар)ларнинг, ўрнатиш ва созлаш, камчиликларни бартараф этиш ва кафолатдан кейинги таъмирлаш бўйича амалга ошириладиган чора-тадбирлар мажмуи ҳисобланади. Бироқ, бу сотувдан кейинги хизматнинг умумий ва асосий элементларидир. Истеъмолчининг хайрихоҳлигини қозонишга интилаётган компания янги хизмат шакллари ва стандартларини ишлаб чиқади. Техник жиҳатдан мураккаб маҳсулотлар (товарлар) соҳасида харидор хариддан кейин ўзини

“воз кечилган” каби ҳис қилмаслиги керак. Шунинг учун ишлаб чиқарувчилар ва сотувчилар истеъмолчининг “васийлиги”га турли шаклларда интилишлари лозим.

Масалан, компьютер ишлаб чиқарувчилари ва сотувчилар учун сотувдан кейинги хизмат кўрсатишнинг одатий шакли-истеъмолчининг алоҳида дастурий маҳсулотлардан фойдаланишдаги дастурий таъминоти ва умумий тайёргарлигини ўрнатишдир. Дастурий маҳсулотларни ишлаб чиқарувчиларнинг ўзлари (масалан, ахборот базалари) мунтазам ахборот янгиланишлари, носозликларни бартараф этиш, версия янгиланишлари ва бошқалар кўринишида сотувдан кейинги хизматни кафолатлайди. Ишлаб чиқарувчилар ва автомобил сотувчилари хизматлар, оригинал эҳтиёт қисмлар ва бўтловчи қисмлари, қўшимча ўрнатиш тизимлар (хавфсизлик сигнал тизимлари, антенналар, сунъий йўлдош навигация тизимлари, ва ҳоказолар) ўрнатиш билан шуғулланувчи савдодан сўнг хизмат марказлари яратишни ўз ичига олади.

Сотувдан кейинги хизмат-бу маҳсулотнинг ишлаши (истеъмолчининг товардан фойдаланиш) пайтида кафолат ва кафолатдан кейинги хизматдир.

Ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг юқори техник даражаси, маҳсулот сифатини яхшилаш, илғор ишлаб чиқариш технологияларидан фойдаланиш каби тоифалар кўпинча корхонанинг рақобатбардошлигини ошириш вазифаларини ҳал қилишда биринчи ўринга чиқса-да, аммо мижозларга хизмат кўрсатишнинг етарли даражада эмаслиги, корхонанинг ўзи тўғрисида салбий қиёфани шакллантиради ва натижада, рақобатбардошликни таъминлашга қаратилган барча саъй-ҳаракатларни йўққа чиқаради, бунга кўплаб мисоллар келтириш мумкин. Хусусан, техник хизмат кўрсатиш вазифаларини ҳал қилишнинг энг кенг тарқалган камчиликлари: сарф материаллари ва бутловчи қисмлар (турли филтрлар, ювиш воситалари, эҳтиёт қисмлар ва бошқалар) билан таъминлаш муаммолари, хизмат кўрсатиш марказларининг узоқлиги, кафолатли ва кафолатдан кейинги таъмирлаш вақтида, профилактика пайтида ва ҳоказоларда ўз вақтида ёки узоқ муддатли техник хизмат кўрсатиш.

Сервис хизмати нархга боғлиқ бўлмаган рақобат омиллари сирасига киради ва корхонанинг маркетинг фаолияти функцияларининг таркибий қисмларидан бири бўлиб, мижозларга (истеъмолчиларга) корхона товарларини сотиб олиш ва истеъмол қилиш билан боғлиқ маълум хизматлар тўпламини тақдим этиш учун функционал тадбирлар мажмуасини ўз ичига олади.

Сервис узоқ муддатли барқарор ва ўзаро манфаатли иктисодий алоқалар ва ишбилармонлик алоқаларини ўрнатиш, корхонанинг юқори ишбилармонлик ишончлилиги омили ва шу асосда корхона бозорини шакллантириш ва кенгайтириш учун унинг рақобатбардош салоҳиятини мустаҳкамлаш ва ривожлантиришдан иборат стратегик йўналишдир.

Сервис, бир томондан, ишлаб чиқариш корхонаси харидори томонидан товарларни сотиб олиш билан бирга хизматларни тақдим этиш фаолияти, иккинчи томондан, ушбу маҳсулотдан фойдаланиш билан боғлиқ қўшимча хизматларни тақдим этиш фаолияти шаклида қўшимча қиймат яратади. унинг ҳақиқий ишлаши ва уни сотиб олиш ва ишлатиш хизматларидан ташкил топган интеграциялашган маҳсулот деб аталади. Бундан ташқари, хизмат ишлаб чиқариш корхонасининг қўшимча даромад ва фойда манбаи ҳисобланади. Хизмат кўрсатиш бутун қиймат занжири ва тизимидаги ишлаб чиқариш корхонасининг функционал фаолиятининг таркибий қисми бўлиб хизмат қилади ва шунинг учун корхонанинг рақобатдошлигини таъминлашнинг асосий манбаларидан биридир.

Таъкидлаш жоизки, деярли барча йирик ва таниқли компаниялар истеъмолчиларга имкон қадар яқин ҳудудларда жойлашган фирмалар билан хизмат кўрсатиш шартномаларини тузиб, ваколатли хизмат кўрсатиш марказларининг кенг тармоғини яратиш орқали юқори даражадаги хизмат кўрсатишга интилишади.

Афсуски, кўплаб маҳаллий фирмалар ва айниқса кичик корхоналар ихтисослаштирилган хизмат кўрсатиш марказлари тармоғини яратишга қодир эмаслар, аммо хизмат кўрсатишга ихтисослашган учинчи томон ташкилотлари билан хизмат кўрсатиш бўйича шартномалар тузиш мумкин. Юқори рақобатбардош хизмат кўрсатиш тизимини яратиш зарурати корхонага ушбу фаолият турини тўлиқ оптималлаштириш вазифасини қўяди. Бунинг учун нафақат хизмат кўрсатиш марказлари тармоғини яратиш, балки мавжуд вазиятни доимий равишда кузатиб бориш масаласи, масалан, хизмат кўрсатиш марказларига мурожаат қилиш сабабларини доимий равишда таҳлил қилиш, диагностика, хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш ишлари ҳажмини башорат қилиш ва режалаштириш, истеъмолчиларнинг хоҳиш-истакларини кузатиш ва бошқа чоралар маркетинг соҳасининг муҳим йўналиши сифатида ўрганишни тақозо этади.

Сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш мамлакат иқтисодиётига катта ҳисса қўшади. Саноати ривожланган мамлакатларда В2В тармоғи сервис хизматлари ЯИМнинг ярмидан кўпини ташкил қилади. Хизмат фаолияти мамлакат иқтисодий салоҳиятининг ўсишини, аҳолининг бандлигини таъминлайди. Хизмат фаолияти истеъмолчиларга вақт ва пул тежашни таъминлайди, одамларнинг ҳаёт сифатини яхшилади ва ишлаб чиқаришни ривожлантиришга ҳисса қўшади. Кейинги йиллардаги мамлакатимиз ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги ислохотлар корпоратив хизматни ривожлантириш, унинг янги шакллари ва усуллариининг пайдо бўлиши учун шароит яратди.

Сотишдан олдинги ва сотишдан кейинги хизматларнинг ривожланиши саноат маҳсулотларининг рақобатбардошлигини таъминлайди, хизмат кўрсатиш ва ишлаб чиқариш фаолиятини бирлаштиришга ёрдам беради. Саноат маҳсулотлари кескин рақобат

шароитида рақобатбардош бўлиши учун нафақат уларнинг юқори сифатли ишлаб чиқарилишини, балки эксплуатация пайтида тегишли хизматни ҳам таъминлаш керак. Хизмат кўрсатишнинг тобора ортиб бораётган аҳамияти саноат товарларининг доимий мураккаблиги билан боғлиқ бўлиб, саноат товарларига доимий техник хизмат кўрсатиш, ходимларни ўқитиш техник муаммоларни ҳар томонлама ҳал қилиш каби заруриятларни келтириб чиқаради.

Хизмат кўрсатиш марказлари истеъмолчиларнинг индивидуал эҳтиёжларига кўпроқ эътибор беришни бошладилар, хизмат кўрсатиш сифатига нисбатан қатъий талабларга мослаша бошладилар. Замонавий шароитда рақобат курашида техник хизмат кўрсатишни самарали ташкил этиш тобора муҳим аҳамият касб этмоқда. Рақобат ҳолати сервис хизмати кўрсатишни ривожлантириш ва такомиллаштириш учун қўшимча рағбатдир.

Адабиётлар:

1. Ибрагимов И.Х. Рақобатбардошлик методологияси. Ўқув қўлланма. СамИСИ., 2019. 240 б.
2. Ламбен Жан-Жак Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с фран. СПб., 2007. С. 395-397.
3. Рзаитдинов, Р. Р. Пути повышения конкурентоспособности в сфере услуг (на примере сети сервисных центров по ремонту техники): Молодой ученый, 2021. — С. 33-36. — URL: <https://moluch.ru/conf/stud/archive/394/16533/>

V ШЎҒБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Yormatov Ilmidin Toshmatovich – iqtisod fanlari nomzodi, dotsent
Farg‘ona politexnika instituti

O‘ZBEKISTONDA KAMBAG‘ALLIK VA KAMBAG‘ALLIK MUAMMOLARI

Annotatsiya: Ushbu maqola dunyo bo‘yicha hozirgi kunning eng dolzarb masalalaridan kambag‘allik va uni qisqartirish masalalari ko‘rib chiqilgan. Mamlakatlarning qashshoqlik darajasini baholashda ekspertlar odatda turli ko‘rsatkichlardan foydalanadilar va kambag‘allikni milliy hamda xalqaro darajaga bo‘lib o‘rganishadi. Dunyoning aksariyat mamlakatlarida milliy qashshoqlik chegarasi deganda yashash minimumidan past daromad tushuniladi, ya’ni iste’mol savatchasi narxini qoplashga imkon bermaslik - ma’lum bir mamlakat standartlari bo‘yicha eng zarur tovarlar va xizmatlar to‘plami.

Kalit so‘zlar: kambag‘allik, milliy, xalqaro, YaIM, qashshoqlik chegarasi, makroiqtisodiy siyosat, diversifikatsiya, iste’mol savatchasi, xalqaro tashkilotlar, ijtimoiy davlat.

Аннотация: В данной статье бедность и ее сокращение рассматриваются как одна из самых актуальных проблем современного мира. При оценке уровня бедности в странах эксперты обычно используют разные индикаторы и изучают бедность на национальном и международном уровнях. В большинстве стран мира национальная черта бедности означает доход ниже прожиточного минимума, то есть не позволяющий покрыт стоимость потребительской корзины - самого необходимого по меркам данной страны набора товаров и услуг.

Ключевые слова: бедность, национальный, международный, ВВП, черта бедности, макроэкономическая политика, диверсификация, потребительская корзина, международные организации, социальное государство.

Abstract: This article considers poverty and its reduction as one of the most urgent issues of the world today. When assessing the level of poverty in countries, experts usually use different indicators and study poverty at the national and international levels. In most countries of the world, the national poverty line means an income below the subsistence minimum, that is, not allowing to cover the price of the consumer basket - the most necessary set of goods and services by the standards of a given country.

Key words: poverty, national, international, GDP, poverty line, macroeconomic policy, diversification, consumption basket, international organizations, welfare state.

Jahon banki tavsifi bo'yicha kambag'allik - bu shaxs yoki ijtimoiy guruhning iqtisodiy holatining o'ziga xos xususiyati bo'lib, unda ular yashash va mehnat qobiliyatini saqlab qolish uchun zarur bo'lgan minimal ehtiyojlarning ma'lum bir doirasini qondira olmasligi tushuniladi. Mamlakatlarning qashshoqlik darajasini baholashda ekspertlar odatda turli ko'rsatkichlardan foydalanadilar va kambag'allikni milliy hamda xalqaro darajaga bo'lib o'rganishadi. Dunyoning aksariyat mamlakatlarida milliy qashshoqlik chegarasi deganda yashash minimumidan past daromad tushuniladi, ya'ni iste'mol savatchasi narxini qoplashga imkon bermaslik - ma'lum bir mamlakat standartlari bo'yicha eng zarur tovarlar va xizmatlar to'plami. Xalqaro qashshoqlik chegarasi esa bu kuniga xarid qobiliyati bo'yicha 2 AQSh dollaridan kam iste'molini taminlaydigan daromadga ega aholi qatlamlari kiritiladi. Shunigdek aholi jon boshiga ishlab chiqarilayotgan yalpi ichki mahsulot miqdoriga e'tibor qaratadilar. Lekin bunday holatda qaysidir mamlakatda aholi jon boshiga o'rtacha YaIM yuqori bo'lishi lekin bu daromad qo'yi qatlamlargacha yetib kelmasligi, ya'ni, amalda mamlakat daromadlari aholi o'rtasida notekis taqsimlanishi mumkin, shuning uchun iqtisodchilar qashshoqlik chegarasidan pastda yashayotgan mamlakat aholisi sonini aniqroq ko'rsatkichlaridan foydalanishga harakat qilishadi.

Yaqin yillargacha O'zbekistonda kambag'alik muammosi rasmiy darajada yopilgan edi. Iqtisodchi B. Rajabov bu masalada quyidagicha fikr bildiradi. "Xalqaro tashkilotlarning mamlakatimizda qashshoqlikni kamaytirish bo'yicha turli tashabbuslarining nomlari (Qashshoqlikni qisqartirish strategiyasi hujjati) tuzatilib, aholi turmush darajasini oshirishga qaratilgan loyihalar sifatida o'rin oldi. Shu bilan birga, davlat hujjatlarida "qashshoqlik" tushunchasi umuman ishlatilmagan. Shunday qilib, respublikada kambag'al odamlar yo'q degan taassurot paydo bo'ldi". O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 26-martdagi PF-5975-son "Iqtisodiyotni rivojlantirish sohasidagi davlat siyosatini tubdan yangilash va kambag'allikni kamaytirish choralari haqida" farmonidan keyin bu masalaga yondashuv tubdan o'zgardi.

Farmonda tarkibiy o'zgarishlar va iqtisodiyotni rivojlantirish bilan bog'liq bo'lgan vazirlik va idoralar faoliyatida izchillikni ta'minlash, quyidagi muammo va to'siqlarni tezkor aniqlash va bartaraf etish lozimligi ko'rsatib o'tildi:

kambag'allikni kamaytirishga qaratilgan chora-tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirishning izchil tizimi, muvofiqlashtiruvchi organi, huquqiy asoslari, baholash metodologiyasi va mezonlari, shuningdek, bu borada ijtimoiy qo'llab-quvvatlash va tadbirkorlikka jalb etishning aniq

vazifalari mavjud emasligi sababli aholining tegishli guruhlarida olib borilayotgan ishlar samaradorligi past darajada qolmoqda;

hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning o‘ziga xos yondashuv va tamoyillari to‘liq shakllantirilmagan, iqtisodiyotning hududiy va tarmoq rivojlanishi o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik ta‘minlanmagan, hududlarni rivojlantirishda mavjud salohiyat va “nisbiy ustunlik” mezonlaridan noratsional foydalanilmoqda, ishlab chiqarish kuchlarini taqsimlashda inson kapitali va demografik omillar hisobga olinmaydi;

kichik va o‘rta biznesni rivojlantirishning aniq yondashuvlarini belgilash, mamlakatimizda tadbirkorlikni maqsadli moliyaviy va nomoliyaviy qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan tadbirlarni tizimlashtirish, ayniqsa, aholini tadbirkorlik va kasb-hunarga o‘rgatish, shu jumladan, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda kamchiliklar va boshqalar.

Mamlakatimizda samarali makroiqtisodiy siyosat yuritish, shuningdek barqaror iqtisodiy o‘sishni ta‘minlash va ishbilarmonlik muhitini yaxshilash orqali kambag‘allikni kamaytirish bo‘yicha maqbul davlat siyosatini amalga oshirish tizimini joriy etish maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va sanoat vazirligi O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiy rivojlanish va qashshoqlikni qisqartirish vazirligiga aylantirildi.

Shuningdek Prezident Shavkat Mirziyoev Xalqaro xotin-qizlar kuniga bag‘ishlangan tantanali marosimdagi nutqida 2020 yili qashshoqlikka qarshi kurash dasturiga O‘zbekiston 700 million AQSh dollari sarflanishini ma‘lum qildi. "Biz bir haqiqatni anglab etishimiz kerak: qashshoqlik darajasini pasaytirish uchun, birinchi navbatda, ishsizlik darajasini pasaytirish kerak. Buning uchun esa aholini zamonaviy kasb-hunarlariga o‘rgatish, iqtisodiy va moliyaviy savodxonligini oshirish zarur. odamlarda, ayniqsa, ayollarda tadbirkorlikka intilish uyg‘onsin", dedi davlatimiz rahbari.

So‘nggi 15-20 yil davomida O‘zbekistonda yalpi ichki mahsulot o‘sishi 5% va undan yuqori bo‘lmoqda, bu esa iqtisodiyotni bosqichma-bosqich diversifikatsiya qilishga xizmat qilmoqda. BMTning (PROON) ma‘lumotlariga ko‘ra daromadlar bo‘yicha qashshoqlik darajasi 2000 yildagi 24 foizdan 2020 yilda 11,5 foizga tushib, 2,2 million kishini qashshoqlikdan olib chiqdi. Lekin COVID-19 pandemiyasi yana 1 million odamni qashshoqlikka olib kelgan.

Yangi O‘zbekistonni rivojlantirish strategiyasida 2026-yilgacha qashshoqlikni ikki baravar kamaytirish va 2030-yilga borib aholining o‘rtachadan yuqori daromad darajasiga erishish kabi juda katta maqsadlar qo‘yilgan. Bu esa mamlakatning o‘sib borayotgan yosh aholisi ijobiy o‘zgarishlar agenti bo‘lish uchun misli ko‘rilmagan imkoniyatlarni taqdim etadi. Ammo bu yoshlar salohiyatini faqat XXI asrga mos yangi ish o‘rinlari, mohiyatan munosib ish o‘rinlarini yaratish orqaligina ochish mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2023 yil uchun Murojaatnomasida ta‘kidlab o‘tilganidek “Biz Yangi O‘zbekistonni

“ijtimoiy davlat” tamoyili asosida qurishni maqsad qilyapmiz. Ijtimoiy davlat bu, eng avvalo, inson salohiyatini ro‘yobga chiqarish uchun teng imkoniyatlar, odamlar munosib hayot kechirishiga zarur sharoitlar yaratish, kambag‘allikni qisqartirish, demakdir”.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Samieva G.T., Nomazov B. UZBEKISTAN NA PUTI K SOKRASHENIY u BEDNOSTI: OPIT KITAYa. "Ekonomika i sotsium" №10(101)-1 2022 www.iupr.ru.
2. Aleksandrov Ye.L., Aleksandrova O.Ye. MERI BORBI S BEDNOSTYu: ZARUBEJNIY I OTEChESTVENNIY OPIT. Fundamentalnie issledovaniya. – 2015. – № 9 (chast 1) – S. 101-105. Ekonomicheskoe nauki (08.00.05)
3. Hakimov O. Borba s bednostyu nachinaetsya s mest. Ekonomicheskoe obozrenie. №11 (250), 2020.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2023 yil uchun Murojaatnomasi (to‘liq matn). 22.12.2022 yil.
5. Yormatov I.T. (2022). Nekotorie voprosy razvitiya innovatsionny deyatelnosti tekstilnoy prmyshlennosti Respubliki Uzbekistan.

Materiali konferensii Nauka segodnya: vizovi i resheniya. Materiali mejdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferensii, g. Vologda, 26 yanvarya 2022 Stranisi 69-72.

6. Yormatov I.T. (2022). Rol malyx predpriyatiy i chastnyx predprinimateley v razvitii ekonomiki Uzbekistana. Barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali, tom 2, №10, str. 332 – 339.
7. Yormatov I.T.(2022). Rol chastnogo biznesa v ekonomike Uzbekistana. Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnal, tom 2, №11, str. 21.

Sayfulloyev Oybek Olimovich – Buxoro davlat universiteti, Iqtisodiyot kafedrası tayanch doktoranti,

HUDUDIY AGROTURIZM KLASTERLARINI TASHKIL ETISH SOHAGA INVESTITSİYALARNI JALB QILISH VOSITASI SIFATIDA

Annotatsiya: Maqolada bugungi kunda investitsiyalarni boshqarish jarayonida yangi zamonaviy innovatsion yondashuvlar tahlil qilingan. Bozor ishtirokchilari o‘rtasidagi o‘zaro maqbul integratsiyaning eng samarador shakli sinergetika tushunchasiga to‘xtalib o‘tilgan. Sinergetik ta’sirga erishishning eng samarali mexanizmlaridan biri ham klasterlarni yaratish ekanligi qayd etilgan. Klasterlashning ikkita asosiy “top-down approach” va “bottom-up approach” yondashuvlariga izoh berilgan. Agroturizm klasterlarining iqtisodiy-ijtimoiy samarasi ko‘ratib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: Bozor iqtisodiyoti, integratsiya, sinergetik ta’sir, sinergetika, klaster, agroturizm, top-down approach, bottom-up approach, boshqaruv, mexanizm, investitsiya.

Аннотация: В статье проанализированы новые современные инновационные подходы к управлению инвестициями на сегодняшний день. Наиболее эффективной формой взаимоприемлемой интеграции между участниками рынка является концепция синергетики. Отмечается также, что одним из наиболее эффективных механизмов достижения синергетического эффекта является создание кластеров. Описаны два основных подхода к кластеризации: “top-down approach” va “bottom-up approach”. Показан экономико-социальный эффект агротуристических кластеров.

Ключевые слова: Рыночная экономика, интеграция, синергетический эффект, синергетика, кластер, агротуризм, top-down approach, bottom-up approach, менеджмент, механизм, инвестиции.

Abstract: The article analyzes new modern innovative approaches to investment management today. The most effective form of mutually acceptable integration between market participants is the concept of synergy. It is also noted that one of the most effective mechanisms for achieving a synergistic effect is the creation of clusters. Two main approaches to clustering are described: “top-down approach” va “bottom-up approach”. The economic and social effect of agrotouristic clusters is shown.

Keywords: Market economy, integration, synergetic effect, synergy, cluster, agrotourism, top-down approach, bottom-up approach, management, mechanism, investment.

Kirish.

Bugungi kunda investitsiyalarni boshqarish jarayonida yangi zamonaviy innovatsion yondashuvlar paydo bo‘lmoqda. Bozor muhiti, undagi talab va taklif o‘zgaruvchan va oldindan aytib bo‘lmaydigan bo‘lib qoldi. Bu esa biznes yuritish, turli sohalarga investitsiyalarni faol jalb etishni boshqarishda an’anaviy modellari “almashtirish”, nostandart boshqaruv qarorlari va yondashuvlarini, yangi qarashlar va vositalarni qo‘llashni tazoqo qiladi.

Jahonda tashqi va ichki bozor muhitining tez o‘zgarishi bozor subyektlari orasida integratsiya jarayonlarining kuchayishiga yordam berdi. Kuchli bozor raqobati sharoitida o‘zaro integratsiya tashkilotlarning samaradorligini hamda raqobatbardoshlikni oshirish hamda investitsion jozibadorlikni ta’minlashda yuqori ahamiyatga ega. Oxir oqibat, bozor ishtirokchilari o‘rtasidagi integratsiyaning, yakka holda harakat qilishdan afzalligi sinergetik ta’sir yo‘nalishining paydo bo‘lishida namoyon bo‘ldi. Sinergiteka tushunchasi G‘arbda 1969-yilda paydo bo‘lgan. Zamonaviy sinergetik yo‘nalishining yaratuvchisi va “sinergetika” atamasining ixtirochisi Shtutgart universiteti professori Hermann Xaken hisoblanadi. Hakenning so‘zlariga ko‘ra, “sinergetika

– bir-biri bilan murakkab tarzda o‘zaro ta’sir qiladigan ko‘p sonli qismlar, komponentlar yoki quyi tizimlardan iborat tizimlarni o‘rganish bilan shug‘ullanadi” [4].

Asosiy qism

“Sinergiya” atamasi yunoncha bo‘lib, ikkita komponentdan iborat: “sin – birga” va “ergeia – mehnat [1] , ya’ni birgalikdagi ish yoki birgalikdagi mehnat degan ma’noni bildiradi. Boshqacha qilib aytganda, sinergiya strategik sheriklik va o‘zaro manfaatli hamkorlik shaklida namoyon bo‘lishi mumkin bo‘lgan o‘zaro bog‘liq va muvofiqlashtirilgan harakatlar sifatida ta’riflanishi mumkin. Ko‘pgina tadqiqotchilar sinergetik ta’sir tushunchasini o‘zaro integratsiya va hamkorlik tushunchalari bilan ifodalaydilar. Shuningdek, sinergetik ta’sir tenglik shaklida ham ifodalanadi: “ $1+1=3$ ”, “ $2+2>4$ ” va “ $2+2+$ sinergetik ta’sir = 5” [3]. Iqtisodiy tushuncha sifatida sinergetik ta’sir, integratsiya, turli xil jarayonlarning kuchli, mukammal muvofiqlashtirilgan tizimga birlashtirish jarayonida tashkilotning biznes jarayonlari samaradorligini oshirishda namoyon bo‘ladigan natijaviy ta’sir hisoblanadi. Ya’ni, kuchki bozor raqobati sharoitida tadbirkorlik subyektlari alohida holda harakat qilgandan ko‘ra, yaxshi ishlab chiqilgan va puxta o‘ylangan integratsiya jarayoniga yuqori iqtisodiy samaradorlikka erishishi mumkin. Jahon amaliyotida yuqori iqtisodiy ahamiyatga ega bo‘lgan loyihalarni amalga oshirish doirasida turli tadbirkorlik subyektlari va boshqaruv organlari hamda turli bozor ishtirokchilari o‘rtasida samarali hamkorlikni tashkil etish bo‘yicha katta tajriba to‘plangan. Bunday vositalardan biri barcha manfaatdor tomonlarning o‘zaro hamkorligida klasterlar faoliyatini yo‘lga qo‘yishdir. O‘z navbatida sinergetik ta’sirga erishishning eng samarali mexanizmlaridan biri ham klasterlarni yaratishdir.

Ushbu holat agroturizm bozor segmenti uchun ham ahamiyatli hisoblanadi. Agroturizm iqtisodiy faoliyat turi sifatida qishloq xo‘jaligining tegishli sohalarida faoliyat olib boruvchilarning faoliyatini diversifikatsiya qilishning istiqbolli yo‘nalishlaridan biridir. Hududlarda agroturizmni rivojlantish va unga investitsiya oqimini ta’minlash, raqobat muhiti, yetarlicha talabning va yondosh bo‘lgan rivojlangan xizmat ko‘rsatish sohalarning mavjudligidan tashqari – ushbu hududda malakali kadrlar, infratuzilma va kapital kabi ixtisoslashtirilgan omillarni ham yaratilishini taqozo etadi. Ushbu maxsus omillarni yaratish maxsus dastur asosida uzoq muddatli va barqaror investitsiyalarni, qo‘shimcha xarajatlarni talab qiladi. Shuningdek, hududlarda agroturizmni muvaffaqiyatli rivojlanishi nafaqat tabiiy sharoitlarga, balki ulardan samarali foydalanish zaruriyatini ham talab qiladi. Davlat-xususiy sherikchilik asosida agroturizm klasterlarini tashkil etish orqali davlatning faol qo‘llab-quvvatlovi yordamida ko‘zlangan maqsadga birmuncha tez erishish mumkin. Bundan tashqari, agroturizmga oid investitsiya loyihalarining muvaffaqiyatli amalga oshishi mintaqadagi mahalliy hokimiyat organlarining muvaffaqiyatli boshqaruviga ham bog‘liq. Hududlarda agroturizmning samarali rivojlanishini ta’minlash kompleks yondashuvni, xususan, ushbu jarayonda bir nechta subyektlar, shu jumladan

agroturistik loyihalarga investitsiyalarini yo‘naltirmoqchi bo‘lgan tashabbuskorlar, potensial sayyohlar, mahalliy hokimiyat organlari, tegishli vazirliklar vakillarining ishtirokini talab qiladi.

Agroturizmni klasteri – sohaga oid bozor ishtirokchilari, mahalliy hokimiyat organlari hamda tegishli vazirliklarning hamkorlikdagi birlashmasi hisoblanadi. Agroturizmni klasterlash esa - klasterning rivojlanish jarayonini hamda uning faoliyati samaradorligini oshirishga qaratilgan boshqaruv tadbirlari majmuini anglatadi. Agroturizm klasterlari innovatsion tizimlarning bir turi bo‘lib, hududlarning samarali iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishi uchun turtki berishi mumkin. Agroturizm klasterlari muvaffaqiyatli ishlashi uchun istiqbolli loyihalarni investitsiyalashga qodir biznes tuzilmalarini birlashtirish zarur.

Jahon tajribasida klasterlashning ikkita asosiy yondashuvi mavjud: Mahalliy hokimiyat yoki tegishli organlar tomonidan boshlangan klasterni shakllantirish “yuqoridan pastga yondashuv” yoki “yuqoridan pastga jarayon” deb nomlanadi (ingl. “top-down approach”). Tadbirkorlik subyektlari o‘z tashabbuslari bilan mahalliy hokimiyat yoki tegishli organlar bilan hamkorlikda strategik rivojlanish uchun klasterlarga birlashish jarayoni klasterni shakllantirishning “ko‘tarilish yondashuvi” yoki “ko‘tarilish jarayoni” deb nomlanadi (ingl. “bottom-up approach”) [2].

Fikrimizcha, O‘zbekistonda agroturizmning yetarli darajada rivojlanmaganligi, potensial investorlar hamda sayyohlar orasida yetarli axborot mavjud emasligi, sohaga investitsiyalarni jalb etishning individual konsepsiyasi ishlab chiqilmaganligi holatida dastlabki bosqichda agroturizmni klasterlashning top-down yondashuvidan foydalanish yuqori samaradorlik keltirishi mumkin.

Xulosa va takliflar

Tadqiqotlarimiz natijasida taklif etilayotgan agroturizm klasterining umumiy tuzilishi: klaster yadrosi va uning atrofini o‘z ichiga oladi. Bunda hududiy klaster yadrosida sayyohlarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri agroturizm xizmatlarini ko‘rsatadigan xo‘jalik yurituvchi subyektlar o‘rin egallaydi. Klaster yadrosining atrofidan uning faoliyatini har tomonlama qo‘llab-quvvatlaydigan, sohaga yondosh bo‘lgan xizmatlar ko‘rsatadigan va buning natijasida iqtisodiy va ijtimoiy samaraga erishishni maqsad qilgan subyektlar joylashadi. Masalan, agar subyekt faqatgina sayyohlarni mehmonxonada joylashtirish bo‘yicha xizmatlarni taqdim etsa, klaster yadrosida emas uning atrofiga, agarda subyekt sayyohlarga qishloq hayoti va madaniyatiga oid turizm xizmatlarini bilan birga ularni joylashtirish xizmatlarini ko‘rsatsa, ushbu subyekt klaster yadrosiga tegishli hisoblanadi. Hududiy agroturizm klasterini davlat-xususiy sherikchilik asosida tashkil etilgan boshqaruv kompaniyasi boshqaradi. Boshqaruv kompaniyasi: 1) investitsiyalarni jalb qila olish; 2) ilmiy-innovatsion faoliyatni amalga oshira olish; 3) shaffoflikni ta‘minlash; 4) xodimlarning yuqori malakasini ta‘minlash; 5) jipslashgan holda aniq natijani olishga erishishga; 6) o‘zaro shartnoma munosabatlarini ishlab chiqish va o‘rnata olish; 7) doimiy rivojlanish qobiliyatlariga ega bo‘lishi lozim.

Shuningdek, ushbu jarayonda davlat-xususiy sherikchilik asosida tashkil etiladigan boshqaruv kompaniyasi, klaster a’zolari davlat va xususiy hamkorning majburiyatlarini aniqlab olish muhim hisoblanadi.

Agroturizm klasterlarini yaratish mexanizmlari asosida mintaqaning turizm va rekreatsion salohiyatini rivojlantirish bo‘yicha harakatlar rejalarini ishlab chiqish va amalga oshirish, ushbu rejalarini amalga oshirish doirasida byudjet va jalb qilingan byudjetdan tashqari manbalar bilan birgalikda mahalliy byudjetlardan moliyalashtirish tizimini yaratish” agroturizm sohasiga investitsiyalarni jalb qilishda ta’sir ko‘rsatish tizimlarining mezo-iqtisodiy darajasida hal etilishi lozim bo‘lgan muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Абдокова Л.З. Синергетический эффект как результат эффективного управления // *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 10-3. – С. 581-584;
2. Портер М.Э. *Международная конкуренция*. М.: Вильямс, 2001. 495 с.
3. Финогенова Е.А. *Synergetic effect: approaches to definition and classification*// *Вестник науки и образования*. – 2017. – № 5 (29). Том 1 – С. 69-72;
4. Хакен Г. *Синергетика*. М.: Мир, 1980. 117 с., *Chaos and order in nature* / Ed. by H.Haken. B. etc. 1980. 271 p.

Kabilova Nigina – Lecturer of the Department of Tourism and Hotel management, Bukhara State University

INCREASING COMPETITIVENESS OF BUKHARA’S HOTELS THROUGH ANIMATION PROGRAMS

Abstract: This paper discusses and explores empirical and personal insights into event tourism, exploring it from guests’ perspective. Paper gives brief description to “events” in tourism, analyses its importance in the competitive hotel business market, characterizes its direct, indirect and social effects, theoretically substantiates advantages of organizing animation programs in the hotels of Bukhara.

Keywords: event tourism, animation, competitiveness, direct effects, indirect effects, social effects

Annotatsiya: Ushbu maqolada tadbir turizmiga oid empirik va shaxsiy tushunchalar mehmonlar nuqtai nazaridan o‘rganildi. Maqolada turizm sohasida uyushtiriladigan “event” (tadbir)larga qisqacha tavsif berilgan, uning raqobatbardosh mehmonxona biznesi bozoridagi ahamiyati tahlil qilingan, eventning bevosita, bilvosita va ijtimoiy ta’siri tavsiflangan, Buxoro

mehmonxonalarida animatsion dasturlarni tashkil etishning afzalliklari nazariy jihatdan asoslab berilgan.

Kalit soʻzlar: tadbir turizmi, animatsiya, raqobatbardoshlik, bevosita taʼsirlar, bilvosita taʼsirlar, ijtimoiy taʼsirlar

Аннотация: В этой статье обсуждаются и исследуются эмпирические и личные взгляды на событийный туризм, исследуя его с точки зрения гостей. В статье дается краткая характеристика “событиям” в туризме, анализируется их значение на конкурентном рынке гостиничного бизнеса, характеризуются его прямые, косвенные и социальные эффекты, теоретически обосновываются преимущества организации анимационных программ в гостиницах Бухары.

Ключевые слова: событийный туризм, анимация, конкурентоспособность, прямые эффекты, косвенные эффекты, социальные эффекты.

The economy of Uzbekistan is growing by leaps and bounds and there are various ever growing industries that are contributing to increasing the nation's budget. One such industry is that of event management. This industry is prospering year by year in our country. And the size of the companies varies from the rather small ones that manage small events such as birthdays and weddings, to the larger players, who organize national and international events.

Today majority of hotels of Bukhara region are functioning only with room sales, however, competition rate among destinations and hotels are increasing. That is why it is important to implement new services and facilities inside of the hotel in order to get priority in competence, to overcome seasonal activity of hotels, and employees, as well as to attract more tourists to hotels for covering expenses, raising occupancy rate, getting more revenue by sales of various services.

The term “event tourism” was not widely used at all, prior to 1987 when the New Zealand Tourist and publicity department reported: “Event tourism is an important and rapidly growing segment of international tourism. An article by Getz in 1989 developed a framework for planning “events tourism”.⁸⁴ Prior to this it was normal to speak of special events, hallmark events, mega events and specific types of events. As the 20th century closed the world celebrated with numerous special events. No doubt this gave a boost to the events sector and its tourism value. These more or less laid to rest any debate on what needed to be done, and how to do it validly, although the cooperative research center for sustainable tourism in the world continues to release impact studies and models.

Moreover, the term *event* can be used parallel with the term *animation* which is derived from Latin “anima - wind, air, soul; animatus – animation” and

⁸⁴ Donald Getz. Event tourism: Definition, evolution, and research // Tourism Management 29th edition. University of Calgary, 2008. pp. 403–428.

means enthusiasm, inspiration, stimulation of vitality, involvement in activity.⁸⁵ Animation is a kind of service, the aim is to improve the quality of service, and at the same time it is a kind of advertising, a form of re-attracting guests and their friends, aiming to promote a tourist product on the market to increase profitability and profitability of the tourist business.

Meetings, conferences, events and exhibitions are a key driver of tourism destinations across the globe. In the USA, they generate almost one trillion dollars in direct, indirect and induced spending. In Europe, the event industry continues to grow steadily. In Asia, it is booming. As a result, tourist destinations around the world are realizing that events are a vital component in attracting holidaymakers. Without them, they are at risk of losing out.

As hotels are prone to compete with each other the implementation of tourism events brings the following benefits to a hotel:

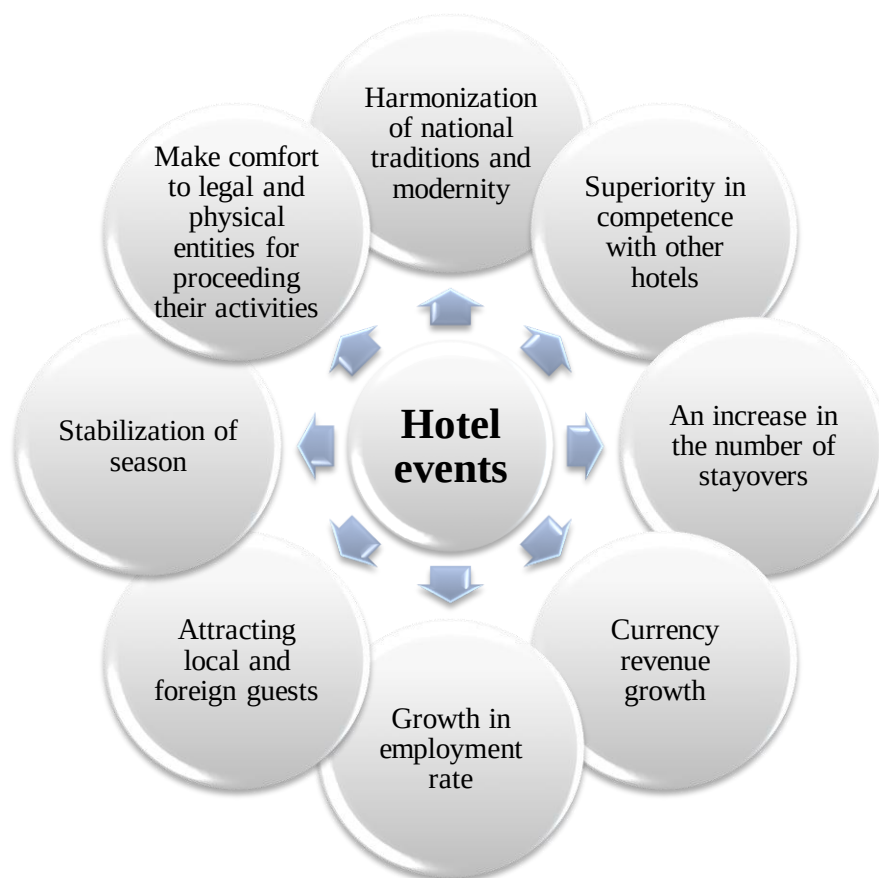


Figure 1. Hotel events' role in advancement the business

Source: compiled by author

Events in tourism development produce an incredible impact on the industry as a whole and influence a broad range of human activities: politics,

⁸⁵ Sonja Oklobdžija. The role of events in tourism development. BizInfo Journal. 2015. Volume 6, Number 2, page 83-97.

environment, socio-cultural, and other aspects. That is why, when organizing such events, you should consider the possible aftermath for each sphere of human activity as well as the potential positive impacts.

Economic impacts. Not surprisingly, as festivals and events became increasingly incorporated into urban and regional development agendas, the obvious growth in early academic interest was in management and economics, and research agendas were closely attuned to practitioners' needs. There was a pronounced orientation towards understanding the impact of events, and from early on, events came overwhelmingly to be conceived as discrete entities with an ability to uni-directionally create a series on impacts, both positive and negative, on contextual environments.

Other impacts. While there is a vast literature on the economic impact of major events, research enquiry in this area has also asked questions about destination image enhancement, national identity and pride enhancement, and longer term regeneration outcomes in the form of sporting and commercial infrastructure as well as community building and social legacies. The research evidence suggests that large scale events create both positive and negative impacts in both the short and the long term. Many studies have documented positive outcomes. A strong theme here is the enhancement of the international image of the host community, and the generation of short and long term visitor flows. With respect to the former, considerable attention has been paid to how events can re-shape a city's image. Large events have come to be seen as catalysts for urban regeneration although mixed outcomes have been reported in respect of the latter with several acknowledging negative outcomes. Examples of such negativities include the accumulation of large debts for host communities and the displacement of local residents to make way for infrastructural improvements. Some studies have pointed to positive, yet somewhat intangible and often surprising outcomes.

Direct effects such effects are translated into the amount of money, as a financial result. It should be noted that any activity that is undertaken should be financially worthwhile, because otherwise it would not be realized. In this connotation in the animation, the creator of the program should be conceived program in such a way, it could be profitable.

Indirect effects (effects of expected pleasure). As it is mentioned above, one of the objectives of the holders of the tourism offer is the satisfaction of desires, interests, preferences and needs of the visitors. Tourists need to achieve this goal, because it is the reason that visitors traveled to a facility, resort or country, because they choose its animation program, among numerous and similar programs that are offered to the tourist market. The main feature of these effects is that economically measurable, but are the result of successful organization and professionally created animation program that increases the pleasure of visitors and direct manner:

- Motivation of visitors in the selection of the tourist destination;

- Again coming to the visitors in the resort;
- Arrival of new guests;
- Extension of the tourist season;
- Better occupancy capacity and after the main season;
- Better occupancy of tourist content, changing the structure of your visitors and tourist consumption.

Social effects, as reputation of the object. Effects of animation, to a greater or lesser extent have their impact on the wider community in other words societies the state as a whole. That is the reason that satisfied visitor back again in the tourism object, place and country. State economic effects animation in tourism should be viewed from a direct aspect, that is through effects that are realized through increased taxes, tourist taxes, utility taxes and other financial instruments that are measurable.

The previous can be pointed out that the need to support not only those animation programs that are profitable, but those programs that currently do not carry the financial result, but the results are expected in the future. The need to foster an awareness of local government and the state as a whole to assist management activities of the holders of tourist offer in realization animation programs, through various forms of activities. It is known that the benefits of animation programs directly has the tourist offer, but also the resort and the state as a whole.

There is also the generic tourism strategy which includes several different events in one community.⁸⁶ *Instead of attracting big events or creating new ones, this strategy is based on already existing events, and their strengthening. It also contributes to authenticity, diversity and stronger support of community in attracting and satisfying the tourists.* Whichever the chosen strategy is, it must be carefully selected and thoroughly thought of. Inappropriate event tourism strategy can lead to numerous negative outcomes, especially regarding the economic aspect. However, even the appropriate strategy can fail if it is applied without the proper support of other factors. One of the most important ones is marketing.

Conclusion

From hosting a beautiful and elegant wedding fair to a quirky and fun disco these events can increase the footfall into hotel and reach out to the local community. The **benefits of hosting an event in the hotel** can be followings:

- 1) *It increases footfall to hotel's additional services like cafes and restaurants;*
- 2) *It gives useful pictures to use on hotel's social media.* This is valuable for hotels that want to appear different and full of character. We know it is hard to find good promotional material which is why events are the perfect way to show off their extra capabilities beyond bed and breakfast.

⁸⁶ Sonja Oklobdžija. The role of events in tourism development. BizInfo Journal. 2015. Volume 6, Number 2, page 83-97.

Moreover, they can also promote events online using event tools and digital promotion tools.

- 3) *Reach out to the business community.* Hosting an event that requires them to talk to other business can help their hotel find useful contacts and information. This will really help them with future events and endeavors they want to pursue. For example, hosting a wedding fair can lead to having a brilliant new relationship with a talented local photographer.
- 4) *It brings in people to hotel that wouldn't usually book a room.* Hosting an event can give people a flavor of staying at hotel and what location is like. If the event goes well they may book in the future and boost hotel's revenue.
- 5) *Increasing bookings.* If hotel hosts a niche and engaging event people will travel to enjoy event and hopefully stay in the hotel overnight. This increases booking and fills up empty capacity in off-peak seasons.

These are just some of the benefits to events for the hotels of Bukhara, as they are an important aspect of event management in a hotel. When looking at hotel strategy it's important to look at the wider picture and grasp PR opportunities like events with both hands.

O‘roqov Firdavs Ortiqniyoz o‘g‘li – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti assistenti

ZAMONAVIY IQTISODIYOT SHAROITIDA INVESTITSION JOZIBADORLIKNI OSHIRISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada Investitsiya siyosati davlat iqtisodiy siyosatining tarkibiy qismi sifatida belgilangan strategik maqsadlarga erishish hamda iqtisodiy siyosatning qisqa muddatli va uzoq istiqbol uchun belgilangan vazifalarini bajarishga xizmat qilishi, investitsiya oqimini ko‘paytirish uchun investitsion jozibadorlikni oshirish zarurligi xususida so‘z boradi.

Kalit so‘zlar: milliy iqtisodiyot, investitsiya faoliyati, investitsiya siyosati, investitsion jozibadorlik, ustuvor yo‘nalishlar, ijtimoiy sohalar, yalpi ichki mahsulot.

Abstract: This article talks about the fact that the Investment Policy as a component of the state economic policy serves to achieve the strategic goals and fulfill the short-term and long-term goals of the economic policy, as well as the need to increase investment attractiveness in order to increase the investment flow.

Key words: national economy, investment activity, investment policy, investment attractiveness, priorities, social spheres, gross domestic product.

Аннотация: В данной статье говорится о том, что инвестиционная политика как составная часть государственной экономической политики служит достижению стратегических целей и выполнению краткосрочных и долгосрочных целей экономической политики, а также о необходимости увеличения инвестиций. привлекательность для увеличения инвестиционного потока.

Ключевые слова: национальная экономика, инвестиционная деятельность, инвестиционная политика, инвестиционная привлекательность, приоритеты, социальные сферы, валовой внутренний продукт.

Iqtisodiyotga investitsiyalarni jalb etishni rivojlantirish faol investitsiya siyosati orqali amalga oshiriladi. Investitsiya siyosati davlat iqtisodiy siyosatining tarkibiy qismi sifatida belgilangan strategik maqsadlarga erishish hamda iqtisodiy siyosatning qisqa muddatli va uzoq istiqbol uchun belgilangan vazifalarini bajarishga xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan u ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, iqtisodiyotni yuksaltirish va ijtimoiy muammolarni hal etish maqsadida iqtisodiy faoliyat sub'ektlari uchun qulay xo'jalik yuritish sharoitlarini yaratish orqali mamlakatda investitsiya faoliyatini rivojlantirishga qaratilgan maqsadli tadbirlar majmuini ifoda etadi. Uning asosiy maqsadi milliy iqtisodiyotni rivojlantirishga yo'naltirilgan investitsiya faoliyatini yanada rivojlantirish va jamiyat ishlab chiqarishi samaradorligini oshirishdan iborat.

Investitsiya faoliyati yuridik va jismoniy shaxslarning tadbirkorlik faoliyatiga sarmoya kiritishiga asoslanadi. Tadbirkorlik faoliyatiga kiritilgan sarmoya qo'shimcha qiymat va iqtisodiy o'sishni hosil qiladi. Shu jihatdan, faol investitsiya siyosatini izchil davom ettirish orqali investitsiya faoliyatini rivojlantirish muhim masala hisoblanadi.

Bugungi kunda O'zbekistonda investitsion faoliyatni ta'minlashning zarur shart-sharoitlari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- mamlakatimizdagi investitsiya muhiti va imkoniyatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni xalqaro maydonda keng targ'ib etish;
- mamlakatimizdagi bozor axboroti xizmatini rivojlantirish, marketing xizmati faoliyatini va tashqi iqtisodiy qonunchilikni faollashtirish;
- yirik xorijiy banklarning filiallarini, xalqaro kompaniya va korporatsiyalar vakolatxonalarini ochish uchun yetarli sharoitlar yaratish;
- infratuzilma sohasidagi (yo'llar, transport, aloqa) qo'shma investitsiyalarni amalga oshirishni faollashtirish;
- xorijiy mamlakatlar bilan hamkorlik strategiyasini, ayniqsa dengiz yo'llariga chiqib olish va shu orqali eksport-import yuk tashuvlarini amalga oshirishga yo'naltirilgan, o'zaro foydali kooperatsiya aloqalarini yo'lga qo'yish va boshqalar⁸⁷.

⁸⁷<https://invest.gov.uz/uz/news/opredeleny-zadachi-po-uskorennoj-realizatsii-investitsionnyh-proektov-na-2019-tyj-god/>. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев раислигида 2019 йил 8

Sohada faoliyat olib borayotgan nazariyotchi va amaliyotchi mutaxassislarning ta’kidlashicha, ayni paytdagi mavjud muxit quyidagi xulosalarga kelish imkonini beradi:

- investitsiyalarni moliyalash manbalari tarkibida markazlashmagan investitsiyalar, ya’ni korxonalar, aholi, banklar hamda to’g’ridan-to’g’ri chet el investitsiyalarining oshib borishi, mamlakatimizda olib borilayotgan investitsiya siyosatining samaradorligini hamda investitsiyalash strategiyasi to’g’ri tanlanganligini ko’rsatadi;

- korxonalarning asosiy kapitalga yo’naltirilayotgan investitsiyalarining oshib borish tendensiyasi, ular iqtisodiyoti mustahkamlanib, rivojlanishi barqarorlashganligidan dalolat beradi;

- aholining asosiy kapitalga kiritayotgan investitsiya mablag’larining ko’payishi, ular daromadi hamda jamg’armalarining muttasil o’sib borayotgani hamda aholining turmush sifati oshayotganligini ko’rsatadi⁸⁸.

«Bugun biz shiddat bilan o’zgarib borayotgan zamonda yashamoqdamiz. Dunyo miqyosida manfaatlar kurashi, raqobat tobora avj olib, xalqaro vaziyat keskinlashib bormoqda»⁸⁹. Bu esa O’zbekistonning xalqaro hamjamiyatda o’z o’rniga ega bo’lishi va uni yanada yuksaltirib borishi oson bo’lmastligini, bunga, albatta, vaqt, aniq maqsadli o’rta va uzoq muddatli islohotlar hamda investitsiyalar talab etiladi.

«Hozirgi islohotlar iqtisodiyot, moliya hamda ijtimoiy siyosatning deyarli barcha sohalarini qamrab oladi, islohotlar esa siyosat choralari o’zgarishi, buni amalga oshirish bo’yicha salohiyatni kuchaytirishni o’z ichiga oladi»⁹⁰. Islohotlarni amalga oshirish bilan bog’liq bo’lgan salohiyatni kuchaytirish milliy iqtisodiyotga investitsiyalarni faol jalb etish hamda ularni samarali o’zlashtirishga asoslanadi. Bu esa iqtisodiyotimizga yo’naltirilayotgan har so’mma investitsiya islohotlar samarasi uchun muhim asos bo’lib xizmat qilishini bildiradi.

Shu kunga qadar amalga oshirilgan islohotlarda iqtisodiyotda tarkibiy o’zgarishlar, ustuvor tarmoqlarni rivojlantirish, ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan qayta qurollantirish masalalari yetakchi ustuvorlik kasb etib keldi. Bunda xorijiy investitsiyalarni jalb etishga alohida e’tibor qaratildi.

Zero, har qanday davlatning iqtisodiy rivojlanishida iqtisodiyotning bir tomonlama xom-ashyoviy yo’nalishga tayanilishiga qat’iy barham berish,

январь куні жорій йилгі инвестиция лойиҳаларини амалга оширишни жадаллаштириш масалаларига бағишланган видеоселектор.

⁸⁸<http://www.biznes-daily.uz/ru/birjaexpert/60051--iqtisodiyotning-takchi-tarmoqlarida-xorijiy-investitsiyalarning-rol>

⁸⁹Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // <http://uza.uz/oz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliyasy-28-12-2018>.

⁹⁰Халқаро валюта жамғармаси Ўзбекистонда нон ва энергия ташувчилар нархининг ошишига муносабат билдирди. // <https://kun.uz/news/2018/11/21>.

mustaqil milliy iqtisodiyotni yaratish va uni rivojlantirishga qaratilgan faol investitsiya siyosa tini olib borish, xorijiy investitsiyalarni samarali jalb qilishga kuchli ehtiyoj tug‘iladi⁹¹.

Biroq, avvalgi yillardagidan farqli o‘laroq, 2019 yil – Faol investitsiyalar va ijtimoiy rivojlanish yilida mamlakatimiz taraqqiyotining bugungi bosqichida amalga oshirilayotgan islohotlar bevosita faol investitsiyalar va ijtimoiy rivojlanish uzviyligida ta’minlanishiga asosiy urg‘u berilmoqda. Binobarin, Prezidentimiz ta’kidlaganlaridek, – Biz faqat investitsiyalarni faol jalb qilish, yangi ishlab chiqarish quvvatlarini ishga tushirish hisobidan iqtisodiyotimizni jadal rivojlantirishga erishamiz. Iqtisodiyotdagi ijobiy natijalar esa ijtimoiy sohada to‘planib qolgan muammolarni tizimli hal etish.

T.I.Yahyoyev – SamISI o‘qituvchisi

ҚУРИЛИШ КОРХОНАЛАРИ МОЛИЯВИЙ ҲОЛАТИНИ РЕЙТИНГ БАҲОЛАШ МЕХАНИЗМЛАРИ

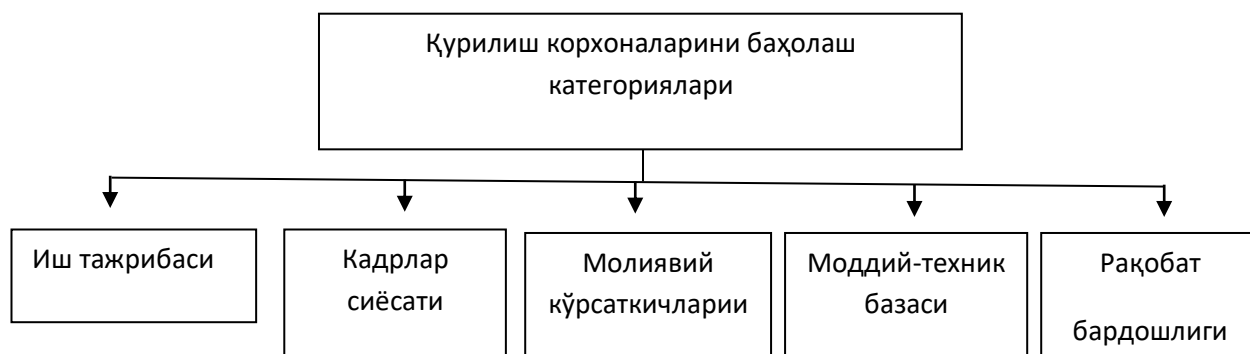
Аннотация: Ушбу мақола қурилиш корхоналарининг рейтинг баҳолаш механизмлари, қурилиш корхоналари таснифланиши, унинг фаолият жараёнларининг алоҳида хусусиятлари ҳамда қурилиш корхоналарининг иқтисодий таҳлилнинг объекти сифатидаги алоҳида хусусиятлари тўғрисида.

Калит сўзлар: Қурилиш корхоналари, рейтинг баҳолаш, таҳлил, қурилиш соҳаси, иқтисодий таҳлилнинг объекти, қурилиш корхоналарида иқтисодий таҳлилнинг мақсади, давлат, акциядорлик, ширкат, хусусий, қўшма ва бошқа пудрат қурилишмонтаж ташкилотлари.

Бугунги кунда мамлакатимизда қурилиш корхоналари рейтинги Қурилиш вазирлиги томонидан ишлаб чиқилган қуйидаги категориялар бўйича reyting.mc.uz сайти орқали баҳоланиб келинмоқда. Бу категориялар қурилиш корхоналарининг мамлакатимизда ўрни, бошқа қурилиш корхоналари билан рақобатлаша олиш даражаси, тендерларда катнашиш жараёнида ғолибликга эришиш имкониятлари ҳамда қайси даражадаги қурилиш объектларини қуришга давогарлик қилишигача ўз имкониятларини белгилаб беради.

⁴Халқаро валюта жамғармаси Ўзбекистонда нон ва энергия ташувчилар нархининг ошишига муносабат билдирди. // <https://kun.uz/news/2018/11/21>.

⁵Б.С. Маматов, Д.Ю. Хужамкулов, О.Ш. Нурбеков. Инвестицияларни ташкил этиш ва молиялаштириш. Дарслик. – Т.: «Иқтисод-Молия», 2014. 80-б. (608-б.)



1-расм. Қурилиш корхоналарини баҳолаш категориялари

Қурилиш корхоналари ушбу категориялар бўйича баҳоланиши натижасида тўртта гуруҳга ажратилади.

1-жадвал

Ишончлилик тоифаси	Рейтинг баҳоси	Ишончлилик даражаси	% дан	% гача
A	AAA	1-юқори даража	85	100
	AA	2-юқори даража	75	85
	A	3-юқори даража	65	75
B	BBB	1-ўрта даража	55	65
	BB	2-ўрта даража	40	55
	B	3-ўрта даража	35	40
C	CCC	1-қоникарли даража	30	35
	CC	2-қоникарли даража	25	30
	C	3-қоникарли даража	20	25
D	DDD	1-қуйи даража	7	20
	DD	2-қуйи даража	5	7
	D	3-қуйи даража	0	5

Эндиликда қурилиш корхоналари ўзининг даражаларини ўзгаришини ушбу категориялар орқали яратилган сайт бўйича кузатиб боришлари ҳамда ўз фаолиятини яхшилаш йўллари бўйича бошқарув қарорларини қабул қилишлари мумкин.

Юқорида келтирилган категорияларга аҳамият қаратиладиган бўлса бешта категориядан учтасини яни молиявий кўрсаткичлар, моддий-техник база ҳамда рақобатбардошлик категорияларини молиявий ҳолат таҳлилисиз амалга ошириш мумкин эмас.

Корхоналарда молиявий ҳолат бу бошқарув тизими, инвестициялар ҳамда бутун мамлакат даражасида ҳам ўта муҳимдир. Шу боисдан молиявий ҳолат таҳлилини узлуксиз амалга ошириб бориш муҳим заруриятдир. Молиявий ҳолат таҳлиliga кўплаб хорижий ҳамда мамлакатимиз олимлари ўз таърифларини ишлаб чиқган. Масалан, М.И. Баканов молиявий ҳолат таҳлиliga қуйидагича таъриф берган “Молиявий ҳолат таҳлиli деганда молиявий ресурсларнинг турлари бўйича мавжудлигини, рақобатбардошлигини, давлат ва бошқа хўжалик субъектлари олдидаги мажбуриятларини бажариш қобилиятини ифодаловчи кўрсаткичлар каби муҳим жиҳатлар мажмуаси тушунилади”. Юқоридаги таърифдагидек молиявий ҳолат таҳлилини фақатгина кўрсаткичлар ёки кўрсаткичлар тизими деб қарасак “Молиявий ҳолат таҳлиli” терминини тўлиқ қамраб ололмаган ҳисобланамиз. Буни қуйида мамлакатимиз ҳамда хорижий олимлар томонидан корхонанинг молиявий ҳолатига берилган таърифларда ҳам кўришимиз мумкин. Шундай таърифлардан бири Пардаев М.Қ. томонидан берилган таърифдир. Унга кўра молиявий ҳолатга қуйидагича таъриф берилган “Молиявий ҳолат - корхона молиялаштиришга қодирлик даражаси⁹²”. Бундан ташқари Л.И. Донсова, Н.А.Никифоловалар молиявий ҳолатга “Молиявий ҳолат – корхона активлари ва капиталининг таркибий элементларини баланслиги шунунгдек улардан самарали фойдаланиш даражасини характерловчи ифода ҳисобланади⁹³” деб таъриф берган.

Юқорида бериб ўтилган таърифлар албатта корхонанинг молиявий ҳолатини ҳамда корхоналарда молиявий ҳолат таҳлилини маълум даражада ёритиб берган. Ушбу таърифлардан келиб чиқган ҳолда қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат ҳамда молиявий ҳолат таҳлиliga ўз таърифимизни ишлаб чиқдик.

Қурилиш корхоналарининг молиявий ҳолати корхонанинг активлари ҳамда унинг ташкил топиш манбаларининг ҳолат ҳамда ҳаракат билан бир қаторда корхонанинг тўловга қодирлиги, молиявий барқарорлиги, даромадлилиги, натижавийлиги ва албатта рентабеллигидир.

Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлиli корхонанинг айти пайтдаги молиявий ҳолатини маълум белгиланган таҳлилий кўрсаткичлар асосида ўрганиш, молиявий ҳолатни ифодаловчи кўрсаткичларни динамик ҳамда таркибий ўзгаришни баҳолаш, фаолият давомида эришилган натижаларга омиллар таъсирини аниқлаш ва корхонада мавжуд фойдаланилмаётган имкониятларни топиш билан шуғулланувчи соҳа ҳисобланади⁹⁴.

⁹²Paradaev M.Q. Iqtisodiy tahlil nazariyasi.Samarqand.: Zarafshon, 2005 yil, 183-bet.

⁹³L.I.Donsova, N.I. Nikiforova., “Анализ финансовой отчетности”, М: Дело и сервис, стр-6.

⁹⁴Муаллиф томонидан берилган.

Берилган таърифларнинг алоҳида хусусияти ушбу тарифларда таҳлил жараёнини барча босқичлари қамрови мавжуддир.

Барча корхоналар ўз фаолияти унинг натижалари бўйича маълум ахборотларга эга бўлишни, инвесторлар эса инвестиция киритиладиган объект тўғрисида аниқ ва ишончли ахборот олишга шу билан бирга ушбу ахборотларни ўқиш, объектни ҳозирги ҳолатини баҳолаш, риск даражасини тўғри аниқлашга интилади. Корхоналарда ўз фаолияти қай даражада олиб борилаётганлиги, кейинги даврларда корхонани янада ривожлантириш, ўзида мавжуд қўшимча имкониятларни аниқлаш ҳамда самарали бошқарув қарорларни қабул қилиш учун умумий фаолият давомида давомий зарурат мавжуд бўлади. Аммо бошқарув аппарати олдида йиғилган ахборотларни ўқий олиш, “рақамларни гапиртириш” каби долзарб муаммолар вужудга келади. Корхона фаолият натижаларини ўзида мужассамлаштирган рақамларни таҳлилсиз “гапиртириш”, уларни етарли даражада “ўқиш” мумкин эмас. Шундан келиб чиқиб айтишимиз мумкинки қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлили корхонанинг айни пайтдаги молиявий ҳолатини динамик ҳамда таркибий ўзгаришларни, фаолият давомидаги омиллар таъсирини ҳамда мавжуд фойдаланилмаётган имкониятларни аниқлаш дастаги ҳисобланади.

Юқорида келтирилган фикрлардан келиб чиқиб қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлилини амалга оширишдан мақсад белгилаб олинади. Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлилини амалга оширишдан мақсад қурилиш корхоналарининг айни вақтдаги молиявий ҳолатини ҳамда молиявий ҳолатни ифодаловчи кўрсаткичларни динамик ўрганиш, ушбу таҳлил натижасида корхонанинг молиявий ҳолатини келгуси даражасини прагнозлаш ва корхоналарда молиявий ҳолатни яхшилашчи мавжуд лекин фойдаланилмаётган имкониятларни аниқлаш ва уларни амалиётга жорий қилиш бўйича таклифлар яратиш бўлиб ҳисобланади.

Келтирилган мақсадга мувофиқ қурилиш корхоналарининг молиявий ҳолати таҳлили олдида қуйидаги вазифалар қўйилади:

- қурилиш корхоналарининг молиявий ҳолатини баҳоловчи кўрсаткичларни халқаро стандартларга мослаштириш,
- қурилиш корхоналарининг молиявий ҳамда иқтисодий салоҳиятини баҳолаш,
- корхонанинг активлари ҳамда унинг ташкил топиш манбаларининг ҳолатини баҳолаш,
- корхонанинг активлари ҳамда унинг ташкил топиш манбаларининг ҳаракатини таҳлил қилиш,
- корхонанинг активлари ҳамда унинг ташкил топиш манбаларининг самарадорлигини аниқлаш,
- корхонанинг рентабиллиги, даромадлилиги ҳамда натижавийлигини ўрганиш,

- қурилиш корхоналарининг активлар билан таъминланганлигини баҳолаш,
- қурилиш корхоналарининг тўловга қодирлигини ҳамда молиявий барқарорлигини аниқлаш,
- самарасиз активлар ҳаракатини аниқлаш ҳамда уларни рентабелликга чиқариш,
- корхонанинг инвестиция самарадорлигини баҳолаш,
- корхонада мавжуд аммо фойдаланилмаётган имкониятларни аниқлаш ҳамда уларни амалиётга жорий қилиш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш.

Демак қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлили корхонанинг тўлиқ молиявий ҳолатига “ташхис қўювчи” ҳамда аниқланган камчиликларни “даволаш йўллари” ишлаб чиқувчи соҳа ҳисобланади

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasini qurilish tarmog'ini modernizatsiya qilish, jadal va innovatsion rivojlantirishning 2021-2025 yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risidagi” PF-6119 sonli farmoni – 28.11.2020.
2. Экономика строительства: Учебник / под общей ред. И.С.Степанова.- 3-е изд., доп. и перераб. - М.: Юрайт-Издат, 2004..
3. Pardaev M.Q. Iqtisodiy tahlil nazariyasi.Samarqand.: Zarafshon, 2005 yil, 183-bet.
4. L.I.Donsova, N.I. Nikiforova., “Анализ финансовой отчетности”, М: Дело и сервис, стр-6.
5. Аренс Э.А., ДЖ.К. Лоббек. Аудит. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001.

Т.И.Ҳаёйев – СамИСи о'қитувчиси

ҚУРИЛИШ КОРХОНАЛАРИ МОЛИЯВИЙ ҲОЛАТ ТАҲЛИЛИНИ БОШҚАРУВДАГИ АҲАМИЯТИ

Аннотация: Ушбу мақола қурилиш корхоналарининг бошқарув механизмлари, таҳлилнинг бошқарувдаги аҳамияти, қурилиш корхоналари таснифланиши, унинг фаолият жараёнларининг алоҳида хусусиятлари ҳамда қурилиш корхоналарининг иқтисодий таҳлилнинг объекти сифатидаги алоҳида хусусиятлари тўғрисида.

Калит сўзлар: Қурилиш корхоналари, бошқарув механизмлари, рейтинг баҳолаш, таҳлил, қурилиш соҳаси, иқтисодий таҳлилнинг объекти, қурилиш корхоналарида иқтисодий таҳлилнинг мақсади, давлат, акциядорлик, ширкат, хусусий, қўшма ва бошқа пудрат қурилишмонтаж ташкилотлари.

Қайси бир корхонани олиб қарамайлик унинг фаолият самарадорлиги корхонада мавжуд бошқарув тизими ҳамда улар томонидан қабул қилинаётган қарорларга бевосита болиқдир.

Бозор муносабатлари ёки бозор маҳсулотларига истеъмолчиларнинг хоҳиш-истаклари ўзгара бошлаши билан бошқарувда қўплаб усуллар бир-бирига қўшилиб, бир-бирини баъзида инкор қилади, баъзида қўллаб-қувватлайди. Бундай вазиятларда қўшимча усулларни қўллаш ҳам талаб қилинади.

Бошқарув бу –ўзига хос юксак санъат ва маҳоратни талаб қилувчи танлов, шу танлов асосида қарор қабул қилиш ва унинг бажарилишини назорат қилишдир⁹⁵. Ҳар бир корхона ўз фаолиятини амалга оширишда малум бошқарув усулларида фойдаланади. Барча раҳбарлар ходимларини бошқариш ва уларни рағбатлантириш мақсадида бошқаришнинг иқтисодий усулидан фойдаланишлари керак. Лекин бази раҳбарлар индивидуал рағбатлантиришга, бошқа бир раҳбарлар эса жамоани рағбатлантиришга кўпроқ маблағ ажратишга ҳаракат қилишади. Ҳар бир раҳбар ўз тажрибаси, билими ҳамда узоқни кўра билиш қобилиятига кўра бошқарув тизимини юритади. Бугунги кунда бошқарув тизимларининг энг мақбули бу стратегик бошқарувдир. Стратегик бошқарув – бу фирма мақсадларига эришиш учун узоқ муддатли стратегияни ишлаб чиқишни таъминлаш ва режалар тизими орқали бу стратегияни амалга оширишнинг бошқарув механизмларини яратишдир⁹⁶.

Таъкидланган мулоҳазалардан келиб чиқиб, бошқарувнинг мукамаллигини таъминлашда ҳозирги вақтда асосан қуйидаги бошқарув усуллари оммавий ҳолда, анъанавий тарзда қўлланилади:

1. Тўғридан-тўғри директиваларга асосланган ташкилий маъмурий усуллар;
2. Иқтисодий меъёрлаштиришга асосланган иқтисодий усуллар;
3. Ходимларнинг ижтимоий фаоллигини ошириш мақсадида қўлланиладиган ижтимоий – психологик усуллар⁹⁷.

Фақат таҳлил ва синтезни қўшиб олиб борилгандагина ҳодиса ва жараёнларни диалектик алоқадорликда илмий ўрганилишини таъминлаш мумкин. Аслини олганда стратегик бошқарувнинг асосини таҳлил ва қарор қабул қилиш эгаллайди. Стратегик бошқарувнинг мазмуни қуйидагилардан иборат: фирма йўналиш ва асосий мақсадларини белгилаб олиш, фирма ташқи муҳитини таҳлил қилиш, ундаги ички вазиятни таҳлил қилиш, ўрта бўғинларда стратегияни танлаш ва ишлаб чиқиш, диверсификацияланган фирманинг портфелини таҳлил қилиш, унинг

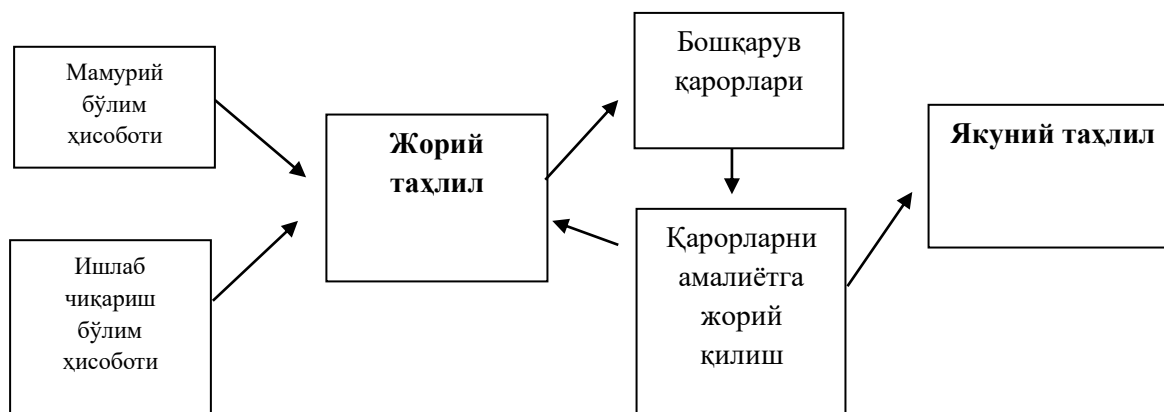
⁹⁵ М.Шарифхўжаев., Ё.Абдуллаев.Дарслик.Тошкент. “Ўқитувчи” 2001.5 бет.

⁹⁶ Б.Каттакишиев, Н.Саидахмедова. Д.Казакова.И.Файзиева. Иқтисодиёт ва менежмент фанидан практикum. Тошкент-2019.154 бет.

⁹⁷ Пардаева О.М Хизмат кўрсатиш соҳасида оилавий тадбиркорликни ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш йўллари. Иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Самарканд, 2020 й, 44-бет.

ташкилий тузилмасини лойиҳалаш, интеграция даражасини ва бошқарув тизимини танлаш, стратегияни, тузилмани ҳамда бошқарувни такомиллаштириш⁹⁸.

Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлили бошқарув тизимида муҳим аҳамиятга эгадир. Буни қуйидаги кўришимиз мумкин



1-расм. Корхона бошқарувида таҳлилнинг аҳамияти⁹⁹.

Корхонада стратегик бошқарув тизимининг асоси бу таҳлилга боғлиқдир. Чунки ушбу таҳлил натижалари орқалигина бошқарув қарорларини қабул қилиши мумкин. Бошқарув қарорларини қабул қилишга асос бу ахборот ва улар асосида олиб бориладиган таҳлил натижасидир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasini qurilish tarmog'ini modernizastiya qilish, jadal va innovastion rivojlantirishning 2021-2025 yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risidagi” PF-6119 sonli farmoni – 28.11.2020.

2. Экономика строительства: Учебник / под общей ред. И.С.Степанова.- 3-е изд., доп. и перераб. - М.: Юрайт-Издат, 2004..

3. Pardaev M.Q. Iqtisodiy tahlil nazariyasi.Samarqand.: Zarafshon, 2005 yil, 183-bet.

4. L.I.Donsova, N.I. Nikiforova., “Анализ финансовой отчетности”, М: Дело и сервис, стр-6.

5. Аренс Э.А., ДЖ.К. Лоббек. Аудит. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001.

6. Б.Каттакишиев, Н.Саидахмедова. Д.Казакова.И.Файзиева. Иқтисодиёт ва менежмент фанидан практикум. Тошкент-2019.154 бет.

7. Пардаева О.М. Хизмат кўрсатиш соҳасида оилавий тадбиркорликни ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш йўллари. Иқтисод фанлари

⁹⁸ Б.Каттакишиев, Н.Саидахмедова. Д.Казакова.И.Файзиева. Иқтисодиёт ва менежмент фанидан практикум. Тошкент-2019.155 бет.

⁹⁹ Муаллиф ишланмаси.

бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Самарканд, 2020 й, 44-бет.

F.O.O‘roqov – SamISI Iqtisodiy tahlil va statistika kafedrası assistenti

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA SOG‘LIQNI SAQLASH TIZIMINI MOLIYALASHTIRISH DASTURLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada yurtimizda so‘nggi yillarda sog‘liqni saqlash tizimini moliyalashtirish sohasida bo‘layotgan o‘zgarishlar, ularni mamlakatimiz iqtisodiyoti uchun qay darajada ahamiyatli ekanligi, shuningdek, aholi turmush darajasi va farovonligini oshirishdagi o‘rni to‘g‘risida so‘z boradi. Shuningdek, sog‘liqni saqlash tizimini moliyalashtirish dasturlari mazmuni batafsil ochib berilgan.

Kalit so‘zlar: moliyalashtirish strategiyasi, davlat budjeti, tibbiy yordam hajmi, tibbiy xizmatlar sifati, litsenziya, tibbiy xizmatlar samaradorligi, moliyalashtirish tizimi, tibbiy texnika jihozlari, tibbiyot muassasalari.

Аннотация: В данной статье рассказывается об изменениях, происходящих в сфере финансирования системы здравоохранения в нашей стране в последние годы, о том, насколько они важны для экономики нашей страны, а также об их роли в повышении уровня жизни и благосостояния населения. - состав населения. Также подробно раскрыто содержание программ финансирования системы здравоохранения.

Ключевые слова: стратегия финансирования, государственный бюджет, объем медицинской помощи, качество медицинских услуг, лицензия, эффективность медицинских услуг, система финансирования, медицинское оборудование, медицинские учреждения.

Abstract: This article talks about the changes that have been taking place in the field of financing the healthcare system in our country in recent years, how important they are for the economy of our country, as well as their role in improving the standard of living and well-being of the population. . Also, the contents of health system financing programs are revealed in detail.

Keywords: financing strategy, state budget, volume of medical assistance, quality of medical services, license, efficiency of medical services, financing system, medical equipment, medical institutions.

O‘zbekiston Respublikasi Sog‘liqni saqlash vazirligi Adliya vazirligi bilan birgalikda 2021 yil 1 fevralga qadar hamshiralik ishi faoliyatini tashkil etish

bilan bog‘liq tartib-taomillarni nazarda tutuvchi Hukumat qarori loyihasini Vazirlar Mahkamasiga kiritadi.

Shunday tartib o‘rnatiladiki, unga ko‘ra 2021 yil 1 yanvardan:

- O‘zbekiston Respublikasining soliq rezidentlari bo‘lgan jismoniy shaxslarga o‘zining va yaqin qarindoshlarining (turmush o‘rtog‘i, voyaga yetmagan farzandlari va pensiyadagi ota-onasi) respublika hududidagi tibbiyot tashkilotlarida tibbiy yordam olish bilan bog‘liq bo‘lgan haqiqatda amalga oshirilgan va hujjatlar (onlayn nazorat-kassa mashina QR-kodli cheklari va boshqalar) bilan tasdiqlangan xarajatlarini daromad solig‘i bazasidan chegirib tashlash huquqi beriladi;
- soliq to‘lovchilarning ish haqi va boshqa daromadlarining ixtiyoriy tibbiy sug‘urta shartnomasi bo‘yicha sug‘urta mukofotlarini to‘lash uchun yo‘naltiriladigan, lekin soliq davri davomida 5 mln. so‘mdan oshmagan qismiga soliq solinmaydi. Bunda, sug‘urta shartnomasi muddatidan oldin bekor qilinganda va sug‘urta badali (uning bir qismi) sug‘urta qildiruvchiga yoki sug‘urtalangan shaxsga qaytarilganda, qaytariladigan sug‘urta badali sug‘urta tashkiloti tomonidan soliqqa tortiladi.

Ijro etuvchi apparati boshqaruv xodimlarining cheklangan soni 46 birlikdan iborat Davlat tibbiy sug‘urtasi jamg‘armasi davlat muassasasi shaklida tashkil etiladi.

Quyidagilar Jamg‘armaning asosiy vazifalari etib belgilanadi:

- davlat tibbiy sug‘urtasi tizimini joriy etish, boshqarish hamda ushbu sohada yagona davlat siyosatini amalga oshirishda idoralararo hamkorlikni ta‘minlash;
- 2021 yil 1 iyuldan 2022 yil yakunigacha bo‘lgan muddatda Sirdaryo viloyatida davlat tibbiy sug‘urtasi tizimini joriy etish tajriba-sinov loyihasini amalga oshirish;
- aholining barcha qatlamlarini sifatli va zarur tibbiy yordam bilan ta‘minlash maqsadida davlat tomonidan kafolatlangan tibbiy yordam hajmiga kiritilgan tibbiy xizmatlar strategik xaridi tizimini joriy etish;
- tajriba-sinov loyihasi doirasida aholining barcha qatlamlariga davlat tomonidan kafolatlangan hajmlarda sifatli va to‘liq tibbiy yordam ko‘rsatilishini moliyalashtirish;
- tajriba-sinov loyihasi doirasida O‘zbekiston Respublikasi Davlat byudjetidan tibbiy yordamning kafolatlangan hajmlarini qoplash maqsadida ajratiladigan mablag‘larni jamlash, boshqarish, ularning maqsadli va samarali sarflanishini tashkil etish;

- davlat tibbiy sug‘urtasining yagona axborot tizimi, ma’lumotlar bazasi va boshqa axborot resurslarini boshqarish, ularning lozim darajada ishlashini ta’minlash;
- tajriba-sinov loyihasining natijalariga ko‘ra, davlat tibbiy sug‘urtasi tizimini respublikaning boshqa hududlarida bosqichma-bosqich joriy etish bo‘yicha zarur chora-tadbirlarni amalga oshirish.

Jamg‘armaning ijro etuvchi apparati xodimlariga davlat boshqaruvi organlari xodimlari uchun belgilangan mehnatga haq to‘lash shartlari tatbiq etiladi hamda ularning lavozim maoshlarini Yagona tarif setkasi bo‘yicha mehnatga haq to‘lashning tasdiqlangan razryadlariga asosan belgilashda tarif koeffitsiyenti 1,6 baravarga oshirilgan holda qo‘llaniladi.

O‘zbekiston Respublikasi Sog‘liqni saqlash vazirligi va Moliya vazirligining O‘zbekiston Respublikasi Davlat byudjeti mablag‘lari hisobiga Jamg‘arma ijro etuvchi apparati mehnatga haq to‘lash jamg‘armasining 25 foizi miqdorida Davlat tibbiy sug‘urtasi jamg‘armasi xodimlarini rag‘batlantirish jamg‘armasini tashkil etish to‘g‘risidagi taklifga rozilik beriladi.

O‘zbekiston Respublikasi Sog‘liqni saqlash vazirligi:

a) bir hafta muddatda Vazirlar Mahkamasiga:

- davlat tibbiy sug‘urtasi tizimini joriy etishga oid tashkiliy chora-tadbirlarni nazarda tutuvchi Hukumat qarori loyihasini;
- “Elektron sog‘liqni saqlash” tizimini, shu jumladan davlat tibbiy sug‘urtasining yagona axborot tizimi, ma’lumotlar bazasi va boshqa axborot resurslarini joriy etish bo‘yicha amaliy takliflarni kiritadi;

b) Moliya vazirligi, Adliya vazirligi, Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi, bilan birgalikda ikki oy muddatda davlat va xususiy tibbiyot tashkilotlarida O‘zbekiston Respublikasi Davlat byudjeti mablag‘lari hisobiga tibbiy yordam ko‘rsatish tartibi va ma’muriy reglamentini Vazirlar Mahkamasiga kiritadi;

v) Innovatsion rivojlanish vazirligi hamda boshqa manfaatdor vazirlik va idoralar bilan birgalikda ikki oy muddatda ko‘z shoh pardasini konservatsiyalash va transplantatsiya qilishning vaqtinchalik tartibini Vazirlar Mahkamasiga kiritadi, unda quyidagilar nazarda tutiladi:

- bemorlarga ko‘z shoh pardasini konservatsiyalash va transplantatsiya qilish bo‘yicha tibbiy yordam ko‘rsatish faoliyatini amalga oshiruvchi davlat va xususiy tibbiyot tashkilotlari uchun qo‘yiladigan talablar;
- ko‘z shoh pardasini transplantatsiya qilishni faqatgina donor tomonidan uning tirikligida beriladigan roziligi asosida hamda ushbu sohaga oid xalqaro standartlar va talablarga rioya qilgan holda amalga oshirish;

g) manfaatdor vazirlik va idoralar bilan birgalikda ikki oy muddatda:

- davlat sog‘liqni saqlash tizimi muassasalarida axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga oid mavjud texnika va jihozlar xatlovini o‘tkazish va shakllangan ehtiyojni qoplash to‘g‘risida;
- davlat sog‘liqni saqlash tizimi muassasalaridagi mavjud tibbiy texnika va jihozlarni xatlovdan o‘tkazish va pasportlashtirish, shuningdek, tibbiy texnika va jihozlarning texnik holati va kadrlar ta‘minotini, ulardan foydalanish samaradorligini, ayrim tibbiy texnika va jihozlar bo‘yicha haqiqiy ehtiyojni tahlil qilish tizimini yaratish to‘g‘risida;
- qonun hujjatlariga mazkur qarordan kelib chiqadigan o‘zgartirish va qo‘shimchalar to‘g‘risida Vazirlar Mahkamasiga takliflar kiritadi.

Har bir xizmat guruhi o‘ziga xos xususiyatlarga ega¹⁰⁰. Xulosa sifatida shuni aytishimiz mumkinki, hozirgi kunda sog‘liqni saqlash tizimini moliyalashtirish muhim ahamiyatga ega. Jumladan, bundan ko‘zlangan asosiy maqsadlar esa quyidagilar¹⁰¹:

- aholiga, shu jumladan, davlat tomonidan kafolatlangan hajmlarda to‘liq va o‘z vaqtida tibbiy xizmatlar ko‘rsatishni ta‘minlashda Sog‘liqni saqlash vazirligining organlari va tashkilotlari roli va mas‘uliyatini oshirishga yo‘naltirilgan fuqarolarning sog‘lig‘ini muhofaza qilish sohasida yagona davlat siyosatini amalga oshirish;
- jamoat sog‘lig‘ini saqlash ustuvorligini ta‘minlash, aholini sog‘lom turmush tarzini yuritishga undash, eng avvalo, o‘z sog‘lig‘i va atrofida qilargan sog‘lig‘i uchun mas‘uliyat tuyg‘usini tarbiyalashda aholining madaniyati va tibbiy savodxonligini oshirish;
- millatning genofondini yaxshilash maqsadida sog‘lom avlod tug‘ilishi va tarbiyalanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, oilada tibbiy madaniyatni, umrning sifati va uzoq davom etishini oshirish, aholining sog‘lig‘ini muhofaza qilish va sanitariya-epidemiologik osoyishtalik sohasida davlat siyosatining asosiy yo‘nalishlarini ishlab chiqish;
- bevosita birlamchi tibbiy-sanitariya yordami tashkilotlarida qishloq aholisiga ko‘rsatilayotgan tibbiy yordam hajmlarini kengaytirish, asosiy, tez-tez uchraydigan kasalliklar turlari bo‘yicha tuman bo‘g‘ini darajasida ixtisoslashtirilgan xizmatlar tizimini barpo etishda amaliy yordam berishni tashkil etish;
- ham tibbiy yordamni xizmat ko‘rsatilayotgan aholiga yaqinlashtirish, ham axborot texnologiyalarini, teletibbiyotni, davolashning klinik protokollarini keng joriy etish hamda yetakchi xorijiy va mahalliy mutaxassislarning tajribasini mintaqaviy tibbiyot muassasalarining tibbiyot xodimlariga

¹⁰⁰Ortikniyozovich U. F. The Significance of Theoretical Concepts of Services and Service Activity //American Journal of Economics and Business Management. – 2022. – T. 5. – №. 6. – C. 43-45.

¹⁰¹ <https://ssv.uz/uz/menu/zadachi-i-funksii-ministerstva>

berish hisobiga aholiga ko‘rsatilayotgan birlamchi, tez, kechiktirib bo‘lmaydigan va ixtisoslashtirilgan tibbiy yordamning qulayligi va tezkorligi darajasini oshirish va boshqalarni sanab o‘tishimiz mumkin.

VI ШЎЪБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Д.Р. Рафеев – СамИСИ доценти, и.ф.н.

БУХГАЛТЕРИЯ ХИЗМАТЛАРИ КЎРСАТУВЧИ СУБЪЕКТЛАРДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақолада хизматлар соҳаси мамлакатимиз иқтисодиётида катта аҳамият касб этиши, бухгалтерия хизматлари кўрсатувчи субъектларда бухгалтерия ҳисобини ташкил этиш масалалари тадқиқ этилган

Калит сўзлар: хизматлар, бухгалтерлик хизматлари, бухгалтерия ҳисоби субъектлари, ХХТУТ, ИФУТ кодлари, уларни турли белгилари бўйича таснифи ва тавсифи

Аннотация: в статье рассматривается значение сферы услуг в экономике нашей страны, вопросы организации бухгалтерского учета в организациях, оказывающих бухгалтерские услуги

Ключевые слова: услуги, бухгалтерские услуги, субъекты бухгалтерского учета, коды ОКНХ, ОКЭД, их классификация и описание по различным признакам

Abstract: the article discusses the importance of the service sector in the economy of our country, the organization of accounting in organizations providing accounting services

Keywords: services, accounting services, accounting entities, national classification of economic sectors, State classifier of types of economic activity codes, their classification and description on various grounds

Мамлакат иқтисодиёти тараққиётига хизматлар кўрсатиш соҳаси, ушбу фаолият билан шуғулланувчи хўжалик юритувчи субъектлар ва яқка тартибдаги тадбиркорлар катта ҳисса қўшмоқда. Уларга бўлган талаб ва эҳтиёж йилдан йилга ошиб бормоқда.

Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда хизматлар соҳаси улуши ялпи ички маҳсулот(ЯИМ)нинг салмоқли қисмини ташкил қилади. Буни Ўзбекистон Республикаси мисолида ҳам кўришимиз мумкин. Масалан, иқтисодий фаолият турлари кесимида Ўзбекистон Республикаси ЯИМ таркибида хизматлар улуши 2021 йилда 39,6 фоизни, 2022 йилда эса 41,5 фоизни ташкил қилган¹⁰².

¹⁰² Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси расмий веб сайти.

Бу кўрсаткичлар ҳудудларда фаолият кўрсатаётган корхона ва ташкилотлар сонини ошиши билан бевосита боғлиқ. Агар уларни сони 2022 йил 1 январ ҳолатига 528929 та бўлса, 2023 йил 1 январ ҳолатига 592371 тани, яъни 63442 тага ошган (деҳқон ва фермер хўжаликларисиз)¹⁰³.

Хизматлар таркибида бухгалтерия хизматлари алоҳида ўринга эга. Бу хизматларни ҳар бир хўжалик юритувчи субъект ўз хоҳиши ва имкониятларига қараб ташкил этиш ҳукуқига эга, яъни ўзи ёки масофавий бухгалтерия хизматлари кўрсатувчи субъектлар (аутсорсинглар) амалга оширишлари мумкин.

Бу мақсад ва вазифа 2022-2026 йилларда мўлжалланган Янги Ўзбекистонни тараккиёт стратегиясининг “2022-2026 йилларда вилоят марказларида ахборот коммуникация-технологияларини қўллаш орқали масофавий хизматларни кўрсатиш (IT- аутсорсинг) марказларини ташкил этиш”да белгиланган (25 мақсад, 102 вазифа)¹⁰⁴.

Ўзбекистон Республикаси “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги қонунда бухгалтерия ҳисобини юритишни ихтисослаштирилган ташкилотга (аудиторлик ташкилотлари, солиқ маслаҳатчилари ташкилотлари ва уставида бухгалтерия ҳисобини юритиш бўйича хизмат кўрсатиш назарда тутилган бошқа ташкилотлар) шартнома асосида юклаш ҳозирги кунда аутсорсинг хизматларини олиб борилишига ва ташкил этилишига асос яратди.

Ўзбекистон Республикасида бухгалтерия хизматлари соҳасида охириги йилларда юқори кўрсаткичли ривожланиш кузатилмоқда. Агар бухгалтерия хизматларини кўрсатувчи корхоналар сони 2019 йилда Республикамиз бўйича жами 923 ташкил этган бўлса, 2021 йил 1 октябрь ҳолатига келиб ушбу кўрсаткич 1519 тани ташкил этган.

Бу, ўз навбатида, хизматлар соҳаси хизматларини кўрсатувчи корхоналарни мамлакатимиз иқтисодиётида катта аҳамият касб этишини, шунингдек уларни бухгалтерия ҳисобининг муҳим субъектларидан бири эканлигини билдиради.

Ўзбекистон Республикасида амалда бўлган халқ хўжалиги тармоқлари умумдавлат классификатори (ХХТУТ)га мувофиқ бухгалтерия хизматлари алоҳида турларига 84400 тармоқ кодлари ажратилган.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 24 августдаги «Иқтисодий фаолият турларини таснифлашнинг халқаро тизимига ўтиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 275-сон қарори билан тасдиқланган Ўзбекистон Республикаси Иқтисодий фаолият турларининг умумдавлат таснифлагичи» (ИФУТ)га мувофиқ бухгалтерия хизматлари алоҳида фаолият турларига қуйидаги иқтисодий фаолият кодлари ва «Кичик тадбиркорлик субъектларига тегишли бўлган ташкилотларнинг ИФУТ асосида такомиллаштирилган таснифлагичи»га мувофиқ

¹⁰³ Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси расмий веб сайти.

¹⁰⁴ 2022-2026 йилларда мўлжалланган Янги Ўзбекистонни тараккиёт стратегияси.

бухгалтерия хизматлари соҳасида ходимларнинг сони микрофирмалар ва кичик корхоналар учун қуйидагича белгиланган (1-жадвал).

1-жадвал

Ўзбекистон Республикаси ИФУТда бухгалтерия хизматлари иқтисодий фаолият турларига ажратилган харфли-рақамли кодлар тизими ҳамда микрофирмалар ва кичик корхоналар учун белгиланган ходимларнинг ўртача йиллик сони

Бўли м	Гуруҳ	Синф	Кичи к синф	НОМИ	ХХТУТ	Ходимларнинг ўртача йиллик сони	
						Микро- фирмалар	Кичик корхонала р
М секцияси				ПРОФЕССИОНАЛ, ИЛМий ВА ТЕХНИК ФАОЛИЯТ			
69				Ҳуқуқ ва бухгалтерлик ҳисоби соҳасидаги фаолият		1-20	21-50
	69.2			Бухгалтерлик ҳисоби ва аудит соҳасидаги фаолият; солиқ солиш бўйича маслаҳат бериш		1-20	21-50
		69.20		Бухгалтерлик ҳисоби ва аудит соҳасидаги фаолият; солиқ солиш бўйича маслаҳат бериш		1-20	21-50
			69.20. 1	Бухгалтерлик ҳисоби соҳасидаги фаолият	84400	1-20	21-50
			69.20. 2	Аудиторлик фаолияти	84400	1-20	21-50
			69.20. 3	Солиқ солиш масалалари бўйича маслаҳатчилар хизмати	84400	1-20	21-50

Бухгалтерлик хизматлари кўрсатувчи субъектларни бухгалтерия ҳисобини субъектлари сифатида турли белгилари бўйича таснифлаш ва тавсифлаш мумкин:

• **мулкӣ шаклига** кўра нодавлат ҳамда аралаш мулк шаклидаги корхоналарга бўлинади;

• **ташкилий-ҳуқуқӣ мақомига** кўра масъулияти чекланган жамият, хусусий корхона ҳамда акциядорлик жамиятлари каби турларга бўлинади. Бу турдаги корхоналарни тузиш ва улар фаолиятини юритиш тартиби республикаимизнинг махсус қонунлари билан белгиланади;

• **таъсисчиларининг таркибига** кўра маҳаллий ва хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналарга бўлинади;

• **фаолият юритиш доирасига** кўра маҳаллий ва халқаро миқёсда фаолият юритувчи корхоналар бўлиши мумкин;

• **ихтисослашганлигига** кўра бухгалтерлик ҳисоби соҳасидаги фаолият, аудиторлик фаолияти, солиқ солиш масалалари бўйича маслаҳатчилар хизмати корхоналарига бўлинади. Ушбу корхоналарнинг номларидан уларнинг қайси хизмат турига ихтисослашганлигини билиш мумкин;

• **ходимларининг сонига** кўра бухгалтерлик корхоналари бошқа хўжалик юритувчи субъектлар сингари микрофирмалар, кичик корхоналар ва катта корхоналарга бўлинади;

• **танлаган солиқ режими**га кўра фойда солиғи ва айланмадан олинadиган солиқ режимларида ишловчи корхоналарга бўлинади. Республикаимизнинг солиқ қонунчилиги ҳужжатларига мувофиқ йиллик айланмаси 1 млрд. сўмдан ошмайдиган корхоналар айланмадан олинadиган солиқ тўловлари режимида ишлашлари мумкин. Йиллик айланмаси 1 млрд. сўмдан ортиқ бўлган корхоналар фойда солиғини ва ҚҚСни тўлайдилар.

Республикаимизнинг амалдаги меъёрий-ҳукукий ҳужжатларига мувофиқ бухгалтерия хизматлари кўрсатувчи субъектларнинг фаолияти асосий ва асосий бўлмаган фаолият турларига бўлинади. Корхоналарнинг асосий фаолияти бўлиб юридик ва жисмоний шахсларга кўрсатилган хизматлар ҳисобланади. Уларнинг асосий бўлмаган фаолиятига молиявий, инвестиция ва бошқа фаолият турлари киради.

Кўрсатилган хизматлар ҳажмининг пул бирлигидаги қиймати мамлакатнинг ялпи ички маҳсулотига ўз аксини топади.

Бухгалтерия хизматлари кўрсатувчи субъектлари томонидан кўрсатиладиган хизматлар ҳажмини ифодаловчи соний ҳамда сифат кўрсаткичлар хўжалик юритувчи субъектларнинг маълум даврлар учун тузиладиган бизнес режасида ўз аксини топади. Бухгалтерия ҳисоби ушбу бизнес режада акс эттирилган кўрсаткичларни бажарилишини назорат ҳамда таҳлил қилишда муҳим ахборот манбаи ҳисобланади.

Бухгалтерия хизматлари кўрсатувчи субъектларда кўрсатадиган хизматлари лицензияланмайдиган фаолият ҳисобланади.

Маъруза юзасидан таклиф ва тавсиялар:

1. Давлат статистика қўмитаси маълумотларига кўра мамлакатимиз ЯИМ таркибида хизматлар кўрсатиш соҳаси улуши 2022 йилда 41,5 фоизни ташкил қилган, аммо алоҳида хизматлар турлари бўйича маълумотлар етарли эмас. Бу эса илмий, иқтисодий тадқиқотлар олиб боришни қийинлаштиради.

2. Хизматлар таркибида бухгалтерлик хизматлари кўрсатувчи субъектлар ҳам мавжуд, уларнинг сони ва кўрсатилган хизматлари ҳажми ортиб бормокда, натижалари эса молиявий ҳисобот, солиқ ҳисоботи ва статистик ҳисоботида (1-Кб) ўз ифодасини топмокда.

3. Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, ушбу 1-Кб статистик ҳисоботларда хизматлар турлари ХХТУТ ва ИФУТ кодлари бўйича кўрсатилса ва

умумлаштирилса, ахборот фойдаланувчилари учун тўлиқ ва шаффоф маълумотлар олишга имконият пайдо бўлади.

4. 2022-2026 йилларда мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясининг мақсад ва вазифалари талаблардан келиб чиқиб бухгалтерия хизматлари кўрсатишнинг мос йўналишлари (жумладан, IT-аутсорсинг)ни жорий этилиши рақамли ҳамда инновацион технологиялардан фойдаланиш имкониятларини оширади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.«Бухгалтери ҳисоби тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни 2016 йил 13 апрел.

2. 2022-2026 йилларда мўлжалланган Янги Ўзбекистонни тараққиёт стратегияси.

3. www.stat.uz - Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси расмий сайти.

U.A.Shirinov – SamISI “Boshqa tarmoqlarda buxgalteriya hisobi va audit” kafedراسи mudiri, PhD

B.Q.Toxirov – SamISI magistranti

SHARTLI AKTIVLAR VA SHARTLI MAJBURIYATLAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya: Maqolada buxgalteriya hisobining xalqaro standartlari asosida shartli aktivlar, shartli majburiyatlarni shakillanish manbalri, shartlari hamda ularni hisob tizimida aks ettirish maslалari yoritilgan.

Kalit soʻzlar: raqamli iqtisodiyot, moliyaviy xavfsizlik, xalqaro standart, shartli majburiyatlar, shartli aktivlar.

Аннотация: В статье описаны источники и условия формирования условных активов, условных обязательств и их отражение в системе бухгалтерского учета на основе международных стандартов бухгалтерского учета.

Ключевые слова: цифровая экономика, финансовая безопасность, международный стандарт, условные обязательства, условные активы.

Abstract: The article describes the sources and conditions of formation of contingent assets, contingent liabilities and their reflection in the accounting system based on international accounting standards.

Key words: digital economy, financial security, international standard, contingent liabilities, contingent assets.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida faoliyat yuritish, albatta, tadbirkorlik sub'ektlariga tahdid darajasini oshiradi, bu esa tashkilotning iqtisodiy xavfsizligi

rolini sezilarli darajada oshiradi. Ko'pgina o'zgaruvchan tasniflar orasida ko'pchilik mualliflar tomonidan ko'rib chiqilayotgan mavzu bo'yicha tijorat tashkilotining iqtisodiy xavfsizligi elementlarining funksional rollaridan kelib chiqqan holda quyidagi tarkibini ajratib ko'rsatishadi: moliyaviy, siyosiy va huquqiy, axborot, kadrlar va intellektual, texnik va texnologik, quvvat, ekologik.

Har bir funksional komponent ma'lum bir tashkilotning iqtisodiy xavfsizligi darajasini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi, shu bilan birga tegishli tadbirkorlik faoliyati riski xavf sohalarining o'ziga xosligi uchun asos bo'ladi.

Iqtisodiy xavfsizlikni samarali boshqarish sifatli axborot komponenti asosida amalga oshiriladi. Ushbu axborot komponenti korxonaning barcha biznes-jarayonlarini tezda qamrab oladigan, shu jumladan moliyaviy va nomoliyaviy resurslardan foydalanish samaradorligini nazorat qilish, me'yor yoki rejadan chetlanishlarni aniqlash imkonini beruvchi buxgalteriya hisobi va tahliliy ma'lumotlarni o'z ichiga oladi.

Bunday ma'lumotlarni shakllantirishda asosiy rol korxonaning buxgalteriya tizimiga tegishli. Zamonaviy biznes jarayonlari, ichki va tashqi biznes sharoitlarida xo'jalik yurituvchi sub'ektning buxgalteriya hisobi tizimi ko'p komponentli tuzilishga ega bo'lib, zarur buxgalteriya ma'lumotlarini shakllantirish va ta'minlash uchun buxgalteriya hisobi quyi tizimlari turlarining ko'payishi bilan bog'liq. Turli foydalanuvchi guruhlar uchun talab qilinadigan sifat ko'rsatkichlari, shu bilan birga, xo'jalik yurituvchi sub'ektning buxgalteriya hisobi jarayonlarini uning umumiy axborot makoniga integratsiyalashuviga asosli ehtiyoj bor.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida xo'jalik yurituvchi sub'ektning buxgalteriya hisobi tizimi axborotlarining maqsadlari, mazmuni, vazifalari va sifat xususiyatlari keskin o'zgardi. Tadbirkorlik faoliyatining moslashuvchanligi, turli xil xavf-xatarlarning mavjudligi, ularni xolisona baholash va oldini olish, ularning salbiy oqibatlarini bartaraf etish zarurati, shuningdek, tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligini oshirish, qo'llab-quvvatlash zarurati ularning buxgalteriya hisobi tizimi uchun yangi muammolarni keltirib chiqaradi hamda tashkilotning iqtisodiy xavfsizligiga asosli ta'sir ko'rsatadi.

Zamonaviy tashkilotlarning buxgalteriya hisobi tizimining ko'p komponentli tuzilmasi turli xil quyi tizimlar, shu jumladan iqtisodiy xavfsizlikni axborot bilan ta'minlash uchun asosiy tizimlar - buxgalteriya hisobi (moliyaviy hisob), boshqaruv va soliq hisobi bilan ifodalanadi. Zamonaviy integratsiyalashgan buxgalteriya hisobi va axborot tizimlari ushbu kichik tizimlarning o'zaro bog'lanishini muvaffaqiyatli ta'minlaydi. Bu munosabatlar, masalan, boshqaruv hisobi tizimining elementlari orqali rasmiy tartibga solinadigan buxgalteriya (moliyaviy) hisobotlarida batafsil va analitik hisob-kitoblarda, soliq hisobi orqali biznes jarayonlarini yuritish qoidalariga rioya qilishda, prinsiplar va qoidalarga rioya etilishini nazorat qilishda namoyon bo'ladi. Buxgalteriya (moliyaviy), boshqaruv va soliq axborot tizimlari

massivlarini uyg'unlashtirish xo'jalik yurituvchi sub'ektning samarali iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashning zarur shartidir.

Ko'pgina mualliflar buxgalteriya tizimining nafaqat mikrodarajada, balki umuman mintaq va davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashdagi muhim rolini e'tirof etish omili hozirgi paytda dolzarb ekanligini tan olishadi.

Boshqaruvning bozor sharoitlari tijorat tashkilotlarining buxgalteriya hisobi ob'ektlarining yangi turlarini belgilaydi. Buxgalteriya hisobi ob'ektlarining tarkibi va mazmuni biznesning iqtisodiy risklarining salbiy oqibatlarini sezilarli darajada kamaytiradigan hodisalar bilan bog'liq holda kengayib bormoqda.

Hisoblangan majburiyat mohiyatiga ko'ra korxonaning majburiyati bo'lib, uni bajarish muddatini va uning miqdorini ishonchli hamda aniq belgilash mumkin emas. Lekin harajatlar baribir tashkilot tomonidan qoplanishi muqarrar. Hisoblangan majburiyatlarni umuman tan olish tashkilotning xarajatlarini tan olishdir (buxgalteriya hisobi amaliyotida bu kelajakdagi xarajatlar uchun zaxira yaratish bilan bir xil). Tashkilotning barcha xarajatlari va majburiyatlari uning buxgalteriya (moliyaviy) hisobotlarining ma'lum ko'rsatkichlari tarkibida hech qanday istisnosiz aks ettirilishi kerakligi haqida hech qanday muhokama yo'q. Aks holda, moliyaviy natijalar haqiqatdan ham ortiqcha baholanadi va hisobot beruvchilarning ko'p sonli guruhlarini hisobot beruvchi tashkilotning haqiqiy moliyaviy holati to'g'risida ma'lumot olishmaydi. Hisoblangan majburiyatlar balans passivida ko'rsatiladi (balans passivining 4 va 5-bo'limlaridagi "Taxminiy majburiyatlar" qatori). Bunday majburiyatlar bo'yicha zaxirani yaratishdan maqsad hisobot sanasida korxonaning kimgadir majburiyati borligini ko'rsatishdir.

Hisoblangan majburiyatlar kontseptual jihatdan korxonaning kelajakdagi rejalashtirilgan xarajatlardan farq qiladi. Masalan, tashkilot ishlab chiqarish aktivlarini (ishlab chiqarish uskunalari) yanada ta'mirlash yoki modernizatsiya qilishni rejalashtirmoqda. Bunday rejalashtirilgan ta'mirlash xarajatlari hisoblangan majburiyat sifatida tan olinishi shart emas, chunki ushbu tashkilot bunday ta'mirlashni amalga oshirish majburiyatiga ega emas, ko'rsatilgan rejalashtirilgan ta'mirlash ishlari butunlay bekor qilinishi yoki kelgusi davrlarga qoldirilishi mumkin.

Hisoblangan majburiyatlar yuzaga kelishi mumkin:

1) qonun hujjatlari va boshqa normativ-huquqiy hujjatlar, sud qarorlari, shartnomalar normalaridan. Masalan, ishlab chiqaruvchi kompaniya xaridorlarga sotilgan kundan boshlab bir yil davomida mahsulotga kafolat beradi (ishlab chiqarishdagi nuqsonlarni tuzatish/tuzatish). O'tgan davrlar tajribasiga asoslanib, tashkilot sotish bo'yicha da'volarning yuzaga kelishini o'z zimmasiga olishi mumkin va shunga mos ravishda "ular uchun" zaxira yaratiladi. Yoki

- mehnat shartnomalaridan tashkilot xodimlarga ta'til to'lash majburiyatini oladi. Buxgalteriya hisobi bo'yicha hisoblangan zaxira kompaniyaning hisobot sanasida xodimlar ishlagan dam olish kunlari uchun ta'til to'lovlarini to'lash bo'yicha majburiyatlari summasiga ekvivalentdir;

2) tashkilotning har qanday harakatlari natijasida, boshqa shaxslar tashkilot o'z va'dalarini bajarishiga ishonch hosil qilganda. Bu kompaniyaning qonuniy majburiyati emas, bunday harakatlar o'tmishdagi amaliyotga yoki kompaniyaning har qanday ommaviy bayonotlariga asoslangan bo'lishi mumkin. Masalan, chakana savdo do'koni qonun hujjatlarida belgilangan muddatlar tugaganidan keyin qo'shimcha bir muddat ichida sotib olingan tovarlardan norozi mijozlarga xarid narxini qaytarish bo'yicha marketing kompaniyasini o'tkazmoqda. Ushbu aksiya haqidagi ma'lumotlar do'konning kirish guruhida va savdo maydonchasida, uning veb-saytida, reklama materiallarida joylashtirilgan. O'tgan davrlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, xaridorlarning ma'lum bir qismi xarid uchun pulni qaytarishni xohlaydi. Va bu muqarrar ravishda ushbu savdo tashkilotining xarajatlariga olib keladi;

3) qayta qurish xarajatlari uchun zaxira - tashkilot bo'linmasining yopilishi kutilayotgani munosabati bilan xodimlar ishdan bo'shatilishi, mos ravishda xodimlarga tegishli miqdorlarni, shu jumladan kamida ishdan bo'shatish nafaqasini to'lash kerakligi sababli yaratiladi. Dam olish uchun kompensatsiya. Kontragentlar (etkazib beruvchilar, xaridorlar, mijozlar) bilan tuzilgan shartnomalar ham bekor qilinishi mumkin, ular shartnoma shartlariga ko'ra penyalari, jarimalar to'lashlari mumkin.

4) bila turib zarar keltiradigan shartnoma (kontrakt) bo'yicha. Agar tashkilot, hatto shartnoma bajarilishidan oldin, tashkilot bunday shartnoma bo'yicha o'z majburiyatlarini bajarganida (xususan, shartnoma bo'yicha xarajatlar kutilgan daromadidan oshib ketadigan) yo'qotishlar muqarrar ravishda yuzaga kelishi haqida ma'lumotga ega bo'lsa va shartnomani bekor qilish uchun ushbu shartnomada u katta miqdorda jarimalar to'lashi kerak bo'ladi. Bunday vaziyatda yuzaga keladigan buxgalteriya hisobi ob'ektini baholashning o'ziga xos xususiyatlari: hisoblangan majburiyat buxgalteriya hisobi va hisobotida ikkitadan kam miqdorda tan olinishi kerak - penya to'lovlari yoki shartnoma shartlarini bajarishdan muqarrar zarar.

Ob'ektni taxminiy javobgarlik deb tan olish uchun zamonaviy buxgalteriya qonunchiligi quyidagi mezonlarni bir vaqtning o'zida bajarishni talab qiladi:

1) tashkilotning moliyaviy-iqtisodiy hayotidagi o'tmishdagi voqealar natijasida majburiyatlarning mavjudligi; umuman olganda ushbu majburiyatni bajarishdan qochib bo'lmaydi;

2) majburiyatning bajarilishi xo'jalik yurituvchi sub'ektning iqtisodiy foydasini asosli ravishda pasayishiga olib keladi;

3) majburiyat miqdorini ishonchli va asosli baholash qobiliyati.

Agar 2 va 3-bandlardagi shartlar bajarilmasa, korxona shartli majburiyatni tan olishi va oshkor qilishi kerak. Shuningdek, shartli majburiyat tashkilotning iqtisodiy hayotidagi o'tmishdagi voqealari natijasida yuzaga keladi, agar tashkilotning hisobot sanasida majburiyat mavjudligi nazoratdan tashqarida bo'lgan bir yoki bir nechta kelajakdagi noaniq hodisalarning paydo bo'lishiga (roy bo'lmasligiga) bog'liq bo'lsa. Misol uchun, yangi tashkil etilgan ishlab chiqarish

korxonasi kafolatli ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish talab qilinadigan mahsulotlarni sotadi. Tashkilotning kafolatli ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish uchun qancha mablag' sarflashini taxmin qilish mumkin emas, chunki oldingi davrlar uchun bunday xarajatlar to'g'risida hali ma'lumot yo'q.

Shuningdek, zamonaviy buxgalteriya amaliyotida shartli aktiv - moliyaviy va iqtisodiy hayotdagi o'tmishdagi voqealar oqibati bo'lgan aktiv kabi buxgalteriya ob'ekti mavjud bo'lib, uning mavjudligi / yo'qligi faqat noaniq hodisalar ro'y berishi bilan tasdiqlanadi. Kelajakda sodir bo'lmaydi, bu tashkilotning asosiy rahbariyatining nazorati ostida bo'lmaydi (masalan, tashkilot ko'chmas mulkka egalik qilish uchun da'vo qilmoqda va sud jarayonining natijasini oldindan aytib bo'lmaydi; mulk sifatida tasniflanishi kerak).

Shartli majburiyat va shartli aktiv hisoblangan qiymatga ega bo'lmaganligi sababli ular buxgalteriya (moliyaviy buxgalteriya) tizimining o'zida aks ettirilmaydi (98 "Kelajakdagi xarajatlar uchun zaxiralar" passiv hisobi qo'llaniladigan hisoblangan majburiyatdan farqli o'laroq). Shunga ko'ra, har qanday balans ko'rinishidagi shartli majburiyatlar/aktivlar to'g'risidagi ma'lumotlar oshkor etilmaydi. Hisobot beruvchi tashkilot bunday aktivlar va majburiyatlar to'g'risidagi ma'lumotlarni buxgalteriya (moliyaviy) hisobotlariga eslatmalarda ushbu ma'lumotlarning muhimlik mezonidan kelib chiqqan holda taqdim etadi va oshkor qilish shaklini mustaqil ravishda belgilaydi.

Shubhasiz, hisoblangan majburiyatlarni, shartli majburiyatlarni / aktivlarni aks ettirishning ko'rib chiqilayotgan jihatida buxgalteriya (moliyaviy) hisobi tashkilotning integratsiyalashgan buxgalteriya tizimining turli xil bo'linmalari va funksional bo'linmalari va quyi tizimlaridan olingan jiddiy ma'lumotlar oqimlari chorrahasida joylashgan. Shu bilan birga, ushbu fan sohasidagi eng qiyin masala buxgalterning iqtisodiy hayotining tegishli faktlarini aniqlash, malakasini oshirish, tasniflash / qayta tasniflash, pul o'lchash va muhimligini baholashda professional fikrlash ko'nikmalarini rivojlantirishdir. Buxgalteriya hisobi va tahliliy ma'lumotlarning sifati xo'jalik yurituvchi sub'ektning iqtisodiy xavfsizligini boshqarishning axborot funksional komponentining asosiy qismi sifatida bevosita ushbu ko'nikmalarga bog'liq.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Abduraxmonov K.X. Raqamli iqtisodiyot: Janubiy Koreya tajribasi va undan O'zbekistonda ishlab chiqarish istiqbollari. 4(124)-2018-son. // <http://www.biznes-daily.uz/ru/birjaexpert/58192>
2. Baymuratova L.R., Dolgova O.A., Imayeva G.R., Gritsenko V.I., Smirno K.V., Aymaletdinov T.A. Цифровая грамотность для экономики будущего / Аналитический центр НАФИ. –М.: Издательство НАФИ, 2018. С.5.
3. Aripov O.A. (2017). Современные тенденции развития малого бизнеса и предпринимательства в Узбекистане. British Journal for Social and Economic Research, 2(5).

4. С.Н. Ташназаров. Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари: Олий ўқув юртлари магистратура мутахассисликлари учун дарслик. – Тошкент: “ИҚТИСОД-МОЛИЯ”, 2019. – 584-б.
5. 37-сонли БҲХС (IAS) «Баҳоладиган мажбуриятлар, шартли мажбуриятлар ва шартли активлар»
6. Пўлатов, Х. Ў., & Абдугаппаров, Ш. А. (2022). Бухгалтерия ҳисобининг халқаро стандартида фойда солиғининг ҳисоблашнинг ўзига хослиги. *Экономика и социум*, (5-1 (96)), 593-596.
7. Пўлатов, Х. Ў., & Абдурасулов, Ж. А. (2022). Интеллектуал мулк ҳисобни айрим масаллари. *Экономика и социум*, (5-2 (92)), 679-682.
8. Пўлатов, Х. Ў. (2021). Улгуржи савдо корхоналарида бухгалтерия ҳисобнинг долзарб масалалари. *Экономика и социум*, (4-2 (83)), 318-323.
9. Пўлатов, Х. Ў. (2021). Турли фаолият билан шуғулланувчи корхоналарда товар айланмаси ҳисобини такомиллаштириш йўналишлари. *Экономика и социум*, (5-2 (84)), 186-189.
10. Хусанов, М. Ҳ. (2021). The need for a special question-liked audit. *Экономика и социум*, (5-2), 539-543.
11. Хусанов, М. (2021). Махсус саволлар бўйича ўтказиладиган аудиторлик текширувларининг ташкилий ва методологик асослари. *Общество и инновации*, 2(4/S), 564-571.
12. Хусанов, М. Ҳ. (2022). Махсус савол тарзидаги аудитни такомиллаштириш. *Journal of marketing, business and management*, 1(4), 218-221.
13. Хусанов, М. Ҳ. (2022). Махсус савол тарзидаги аудитни ўтказиш тартиби. *Journal of marketing, business and management*, 1(4), 230-234.
14. Хусанов, М. Ҳ. (2022). Махсус саволни текшириш бўйича аудиторлик хизматларини кўрсатишнинг хусусиятлари. *Journal of marketing, business and management*, 1(4), 235-240.
15. Хусанов, М. Ҳ. (2022). Ҳисобот санасидан кейин юз берган ҳодисаларнинг аудитни такомиллаштириш. *Экономика и социум*, (6-2 (97)), 770-774.
16. Хусанов, М. Ҳ., & Мирзаев, Б. А. (2022). Қўшилган қиймат солиғи аудитини такомиллаштириш. *Экономика и социум*, (6-2 (97)), 765-769.
17. Хусанов, М. Ҳ. (2021). Махсус савол тарзидаги аудитнинг зарурияти. *Экономика и социум*, (5-2 (84)), 539-543.
18. www.lex.uz sayti
19. <https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/26987-temir-yo-l-transporti-orqali-ko-rsatilgan-xizmatlar-11-9-ga-yetdi>

Po‘latov Xudoyberdi O‘ktamovich – SamISI katta o‘qituvchisi
Abdushukurov Begzod Baxrom o‘g‘li – SamISI talabasi

KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING ROLI

Anotatsiya: Ushbu maqolada yurtimizda bugungi kunda olib borilayotgan iqtisodiyotni rivojlantirish va modernizatsiyalash, kambag‘allikni qisqartirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ro‘li mavzularda bir qator fikr va mulohazalar aytib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: Kambag‘allik, kambag‘allikni qisqartirish, ishsizlik, kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, “Mahallabay”, “Temir daftar”, “Mehir daftari”, “Ayollar daftari”

Аннотация: В данной статье упоминается ряд мыслей и мнений на темы развития и модернизации экономики, роли малого бизнеса и частного предпринимательства в снижении бедности.

Ключевые слова: Бедность, сокращение бедности, безработица, малый бизнес, частное предпринимательство, «Мхаллабабай», «Железная тетрадь», «Мехир тетрадь», «Женская тетрадь».

Annotation: In this article, a number of thoughts and opinions are mentioned on the topics of the development and modernization of the economy, the role of small business and private entrepreneurship in reducing poverty.

Key words: Poverty, poverty reduction, unemployment, small business, private entrepreneurship, "Mhallababay", "Iron notebook", "Mehir notebook", "Women's notebook"

Kirish Insoniyatni uzoq moziyning eng qadimgi davrlardan buyon muttasil o‘ylantirib, qiynab kelgan masalalardan biri kambag‘allik bilan bog‘liq muammolardir. Yunon mutafakkiri Arestotel: “Kambag‘allik yoki shunga o‘xshash boshqa azoblarga chiday olmay o‘z joniga suiqasd qilish-ojizlik qiyinchiliklardan qochishdir” deb yozgan edi. Mamlakatimizda ishsizlik darajasi ayniqsa pandemiya chog‘ida keskin oshib ketdi. Bu nafaqat bizning mamlakatimizda balki butun jahon miqyosida jiddiy tus olgan.

Bugungi kunda mamlakatimizda kambag‘allikni qisqartirishda kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash borasida ko‘plab ishlar amalga oshirilmoqda.

Bugungi kunda aksaryat aholi ishsiz hisoblanadi. Samarqand viloyatida 16 ming kambag‘al oila bor bo‘lib bugungi kunda ular bilan tizimli ishlar olib borilmoqda. Jumladan Samarqand viloyati aholisini kasb-hunarga o‘qitish uchun 10 milliard so‘m ajratildi. Daromad topishga qaratilgan tadbirkorlik intilishlarni moliyaviy qo‘llab-quvvatlash, hududlarda “Mahallabay” ishlash tizimini joriy etish orqali aholining daromadli mehnat bilan bandligini ta‘minlash mexanizmlarini yangi bosqichga olib chiqish, yoshlar va xotin-qizlarning tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirishga moliyaviy ko‘maklashishga alohida e‘tibor

qaratilmoqda. “Mahallabay” ishlash tizimida quyidagi ustuvor yo‘nalishlarga e’tibor qaratiladi. Bunda oilalarning daromad manbalarini, shu jumladan, tomorqa yerlardan foydalanish hamda daromadli mehnatga bo‘lgan intilishi va ehtiyojlarini «xonadonbay» o‘rganish, band bo‘lmagan aholining, ayniqsa, ishsiz yoshlar va xotin-qizlarning muammolarini o‘rganish orqali ularni kasb-hunar va tadbirkorlikka o‘rgatuvchi kurslarga yo‘naltirish va mehnat faoliyati bilan shug‘ullanishga amaliy ko‘maklashish, yoshlarning tadbirkorlik tashabbuslari va startap g‘oyalarini yanada qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan kreditlar ajratish rejalashtirilgan.

O‘zbekistonda davlat fuqarolarini ishsizlikdan himoya qilish kambag‘allikni qisqartirish choralari qatorida mahallalar kesimida ijtimoiy himoyaga muhtojlar ro‘yxati (“Temir daftar”, “Ayollar daftari”, “Yoshlar daftari” va “Mehir daftari”) orqali mahallalarda ish yuritish yo‘lga qo‘yilgan.

Bugungi kunda “Temir daftar” da turadigan fuqarolar uchun izchil ishlar amalga oshirilmoqda. Bu fuqarolarga davlat tamonidan qishloq xo‘jaligida kerakli bo‘lgan uskunar, payvandlash uskunalari, “Ayollar daftari” turadigan xotin-qizlarga tikuv mashinalari berilib ularga davlat tamonidan ko‘plab buyurtmalar berilib ishsizlik darajasini kamaytirish aholi daromadini oshirish va ishsiz aholini ish bilan band qilish maqsadida kichik oilaviy tikuv sehlari tashkil qilinmoqda.

Bugungi kunda mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash borasida ulkan ishlar amalga oshirilmoqda. Jumladan mamlakatimizda tadbirkorlarga keng imkoniyatlar ochilgan. Shuni ta’kidlash lozimki bugungu kundagi yangi Konstitutsiya loyhasida ham 65-66-67-68-moddalarida tadbirkorlar uchun juda katta o‘zgartirishlar kiritilganini aytish o‘rinlidir. Alohida ta’kidlash lozimki Yangi O‘zbekiston modernizatsiyalashgan iqtisodiyotga tayanadi. Bunday iqtisodiyotni shakillantirish uchun undagi davlat ishtirokini kamaytirish, xususiy mulk huquqlarini himoya qilish va uning ro‘lini kuchaytirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojini rag‘batlantirishga qaratilgan inistitutsional va tarkibiy islohatlarni davom ettirish zarurdir.

O‘zbekiston Respublikasida jumladan Prezidentimiz Shavkat Miromonovich Mirziyoyev Samarqand viloyatida 450 mingta ish o‘rnini yaratish orqali kambag‘allikni 2 barobarga qisqartirish- eng ustuvor vazifa ekanligini ta’kidlab o‘tdi. Kelgusi besh yilda yalpi hududiy mahsulotni 1,4 baravarga oshirib, 90 trillion so‘mga yetkazishimiz zarur. Buning uchun, tadbirkorlikni rivojlantirish va aholini kasb-hunarga o‘qitish orqali 130 mingta ish o‘rinlari yaratiladi. Oilaviy tadbirkorlik dasturlari doirasida viloyatga har yili qariyb 1 trillion so‘m imtiyozli kredit ajratiladi. Xususan, 2023-yilda yana 1 mln aholini kambag‘allikdan chiqarish vazifasi qo‘yildi. Tadbirkorlar faoliyatini kengaytirish uchun kredit miqdori oshiriladi.

O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohatlarning hozirgi bosqichi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish unga keng iqtisodiy erkinlik berish bilan tavsiflanadi. Bugungi kunda Prezidentimiz Shavkat Miromonovich Mirziyoyev tamonidan kichik biznes xususiy tadbirkorlik sohasini

jadal rivojlantirish bo'yicha ko'pgina ijobiy ishlar amalga oshirilmoqda. Kichik biznes mamlakat iqtisodiyoti uchun ahamiyatli bo'lib, uning tashqi muhida tez moslashishi, o'zgaruvchan muhida chidamli va o'z yo'lini tezda topadigan, juda katta mablag' talab qilmaydigan qator afzalliklarga ega bo'lgan faoliyat hisoblanadi. Prezident Shavkat Mirziyoev raisligida hududlarda kambag'allikni qisqartirish va bandlikni ta'minlash borasida 2022-yilda amalga oshiriladigan dasturlar va hokim yordamchilari faoliyatini samarali tashkil etish chora tadbirlari yuzasidan vidioselektor yig'lishi bo'lib o'tdi. Bu haqida Prezident matbuot kotibi Sherzod Asadov quydagilarni ma'lum qildi. Kelgusi yilda kambag'allik va ishsizlikni qisqartirish borasida ko'riladigan qator chora-tadbirlar to'g'risida ma'lum qilindi:

- ✚ -oilaviy tadbirkorlik dasturlari, ishsiz aholi va yoshlarni kasb-hunar va tadbirkorlikka o'qitish, xizmat ko'rsatish sohalaridagi loyihalarni amalga oshirish uchun 13 trillion so'm beriladi;

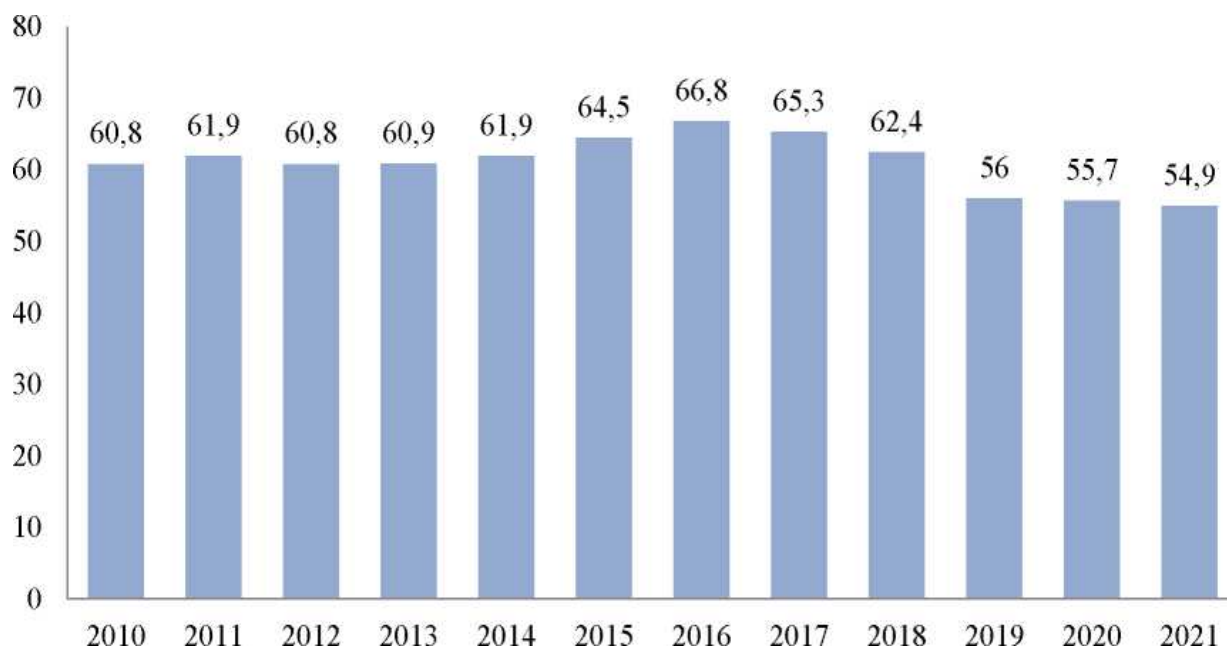
- ✚ paxta va g'alladan bo'shaydigan 200 ming gektar maydonning 80 ming gektari aholiga beriladi;

- ✚ meva-sabzavot loyihalariga 100 million dollar va meva-sabzavot klasterlariga 2 trillion so'm resurs yo'naltiriladi;

- ✚ aholi bandligini ta'minlashda 500 ming gektardan ziyod tomorqalardan samarali foydalanish uchun kelgusi yilda 100 million dollar yo'naltiriladi;

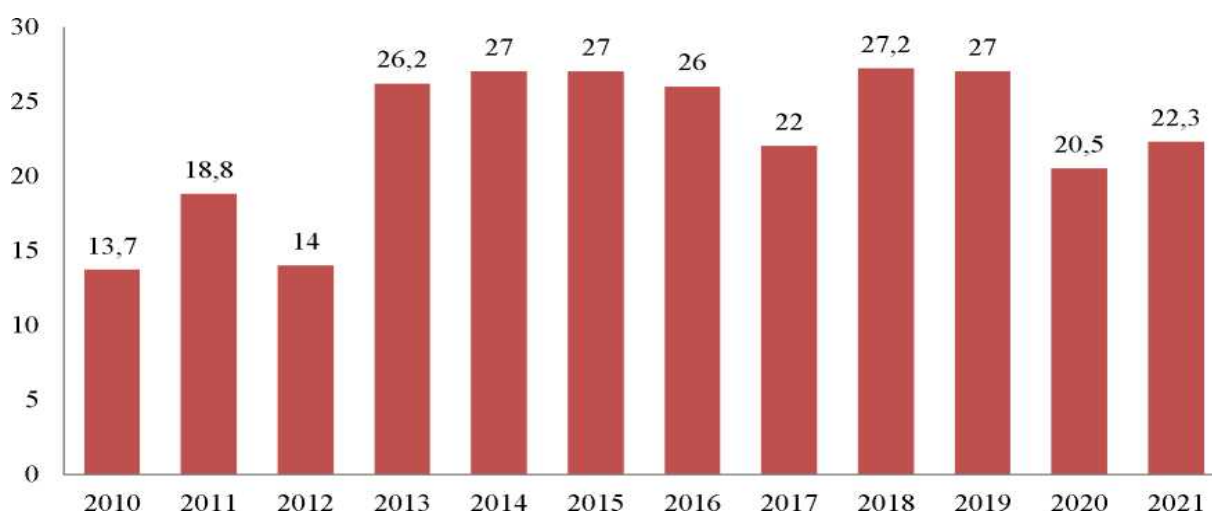
- ✚ aholi tomorqasida dehqonchilikni yo'lga qo'yish uchun banklar tomonidan 7 foiz stavkada imtiyozli kreditlar beriladi.

Kichik biznes rivojlanishining iqtisodiy ahamiyatlaridan biri bu mamlakat yalpi ichki mahsulotini tarkib va miqdor jihatdan ko'payishini ta'minlashdan iboratdir. Keyingi yillarda kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi natijasida kichik biznesning mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotdagi ulushi o'sib, 2021 yilda 54,9 foizni tashkil etdi. Kichik biznesning mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotdagi ulushining 2010-2021 yillardagi holati (1-rasm)da keltirilgan.



1-rasm. O‘zbekiston Respublikasi yalpi ichki mahsulotida 2000-2018 yillarda kichik biznesning ulushi, %

Bugungi kunda mamlakatimizda kichik biznesni o‘rni sezilarli darajada ekanini ko‘rishimiz mumkin bo‘ladi. Kichik biznesni rivojlantirish borasidagi ishlar o‘z samarasini bermoqda. Shuni ta’kidlash joyizki kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mamlakatimiz iqtisodiyotida ichki bozorni mahalliy tovar va xizmatlar bilan to‘ldirayotgan va mamlakat eksporti salohiyatini oshirayotganini yaqqol ko‘rishimiz mumkin bo‘ladi. Kichik biznesning tashqi iqtisodiy faoliyatdagi o‘rni ham asta-sekin kengayib bormoqda. Uning eksport hajmidagi ulushi 2021 yilda 22,3 foizni tashkil etib, bu ko‘rsatkich 2010 yilga nisbatan 8,6 foizga oshgan.



2-rasm. Kichik biznesning 2010-2021 yillarda mamlakat eksportidagi ulushi

Xulosa va takliflar: Biz yuqoridagi ma'lumotlarga asoslangan holda shuni ayta olamizki, bugungi kunda mamlakatimizda kambag'allikni qisqartirish borasidagi ishlar jadal rivojlanmoqda. Shu bilan bir bir qatorda joyda bu ishlar tizimli amalga oshirilmoqda. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiyotni rivojlantirish, aholi bandligi va daromadlarini oshirishda muhim omildir. Ushbu soha vakillarini har taraflama qo'llab-quvvatlash maqsadida oxirgi ikki yarim yilda Prezidentning ellikdan ortiq farmon va qarorlari qabul qilindi. Barcha hududlarda tadbirkorlar murojaatlarini qabul qilib, hal etishga ko'maklashadigan Bosh vazir qabulxonalari tashkil etildi. Prezidentimiz Yoshlar forumida tijorat banklariga yoshlarni loyhalarini moliyalashtirish uchun 100 million dollar va mikroredit bank tamonidan 40 milliard so'm miqdorida kredit va subsidiya uchun mablag'lar ajratish to'g'rida so'z yuritgan edi. Shuni aytish joyizki mamlakatimizda kambag'allikni qisqartirish va kichik biznesni rivojlantirish borasida qator takliflarni beramiz.

Birinchidan kambag'allikni qisqartirishda rivojlangan davlatlar tajribasidan foydalangan holda mamlakatimiz iqtisodiy holatidan kelib chiqqan holda ularni hududlar kesimida tizimli ravishda joriy qilish.

Ikkinchidan kichik biznesni tumanlar chetki qismlarida ham izchil ravishda joriy qilish.

Uchinchidan kambag'allikni qisqartirishda mahallabay ishlarni samarali olib borilishi ustidan nazoratni izchil yo'lga qo'yish.

Turtinchidan kichik biznes sohasida tuman chetki joylarida yetishtirilgan qishloq xo'jalik maxsulotlarini eksport darajasiga yetkazish.

Beshinchidan kambag'allikni qisqartirish borasida kichik biznesga ajratiladigan kredit foizlarini minimallashtirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Lex.uz
2. president.uz
3. PQ 4653-son 26.03.2020
4. Prezidentimiz Shavkat Miromonovich Mirziyoyevning “ Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi” “O'zbekiston” Toshkent 2022
5. “O'zbekiston Respublikasi davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari”
6. “JOURNAL OF MARKETING, BUSINESS AND MANAGEMENT(JMBM)/SJIF FACTOR: 5.57”

O‘roqov Firdavs Ortiqniyoz o‘g‘li – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Iqtisodiy tahlil va statistika kafedrası assistenti

MAMLAKATIMIZ AHOLISINING O‘ZGARISH DINAMIKASI

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlaktimizning, xususan, Samarqand viloyatining so‘nggi 5 yillik aholisi tarkibi tahlil qilingan, aholining o‘zgarish dinamikasi ham tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: aholi, demografiya, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish, iqtisodiy faol aholi, qishloq va shahar aholisi, xalq xo‘jalik tarmoqlari, tabiiy o‘rish, migratsiya.

Аннотация: В данной статье проанализирован состав населения нашей страны, в частности Самаркандской области, за последние 5 лет, а также проанализирована динамика изменения численности населения

Ключевые слова: население, демография, социально-экономическое развитие, экономически активное население, сельское и городское население, отрасли экономики, естественный прирост, миграция.

Abstract: This article analyzes the composition of the population of our country, in particular the Samarkand region, over the past 5 years, and also analyzes the dynamics of population change

Keywords: population, demography, socio-economic development, economically active population, rural and urban population, sectors of the economy, natural increase, migration.

2021 yil 7 sentabr soat 15:30 holatiga ko‘ra, O‘zbekiston aholisining soni 35 mln 140 nafarni tashkil etmoqda.

Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotiga ko‘ra, shundan 17 mln 570 ming 70 nafari erkaklar, 17 mln 430 ming 70 nafari esa ayollardan iborat.

Yarim yil ichida O‘zbekistonning doimiy aholisi soni 301,3 ming kishiga yoki 0,9 foizga oshib, 34,86 mln nafarga yetdi. Tug‘ilish va o‘lim darajasi 2020 yilning birinchi yarmiga nisbatan qariyb 7 foizga o‘sgan.

O‘shanda shahar aholisi soni 17 mln 664,8 ming kishini (jami aholi sonidagi ulushi 50,7%), qishloq aholisi soni esa 17 mln 195,4 ming kishi (49,3%)ni tashkil qilgan¹⁰⁵.

Viloyatimiz aholisining so‘nggi 5 yillik ma‘lumotini tahlil qiladigan bo‘lsak, har yili yildan-yilga aholi soni oshib borganligini ko‘rishimiz mumkin:

¹⁰⁵ <https://www.gazeta.uz/oz/2021/09/07/demography/>

Hududlar bo'yicha shahar va qishloq aholisi soni¹⁰⁶

(yil boshiga; ming kishi)

Yil	Jami aholi	shu jumladan:	
		shahar aholisi	qishloq aholisi
2017	3651,7	1372,8	2278,9
2018	3720,1	1390,8	2329,3
2019	3798,9	1414,7	2384,2
2020	3877,4	1438,3	2439,1
2021	4008,8	1476,8	2532,0

O'zbekiston aholisi soni 35,271,276 milliondan ortiq bo'lib (2022-yil 1-yanvarga ko'ra), shahar aholisi 16.353 million kishini tashkil etadi (2017). Aholi zichligi 1 km² ga 62 kishi. O'zbekistonda Markaziy Osiyodagi jami aholining 1/3 qismidan ko'prog'i yashaydi¹⁰⁷.

O'zbekistonning ijtimoiy-iqtisodiy va siyosiy muhiti, xususan, salkam 150 yil mustamlaka bo'lib kelgani uning demografik rivojiga, jumladan, aholining milliy tarkibiga juda katta ta'sir ko'rsatdi. Aholi haqida, ya'ni aholining umumiy soni, hududlar bo'yicha taqsimlanishi, yoshi, jinsi, ijtimoiy va milliy tarkibi, tabiiy o'sishi, migratsiyasi va b. haqida aholi ro'yxati o'tkazish orqali to'liq ma'lumot olinadi. O'zbekistonda aholi ro'yxati keyingi 100-yil ichida bir necha marta (1897, 1920, 1926, 1939, 1959, 1970, 1979 va 1989-yillarda) o'tkazilgan.

O'zbekiston dunyodagi ko'p millatli respublikalardan biri. O'tgan yillar ma'lumotlari qiyoslab ko'rilganda, 1939-yilgi aholi ro'yxatida O'zbekistonda 97, 1959-yilgi ro'yxatda 113, 1979-yilgi ro'yxatda 120 dan ortiq millat va elat yashagan. 1989-yilgi aholi ro'yxatidan esa, O'zbekistonda 125 dan ortiq millat va elat vakillari istiqomat qilib, ularning umumiy soni 19 mln. 810 ming kishi ekanligi ma'lum bo'ldi.

O'zbekistonning tub aholisi o'zbeklar. So'nggi yillarda aholining milliy tarkibida o'zbeklarning hissasi oshdi va hoz. respublika aholisining 80,0 %ni tashkil etmoqda. Respublikada qoraqalpoqlar ikkinchi tub millat hisoblanadi. Ularning umumiy soni 549,2 ming kishiga yoki mamlakat aholisining 2,2 %ga teng. O'zbekiston Respublikasida O'rta Osiyo mahalliy xalqlaridan tojiklar (1237,4 ming yoki 4,9 %), qozoqlar (977,8 ming 3,6 %), qirg'izlar (227,4 ming 0,9 %), turkmanlar (152,3 ming 0,6 %) ham istiqomat etadi. O'zbekistonda yashab kelayotgan tatarlar soni ham anchagina (275,4 ming kishi 1,0 %).

O'zbekiston Respublikasida rus, ukrain, beloruslar bilan bir qatorda polyak, chex, bolgar va boshqalar ham yashaydi. 1989-yil aholi ro'yxatiga ko'ra soni

¹⁰⁶ <https://samstat.uz/uz/rasmiy-statistika/demography-2>

¹⁰⁷ https://uz.wikipedia.org/wiki/O%CA%BBzbekiston_aholisi

ji hatidan 2-o‘rinda ruslar turar edi, hozir esa 3-o‘rinda bo‘lib, 1050 ming kishidan ziyod yoki umumiy aholiga nisbatan 3,8 % ni tashkil etadi. O‘zbekistonda yashovchi ruslarning soni jihatdan o‘shish dinamikasiga nazar tashlasak, eng tez sur‘at bilan ko‘payishi 1970-yillarga to‘g‘ri keladi. Buning sababi 1966-yil Toshkent zilzilasidan so‘ng shaharning qayta qurilishi hamda respublikada yangi sanoat markazlari tashkil topib, rus va yevropa xalqlarining ko‘plab jalb qilinganligidir. Biroq keyingi-yillarda ruslarning o‘shish sur‘ati bir qadar kamaydi.

Mamlakatda millatlarning geografik joylashishi ham bir tekis emas. Buning birinchi sababi millatlarning tarixiy rivojlanishi bo‘lsa, ikkinchidan respublikada xalq xo‘jalik tarmoqlari ning rivojlanish xususiyatlaridir. Qishloq joylarda tub millat vakillarining soni ko‘payib, boshqa millat vakillarining nufusi¹⁰⁸ kamaymoqda. Qoraqalpoqlar to‘la-to‘kis o‘z respublikasi doirasida yashaydigan millat hisoblanadi (94,5 %). O‘zbekistonning mustaqil taraqqiyoti davrida aholi milliy tarkibida katta o‘zgarish sodir bo‘ldi. hozirda O‘zbekistonda o‘zbeklar salmog‘i 1989-yilga nisbatan 8,6 % ga oshdi.

O‘zbekistonda ichki migratsiya ham o‘ziga xos xususiyatlarga ega. O‘tgan asrning 60-70 yillarida Mirzacho‘lning o‘zlashtirilishi munosabati bilan bu yerga Farg‘ona vodiysi hamda Samarqand va Jizzax viloyatlarining ayrim tumanlaridan ma‘lum qism aholi ko‘chib kelgan. Sirdaryo, Jizzax, Qashqadaryo va Surxondaryo viloyatlari va Farg‘ona vodiysidagi yangi tashkil etilgan qishloq tumanlari aholisi, asosan, migratsiya natijasida shakllangan.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda ichki migratsiya harakatlarining pasayishi kuzatilmoqda. Buning asosiy sabablaridan biri, bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitlaridagi murakkab ijtimoiy-iqtisodiy o‘zgarishlar jarayonidir. Aholining ish bilan ta‘minlanganlik darajasiga mamlakatdagi ichki migratsiya oqimlari ham bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. 1980-2003 yillarda respublika ichki migratsiya hajmi 461,8 ming kishidan 250 minggacha, viloyatlar ichidagi migratsiya ham bu davrda 253,6 ming kishidan 138,0 mingga, ya‘ni 118,6 ming kishiga, viloyatlararo migratsiya hajmi 208,2 ming kishidan 115,0 mingga, ya‘ni 93,2 ming kishiga kamaydi.

Сафаров Ф.А. – СамИСИ “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси доценти в.б., PhD

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ТИЗИМЛИ ТАҲЛИЛ УСУЛЛАРИНИ ҚЎЛЛАШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: Мазкур мақолада хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришда тизимли таҳлил усуллари қўллаш имкониятлари кўриб чиқилган. Бунда тизимли фикрлаш, манфаатдор томонларни таҳлил қилиш,

¹⁰⁸ Bu yerda aholi soni nazarda tutilmoqda

ижтимоий тармоқларни таҳлил қилиш ва жараёнларни хариталаш ёндашувлари асосида хизматлар соҳасини такомиллаштириш масалалари ўрганилган. Ушбу усуллар юзасидан тегишли тавсиялар шакллантирилган.

Калит сўзлар: хизмат, самарадорлик, тизим, унсур, таҳлил, хариталаш.

Аннотация: В данной статье рассматриваются возможности использования методов системного анализа в развитии сферы услуг. При этом вопросы совершенствования сферы услуг изучаются на основе подходов системного мышления, анализа заинтересованных сторон, анализа социальных сетей и картирования процессов. По результатам исследования сформулированы соответствующие рекомендации.

Ключевые слова: услуга, эффективность, система, элемент, анализ, картирование.

Abstract: This article considers the possibility of using methods of system analysis in the development of the sphere of services. The issues of improving the sphere of services are studied on the basis of system thinking approaches, stakeholder analysis, social network analysis and process mapping. The relevant recommendations are formulated based on the results of the study.

Keywords: service, efficiency, system, element, analysis, mapping.

Кириш. Ижтимоий ривожланиш замонавий жамиятнинг энг муҳим вазифаларидан бири бўлиб, хизмат кўрсатиш соҳаси бу жараённинг асосий элементидир. Бироқ, хизмат кўрсатиш соҳасини муваффақиятли ривожлантириш ва керакли натижаларга эришиш учун ушбу фаолият соҳасининг барча томонларини ҳисобга олиш ва уни яхлит тизим сифатида кўриб чиқиш имконини берадиган тизимли ёндашувдан фойдаланиш керак.

Хизмат кўрсатиш соҳасини ижтимоий ривожлантиришга тизимли ёндашув нафақат муаммоларнинг сабабларини аниқлаш, балки уларни комплекс ҳал этиш, бизнес-жараёнларини оптималлаштириш, хизматлар сифатини ошириш ва фаолиятнинг ушбу соҳасининг барқарор ривожланишини таъминлаш имконини беради. Бундан ташқари, тизимли ёндашув хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришга таъсир кўрсатадиган ва бутун жамиятнинг барқарор ривожланиши учун қулай шарт-шароитларни яратадиган ижтимоий, иқтисодий ва экологик омилларни ҳисобга олишга имкон беради.

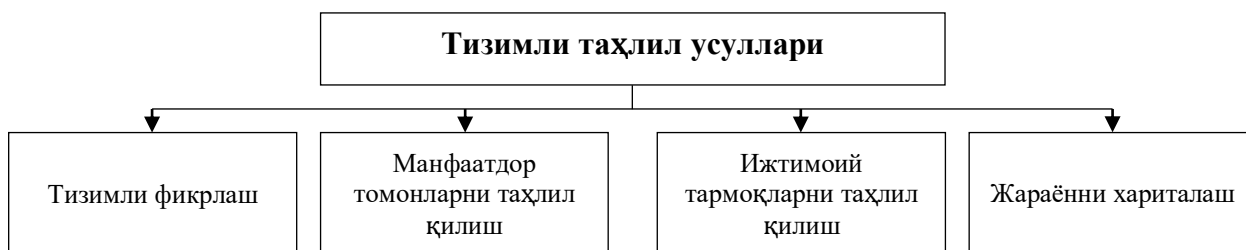
Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Ф. Галлу ва М. Тойвонен хизмат кўрсатиш инновацияларининг янги бизнес моделларини ишлаб чиқишдаги ўрни кўриб чиқишган, шунингдек, хизмат кўрсатиш инновацияларининг муваффақияти борасида ижтимоий омилларнинг аҳамиятини таъкидлашган¹⁰⁹. С. Скотт ижтимоий медианинг хизмат кўрсатиш

¹⁰⁹ Gallouj, Faïz and Toivonen, Marja, (2011), Elaborating the characteristics-based approach to service innovation: making the service process visible, Post-Print, HAL, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:hal:journl:halshs-01133797>.

корхоналарида мижозлар тажрибасига таъсирини ўрганган, шунингдек, ижтимоий медиадан мижозларнинг фаоллиги ва қониқишини оширишда қандай фойдаланиш мумкинлиги ҳақида фикрларни келтириб ўтган¹¹⁰.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот давомида илмий адабиётларда келтирилган назарий материалларга асосланган ҳолда мантиқий таҳлил усулларида фойдаланилди. Мавжуд маълумотларни таҳлил қилишда индукция ва дедукция, макон ва замон, таҳлил ва синтез, қиёсий таҳлил каби услублар ва ёндашувлар қўлланилган.

Таҳлил ва натижалар. Хизмат кўрсатиш корхоналарининг ижтимоий ривожланишини ўрганишда тизимли таҳлил усуллари қўллаш мумкин. Тизимли таҳлил – бу мураккаб тизимларни таркибий қисмларга ажратиш, ушбу қисмлар ўртасидаги муносабатларни ўрганиш ва уларнинг бир бутун яхлитлик сифатида қандай ишлашини тушунишни ўз ичига олган ёндашувдир. Шу борада қўлланилиши мумкин бўлган тизимли таҳлилнинг



баъзи усуллари келтириб ўтамиз (1-расмга қаранг).

1-расм. Хизматлар соҳасини ривожлантиришнинг тизимли таҳлил усуллари

Манба: муаллиф ишланмаси

Тизимли фикрлаш – бу яхлит тизим ва унинг қисмлари ўртасидаги муносабатларни тушунишга алоҳида урғу бериш асосида муаммоларни ҳал қилишга қаратилган ўзига хос ёндашувдир. Ушбу ёндашувдан хизмат кўрсатиш корхоналарининг ижтимоий ривожланишида ходимларнинг хулқ-атвори, мижозларнинг фикр-мулоҳазалари ва жамиятга таъсири каби ижтимоий ривожланишга ҳисса қўшувчи турли хил таркибий қисмларни ўрганиш ва ижтимоий тизимни яратишда уларнинг ўзаро таъсирини тушуниш орқали фойдаланиш мумкин. Айтайлик, корхонада ижтимоий тизимни яратган ҳолда, ходимларнинг хулқ-атвори, мижозларнинг фикр-мулоҳазалари ва уларнинг жамиятга таъсири ўзаро қандай алоқада бўлишини билмоқчимиз. Биз турли хил кириш, жараён ва чиқишларни аниқлаштирган ҳолда, ушбу тизимнинг концептуал моделини яратишда тизимли фикрлашдан фойдаланишимиз мумкин. Сўнгра, биз ушбу моделдан турли сценарийларни синаб кўриш ва тизимнинг битта компонентидаги ўзгаришлар бутун тизимга қандай таъсир қилиши мумкинлигини тушунишда фойдаланишимиз мумкин.

¹¹⁰ Scott, S. V., & Orlikowski, W. J. (2012). Reconfiguring relations of accountability: Materialization of social media in the travel sector. *Accounting, Organizations and Society*, 37(1), 26-40. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2011.11.005>

Манфаатдор томонларни таҳлил қилиш – бу тизимга жалб қилинган турли манфаатдор томонларни аниқлаш ва уларнинг манфаатлари ва устуворликларини тушунишни ўз ичига олган усул саналади. Ушбу ёндашувдан ижтимоий ривожланишга таъсир кўрсатган ҳолда, хизмат кўрсатиш корхоналарининг ижтимоий ривожланишида ходимлар, мижозлар ва маҳаллий ҳамжамият каби хизматларни тақдим этишда иштирок этувчи турли манфаатдор томонларни, уларнинг манфаатлари ва устуворликларини аниқлаштириш орқали фойдаланиш мумкин. Айтайлик, биз хизматлар кўрсатишда иштирок этадиган турли манфаатдор томонларнинг (масалан, ходимлар, мижозлар ва маҳаллий ҳамжамият) манфаатлари ва устуворликлари ижтимоий ривожланишга қандай таъсир қилишини тушуниш истагидамиз. Биз турли манфаатдор томонларни аниқлаш, уларнинг манфаатлари ва устуворликларини тушуниш ва ҳар бир манфаатдор томоннинг тизимга таъсирини кўрсатадиган матрицани яратишда манфаатдор томонлар таҳлилидан фойдаланишимиз мумкин бўлади. Бу бизга турли манфаатдор томонларнинг манфаатларини мувозанатлаштирадиган ва ижтимоий ривожланишга ҳисса қўшадиган хизмат кўрсатиш корхоналарини қандай лойиҳалаштиришни тушунишга ёрдам беради.

Ижтимоий тармоқлар таҳлили – бу ижтимоий тизим доирасида инсонлар ва ташкилотлар ўртасидаги муносабатларни акс эттиришни кўзда тутувчи усул ҳисобланади. Ушбу ёндашув хизмат кўрсатувчи корхоналар, ходимлар, мижозлар ва маҳаллий ҳамжамият ўртасидаги муносабатларни хариталаш ва ушбу муносабатлар ижтимоий ривожланишга қандай ҳисса қўшишини тушуниш орқали хизмат кўрсатувчи корхоналарнинг ижтимоий ривожланишида қўлланилиши мумкин. Айтайлик, биз хизмат кўрсатувчи корхоналар, ходимлар, мижозлар ва маҳаллий ҳамжамият ўртасидаги муносабатларни, шунингдек, бу муносабатлар ижтимоий ривожланишга қандай ҳисса қўшишини тушуниб етмоқчимиз. Биз ушбу турли иштирокчилар ўртасидаги муносабатларни хариталаш ва тизимга сезиларли таъсир кўрсатадиган асосий бўғинларни ёки иштирокчиларни аниқлаш мақсадида ижтимоий тармоқ таҳлилидан фойдаланишимиз мумкин. Сўнгра, биз мазкур маълумотлардан ушбу асосий бўғинларга қаратилган тадбирларни ишлаб чиқиш ва ижтимоий ривожлантиришда фойдаланишимиз мумкин бўлади.

Жараёнларни хариталаш – бу маълум бир жараён ёки тизимда иштирок этувчи босқичларни визуализация қилишни ўз ичига олган усулдир. Ушбу ёндашув ходимларни ўқитиш, мижозлар билан тескари алоқа ва жамоатчиликни жалб қилиш каби хизматларни тақдим этиш билан боғлиқ босқичларни тасаввур қилиш ва ушбу босқичлар ижтимоий ривожланишга қандай ҳисса қўшишини тушуниш орқали хизмат кўрсатиш корхоналарини ижтимоий ривожлантиришда қўлланилиши мумкин. Айтайлик, биз хизматлар кўрсатиш жараёнида қандай қадамлар

қўйилаётганини ва бу қадамлар ижтимоий ривожланишга қандай ҳисса қўшаётганини тушуниб етмоқчимиз. Биз хизмат кўрсатишнинг турли босқичлари, ходимларни ўқитишдан бошлаб, мижозларнинг фикр-мулоҳазалари ва жамоатчиликни жалб қилишгача босқичларни тасаввур қилишда жараёнлар харитасидан фойдаланишимиз мумкин. Кейинчалик биз ушбу маълумотлардан ходимларга ўқитиш ёки маҳаллий ҳамжамият билан фаол алоқаларга киришишда қўшимча имкониятлар бериш йўли билан ижтимоий ривожланишни рағбатлантириш учун хизмат кўрсатишни яхшилаш мумкин бўлган соҳаларни аниқлашда фойдаланишимиз мумкин.

Умуман олганда, тизимли таҳлил усуллари хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантириш асосидаги мураккаб ижтимоий тизимларни тушунишда фойдали бўлиши мумкин. Ушбу тизимларни таркибий қисмларга ажратиш, ушбу қисмлар ўртасидаги муносабатларни тушуниш ва хизмат кўрсатиш босқичларини тасаввур қилиш орқали тадқиқотчилар ижтимоий ривожланишга кўмаклашиш борасида хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари қандай ўрин тутиши борасида муайян бир қарашларга эга бўладилар.

Тизимли таҳлил усуллари хизмат кўрсатиш корхоналарининг ижтимоий ривожланишига кўмаклашиш борасида кўплаб афзалликларни берса-да, улардан фойдаланишда бир қатор муаммо ва чекловлар ҳам мавжуд. Масалан, тизимли фикрлашни қўллаш юқори малака ва шу билан бир қаторда, кўп вақт ва ресурсларни талаб қилиши мумкин. Манфаатдор томонларнинг турли хил ва айти пайтда қарама-қарши нуқтаи назарлари билан ишлашда манфаатдор томонларни таҳлил қилиш бир қатор қийинчиликларни келтириб чиқаради, ижтимоий тармоқлар таҳлили эса, маълумотлардан фойдаланиш борасида тўғридан-тўғри муаммо ва чекловларни келтириб чиқаради. Бу, биринчи навбатда, маълумотлардан фойдаланишдаги чекловлар ва махфийлик билан боғлиқдир. Мураккаб хизматларни етказиб бериш тизимлари билан ишлашда жараёнларни хариталаш қийинчилик туғдиради ва турли хил хизмат кўрсатувчилар ўртасида ҳамкорлик ва мувофиқлаштиришни кучайтиришни талаб қилиши мумкин.

Хулоса ва таклифлар. Ушбу муаммоларга қарамай, тизимли таҳлил қилиш усуллари хизмат кўрсатиш корхоналарининг ижтимоий ривожланишига ҳисса қўшиш борасида катта имкониятларни тақдим қилади. Ушбу усулларнинг афзалликларини максимал даражада ошириш учун хизмат кўрсатувчи корхоналар, сиёсатни ишлаб чиқувчилар ва тадқиқотчилар қуйидаги тавсияларни кўриб чиқишлари мақсадга мувофиқ кўрилади:

1. Тизимли фикрлаш салоҳиятини ошириш. Хизмат кўрсатувчи корхоналар ўз ходимлари ўртасида тизимли фикрлаш қобилиятини ривожлантиришга сармоя киритишлари лозим, шунда улар хизматларни

тақдим этишнинг мураккаб тизимларини яхшироқ тушунишлари ва таҳлил қилишлари мумкин бўлади.

2. Таҳлил жараёнига манфаатдор томонларни жалб қилиш. Манфаатдор томонлар таҳлили таҳлил жараёнида уларнинг қарашлари ва эҳтиёжлари ҳисобга олинишини таъминлашда манфаатдор томонларнинг кенг доираси, шу жумладан хизмат фойдаланувчилари, ҳамжамият аъзолари ва бошқа асосий иштирокчилар қамраб олиниши лозим.

3. Шерикчилик ва ҳамкорлик алоқаларини ривожлантириш. Ижтимоий тармоқлар таҳлили ижтимоий ривожланишни рағбатлантириш борасида потенциал шериклар ва ҳамкорларни аниқлашга ёрдам беради, хизмат кўрсатиш корхоналари ўзларининг ижтимоий тармоқларини мустаҳкамлаш ва хизмат кўрсатишни яхшилашлари учун кучли шериклик ва ҳамкорлик алоқаларини ўрнатиш устида ишлашлари лозим бўлади.

4. Маълумотлар асосида қарор қабул қилишдан фойдаланиш. Хизмат кўрсатувчи корхоналар хизмат кўрсатишни яхшилаш ва ижтимоий ривожланишни рағбатлантириш тўғрисида асосланган қарорлар қабул қила олишлари учун жараёнларни хариталаш маълумотлар ва далилларга асосланган бўлиши керак.

5. Узлуксиз такомиллаштириш маданиятини шакллантириш. Хизмат кўрсатувчи корхоналар ўзларининг хизмат кўрсатиш тизимларини мунтазам равишда таҳлил қилиш ва баҳолаш, тесқари алоқалар ва маълумотлар асосида тузатишлар киритишда доимий такомиллаштириш маданиятини жорий қилишлари лозим.

6. Ҳамжамиятларни жалб қилишни рағбатлантириш. Турли ҳамжамиятларнинг эҳтиёжлари ва устуворликларини тушуниш, уларни хизматларни ишлаб чиқиш ва тақдим этиш жараёнларига жалб қилиш борасида хизмат кўрсатувчи корхоналар ҳамжамият билан фаол алоқада бўлиши талаб қилинади.

7. Натижаларни мониторинг қилиш ва баҳолаш. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари ўз мақсадларига эришишларига ишонч ҳосил қила олишлари ва уларни яхшилаш имкониятларини аниқлаштириш учун ижтимоий ривожланиш бўйича интилишларнинг натижаларини мониторинг қилиш ва баҳолаш тизимларини яратишлари керак бўлади.

Ушбу тавсияларни қўллаш орқали хизмат кўрсатувчи корхоналар ижтимоий ривожланишни рағбатлантиришга янада кенг қамровли ва стратегик ёндашишлари, шунингдек, ўз хизматларининг самарадорлиги ва таъсирини оширишлари мумкин.

Т.И.Ҳаёйев – SamISI о'қитувчиси

ҚУРИЛИШ КОРХОНАЛАРИДА МОЛИЯВИЙ ҲОЛАТ ТАҲЛИЛИНИ АМАЛГА ОШИРИШДА АХБОРОТ МАНБАЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақола қурилиш корхоналарининг бошқарув механизмлари, таҳлилнинг бошқарувдаги аҳамияти, қурилиш корхоналари таснифланиши, унинг фаолият жараёнларининг алоҳида хусусиятлари ҳамда қурилиш корхоналарининг иқтисодий таҳлилнинг объекти сифатидаги алоҳида хусусиятлари тўғрисида.

Калит сўзлар: Қурилиш корхоналари, бошқарув механизмлари, рейтинг баҳолаш, таҳлил, қурилиш соҳаси, иқтисодий таҳлилнинг объекти, қурилиш корхоналарида иқтисодий таҳлилнинг мақсади, давлат, акциядорлик, ширкат, хусусий, қўшма ва бошқа пудрат қурилишмонтаж ташкилотлари.

Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлилини амалга ошириш жараёнида ахборот ва маълумотни бир биридан фарқлашимиз лозим. Маълумотлар деганда, содир бўлган ҳодиса ва жараёнларни ўзида ифода этган бирламчи хужжатлар ва бошқа воситаларда акс эттириладиган рақамлар, белгилар, хабарлар тушунилади. Ахборотлар деганда, юқорида такидланганидек, шу маълумотларни жамлаш, уларни ишлатиш орқали маълум тизимга келтириш натижасида ҳосил бўлган ижтимоий-иқтисодий жараёнларни ифода этадиган маълумотлар мажмуи тушунилади. Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлилини амалга оширишда фойдаланиладиган ахборот манбаларига қуйидагиларни киритишимиз мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

**Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлилини амалга
оширишда фойдаланиладиган ахборот манбалари¹¹¹.**

Ахборот манбалари	Асосий	Ёрдамчи	Ички	Ташқи	Тартибга солинган	Тартибга солинмаган
Молиявий ҳисобот шакллари	+	-	+	-	+	-
Статистик ҳисобот шакллари	-	+	-	+	+	-
Солиқ идоралари текширув натижалари	-	+	-	+	-	+
Ташқи аудит натижалари	+	-	-	+	-	+

¹¹¹ Муаллиф томонидан тузилган.

Ички аудит натижалари	+	-	+	-	-	+
Корхонанинг ҳисоб сиёсати	+	-	+	-	-	+
Бухгалтерия ҳисоб регистрлари маълумотлари	+	-	+	-	+	-
Смета кўрсаткичлари	-	+	+	-	+	-
Бизнес режа маълумотлари	-	+	+	-	-	+
Объектлар бўйича маълумотнома китоблари	-	+	+	-	-	+

1-жадвалда келтирилган барча ахборот манбалари маълум шаклларга ҳамда ушбу шакллар ўзининг ахборот турларига ва қамровига эга.

Корхоналарда молиявий ҳолат таҳлилини амалга оширишда асосий ахборот манбаларидан бири бу молиявий ҳисобот шакллари дир. Адлия вазирлиги томонидан 26.07.1998 йилда тасдиқланган 1-сон бухгалтерия ҳисоби миллий стандартга мувофиқ молиявий ҳисобот шаклларига қуйидагилар киради.

1. Бухгалтерия баланси-1 шакл,
2. Молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот-2 шакл,
3. Асосий воситалар ҳаракати тўғрисидаги ҳисобот – 3 шакл (бугунги кунда ушбу ҳисобот шаклини солиқ идораларига топшириш тўхтатилган аммо корхона ўз фаолияти давомида фойдаланиши мумкин),
4. Пул оқимлари тўғрисидаги ҳисобот – 4 шакл,
5. Ўз сармояси тўғрисидаги ҳисобот – 5 шакл,
6. Изоҳлар, тушунтиришлар ва ҳисоб-китоблар¹¹².

Ҳар қайси молиявий ҳисобот шакллари нинг алоҳида хусусиятлари ҳамда алоҳида кўрсаткичлар қамрови мавжуд. Масалан молиявий ҳисоботнинг биринчи шакли бухгалтерия баланси корхонанинг маълум санадаги активлари, хусусий капитали ҳамда кредиторлик қарзлари тўғрисидаги ахборотларни ўзида жамлайди.

Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлилини амалга ошириш жараёнида корхонанинг пул маблағлари ҳаракати таҳлили молиявий ҳолат таҳлилнинг асосий қисми ҳисобланади. Ушбу қисм таҳлилни амалга оширишда эса фойдаланиладиган асосий ахборот манбаси бу молиявий ҳисоботнинг 4-шакли “Пул оқимлари ҳаракати тўғрисидаги ҳисобот” саналади. Корхонанинг пул оқимлари ҳаракати тўғрисидаги ҳисоботда корхонанинг жами пул оқими ҳаракати қуйидаги турларга бўлиб шакллантирилади.

1. операция фаолияти,
2. инвестиция фаолияти,

¹¹² 1-сон Buxgalteriya hisobi milliy standarti –Adliya vazirligi 26.07.1998.

3. молиявий фаолияти¹¹³.

Шу ўринда корхона учун юқорида келтириб ўтилган уч фаолият бўйича тушунчаларни бериб ўтамиз. 9-сон бухгалтерия ҳисоби миллий стандартида ушбу фаолият турларига қуйидагича таърифлар бериб ўтилган.

Операция фаолияти - хўжалик юритувчи субъектнинг даромад келтирувчи асосий фаолияти, шунингдек субъектнинг инвестиция ва молиявий фаолиятига оид бўлмаган ўзга хўжалик фаолияти.

Инвестиция фаолияти - пул эквивалентларига киритилмаган узоқ муддатли активлар ва бошқа инвестиция объектларини сотиб олиш ва сотиш.

Молиявий фаолият - хўжалик юритувчи субъектнинг фаолияти бўлиб, унинг натижасида ўз маблағи ва қарз маблағлари миқдори ва таркибида ўзгаришлар юз беради¹¹⁴.

Корхонанинг молиявий мустақиллиги ҳамда молиявий барқарорлиги молиявий ҳолатни ифодаловчи муҳим кўрсаткичлар ҳисобланади. Ушбу кўрсаткичларни эса корхонанинг ўз маблағлари ҳамда уларнинг ҳаракатини ифодаловчи кўрсаткичларсиз аниқлаш мумкин эмас. Корхонанинг ўз маблағлари ҳолати, ҳаракати ҳамда самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар таҳлилий ўрганилганда корхонанинг молиявий ҳисоботининг 5-шакли “Хусусий капитал тўғрисидаги ҳисобот” маълумотлари асосий ахборот манбаси ҳисобланади.

Хусусий капитал тўғрисидаги ҳисоботда хусусий капитал ва унинг таркибий қисмлари тўғрисидаги, устав капитали, қўшилган капитал, резерв капитал, тақсимланмаган фойда (қопланмаган зарар) сотиб олинган ўз акциялари ва бошқа хусусий капитал элементлари ҳақидаги ахборот очиб берилиши керак. Ҳисоботда ҳисобот давридаги хусусий капитал таркибида бўлган ўзгаришлар ҳақидаги ахборот очиб берилган бўлиши керак. Бунинг учун қуйидагилар: қимматли қоозлар эмиссияси, узоқ муддатли активларнинг қайта баҳоланиши, устав капиталини шакллантириш чоғида валюта курсидаги фарқлар, резерв капиталга ажратмалар, жорий йилнинг тақсимланмаган фойдаси (зарари), текинга олинган мол-мулк, пул дивидендлари ва акциялар кўринишида тўланадиган дивидендлар, шунингдек, хусусий капитални шакллантиришнинг бошқа манбалари тўғрисидаги ахборот очиб берилиши лозим.

Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлилин амалга оширишда юқорида келтириб ўтилган молиявий ҳисобот шакллари билан бир қаторда корхонанинг статистик ҳисобот шакллари билан ҳам кенг фойдаланилади.

¹¹³ 9-сон бухгалтерия ҳисоби миллий стандарти – Адлиya вазирлиги томонидан 519-сон билан ро’yxатга олинган, 04.11.1998.

¹¹⁴ 9-сон бухгалтерия ҳисоби миллий стандарти – Адлиya вазирлиги томонидан 519-сон билан ро’yxатга олинган, 04.11.1998.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasini qurilish tarmog'ini modernizatsiya qilish, jadal va innovatsion rivojlantirishning 2021-2025 yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risidagi” PF-6119 sonli farmoni – 28.11.2020.
9. Экономика строительства: Учебник / под общей ред. И.С.Степанова.- 3-е изд., доп. и перераб. - М.: Юрайт-Издат, 2004..
10. Pardaev M.Q. Iqtisodiy tahlil nazariyasi.Samarqand.: Zarafshon, 2005 yil, 183-bet.
11. L.I.Donsova, N.I. Nikiforova., “Анализ финансовой отчетности”, М: Дело и сервис, стр-6.
12. Аренс Э.А., ДЖ.К. Лоббек. Аудит. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001.
13. Б.Каттакишиев, Н.Саидахмедова. Д.Казакова.И.Файзиева. Иқтисодиёт ва менежмент фанидан практикum. Тошкент-2019.154 бет.
14. Пардаева О.М Хизмат кўрсатиш соҳасида оилавий тадбиркорликни ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш йўллари. Иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Самарканд, 2020 й, 44-бет.

T.I.Yahyoyev – SamISI o'qituvchisi

KORRELYATSION TAHLIL ORQALI QURILISH KORXONALARIDA MOLIYAVIY HOLAT TAHLILINI TAKOMILLASHTIRISH

Annotatsiya: Ushbu maqola qurilish korxonalarining tasniflanishi, uning faoliyat jarayonlarining alohida xususiyatlari hamda qurilish korxonalarining iqtisodiy tahlilning obyekti sifatidagi alohida xususiyatlari to'g'risida.

Kalit so'zlar: Qurilish korxonalari, tahlil, qurilish sohasi, iqtisodiy tahlilning obyekti, qurilish korxonalarida iqtisodiy tahlilning maqsadi, davlat, aksiyadorlik, shirkat, xususiy, qo'shma va boshqa pudrat qurilishmontaj tashkilotlari.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida faqatgina axborotlarni yig'ish emas balki uni o'qish hamda tahlil qilish muhim masaladir. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SH.M.Mirziyoyev mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy- iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlariga baishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruzasini aynan “Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib –intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak¹¹⁵” deb

¹¹⁵O'zbekiston Respublikasi Prezidenti mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy- iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruzasidan.

bejizga nomlamagan. Bunda har bir soha hamda ushbu sohaga javobgar rahbarlar o'z faoliyati natijalarini hamda o'zgarish tendesiyalarini muntazam o'rganib borishi kerak. Buning uchun esa tahlilga zarurat tuuladi. Qurilish korxonalarida moliyaviy holat tahlili esa qurilish faoliyatini boshqa tur faoliyatidan farqli jihatlari mavjudligi hamda mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda ahamiyatli sababli o'ta muhimdir.

Ushbu mavzu bo'yicha mahalliy va xorijiy adabiyot manbalari tahlili, qurilish sohasida fundamental tadqiqotlar qatorida I.S.Stepanova [1], Arens E.A. [2], DJ.K. Lobbek [3], Serov V.M. [4], Gurkov I.B [5] singari xorijiy olimlarning, M.K.Pardaev[6], N.T.Tuxliev [7], E.V.Golysheva [8], M. Miraxmedov [9], A.A.Eshtaev [10], K.B.Urazov [11], singari mahalliy iqtisodchi olimlarning qurilish sohasidagi turli masalalari bo'yicha ilmiy tadqiqot ishlarini olib bormoqdalar.

Ilmiy-tadqiqot ishida statistik va iqtisodiy tahlil usullari, tahlil, sintez, mavhumiy-mantiqiy tahlil, shuningdek, tanlovli kuzatuv, sostsiologik so'rov, SWOT-tahlil, qiyoslov usullaridan foydalanilgan.

Korxonalarda moliyaviy holat tahlilini amalga oshirishda muhim dastaklar bo'lib matematik funksiyalar hamda statistik ko'rsatkichlar va statistic usullar hisoblanadi. Statistika tahlil jarayonida qanday vazifalarni bajarishga xizmat qiladi?

Statistika korxonalarda tahlilni amalga oshirishda fan sifatida korxonalarning moliyaviy holatini tahlil qilishda omillar hamda natija o'rtasidagi bolanishlarni, kuzatish usullarini hamda kutiladigan xatolik darajalarini belgilashga xizmat qilsa, faoliyat sifatida tahlil jarayoni uchun axborot to'plash hamda asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlar bilan ta'minlash vazifasini bajaradi.

Natijaga omillar ta'siri ikki xil bo'lishi mumkin.

1. Funksional bolanish;
2. Korrelyatsion bolanish.

Bazi holatlarda esa ikkala bolanish aralash holatda ham kelishi mumkin.

Funksional bolanishda bir o'zgaruvchi belgining har qaysi qiymatiga boshqa o'zgaruvchi belgining aniq bitta qiymati mos keladi. Bunday bolanishning muhim xususiyati shundaki, bunda hamma omillarning to'liq ro'yxatini va ularning natijaviy belgi bilan bolanishini to'la ifodalovchi tenglamani yozish mumkin¹¹⁶. Masalan, qurilish korxonalarida jami bajarilgan qurilish ishlariga xodimlar soni hamda mehnat unumdorligini ta'sirini olaylik. Bunda korxona tomonidan jami bajarilgan qurilish ishlari hamda korxona xodimlar soni funksional hamda to'ri bolanishda. Korxonaning xodimlar soni qancha ko'paysa hamda mehnat unumdorligi saqlab qolinsa korxonaning qurilish ishlarini to'ri proparsional ravishda o'sishiga erishiladi. Funksional bolanishlarni to'liq bolanishlar ham deb atashadi.

¹¹⁶ X.A.Shodiyev. “Statistika” – darslik. Toshkent – 2004. 161-bet.

Korrelyatsion (yoki noto'liq) bolanishda omil belgining har bir qiymatiga natijaviy belgining aniq qiymati emas, balki har xil qiymatlari mos keladi. Masalan, kompaniya menejerining ma'lumoti, uning mehnat unumdorligiga ta'sir qiladi. Yoki quruvchini olaylik. Uning razryadi bilan ish haqi o'rtasida bolqlik bor, ya'ni razryad oshib borishi bilan ish haqi ko'payib borishi mumkin. Lekin bizga ma'lumki, quruvchining razryadiga uning ish haqi to'liq bolq emas. Ikkinchidan, bir xil razryadga ega bo'lgan quruvchilar, ishlayotgan obyektiga qarab turli miqdorda ish haqi oladilar. Buning asosiy sababi, ish haqi hajmi faqat ish razryadiga emas, balki boshqa omillarga ham (masalan, shaxsiy qobiliyat, ish sharoiti, soliq darajasi, ma'lumoti, korxonaning moliyaviy holati va h.k.) bolqligidir¹¹⁷.

Yuqorida fikrlarga tayanadigan bo'lsak korxonada natijaga omillar ta'siri funksional bolqlikda bo'lsa bizga natijaviy omilni kuzatish hamda uni prognoz qilish hech qanday qiyinchilik tudirmaydi, ammo natija hamda omillar o'rtasidagi bolanish korrelyatsion bo'lsa bu tahlil oldiga bir qancha qiyinchiliklar tudiradi. Chunki tahlil o'tgan hamda bugungi kunni o'rganish hamda kelajakni prognoz qilishdir.

Xulosa va takliflar. Korxonalarda yoki butun mamlakatning qurilish tarmoida korrelyatsion bolanishda bo'lgan natija hamda omillar tahlilini amalga oshirish hamda natijaviy ko'rsatkichni prognoz qilishga regressiya tenglamasi orqali erishishimiz mumkin.

Mamlakatda olib boriladigan qurilish ishlari hajmining o'zgarishiga quyidagi omillar o'z ta'sirini o'tkazadi hamda ushbu omillar quyidagilar:

X₁- Qurilish korxonalari soni (dona);

X₂- Qurilish tarmoida band ishchi soni (dona);

X₃- Qurilish korxonalari tomonidan foydalanilgan o'rtacha asosiy vositalar qiymati (ming so'mda);

X₄- Qurilish korxonalari tomonidan foydalanilgan o'rtacha aylanma mablalar qiymati (ming so'mda);

X₅ – Mamlakatdagi aholi soni (ming kishi);

X₆- Qurilish korxonalari tomonidan foydalanilgan o'rtacha nomoddiy aktivlar qiymati (ming so'mda);

X₇- Qurilishga kiritilgan investitsiyalar hajmi (ming so'mda);

X₈- Qurilish materiallari o'rtacha narxi o'zgarishi (so'mda);

X₉- Inflyatsiya darajasi (foizda);

U – Jami bajarilgan qurilish ishlari (mlrd so'm).

Ushbu omillarni natijaga ya'ni jami qurilish ishlariga ta'sirini aniqlashda natija va omillar o'rtasidagi bolanishlar korrelyatsion bo'lganligi sababli regressiya tenglamasini ishlab chiqamiz.

¹¹⁷ X.A.Shodiyev. “Statistika” – darslik. Toshkent – 2004. 161-bet.

Yuqoridagi o'tkazilgan tahlillar natijasida shuni aytishimiz mumkinki, tuzilyoytgan regressiya tenglamasi iqtisodiy jihatdan mazmunga ega va u quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi.

$$Y=0.372412 \cdot X7 + 2577.02$$

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

15. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. -“Xalq so'zi”, 2020 yil 25 yanvar.
16. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi qarori, 2020 yil 24 fevral, PQ-4611-son.
17. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Qurilish – montaj ishlari sifatini tubdan yaxshilash va qurilishni nazorat qilish tizimini takomillashtirish chora tadbirlari” to'g'risidagi PQ-4586 sonli qarori-06.02.2020.
18. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasini qurilish tarmog'ini modernizatsiya qilish, jadal va innovatsion rivojlantirishning 2021-2025 yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risidagi” PF-6119 sonli farmoni – 28.11.2020.
19. Экономика строительства: Учебник / под общей ред. И.С.Степанова.- 3-е изд., доп. и перераб. - М.: Юрайт-Издат, 2004..
20. Аренс Э.А., ДЖ.К. Лоббек. Аудит. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001.
21. Шодмонов Ш.Ш, Гафуров У.У. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. Т.: Фан ва технолигия, 2005.
22. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. Учебное пособие. – М.: ТЕИС, 2004.
23. Гусева М.И., Коготкова И.З. Маркетинг в строительстве. Учебное пособие.(Серия «Высшая школа»). – М.: Книжный мир, 2011.
24. Мирахмедов М., , Шомирзаев Э. Қурилиш мажмуасини ташкил этиш ва менежмент. –Тошкент: ТАҚИ, 2012.
25. Nurimbetov R.I. Loyihalar tahlili va ularni boshqarish. O'quv qo'llanma. - T.: TAQI, 2012.
26. Nurimbetov R.I. Korporativ boshqaruv.- (o'quv qo'llanma) – T.: TAQI, 2012.-156 b.
27. Rahimov Q.E. Qurilishda marketing va yagona buyurtmachi xizmatini tashkil etish. Darslik. – T.: TAQI, 2018.

T.I.Yahyoyev – SamISI o'qituvchisi

S.A.Babanazarova – SamISI dotsent v.b, PhD

ҚУРИЛИШ КОРХОНАЛАРИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛНИНГ ОБЪЕКТИ СИФАТИДАГИ АЛОҲИДА ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақола қурилиш корхоналарининг таснифланиши, унинг фаолият жараёнларининг алоҳида хусусиятлари ҳамда қурилиш корхоналарининг иқтисодий таҳлилнинг объекти сифатидаги алоҳида хусусиятлари тўғрисида.

Калит сўзлар: Қурилиш корхоналари, таҳлил, қурилиш соҳаси, иқтисодий таҳлилнинг объекти, қурилиш корхоналарида иқтисодий таҳлилнинг мақсади, давлат, акциядорлик, ширкат, хусусий, қўшма ва бошқа пудрат қурилишмонтаж ташкилотлари.

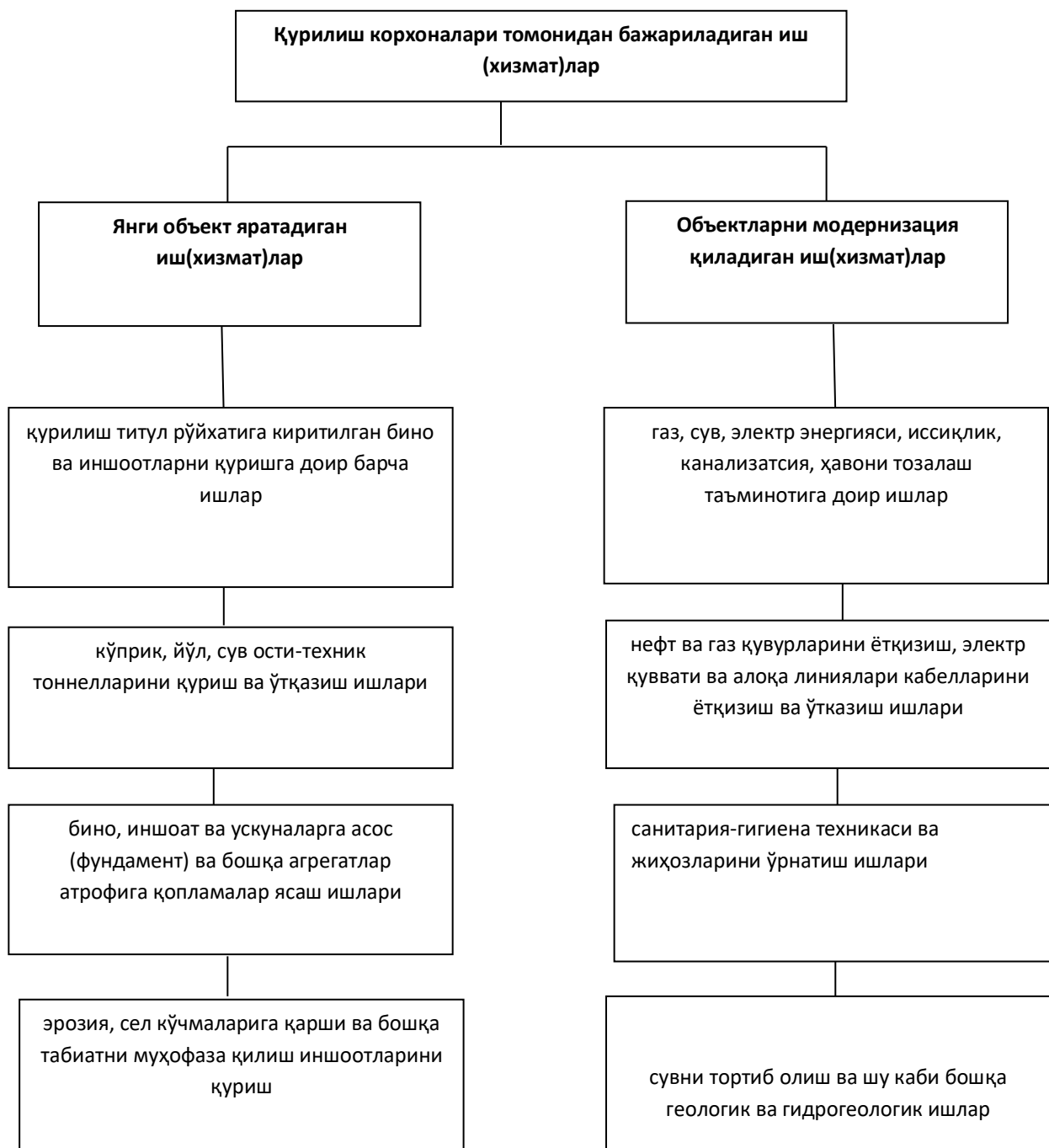
Қурилиш тармоғи бошқа тармоқлардан кўплаб алоҳида хусусиятлари бўйича фарқланади. Унинг асосий фарқларидан бири бу қурилиш корхоналари томонидан кўрсатилаётган иш ва хизматларнинг натижаларининг фарқланишидир. Шундай қурилиш хизматлари мавжудки натижада янги моддий кўринишга эга алоҳида объект пайдо бўлади аммо яна шундай қурилиш ишлари мавжудки натижада маълум бир объектнинг шакли ўзгаради ёки ўша объект модернизация қилинади.

Бундан ташқари қурилиш фаолиятини таҳлил нуқтаи назаридан бошқа фаолият турларидан фарқли жиҳатлари қуйидагилардан иборат.

1. Қурилиш фаолияти узок даврийликка эга эканлиги;
2. Бажарилган иш бўйича ҳар бир ҳисобот даврида молиявий натижани аниқлашда муаммолар вужудга келиши;
3. Меҳнат самарадорлигини аниқлашни аниқ тизими мавжуд эмаслигида (субпудратчи ташкилот ходимлари меҳнат унумдорлиги);
4. Қурилиш корхоналарида харажатларни хусусиятига кўра даврий тан олиш тизими мавжуд эмаслигида;
5. Қурилиш корхоналарини молиявий ҳолатини ифодаловчи кўрсаткичларини халқаро талабларга мослаштирилмаганлиги;
6. Корхона томонидан тендир асосида бажариш учун олинган қурилиш ишининг даромади аниқлиги аммо унга сарфланадиган харажатлар ўзгарувчанлиги.

Ушбу жиҳатлар инобатга олиниб қурилиш корхоналари томонидан амалга оширилаётган иш(хизмат)ларни уларнинг бажарилиш муддати, ишлаб чиқариш ҳамда хизмат кўрсатиш хусусияти мавжудлиги, натижаларнинг фарқланиши, субпудратчилар хизматидан фойдаланилиш даражаси ҳамда кўрсатилаётган иш(хизмат)ларнинг тартиблаштириш йўналишларини инобатга олган ҳолда қурилиш корхоналари томонидан бажариладиган иш(хизмат)лар натижаларининг фарқли жиҳатлари инобатга

олиниб янги моддий кўринишдаги объект яратадиган ҳамда мажмуани модернизatsiя қиладиган иш(хизмат)лар каби таснифласак мақсадга мувофиқ бўлади (1-расм)



1-расм. Қурилиш корхоналари томонидан бажариладиган иш (хизмат)ларни якуний натижаси бўйича таснифи¹¹⁸.

1-расмда қурилиш хизматларининг таснифланиши ушбу корхоналарнинг ҳисоб юритишида ва таҳлил жараёнида алоҳида аҳамиятга эгадир.

¹¹⁸ Муаллиф томонидан берилган.

Ушбу таснифдан келиб чиқиб қурилиш корхоналарида бажариладиган қурилиш ишлари ҳисобини юритиш жараёнида 2000 – асосий ишлаб чиқариш счёти таркибида иккита аналитик счётлар:

2010 – янги объект яратилиши бўйича кўрсатиладиган иш(хизмат)лар;

2020 – объектларни модернизация қилиш бўйича кўрсатиладиган иш(хизмат)лар каби очилиши ҳамда ҳисоб алоҳида юритилиши мақсадга мувофиқдир.

Натижада давлат активларини бошқариш агентлиги томонидан ташкил қилинган КРІ – корхоналарнинг муҳим самарадорлик кўрсаткичларини баҳолаш тизимига киритилган қурилиш корхоналарининг самарадорлик кўрсаткичларига киритилган “қурилиш корхоналарининг янги объектлар яратувчанлик коэффиценти” кўрсаткичини аниқлаш ҳамда статистика томонидан қабул қилинадиган “12 корхона шакли”, 1-кб шакли ҳамда 4-кб (қурилиш, савдо, хизмат) ҳисоботларини тўлдириш жараёнида малум қулайликлар яратади.

Қурилиш корхоналарининг янги объектлар яратувчанлик коэффиценти қуйидагича аниқланади.

$$ЯК = \frac{ЯҚО}{ЖБҚ} = \frac{2010 \text{ счёт}}{2010 \text{ счёт} + 2020 \text{ счёт}}$$

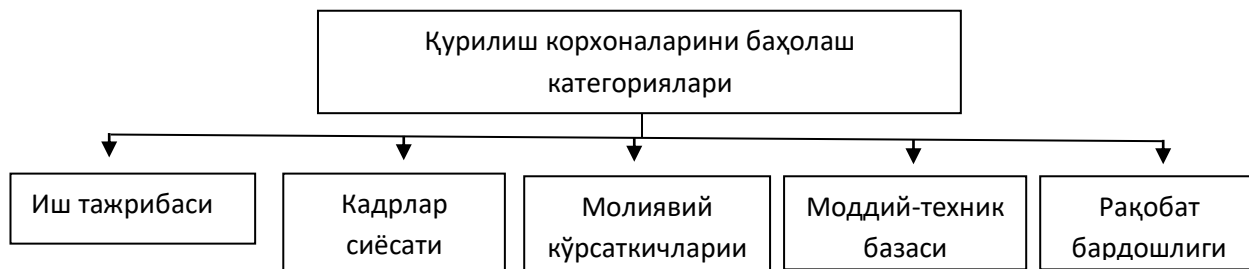
ЯК – яратувчанлик коэффиценти,

ЯҚО – янги қурилган объектлар миқдори,

ЖБҚ – жами бажарилган қурилиш ишлари.

Қурилиш корхоналарида бажариладиган қурилиш ишларининг якуний натижаси бўйича таснифланиши бевосита мамлакатимизда бугунда қурилиш корхоналарининг рейтинг кўрсаткичларини аниқлашда ҳам ўз самарасини кўрсатади.

Бугунги кунда мамлакатимизда қурилиш корхоналари рейтинги Қурилиш вазирлиги томонидан ишлаб чиқилган қуйидаги категориялар бўйича reyting.mc.uz сайти орқали баҳоланиб келинмоқда. Бу категориялар қурилиш корхоналарининг мамлакатимизда ўрни, бошқа қурилиш корхоналари билан рақобатлаша олиш даражаси, тендерларда қатнашиш жараёнида ғолибликга эришиш имкониятлари ҳамда қайси даражадаги қурилиш объектларини қуришга давогарлик қилишигача ўз имкониятларини белгилаб беради.



2-расм. Қурилиш корхоналарини баҳолаш категориялари

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

28. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. -“Xalq so'zi”, 2020 yil 25 yanvar.
29. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi qarori, 2020 yil 24 fevral, PQ-4611-son.
30. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Qurilish – montaj ishlari sifatini tubdan yaxshilash va qurilishni nazorat qilish tizimini takomillashtirish chora tadbirlari” to'g'risidagi PQ-4586 sonli qarori-06.02.2020.
31. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasini qurilish tarmog'ini modernizatsiya qilish, jadal va innovatsion rivojlantirishning 2021-2025 yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risidagi” PF-6119 sonli farmoni – 28.11.2020.
32. Экономика строительства: Учебник / под общей ред. И.С.Степанова.- 3-е изд., доп. и перераб. - М.: Юрайт-Издат, 2004..
33. Аренс Э.А., ДЖ.К. Лоббек. Аудит. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001.
34. Шодмонов Ш.Ш, Гафуров У.У. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. Т.: Фан ва технолигия, 2005.
35. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. Учебное пособие. – М.: ТЕИС, 2004.
36. Гусева М.И., Коготкова И.З. Маркетинг в строительстве. Учебное пособие.(Серия «Высшая школа»). – М.: Книжный мир, 2011.
37. Мирахмедов М., , Шомирзаев Э. Қурилиш мажмуасини ташкил этиш ва менежмент. –Тошкент: ТАҚИ, 2012.
38. Nurimbetov R.I. Loyihalar tahlili va ularni boshqarish. O'quv qo'llanma. - Т.: TAQI, 2012.
39. Nurimbetov R.I. Korporativ boshqaruv.- (o'quv qo'llanma) – Т.: TAQI, 2012.-156 b.
40. Rahimov Q.E. Qurilishda marketing va yagona buyurtmachi xizmatini tashkil etish. Darslik. – Т.: TAQI, 2018.

**VII ШЎҒБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ
САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА
РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ
РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ
ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ**

Маматова Гузал Давлатовна – Қарши Иқтисодиёт ва Педагогика университетининг ёшлар билан ишлаш, маънавият ва маърифат бўлими бошлиғи. «Иқтисодиётда ахборот тизимлари ва технологиялари» мутахассислиги бўйича докторлик (PhD) мустақил изланувчиси, Тошкент Молия Инститuti. Ўзбекистон.

**РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНГАН ҲОЛДА
ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ
МАСАЛАЛАРИ**

Аннотация. Мақолада фаолиятнинг турли соҳаларида рақамли таълим технологияларидан фойдаланишни ҳисобга олган ҳолда замонавий шароитда юқори сифатли кадрлар тайёрлашнинг аҳамияти, роли ва уларга яратилаётган шарт-шароитлар муҳокама қилинади. Муаллиф шуни кўрсатиб ўтдики, рақамли технологик ечимлар олий таълимда ўқув жараёнини ташкил этишда, Ўзбекистон Республикаси халқ хўжалиги тармоқлари ва соҳалари учун малакали кадрлар тайёрлашга ёрдам берадиган бошқарув қарорларининг сифатига ижобий таъсир кўрсатади.

Таянч сўзлар: рақамли технологиялар, рақамли таълим, рақамлаштириш, кадрлар.

Аннотация. В статье рассматриваются важность, роль и условия создания высококачественных кадров в современных условиях с учетом использования цифровых образовательных технологий в различных сферах деятельности. Автор отмечает, что цифровые технологические решения положительно влияют на качество управленческих решений, которые помогают в организации образовательного процесса в высших учебных заведениях, подготовке квалифицированных кадров для отраслей и секторов цифровой экономики Республики Узбекистан..

Ключевые слова: цифровые технологии, цифровое образование, цифровизация, кадры.

Abstract. The article discusses the importance, role and conditions of creating high-quality personnel in modern conditions, taking into account the use of digital educational technologies in various fields of activity. The author notes that digital technological solutions have a positive impact on the quality of management decisions that help in organizing the educational process in higher

education institutions, training qualified personnel for industries and sectors of the digital economy of the Republic of Uzbekistan.

Keywords: digital technologies, digital education, digitalization, personnel.

Кириш. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев ўз чиқишларида бир неча бор таъкидлаганидек, АКТ ва рақамли технологияларни кенг жорий этиш Ўзбекистоннинг изчил ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий вазифаларидан биридир. Мактаб, ўрта махсус ва олий таълим доирасида ИТ- кадрларни узлуксиз тайёрлашнинг комплекс тизимини яратиш рақамли кадрларни етиштиришнинг биринчи ва муҳим шартидир. Ҳозирги кунда Республикада рақамли истеъдодларни аниқлаш, мартаба ўсишини бошқариш ва бошқарув кадрлар захирасини шакллантириш учун ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги иқтидорли ёшларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш ва юқори малакали кадрлар тайёрлаш сиёсатини олиб бормоқда.

Асосий қисм. Рақамли трансформация замонавий давлатлар ривожланишининг асосий тенденцияларидан бири бўлиб, иқтисодиёт ва ижтимоий соҳанинг деярли барча соҳалари қиёфасини ўзгартиради. COVID-19 пандемияси иқтисодиётнинг кўплаб тармоқларда ИТ-соҳасининг жадал ривожланишига ҳисса қўшди.

2021 йил ноябр ойига келиб, инсоният тўртинчи саноат инқилобини бошдан кечирди ва сунъий интеллект, блокчейн, нарсалар интернет, криптовалюталар, автоматлаштириш воситалари ва бошқалар каби инновацияларнинг интеграцияси билан боғлиқ технологик ва иқтисодий ўзгаришларга гувоҳ бўлмоқда. Австралиянинг Deakin университети олимларининг фикрига кўра, бешинчи саноат инқилоби кадрларини таёрлаш ва жараёнлар самарадорлигини ошириш учун инсон ақл-заковати, ижодкорликни машина қобилиятлари билан бирлаштиришни ўз ичига олади. Саноат 4.0-даги асосий муаммо автоматлаштириш бўлса, саноат 5.0 одамлар ва автоном машиналар ўртасида шерикликни назарда тутди.

Президентимиз Ўзбекистонни минтақавий ИТ марказига айлантириш вазифасини ўз олдида мақсад қилиб қўйди. Шу муносабат билан ёшларни ИТ-таълим соҳасига жалб этишга катта эътибор қаратилмоқда ¹¹⁹.

2030 йилгача фанни ривожлантириш концепциясида рақамли инновациялар ва тадбиркорликни жадал жорий этиш учун қулай шарт-шароитлар яратиш Ўзбекистон Республикасининг 2019-2021 йилларга мўлжалланган “Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожлантириш стратегиясини” ва 2022-2026 йилларга мўлжалланган “Янги Ўзбекистоннинг ривожлантириш стратегияси” билан тартибга солинади.

¹¹⁹ <https://yuz.uz/ru/news/tsifrovaya-sreda-epoxa-peremen/> ЦИФРОВАЯ СРЕДА: ЭПОХА ПЕРЕМЕН// Янги Ўзбекистон. 19.08.2022 й

“Сунъий интеллектни ривожлантириш стратегияси” ҳам ишлаб чиқилган бўлиб, у давлат тилида онлайн маълумотлар базасини ишлаб чиқишни, аҳолига, айниқса ёшларга сунъий интеллект соҳасида маълумот беришни таъминлайди.

Сўнги йилларда ёшларни қўллаб-қувватлаш бўйича енг катта ташаббуслардан бири Ўзбекистонда 2019 йил ноябр ойида бошланган "Бир Миллион Дастурчи" лойиҳаси бўлди. Мегалойиҳа аҳоли ва ёшлар ўртасида АКТ соҳасида таълим даражасини ошириш, ИТ мутахассисларини кенг тайёрлашда муҳим рол ўйнайди.

Шундай қилиб, Ўз навбатида, мактаб ўқув дастури тегишли АКТ йўналишлари билан бойитилмоқда, 5-синфдан бошлаб ўқитиладиган "Информатика" фани "Бир Миллион Дастурчи" лойиҳаси фанлари билан тўлдирилди ва 8 ва 9-синфлардан бошлаб талабалар дастурлаш ва дизайн, 10 - синфлардан робототехникани ўрганишлари мумкин.

ВМҚ №297 га мувофиқ 01.06.2022 йилда Ўзбекистонда Президент Шавкат Мирзиёев топшириғига биноан талаб юқори бўлган ИТ-мутахассисларни тайёрлаш мақсадида ташкил этилган биринчи онлайн РАҚАМЛИ УНИВЕРСИТЕТИ “IT Park University” ташкил этилди. Янги форматдаги университетнинг асосчилари ИТ Парк ва дастурий таъминотни ишлаб чиқишда дунёда етакчилардан бири бўлган ЭПАМ ташкилотларидир. Бундан ташқари, қизлар ва аёлларни қўллаб- қувватлаш ва уларга тегишли касбларни егаллашлари учун зарур шарт-шароитларни яратиш мақсадида махсус ИТ курслари "ITWomen.Uz" лойиҳанинг ташкил қилиниши , бу уларнинг ИТ соҳасига жалб қилишга қаратилган ҳаракатдир.

Рақамли технологияларни ривожлантириш тенденцияларига асосланиб, жорий ўқув йилида Университетларда ўндан ортиқ янги йўналишлар, жумладан сунъий интеллект, мехатроника ва робототехника, киберхавфсизлик соҳасидаги муҳандислик бўйича ўқитиш йўлга қўйилди.

Таҳлил ва натижалар: Рақамли кадрлар тайёрлашнинг роли иш берувчиларга янги ускуналар ва енг янги технологияларни жорий етишга, алоқа имкониятларини кенгайтиришга, замонавий муҳандислик дастурлари ва кадрлар тайёрлаш дастурлари тизимига ега мамлакатларга бозор етакчиларига айланиш имконини беради.

Агар 14 та асосий ИТ мактаблари 2020 йилда очилган бўлса, яна 86 та мактаб ўз фаолиятини 2021 йилда бошлаган. Уларда ахборот-коммуникация технологияларини чуқур ўрганиш учун барча зарур шароитлар, жумладан, моддий-техник база мавжуд. Ушбу мактабларда ўқувчиларни танлаш Давлат Тест маркази билан ҳамкорликда ишлаб чиқилган тест синовлари асосида 5-синфдан бошланади. Ҳозирда уларнинг 4 мингдан ортиқ талабалари бор. 2023 йилда уларнинг сони 205 донага етказилди ва 30 мингдан ортиқ талаба рақамли технологиялар бўйича чуқур ўқитилмоқда.

Рақамлаштириш муаммоси нима?

Рақамлаштиришнинг ягона хавфи-бу кўплаб жараёнларда инсоннинг аҳамиятини камайтириш ва келажакда роботлар енгил учун яхшироқ бўлган бутун касбларнинг йўқолишидир. ИТ тизимларини стандартлаштиришнинг етишмаслиги, маблағларнинг етишмаслиги, малакали кадрларнинг етишмаслиги ва қонунчиликнинг номукамаллиги 2019 йилда Россия давлат идоралари рақамлаштириш пайтида, биринчи навбатда минтақавий даражада дуч келадиган енг кўп учрайдиган муаммолардир ¹²⁰.

Бироқ, талабалар унинг салбий томонларини ҳам ҳисобга олишлари керак. Тадқиқот давомида электрон таълимнинг камчиликлари ҳам аниқланди, улар орасида биз қуйидагиларни кўришимиз мумкин:

- Ўз-ўзини тарбиялашни талаб қилиш;
- Ўқитувчилар ва талабалар билан чекланган ҳамкорлик;
- Техник муаммолар;
- Ўқув жараёнини бошқариш қобилиятининг етишмаслиги;
- Ўқув жараёнида ҳаддан ташқари фойдаланиш билан гаджетларга қарамликнинг пайдо бўлиши;
- Ижтимоий кўникмаларнинг ривожланишини секинлаштириш.

АФЗАЛЛИКЛАРИ

Жараёнга тўлиқ
киришиб кетиш



Қизиқиш



Хавфсизлик



КАМЧИЛИКЛАРИ

Малакали кадрлар
етишмовчилиги



Пул танқислиги
муаммоси



Замонавий техника
етишмовчилиги



Расм 1. Рақамли технологиялар билан ишлаш афзалликлари ва камчиликлари

Манба: Муаллиф томонидан махсус адабиётлар ва сўровларни ўрганиш асосида ишлаб чиқилган

¹²⁰ И.Е. Кабанова. к.ю.н.//Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва// ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЦИФРОВОГО МУНИЦИПАЛИТЕТА: ПРОБЛЕМЫ И ДОСТИЖЕНИЯ

Рақамли кадрларни тайёрлаш динамикаси, уларнинг камчиликлари ва афзалликлари, меҳнат муносабатлари, касбий мотивация ва билимларда, шунингдек кундалик ҳаётда учратиш мумкин.

Рақамли технологиялар билан ишлаш афзалликлари ва камчиликларини **расм. 1** да кўриб чиқишимиз мумкин.

Таъкидлаш жоизки, COVID-2019 пандемияси таълим тизимига, шунингдек, бошқа барча соҳаларга таъсир кўрсатди. ЮНЕСКО маълумотларига кўра, дунё бўйлаб 1,7 миллиард талаба дарсларнинг тўхтатилиши туфайли анъанавий ўқишни йўқотди. Юздан ортиқ мамлакатлардаги Университетларнинг ёпилиши дунё талабаларининг 90 фоизини уйда қолишга мажбур қилди. Ўша даврда ОАВда¹²¹ хабар қилинганидек, 290,5 миллион ўқувчи ва талаба ўз таълим муассасаларининг вақтинча ёпилиши натижасида мактабни ташлаб, уларни дарҳол масофавий ўқишга ўтишга чақирди ва мамлакатларнинг атиги 60 фоизи пандемия сабабли муассасалар тўлиқ рақамли таълимга ўтдилар.

Рақамли иқтисодиёт учун кадрлар тайёрлаш масалалари бўйича барча тадбирларни амалга ошириш катта ресурсларни талаб қилади аммо бу интилишлар жамият ривожига, меҳнат жараёнлари ва ишнинг унумдорлигида сезиларли даражада ўзгаришларни келтириб чиқаради.

Хулоса ва таклифлар: ўрганилган адабиётлар, сўровлар ва интернет тармоқларда хабар беришича 2019 йилдан бошлаб, рақамли кўникмаларни эгаллаган кадрнинг минимал маоши 4-10 баравар юқори бўлиб келмоқда. Бу эса моддий манфаатдорликни ва келажак касбларни эгаллаш мақсадида кадрларнинг ИТ- соҳасини танлашга ва пухта эгаллашга хизмат қилади. Интернет манбаларининг хабар беришича, бугунги кунда ўнга яқин мамлакат талабаларининг 95 фоизи компьютерга ега. Масалан Индонезияда ёшларнинг 34 фоизи Интернетга кириш имкониятига ега. Бошқа мамлакатларда бу кўрсаткич анча паст. Шу билан бирга, Ўзбекистон Республикасида бу кўрсаткич паст деб ҳисобланади. Бу чекка ҳудудларда интернет инфратузилмаси етарлича ривожланмаганлиги билан боғлиқ ва бу баъзи экспертлар башорат қилганидек, таълим сифатининг пасайишига олиб келиши мумкин.

Бугунги кунда Ўзбекистон меҳнат бозорида ИТ кадрларининг етишмаслиги ҳар йили тахминан юзлаб кишини ташкил қилади, буни бартараф этиш учун ахборот технологиялари соҳасида малакага эга бўлган олий ва ўрта махсус касб-ҳунар таълими битирувчилари сони ҳар йили камида 2 бараварга ўсиши ва рақамли кўникмаларга ега аҳоли улуши еса 25 фоизга етиши керак.

¹²¹ https://humancapital.su/wp-content/uploads/2021/12/202112-2_p079-084.pdf// Эрназаров Д.З. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ В УЗБЕКИСТАНЕ// ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ, 2021, № 12(156) том 2

Бугунги кунда иқтисодиётни ривожлантиришда рақамли технологияларнинг ўрни бекиёс. Республикамиз ёшлари ва бўлажак кадрларга турли таълим порталлари ёрдамида масофадан туриб ўқиш ва ўз малакаларини ривожлантириш имкони берилмоқда. Бироқ, ушбу таълимни рақамлаштириш жараёнини тезлаштириш ва тизим сифатини юқори даражага олиб чиқиш учун бир қатор чораларни кўриш мақсадга мувофиқдир:

Биринчидан, ўқув фанлари бўйича ахборот технологиялари билан боғлиқ техник носозликларни бартараф этиш ва интернетнинг мамлакатнинг барча жойларига етиб боришини таъминлаш керак. Ундан ташқари интернет тезлигини икки ёки уч барабар ошириш ва нархини пасайтириш чораларини кўриш зарур;

Иккинчидан, миллий электрон ахборот рақамли таълим технологияларидан фойдаланган ҳолда уларда электрон таълим муҳитини яратиш, рақамли кутубхона, рақамли ўқув лабораториялари, техник касблар ва мутахассисликлар бўйича ишлаб чиқариш лабораториялари ва устахоналарини яратиш ва фойдали ўқув материаллари билан тўлдириб бориш керак бўлади;

Учинчидан, ахборот технологиялари соҳасида юқори сифатли кадрлар тайёрлашни кучайтириш, уларнинг иқтисодиётнинг барча соҳаларига кириб боришини таъминлаш. Улар ёрдамида ахборот-коммуникация технологиялари ишлаб чиқаришни кенгайтириш, малакали кадрларни рағбатлантириш, ушбу маҳсулотларни ички бозорда аҳоли учун арзон нархларда сотишни кучайтириш зарур;

Тўртинчидан, “Бир миллион дастурчи” лойихаси сингари таълим порталларининг юқори сифатли ва тезкор турларини ишлаб чиқиш, рақамли таълим платформаларини жорий этиш, ривожлантириш бўйича улкан экотизим яратиш, Рақамли кадрларни кўпайтириш учун таълим дастурларини ишлаб чиқиш, рақамли саводхонликни ўзлаштириш учун очиқ бепул онлайн хизматни яратиш, рақамли кадрлар ўқув жараёнини оптималлаштириш, ўқув жараёнига Coursera, Udemu, SAP, Oracle, IBMга ўхшаш курсларини жорий этиш ва ҳар бир кадрнинг шахсий рақамли портфолиосини яратишига кўмаклашиш;

Бешинчидан, Рақамли иқтисодиёт учун юқори малакали кадрлар тайёрлашни арзон ва сифатли йулларни ишлаб чиқиш ва тадбиқ этиш, рақамли иқтисодиёт ваколатларининг асосий моделини ишлаб чиқиш, рақамли иқтисодиётнинг истиқболли таълим технологияларини қўллаб-қувватлаш учун таълим фондларини яратиш, қўшимча таълим ташкилотларини яратиш ва қўллаб-қувватлаш учун грантлар ҳамда субсидиялар ажратиш;

Олтинчидан, биз ушбу чора-тадбирларни амалга оширишда ахборот хавфсизлигига қатъий риоя қилиш керак деб ҳисоблайман.

Шу билан бирга, келажакда Университетлар ўқув жараёнини автоматлаштириш ва инсон омилисиз ишлаш тизимини яратиш керак, натижада ўқитиш усуллари сони кўпаяди ва таълим очик, шаффоф, қулай, оммабоп, самарали, коррупциядан холи ва энг муҳими, юқори сифатга эга бўлади. Бу эса ИТ битирувчиларининг кейинги 3- 4 йил ичида 5 баравар ўсишини таъминлайди. Шундай қилиб, бугунги кунда Ўзбекистонда рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда рақобатбардош кадрлар тайёрлаш масалалари муҳим ва долзарб масалалардан бири бўлиб келмоқда.

Фойдаланган адабиётлар:

1. ПФ-5544-сон. “2019- 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини Инновацион Ривожлантириш Стратегияси”ни тасдиқлаш тўғрисида 21.09.2018 й.
2. ПФ-165-сон “2022- 2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг Инновацион Ривожланиш Стратегияси”ни тасдиқлаш тўғрисида. 06.07.2022 й.
3. ПҚ-4996-сон. “Сунъий Интеллект Технологияларини жадал жорий этиш учун шарт-шароитлар яратиш чора-тадбирлари” тўғрисида. 17.02.2021 й.
4. «IT-PARK UNIVERSITY» Рақамли Университетини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарори, 01.06.2022 йилдаги 297-сон.
5. ПФ-5847-сон. Ўзбекистон Республикаси Олий Таълим Тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида. 09.10.2019 й.
6. Бегалов Б.А., Жуковская И.Е. Методологические основы влияния информационно-коммуникационных технологий на развитие национальной экономики. Монография. Ташкент: IQTISODIYOT, 2018. 178 с.
7. Жуковская И.Е. Инновационные “Аспекты совершенствования управленческих процессов в высшем учебном заведении на основе применения современных информационно-коммуникационных технологий Открытое образование. 2016. № 4. С. 17–22.
8. Эрназаров Д.З. Перспективы развития цифровой образовательной среды в Узбекистане. Человеческий Капитал, 2021, № 12(156) том 2. 79-84 с.

Ташматов Шараф Урокбоевич – СамИСИ ўқитувчиси

РАҚАМЛАШТИРИШ САВДО ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ОМИЛИ СИФАТИДА

Аннотация: Мақолада савдо корхоналари фаолиятида рақамлаштиришнинг асосий муаммолари муҳокама қилинади.

Рақамлаштириш тушунчаси, савдо корхоналари фаолиятида рақамлаштириш хусусиятлари кўриб чиқилади. Савдо соҳасига рақамли технологияларни жорий этиш ҳисобига бизнес-жараёнларни оптималлаштириш, зарурий ахборотларни олиш имконияти юзага келади, бу эса асосланган қарорлар қабул қилишга ва бозорда самарали рақобатлашишга кўмаклашади.

Калит сўзлар: чакана савдо, рақамлаштириш, бизнес моделни оптималлаштириш, маълумотлар таҳлили, йирик маълумотлар, савдо корхоналари.

Аннотация: В статье рассмотрены основные проблемы цифровизации в деятельности торговых предприятий. Рассмотрено понятие цифровизации, особенности цифровизации в деятельности торговых предприятий. Показано, что за счет внедрения современных цифровых решений в сфере торговли появляется возможность оптимизировать бизнес-процессы, получать больше необходимой информации, что способствует принятию обоснованных решений и возможности конкурировать на рынке.

Ключевые слова: розничная торговля, цифровизация, оптимизация бизнес-моделей, аналитика данных, большие данные, торговые предприятия.

Abstract: The article deals with the main problems of digitalization in the activities of commercial enterprises. The concept of digitalization, features of digitalization in the activities of commercial enterprises are considered. It is shown that due to the introduction of modern digital solutions in the field of trade, it is possible to optimize business processes, get more necessary information, which contributes to making informed decisions and the ability to compete in the market.

Keywords: retail, digitalization, business model optimization, data analytics, big data, trading enterprises.

Бугунги кунда дунё амалиётида иқтисодиётнинг барча соҳаларини рақамлаштириш жараёни юқори суръатларда амалга ошмоқда. Бу айниқса савдо соҳасига интернет технологияларининг кенг жорий этилишида яққол намоён бўлмоқда. Statista компаниясининг маълумотларига кўра, 2022 йилда «интернет савдонинг жаҳон ялпи чакана савдо айланмасидаги улуши 19,3 фоизни ташкил этди ва бу кўрсаткич 2026 йилда 25 фоизга кўтарилиши прогноз қилинмоқда»¹²².

Сўнгги йилларда мамлакатимизда иқтисодиётни рақамлаштиришга, хусусан савдо соҳасига рақамли технологияларни жорий этишга эътибор кучайди. Бу борада бир қатор мақсадли чора-тадбирлар амалга оширилиб, муайян амалий натижаларга эришилди. Натижада, «2021 йилда рақамли иқтисодиётнинг мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улуши 2,6 фоизга,

¹²² <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

интернет савдонинг ялпи чакана савдо айланмасидаги улуши 2,4 фоизга»¹²³ этиши таъминланди.

Савдо хизматларининг интернет технологиялари асосида амалга оширилиши, аҳоли ўртасида бандлик, турмуш даражаси ва фаровонлигининг ортиши, вақтни тежаш асосида ижтимоий қиймат яратиш интернет тармоғи орқали савдо хизматларини ривожлантириш, интернет-дўконларнинг ташкилий-бошқарув механизмларини янада такомиллаштириш заруратини янада кучайтиради.

Рақамлаштириш оммавий тенденция сифатида дунё мамлакатлари миллий иқтисодиётининг барча соҳаларига тобора чуқурроқ кириб бормоқда. У барча ахборотларни виртуал майдонга кўчириш, шунингдек, асосий куроли интернет-майдон бўлган янги бизнес моделни шакллантириш имконини беради ҳамда омбор ва савдо майдонларининг қисқариши эвазига корхона харажатларини камайтиради. Демак, истеъмол нархларининг пасайиши ва аҳоли турмуш фаровонлигини юксалтиришга ижобий таъсир кўрсатади. Мутахассисларнинг фикрига кўра, янги бизнес модел товар ва хизматлар ишлаб чиқарувчиларнинг мижозлар, етказиб берувчилар ҳамда давлат идоралари билан ўзаро ҳамкорлик механизмини тўлиқ ўзгартиради¹²⁴. Бу эса илмий тадқиқотчилар олдида янгидан-янги вазифаларни қўяди.

Бугунги кунда савдо соҳасидаги рақамлаштириш жараёни маълум даражада замонавий истеъмолчининг табиати ва хатти-ҳаракат моделидаги ўзгаришлар билан тавсифланади. Бу ўзгарувчан муҳит, яъни технологияларнинг тез ривожланиши, рақамли экотизимлар ва инновацион бизнес-моделларнинг пайдо бўлиши билан ҳам боғлиқдир. Бугунги кун истеъмолчиси қулайлик ва экологик тозалликни қадрлайди, вақтни тежашга интилади ва индивидуал ёндашувни талаб қилади. У ахборот олиш учун рақамли технологиялар ва турли каналлардан фаол фойдаланади. Натижада харид қилиш кўп каналли бўлиб боради ва бу чакана савдода ўзгаришлар бўлишини тақозо этади¹²⁵.

Бундай ўзгаришларни жорий этишда комплекс ёндашув юқори самара беради. Масалан, савдо тармоқларида нафақат ташриф буюрувчиларни ҳисоблаш ва таҳлил қилиш тизимлари жорий этилиши, балки персоналга бўлган талаблар қайта кўриб чиқилиши, меҳнат унумдорлигининг оширилиши зарур. Рақамли технологиялар ёрдамида операцион фаолият самарадорлиги ошади. Натижада, товарлар таннархи пасаяди ва бозордаги нархнинг арзонлашуви таъминланади.

¹²³ <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/raqamli-iqtisodiyot>

¹²⁴ Kochinev Y.Y., Rodionov D.G. Probabilistic assessment of projected deviation in a general population when applying the monetary method 2018. 4919-4924 с

¹²⁵ Пирогова О.Е. Подход к оценке интеллектуального капитала торгового предприятия в рамках концепции VBM // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета № 2 (116), 2019 – 102-109с.

Савдо хизматларини рақамлаштиришда иккита асосий тенденция ажратиб кўрсатилади: замонавий технологияларни фаол жорий этиш ва аудиторияни чуқур таҳлил қилишга интилиш. Ушбу тенденциялар ўзаро боғлиқ: технологик савдо объектлари ривожланишга интилувчанлиги билан ажралиб турувчи замонавий истеъмолчиларни жалб қилса, ташриф буюрувчилар, уларнинг эътибор доираси ва ҳаракат йўллари таҳлил қилиш асосида мақсадли ва янда самаралироқ таклифлар шакллантирилади¹²⁶. Рақамли тизимлар истеъмолчилар ҳақидаги ахборотларни тўплаш, уларнинг харидлари тарихини кузатиш, талабларини таҳлил қилиш ҳамда улар учун ҳамиша керакли бўлишликни сақлаб қолиш имконини беради.

Бугунги кунда чакана савдо соҳасида рақамлаштиришнинг тўртта асосий йўналиши мавжуд:

- истеъмолчилар билан ишлаш (товар белгисига қизиқиш пайдо бўлишидан тортиб харид амалга оширилишигача бўлган барча босқичлар ўз ичига олади);
- операцион самарадорликни таъминлаш (персонал самарадорлиги, маҳсулот, унинг нарх ёрлиқлари, расталарда жойлашуви билан боғлиқ ишлар ва бошқа шу каби юмушларни ўз ичига олади);
- логистика ва маҳсулот етказилишини назорат қилиш;
- АТ-инфратузулмаси ишлари ва хавфсизлик тизимини назорат қилиш.

Чакана савдонинг ҳар бир вакили бизнеснинг бошқа тармоқларидаги каби иккита асосий мақсадни, яъни фойдани кўпайтириш ҳамда харажатларни қисқартиришни кўзлайди. Шунинг учун кўпчилик менежерлар биринчи навбатда истеъмолчилар билан ишлашга асосий эътиборни қаратишади, чунки бу фойданинг кўпайишига бевосита таъсир қилади.

Ташриф буюрувчиларни таҳлил қилиш натижасида олинган маълумотлар мижозлар учун индивидуаллашган ва уларнинг эҳтиёжларига йўналтирилган таклифларни шакллантириш ҳамда мақсадли реклама учун зарур ҳисобланади. Камералар ёрдамида юзни таниб олиш функциясига эга бўлган дастурлар ташриф буюрувчининг шахсини аниқлайди, унинг харидлар тарихини таҳлил қилади, қизиқишлари ва демографик хусусиятиларидан келиб чиқиб, сотув залидаги экранларда реклама роликларини кўрсатади. Бу савдо объектига кўпроқ харидорларни жалб қилишга ва муайян товарлар гуруҳининг кўпроқ сотилишига ёрдам беради.

Шундай қилиб, ривожланишнинг ҳозирги босқичида рақамли тизимлар таҳлилий ҳисоботларни шакллантириш, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишда фойдаланиладиган объектив ахборотларни олиш имконини

¹²⁶ Пирогова О.Е. Проблемы оценки человеческого потенциала / Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии №1 (35), 2018.- 19 -24 с.

беради. Таҳлил ёрдамида янги реклама кампаниясининг самарадорлигини баҳолаш, оптималлаштириш зарур бўлган соҳаларни аниқлаш, шунингдек мижозлар талабини башорат қилиш мумкин. Буларнинг барчаси харажатларни камайитиришга, энг самарали маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишга ҳамда мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашга ёрдам беради.

Чакана савдо соҳасида замонавий рақамли технологияларнинг жорий этилиши бизнес жараёнларини оптималлаштиришга ва зарурий ахборотларни кўпроқ олишга имконият яратади. Бу эса, рационал ва асосланган қарорлар қабул қилишга ҳамда бозорда муваффақиятли рақобатлашишга замин яратади.

Бундан ташқари, маҳаллий савдо корхоналари рақамли технологияларни жорий этишда турли муаммоларга дуч келишади. Уларнинг кўпчилиги ташкилий ҳаракетрга эга бўлиб, савдо корхоналарининг 54 фоизи лойиҳаларни амалга оширишда қийинчиликларга учрашига сабаб бўлмоқда. 48 фоизи бундай лойиҳаларни амалга ошириш учун малакали мутахассисларнинг етишмаслигини таъкидлашган. Кейинги муаммо – бу истеъмолчиларнинг етарли компетентликка эга эмаслиги бўлиб, компанияларнинг 55 фоизи фойдаланувчилар технологик нуқтаи назарда етарли компетентликка эга эмас деб ҳисоблашади. Рақамли технологияларни жорий этишда савдо корхоналари соҳасидаги муҳим муаммолардан яна бири бу рақамли стратегияларнинг йўқлиги ҳисобланади. Бундай ҳолат савдо корхоналарининг 83 фоизида мавжуд бўлиб, уларнинг кўпчилиги яқин келажак учун рақамли технологияларни жорий этиш билан боғлиқ аниқ режаларга эга эмас¹²⁷.

Кўпинча савдо соҳасини ривожлантиришга қаратилган асосий сайи-ҳаракатлар савдо нуқталари сони, аҳоли жон бошига тўғри келадиган сотиш ҳажми каби ривожланишнинг экстенсив кўрсаткичларига эътибор қаратилади. Бироқ, рақамли иктисодиёт шароитида савдо соҳаси ва маҳаллий савдо корхоналарининг рақобатбардошлигини ошириш масаласи ҳам ўта муҳим ҳисобланади.

Одатда, товар ва хизматларнинг рақобатбардошлиги деганда уларни бозор нархларида нормал фойда билан сотиш қобилияти тушунилади. Рақобатбардошлик ички ва ташқи бўлиши мумкин. Ташқи рақобатбардошлик деганда жаҳон бозорида товар ва хизматларни сотиш қобилияти, мамлакат тўлов балансининг барқарорлигини таъминловчи товар ва хизматларнинг етарли миқдори экспорт таркибида мавжуд бўлиши тушунилади. Ички рақобатбардошлик – бу ички бозорда импорт ҳамда аҳоли бандлиги ва даромадининг зарурий даражасини экспорт билан

¹²⁷ Паскова А.А. Цифровая трансформация розничной торговли: тенденции и технологии // Новые технологии. 2020. Т. 16, № 6. С. 123-131. <https://doi.org/10.47370/2072-0920-2020-16-6-123-131>

биргаликда таъминловчи бошқа маҳаллий товарлар билан рақобат шароитида сотиш қобилиятидир.

Замонавий шароитларда истеъмолчи ҳоҳиш-истаклари ва истеъмол таомиллари ҳақидаги ахборотлар чакана савдо корхонасининг стратегик устунликларидан бири сифатида баҳоланади. Бу каби ахборотларга эга бўлишлик, уларни тизимлаштириш ва турли нуқтаи назардан таҳлил қилиш корхонанинг стратегик режасини ишлаб чиқишда кенг қўлланилади.

Рақамли технологияларга ўтишга қарор қилган чакана савдо корхоналар даромадни кўпайтириш, инновацион бизнес-моделларни яратишнинг янги усуллари топиш учун янги технологиялардан қандай фойдаланиш мумкинлигини аниқлашади.

Савдо соҳасида рақамли трансформациянинг асосий драйверларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- замонавий харидор хатти-ҳаракати моделининг ўзгариши (замонавий харидор товар сотиб олишда кўпроқ рақамли технологиялардан фойдаланмоқда);

- рақамли ва жисмоний харид қилиш тажрибалари ўртасидаги (истеъмолчи онгида мавжуд бўлган тажриба билан буюмлар Интернетини билан кўпроқ таъминланган, виртуал ва кенгайтирилган реалликка шўнғиган тажриба ўртасидаги) чегараларнинг деярли йўқолиши;

- таъминот занжири даражасидаги муаммолар (ҳал қилувчи аҳамиятга эга, бироқ кўпинча рақамлашмаган, бу ерда тезлик, вақт ва шаффофлик асосий омиллар ҳисобланади);

- рақамли технологиялар соҳасидаги етакчилар томонидан, шунингдек, рақамлаштириш, таъминот занжири ва мижозларга хизмат кўрсатиш даражасидаги рақобат ҳамда нарх босимининг ортиши;

- COVID-19 пандемияси туфайли юзага келган ноаниқлик чакана савдога жиддий таъсир қилади.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, чакана савдода рақамли трансформация бизнеснинг барча жиҳатларини қайт кўриб чиқишни тақозо этади. Рақамли трансформацияни муваффақиятли амалга ошириш учун чакана савдо корхоналари томонидан ўзгаришларни бошқариш стратегияси ишлаб чиқиши, компаниянинг жорий ҳолати таҳлил қилиниши ва унинг рақамли трансформацияга тайёрилиги баҳоланиши, рақамлаштириш бўйича йўл харитаси ишлаб чиқиши, шунингдек, рақамли жамоани шакллантиришга алоҳида эътибор қаратилиши лозим.

Замонавий технологияларни самарали жорий қилишни уддасидан чиққан чакана савдо корхоналари нафақат омон қолади, балки гуллаб яшнайди.

Мирзаходжаев А.Б. – СамИЭС стар.преподаватель кафедры «Инвестиции и инновации »

ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ОСНОВЕ ПОДГОТОВКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ КАДРОВ

Аннотация. Автором данной статьи рассмотрены проблемы, связанные с разработкой теоретических положений, методических подходов и практических рекомендаций по формированию механизма повышения эффективности обслуживания на основе совершенствования профессионализма кадров и удовлетворению потребностей клиентов в гостиничных услугах.

Ключевые слова. Менеджмент, кадры, потребности, производительность труда, опыт, адаптация.

Annotasiya. Ushbu maqola muallif tomonidan xodimlarning professionalligini oshirish va mijozlarning mehmonxona xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish asosida xizmatlar samaradorligini oshirish mexanizmini shakllantirish bo'yicha nazariy qoidalar, uslubiy yondashuvlar va amaliy tavsiyalarni ishlab chiqish bilan bog'liq muammolarni ko'rib chiqishdi.

Kalit so'zlar. Menejment, kadrlar, ehtiyojlar, mehnat unumdorligi, tajriba, moslashish.

Abstract: The author of this article considered the problems associated with the development of theoretical provisions, methodological approaches and practical recommendations for the formation of a mechanism for increasing the efficiency of services based on improving the professionalism of personnel and meeting the needs of customers in hotel services.

Keywords. Management, personnel, needs, labor productivity, experience, adaptation.

Современный опыт деятельности гостиничных предприятий показывает, что понимание руководством и персоналом сути принципов менеджмента, опора на них в повседневной практической работе является залогом успешной деятельности в области повышения качества в конкурентной среде и обеспечения результативности внедряемой гостиничным предприятием системы менеджмента. Однако к такому восприятию принципов ее работы руководители гостиничных предприятий в реальной ситуации бывают не готовы, не могут правильно организовать дело, обеспечить результативность создаваемых систем на основе совершенствования профессионализма кадров. Система кадрового менеджмента систематизирует и регулирует все виды деятельности гостиничного предприятия. Она направлена на достижение результатов в соответствии с целями в области качества услуг, чтобы удовлетворять

потребности, ожидания и требования заинтересованных сторон в процессах деятельности гостиничного предприятия. Кроме того, она является общей моделью обеспечения качества процессов гостиничного предприятия, в том числе процессов жизненного цикла продукции.

Гостиничная индустрия развивается под воздействием внешних факторов, которые зависят от воздействия компонентов окружающей среды (политико-правовые, безопасность путешествий, экономико-финансовые, культурные, социально-демографические, структурно-коммуникационные, развитие торговли, технологические, материально-технические), и внутренних факторов, которые непосредственно связаны с особенностями организации и функционирования гостиничных предприятий (совершенствование гостиничного продукта, развитие сферы гостиничных услуг, создание гостиничных цепей и ассоциаций, развитие систем дистрибуции, фактор трудовых ресурсов, маркетинговые факторы).

Кадровый менеджмент гостиничного предприятия включает в себя следующие этапы: планирование ресурсов (разработка плана будущих потребностей в людских ресурсах); набор персонала (создание резерва потенциальных кандидатов по всем должностям); отбор (оценка кандидатов на рабочие места и отбор лучших из резерва, созданного в ходе набора); определение зарплаты и льгот (разработка структуры заработной платы и льгот в целях привлечения, найма и сохранения работников); профориентация и адаптация (введение нанятых работников в гостиничное предприятие и его подразделения, развитие у работников понимания того, что ожидает от него гостиничное предприятие и какой труд в ней получает заслуженную оценку); обучение (разработка программ для обучения трудовым навыкам, требующимся для эффективного выполнения работы); оценка трудовой деятельности (разработка методик оценки трудовой деятельности и доведения ее до работника); повышение, понижение, перевод, увольнение (разработка методов перемещения работников на должности с большей или меньшей ответственности, развития их профессионального опыта путем перемещения на другие должности или участки работы, а также процедур прекращения договоров найма); подготовка руководящих кадров, управление продвижением по службе (разработка программ, направленных на развитие способностей и повышение эффективности труда руководящих кадров).

Подготовка кадров очень важна, так как предприятия гостиничной индустрии имеют постоянную потребность в обеспечении высокой производительности труда работников. Многие гостиничные предприятия при этом заботятся об общем качестве трудовых ресурсов. Подготовка кадров представляет собой обучение работников навыкам, позволяющим поднять производительность их труда. Основные требования, обеспечивающие эффективность обучения персонала гостиничного предприятия, сводятся к следующему: для обучения необходима

мотивация; руководство гостиничного предприятия должно создать климат, благоприятствующий обучению; если навыки, приобретаемые посредством обучения, являются сложными, то процесс обучения следует разбить на последовательные этапы; обучающиеся должны почувствовать обратную связь по отношению к результатам обучения, необходимо обеспечить положительное закрепление пройденного материала.

Система менеджмента призвана повышать эффективность гостиничного предприятия по следующим направлениям: всесторонний учет потребительских требований; снижение количества нареканий со стороны потребителей; сохранение постоянной клиентуры; привлечение новых потребителей; повышение эффективности организационных процессов; снижение затрат за счет уменьшения потерь; повышение прибыльности; захват большей рыночной доли; поддержание конкурентного преимущества; ориентация на персонал. Успех внедрения в гостиничном предприятии системы менеджмента качества напрямую зависит от уровня удовлетворенности персонала и его доверия к руководству. Чем выше уровень удовлетворенности персонала, тем больше у менеджеров организации шансов на удачное внедрение системы менеджмента качества. Удовлетворенность персонала складывается из таких показателей, как: уровень профессионализма коллег; слаженность действий сотрудников; профессиональная компетенция руководителей; стиль руководства менеджеров в гостиничном предприятии; возможность применения опыта и способностей; карьерный рост; условия и охрана труда сотрудников гостиничного предприятия; грамотное управление производственным процессом; заработная плата; возможность повышения квалификации и обучения.

Система управления персоналом гостиничного предприятия представляет из себя взаимосвязанную совокупность целей, задач и основных направлений деятельности, а также различных видов, форм, методов и соответствующих механизмов управления, направленных на обеспечение постоянного роста эффективности производства, производительности труда и качества обслуживания. Данная система включает различные подсистемы, выполняющие конкретные функции: подбора и расстановки кадров; профессионального отбора, повышения квалификации и роста профессионального мастерства; качества труда и методов его оценки; мотивации трудовой деятельности.

Кадровый менеджмент гостиничного предприятия включает в себя следующие этапы: планирование ресурсов (разработка плана будущих потребностей в людских ресурсах); набор персонала (создание резерва потенциальных кандидатов по всем должностям); отбор (оценка кандидатов на рабочие места и отбор лучших из резерва, созданного в ходе набора); определение зарплаты и льгот (разработка структуры заработной платы и льгот в целях привлечения, найма и сохранения работников);

профориентация и адаптация (введение нанятых работников в гостиничное предприятие и его подразделения, развитие у работников понимания того, что ожидает от него гостиничное предприятие и какой труд в ней получает заслуженную оценку); обучение (разработка программ для обучения трудовым навыкам, требующимся для эффективного выполнения работы); оценка трудовой деятельности (разработка методик оценки трудовой деятельности и доведения ее до работника); повышение, понижение, перевод, увольнение (разработка методов перемещения работников на должности с большей или меньшей ответственности, развития их профессионального опыта путем перемещения на другие должности или участки работы, а также процедур прекращения договоры найма); подготовка руководящих кадров, управление продвижением по службе (разработка программ, направленных на развитие способностей и повышение эффективности труда руководящих кадров).

Подходы к повышению эффективности управления качеством обслуживания в гостиничном предприятии включают в себя: скорость принятия решений; обоснованность принятия решений; реальное делегирование полномочий; возможность делегирования полномочий; контроль над выполнением решений; система поощрений и наказаний; проходимость информации «вниз»; проходимость информации «вверх»; кадровая политика, направленная на обеспечение гармоничного и эффективного включения персонала в жизнь гостиничного предприятия; качественное планирование деятельности; лидерство.

Для того чтобы обеспечить необходимое соответствие системы управления персоналом гостиничного предприятия, должна в полной мере соответствовать принципу «постоянного улучшения». При этом, по мнению авторов, очень важно: проводить периодические аттестации существующих систем управления персоналом с точки зрения их соответствия целям гостиничного предприятия, обеспечения требуемого гостиничному предприятию производственного поведения; привлекать сотрудников службы управления персоналом к разработке и пересмотру стратегических и краткосрочных планов гостиничного предприятия; обеспечить постоянное участие высшего руководства гостиничного предприятия в разработке и пересмотре систем управления персоналом; оценивать работу службы управления персоналом по результатам работы гостиничного предприятия.

Список литературы:

1. Лесник, А.Л. Стратегия конкуренции в гостиничном бизнесе — М.: Таир, 2012
2. Лойко, О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство / О.Т. Лойко - Томск: ТПУ, 2017
3. Румянцева, З. П. Организационные структуры управления / З.П. Румянцева // Российский экономический журнал - № 4, 2014

4. Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство [Текст] : учебник / Дж. Р. Уокер; перевод с англ. Михайлов Н.Н. - М.: Юнити, 1999.

Vazira Uzakova – PhD student SIES

AN ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM FOR IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF UNIVERSITY GRADUATES

Abstract .The competitiveness of university graduates has become a critical issue in today's global economy. As the world becomes more interconnected, there is an increasing demand for highly skilled and knowledgeable professionals who can adapt to changing market conditions and drive innovation. Universities play a crucial role in developing the skills and knowledge of graduates, and in ensuring their competitiveness in the job market. This article proposes a framework for improving the organizational - economic mechanism of universities to enhance the competitiveness of graduates and their employability. The framework is based on five elements: curriculum design, quality of faculties, research and innovation, industry partnerships, and career services. By incorporating these elements, universities can better align their programs with the needs of the labor market and provide graduates with the skills and knowledge they need to succeed in their careers.

Key words: organizational-economic mechanism, higher education, competitiveness, graduates, skills, employability, labor market.

Introduction .The economic mechanism of universities refers to the policies and practices that universities employ to ensure the employability of their graduates in the labor market. The economic mechanism includes curriculum design, , quality of faculties, research and innovation, industry partnerships, and career services. The primary goal of the economic mechanism is to provide graduates with the skills and knowledge they need to succeed in their careers. However, the existing economic mechanism of universities is not always effective in achieving this goal. Graduates often struggle to find employment, and employers often report that graduates lack the skills and knowledge they need to succeed in their jobs.

Literature Review. The term "organizational and economic mechanism", despite its widespread, did not receive a strictly formalized definition in previous works. This concept is based on the definition of a mechanism or machine, as a system of bodies designed to transform the movement of one or more bodies into the required movements of another body. The mechanism is used in cases where

the required movement of bodies cannot be obtained and there is a need to transform the movement¹²⁸.

The definition of the concept of "mechanism", in particular organizational and economic, was devoted to the scientific work of Nobel Prize winners in economics in 2007 Leo Hurwicz, Roger Myerson and Eric Maskin. (Eric Maskin). They made a significant contribution to the development of the theory of economic mechanisms. They developed the conceptual and technical foundations of the economic mechanism; described optimal auctions; formulated the main tasks of implementation; identified effective mechanisms and schemes of regulation of the economy; defined the optimal frameworks of necessary state intervention¹²⁹.

The Russian scientist A.P. Gradov reckons that the national economy is considered as a system of interactive organizational and economic mechanisms (balance between production and consumption; economic cycles; balance of the national economy and the external world, etc.), as a chain of consistently emerging interrelated phenomena¹³⁰.

B.A. Riesberg defines organizational and economic mechanism as a set of organizational structures and specific forms and methods of management, as well as legal forms, with the help of which the economic laws in force in specific conditions, the process of reproduction. However, B.A. Riesberg considers that the management system and the management mechanism are not the same. They differ in the fact that the mechanism includes methods, types, forms and functions of management. The system, in addition also includes a control apparatus performing control functions¹³¹.

Discussions There are several organizational-economic mechanisms that contribute to the competitiveness of university graduates. These mechanisms include:

1. Curriculum design is a critical element of the economic mechanism of universities. The curriculum should be designed to provide graduates with the skills and knowledge they need to succeed in their careers. This requires a close alignment of the curriculum with the needs of the labor market. Universities should work closely with employers and industry experts to identify the skills and knowledge that are in demand in the labor market.

¹²⁸ Большая советская энциклопедия: В 30 т. — 3-е edition. — М.: Совет- ская энциклопедия, 1974. — Vol. 16.

¹²⁹ DOVBENKO, M., & OSIK, Y. 2011. Modern economic theory in the writings of nobelians. Academy Of Science. p. 305. Moscow.

¹³⁰ Удальцова, Н. Л. (2012). Организационно-экономический механизм функционирования отрасли национальной экономики. *Экономические науки*, (6), 94-98.

¹³¹ Райзберг, Б. А., Лозовский, Л. Ш., & Стародубцева, Е. Б. (2004). *Современный экономический словарь*. Издательский Дом" Инфра-М".

The curriculum should also be designed to provide graduates with a broad range of skills and knowledge. Graduates should not only have technical skills but also critical thinking, communication, and problem-solving skills. This requires a multidisciplinary approach to curriculum design. Universities should incorporate courses from different disciplines to provide graduates with a well-rounded education. It should also be flexible enough to adapt to changing market conditions and emerging technologies.

2. Quality of Faculties: The quality of the faculty also plays a critical role in the competitiveness of university graduates. Highly qualified and experienced faculty members can provide students with the knowledge and skills that are in demand in the job market. They can also provide students with valuable insights into emerging trends and technologies.

3. Research and Innovation: Universities that invest in research and innovation are more likely to produce competitive graduates. Research and innovation provide students with opportunities to learn about emerging technologies and market trends, and to develop the skills needed to succeed in the job market.

4. Industry partnerships are another critical element of the economic mechanism of universities. Universities should develop partnerships with employers and industry experts to ensure that their programs are aligned with the needs of the labor market. These partnerships can take many forms, including internships, co-op programs, and industry advisory boards.

Internships and co-op programs provide students with hands-on experience in the industry. They allow students to apply the skills and knowledge they have learned in the classroom to real-world situations. This experience is invaluable in preparing graduates for the workforce.

Industry advisory boards provide universities with input from industry experts on the design of their programs. These experts can provide valuable insights into the skills and knowledge that are in demand in the labor market. They can also provide feedback on the effectiveness of the curriculum in preparing graduates for the workforce.

5. Career services are the final element of the economic mechanism of universities. Career services should be designed to provide graduates with the support they need to succeed in their careers. This includes assistance with job search strategies, resume writing, and interview preparation.

Universities should also provide graduates with access to alumni networks and other professional networks. These networks can provide graduates with valuable connections in their chosen field.

Conclusion In conclusion, our analysis of the organizational-economic mechanisms that contribute to competitiveness of university graduates has highlighted the importance of curriculum design, quality of faculties, research and innovation, industry partnerships and career services. By investing in these

mechanisms, universities can ensure that their graduates are well-equipped to succeed in the job market and to drive innovation and economic growth.

Ibroximova Mohinur Nodirjon qizi – Farg‘ona politexnika institutining “Iqtisodiyot” ta’lim yo‘nalishi talabasi

Odina Nabiyevena Tuychiyeva - “Iqtisodiyot” kafedراسи dotsenti v.b. Farg‘ona politexnika instituti

ZAMONAVIY SHAROITLARDA XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI RIVOJLANTIRISH MUAMMOLARI

Annotatsiya: Maqolada mamlakat iqtisodiyotida muxim o‘rinni egallagan xizmat ko‘rsatish sohasining o‘rni, o‘ziga xos xususiyatlari, sohadagi muammolarning o‘rganilganlik holati, shuningdek sohada erishilgan natijalar va uning rivojlanish tendensiyalari yoritilib, xizmat ko‘rsatish sohasini takomillashtirish bo‘yicha asosli tavsiyalar berilgan.

Kalit so‘zlar: Xizmat ko'rsatish sohasi, xizmat turlari, ta'lim xizmatlari, sog‘liqni saqlash xizmatlari, maishiy xizmat ko‘rsatish, aloqa xizmatlari.

Аннотация: В статье освещена роль сферы услуг, занимающей важное место в экономике страны, ее особенности, состояние изученности проблем отрасли, а также достигнутые в отрасли результаты и тенденции ее развития, выделены причины улучшения сферы обслуживания, даны соответствующие рекомендации.

Ключевые слова: сфера услуг, виды услуг, образовательные услуги, медицинские услуги, бытовые услуги, услуги связи.

Abstract: The article highlights the role of the service sector, which occupies an important place in the country's economy, its features, the state of knowledge of the problems of the sector, as well as the results achieved and its development trends, the reasons for improving the service sector are highlighted, and appropriate recommendations are given.

Key words: service sector, types of services, educational services, medical services, personal services, communication services.

Zamonaviy jamiyat hayotida xizmat ko'rsatish sohasi muhim ahamiyatga ega. Bugungi kunda u yoki bu darajada xizmat ko'rsatmaydigan korxona va tashkilotlar deyarli yo'q. Har birimiz har kuni ushbu sohaga duch kelamiz: uyali telefonlar, Internet, savdo va ko'ngilochar markazlar, umumiy ovqatlanish shoxobchalari, go'zallik salonlari, maslahat, tibbiyot va ta'lim muassasalari, turli xil transport turlari bilan sayohat va yuklarni tashish xizmatlaridan foydalanamiz. Xizmat ko'rsatishning bu xilma-xilligi uning keng mazmunga ega ekanligini ifodalaydi.

Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalar, tashkilotlar, shuningdek jismoniy shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan turli xil xizmat turlarini ko'paytirishni o'z ichiga olgan umumlashtiruvchi kategoriyadir. Boshqacha qilib aytganda, bu mamlakat iqtisodiyotining tijorat, professional va iste'mol xizmatlarini ko'rsatishga ixtisoslashgan tarmoqlaridan biridir. Respublikamizda ham xizmat ko'rsatish sohasini qo'llab-quvvatlash va jadal rivojlantirish borasida muhim qadamlar qo'yildi. Xususan, 2022 yil yakunlariga ko'ra, O'zbekistonda xizmatlar sohasi YaIMning 41,5 foizini tashkil etdi va 2017-2022 yillarda sohaning real o'sish ko'rsatkichi 1,9 marotaba oshdi. Shuningdek, “Elektron hukumat” tizimi takomillashtirildi va umumiy elektron davlat xizmatlari soni 368 taga yetdi ya'ni o'tgan yillarga nisbatan 2 barobarga oshgan, biznesni ro'yxatga olish osonlashtirilgan va natijada xizmatlar sohasidagi kichik tadbirkorlik sub'yektlari soni 2,2 barobar ko'payib 325 mingta yetkazilgan, AKT infratuzilmasi qariyb 6 barobar va logistika tizimi 1,2 barobar yaxshilangan. Tashilgan yuklar 2017 yildagi 1146,2 mln tonnadan 2022 yilda 1398,9 mln tonnaga yetkazilgan.

Xizmat ko'rsatish sohasi, uning ko'lami, tuzilishi va rivojlanish darajasi mamlakatning iqtisodiy holatini baholashda alohida o'rin tutadi.

Xizmat ko'rsatish sohasi sanoat va qishloq xo'jaligi bilan bir qatorda iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismidan biridir. Sohaning yalpi ichki mahsulotdagi salmog'iga qarab, davlat iqtisodiyotining ilg'orlik darajasini baholash mumkin. Postindustrial transformatsiya xizmat ko'rsatish sohasini dunyoning barcha rivojlangan mamlakatlarida va bir qator rivojlanayotgan mamlakatlarda bandlik va yalpi ichki mahsulot hajmi bo'yicha yetakchiga aylantirdi. Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi iqtisodiy o'sish, aholi (ayniqsa yoshlar) bandligini ta'minlash va turmush farovonligini oshirishda katta ahamiyatga ega.

Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish darajasi aholining hududiy va ijtimoiy harakatchanligini, yangi iqtisodiy hududlarni rivojlantirishni, moddiy tovarlarni ishlab chiqarish va iste'mol qilish samaradorligini oshirishni ta'minlaydi.

Zamonaviy sivilizatsiya rivojlanishining o'ziga xos xususiyati xizmat ko'rsatish sohasini iqtisodiyotning dominant sektoriga aylantirishdir. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, hozirgi vaqtda sektorning rivojlangan mamlakatlarning yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 74 foizni, ish bilan band bo'lganlarning umumiy soni 70-75 foizni va korxonalarning umumiy soni 90-95 foizni tashkil etadi.

Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish darajasi aholining yuqori hayot sifatini ta'minlash va iqtisodiy o'sish sur'atlarini tezlashtirishda hal qiluvchi omil bo'ldi. Demografik omillarning mehnat bozoriga ta'siri juda yuqori bo'lgan O'zbekiston uchun xizmat ko'rsatish sohasining ijtimoiy ahamiyati keskin oshib bormoqda.

Zamonaviy dunyoda raqobat va iste'molchilar talablarining jadal rivojlanishi munosabati bilan turli xil xizmatlar paydo bo'lmoqda. Ilmiy-texnik va texnologik taraqqiyotni jadal modernizatsiya qilish tufayli servis faoliyatining

yangi yo'nalishlari yaratildi. Xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalar va tashkilotlar axborot texnologiyalari va aloqa vositalarining integratsiyasi tufayli biznesni yuritishning sifat jihatidan boshqa darajasiga o'tishga muvaffaq bo'lishdi.

Xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish darajasini, aholining turli xil xizmatlar bilan ta'minlanish darajasini aniqlash maqsadida o'tkazilgan tahlil natijalari Respublikada uni rivojlantirish uchun foydalanilmagan imkoniyatlar mavjudligini ko'rsatdi.

Birinchidan, tovar ishlab chiqarishda yalpi qo'shimcha qiymat hozirda 42%, xizmat ko'rsatish sohasida esa 63% ni tashkil qiladi. Bundan kelib chiqadiki, xizmat ko'rsatish sohasida tovarlar va xizmatlarning yalpi ishlab chiqarishining bir xil hajmi bilan qo'shilgan qiymatdan 1,5 baravar ko'p yaratiladi. Shu sababli, xizmat ko'rsatish sohasini jadal sur'atlar bilan rivojlantirish yalpi ichki mahsulotning barqaror yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlashga yordam beradi.

Ikkinchidan, aholining pul daromadlarini ko'paytirish nuqtai nazaridan xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish ham zarur. Buning sababi shundaki, mamlakatda aholi jon boshiga xizmatlar hajmi past. Agar rivojlangan mamlakatlarda bu ko'rsatkich 30-45 ming AQSh dollarini tashkil etsa, respublikamizda 700 dollardan sal ko'proq. Ta'lim va sog'liqni saqlash sohasida aholi jon boshiga xizmatlar hajmi ayniqsa past.

Uchinchidan, O'zbekistonda yalpi ichki mahsulotdagi xizmatlar ulushi (41.5 foiz) rivojlangan mamlakatlar ko'rsatkichlaridan (75-80 foiz) ancha past. Hozirgi zamon ilmiy qarashlariga ko'ra mamlakatning yalpi ichki mahsulotidagi xizmatlarning ulushi ustunlik qilishi kerak. Ushbu ko'rsatkichni rivojlangan mamlakatlarning o'rtacha ko'rsatkichiga etkazish uchun uning o'sish sur'atlarini keskin oshirish kerak.

To'rtinchidan, qishloq joylarda xizmat ko'rsatish sohasining sust rivojlanishi. Respublika aholisining qariyb yarmi (49,3 foizi) qishloq joylarda istiqomat qilishini hisobga olsak, bu ko'rsatkich juda past ekanligi aniq. Yangi O'zbekistonnig taraqqiyot strategiyasida shahar va qishloq aholisining yashash sharoitlari o'rtasidagi mavjud tafovutlarni bartaraf etish vazifasi qo'yilgan va bu vazifani bajarish shahar bilan taqqoslaganda qishloq joylarda xizmat ko'rsatish sohasini jadal rivojlantirishni taqozo etadi.

Beshinchidan, mamlakatda aholining iste'mol xarajatlari tarkibidagi xizmatlar ulushi juda past.

Oltinchidan, ushbu sektor tarmoqlarida o'rtacha oylik ish haqi xizmat ko'rsatish sohasi xodimlarining o'rtacha ish haqi 4500-4600 dollarni tashkil etadigan rivojlangan mamlakatlarga qaraganda ancha past, O'zbekistonda bu ko'rsatkich 220 dollarni tashkil etadi.

Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishning aholi daromadlarini oshirish va uning hayot sifatini oshirishga katta ta'siri ushbu sohani rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlarini aniqlash, ularning jadal rivojlanishi asosida sohaning

tarmoq tarkibini isloh qilish va sohaning bir qismi bo'lgan xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatini takomillashtirishni zarur qiladi.

Xizmat ko'rsatish sohasining tarmoq tarkibini takomillashtirish borasida uning eng istiqbolli segmentlarini ustuvor rivojlantirish zarurligini ta'kidlash kerak, shu jumladan transport, turizm, ta'lim xizmatlari, sog'liqni saqlash xizmatlari, shuningdek kompyuter va axborot kommunikatsiyalari (AKT) sohasidagi xizmatlarni ko'rsatish mumkin.

Aholining bandligi va daromadlarini oshirishda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish istiqbollari aniqlash va shu sababli hayot darajasi va sifatini oshirish uchun Respublikaning Prognozlashtirish va makroiqtisodiy tadqiqotlar instituti (PMTI) ekspertlari tomonidan ushbu sohada yaratilgan xizmatlar hajmining istiqbolli ko'rsatkichlari prognozi ekstrapolyatsiya usuli bilan amalga oshirilishi natijasida 2021-2026 yillarda ko'rsatiladigan xizmatlar hajmining 291614 million so'mga yetkazilishi kutilmoqda. Ushbu ko'rsatkich 2010 yilga nisbatan 263334 million so'mga yoki 10,3 barobar yuqoridir.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lgan aholining o'rtacha ish haqi ham oshib, 2026 yilda 3506 ming so'mni tashkil etadi. Ushbu ko'rsatkich 2010 yilga nisbatan 3096 ming so'mga ko'p yoki 8,6 baravar yuqori.

Xulosa qilish mumkinki, hozirgi bosqichda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish aholi farovonligini oshirishning muhim yo'nalishi sifatida qaralmoqda. Xizmat ko'rsatish sohasi va uning eng muhim tarmoqlarini modernizatsiya qilish davom etadi. Bizning fikrimizcha, uni yanada rivojlantirish jarayonida quyidagilarga alohida e'tibor berish muhimdir:

- xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish va kengaytirish pullik xizmatlarni rivojlantirish asosida amalga oshirilishi kerak;
- mamlakat hududlarida, shu jumladan qishloq joylarda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish darajasini tenglashtirish;
- turizm, ta'lim xizmatlari, kompyuter va axborot kommunikatsiyalari, audit, marketing, moliya, konsalting va axborot xizmatlari sohasidagi xizmatlarni jadal rivojlantirish;
- xizmat ko'rsatish sohasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish.
- xizmat ko'rsatishni tashkil etishning ilg'or shakllarini joriy etish;
- xizmat ko'rsatish sohasini raqamlashtirishni kengaytirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Мурунов А.С., Хончев М.А., Афонин С.Э. Зарубежный опыт организации эффективного функционирования предприятий сферы услуг./ “Проблемы экономики и юридической практики”, 2013 год, 207-209 стр.
2. Pardaev M.Q., Aminov Z.Yu. Xizmat ko'rsatuvchi korxonalar iqtisodiy xavfsizligi: muammolar va ularning yechimlari. Monografiya.- Samarqand : “Zarafshon”, 2020.-220 bet.

3. Tuychieva, O.N. (2022). Ishlab chiqarishni modernizatsiyalashtirish sanoat korxonalari samaradorligini oshirish omili. *Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali*, 2(4), 83-92.4
- 4, Tuychieva O.N. (2022). Modern trends in the development of fintech and big data in Uzbekistan I. *Экономика и социум*, (11-1 (102)), 228-237. TAN I.

М У Н Д А Р И Ж А :

I ШЎҒБА. ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИ ҲАЛ ҚИЛИШНИНГ СТРАТЕГИК ЙЎНАЛИШЛАРИ		
Азизова Роҳила Баҳодир қизи	Хунармандчилик хизматларини назарий масалалари ва асосий тушунчалари.....	4
Mukimova O'g'iloy Tojiboyevna	Elektron tijorat jahon bozorida: to'xtovsiz rivojlanish ko'rsatkichlari.....	7
Абдумалик Бектемиров	Инновацион жараёнлар иқтисодий самарадорлигини аниқлашнинг асосий меъзонлари.....	15
Неъматов Жамшид Тойирович	Хизмат кўрсатиш соҳасининг моҳияти ва рақамли хизматларнинг электрон индекслари таҳлили.....	19
Po'latov Xudoyberdi O'ktamovich, Nasimov Rustam	Kichik biznes sub'yektlarida auditorlik tekshiruvining ahamiyati.....	23
Ахроров Зариф Орипович, Куйланова Зебинисо Мусирмановна	Налоговое стимулирование деятельности инновационно развивающихся предприятий.....	26
Оқбоев Махмуджон	Тадбиркорлик корхоналарида бошқарув функцияларидан фойдаланиш масалалари.....	29
O'roqov Firdavs Ortqniyoz o'g'li	“Xorijiy investitsiyalar” va “investitsion jozibadorlik” atamalarining nazariy jihatlar.....	33
Nozimov Eldor Anvarovich	Tijorat banklarining resurs bazasini mustahkamlash yo'llari.....	35
Нозимов Элдор Анварович	Роль банков в цифровой экономике узбекистана.	39
O'roqov Firdavs Ortqniyoz o'g'li	Xizmatlar va servis faoliyati nazariy tushunchalari mazmuni.....	43
Рахимов Хасан Абдусаитович	Меҳмонхона хўжаликларида кўрсатиладиган хизматларнинг тавсифи.....	47
II ШЎҒБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА РИВОЖЛАНТИРИШ, КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШ, АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ, ЯШАШ СИФАТИНИ ОШИРИШ МАСАЛАЛАРИ		
B.Bozorov,	Raqamli iqtisodiyot sharoitida aholini norasmiy ish	

J.O.Xamdamov	bilan bandlik darajasini kamaytirishning strategik yo'nalishlari.....	51
A.Q.Erbo'tayev, E.M.Rasulov	Iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitida ayollarni ish bilan bandligini oshirishni strategik yo'nalishlari....	55
Ш.Ж.Маматкулова, Б.Асадуллаев	Инновацион иқтисодиёт шароитида аҳоли бандлигини таъминлашда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ўрни.....	59
X. O'.Po'latov, S.M.Usmonov	Ochiq byudjetning amaldagi holati va kelgusidagi istiqbollari.....	63
Э.А.Нозимов	Ўзбекистонда хизматлар бозорини ривожлантиришнинг аҳамияти.....	68
F.O.O'roqov	Mamlakatimizda aholi bandligini ta'minlashdagi islohotlarning samarasi.....	71
J.A.Naydarov	O'zbekistonda transport xizmatlari infratuzilmasini rivojlantirish omillari.....	73
Мирзаев Кулмамат Жонузакович, Эгамқулов Давлатбек Баҳодирович	Рақамли иқтисодиёт шароитида таълим хизматларини ривожлантириш.....	79
III ШҲҲБА. МАМЛАКАТИМИЗДА РАҚАМЛИ ҲАМДА ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ ОРҚАЛИ ХАЛҚАРО ВА ИЧКИ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ		
A.D.Ravshanov, M.B.Uralova	O'zbekistonda turizm sohasini innovatsion rivojlantirish yo'llari.....	83
Shirinov Uchkun Abdukhalilovich, Nematova Adeliya Azamatovna	Problems of railway transport and improvement of its accounting on the basis of international standards	87
Abduraxmonov Javlonbek Ravshan o'g'li, R. Karimjanova	Turizm xizmatlarini rivojlantirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish.....	91
Mardonova Dilrabo Shirinboyevna	Mehmonxona biznesining shakllanishi va rivojlanishining nazariy asoslari.....	95
Рузибаева Наргиза Хакимовна	Корхоналар инновацион фаолиятини молиялаштириш механизмини такомиллаштириш.....	102
Алиев Парахат	Саноат корхоналари рақобатбардошлигини	

Кеунимжаевич	ошириш мақсадида саноат хизматларини кўрсатишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштириш.....	107
Кутлымуратов Садық Полатович	Туризмда кластерлар ташкил этишнинг шарт-шароитлари.....	111
Бойкобилова Ирода Жонтемир кизи	Туризм корхоналарида даромадлар кўрсаткичини аудити.....	115
Хашимова Мадина Мурадхановна	Использование инновационных технологий гис в развитии экотуристической зоны.....	120
Musurmanov Radjab Maxammatovich	Innovatsion mahsulotlar raqobatbardoshligini baholashda xorijiy tajribalar va uni qo'llashning uslubiy jihatlari.....	126
Мухитдинов Шохижахон Худоёр ўғли	Минтақа туризмнинг иқтисодий тизимини моделлаштиришнинг методологик асослари, хусусиятлари ва муаммолари.....	131
Toyirova Shohista Bobobekovna	O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishda xizmat ko'rsatish sohasining ahamiyati.....	134
Nigora Asadova Mehridin qizi	Innovations and digital technologies in tourism logistics: trends and prospects for international and domestic tourism in Uzbekistan.....	140
Тўрабеков Соҳибжон Шербой ўғли	“Мисе туризм” – туризмда мавсумийлик муаммосини бартараф этиш воситаси сифатида..	145
Рахимов Хасан Абдусаитович	Иқтисодиётни ривожлантиришда меҳмонхона хўжаликларининг ўрни.....	150
IV ШЎҒБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДА МАРКЕТИНГ ВА МЕНЕЖМЕНТ ИМКОНИЯТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ		
О.С. Казаков, Ш.О. Валижонов	Иқтисодий ривожланишда сифат менежменти имкониятларини такомиллаштириш.....	154
Ш.Ж.Маматкулова	Роль маркетинга в бизнесе в условиях инновационной экономики.....	158
Л.Х.Убайдуллаев	Тадбиркорлик фаолиятида менежмент имкониятларидан фойдаланиш масалалари.....	162
З.В.Усубжонов	Электрон савдонинг ривожланиши ва унинг қурилиш материаллари бозорига таъсири.....	166
T.N. Mamayev	Samarqand viloyatidagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub`ektlarining rivojlanish tendensiyasi	171

И.Х. Ибрагимов, Л.А. Мусабаева	Мижозларни ўқитиш - уларнинг содиқлиги ва фаоллигини ошириш усули сифатида.....	175
И.Х. Ибрагимов, Л.А. Мусабаева	Сотувдан кейинги сервис в2в субъектлари рақобат тармоғининг боғловчиси сифатида.....	181
V ШЎҒБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ		
Yormatov Ilmidin Toshmatovich	O‘zbekistonda kambag‘allik va kambag‘allik muammolari.....	185
Sayfulloyev Oybek Olimovich	Hududiy agroturizm klasterlarini tashkil etish sohaga investitsiyalarni jalb qilish vositasi sifatida...	188
Kabilova Nigina	Increasing competitiveness of bukhara’s hotels through animation programs.....	192
O‘roqov Firdavs Ortiqniyoz o‘g‘li	Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida investitsion jozibadorlikni oshirish imkoniyatlari.....	195
T.I.Yahyoyev	Қурилиш корхоналари молиявий ҳолатини рейтинг баҳолаш механизмлари.....	200
T.I.Yahyoyev	Қурилиш корхоналари молиявий ҳолат таҳлилини бошқарувдаги аҳамияти.....	204
F.O.O‘roqov	O‘zbekiston respublikasida sog‘liqni saqlash tizimini moliyalashtirish dasturlari.....	207
VI ШЎҒБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ		
Д.Р. Рафеев	Бухгалтерия хизматлари кўрсатувчи субъектларда бухгалтерия ҳисобини ташкил қилиш масалалари.....	212
U.A.Shirinov, B.Q.Toxirov	Shartli aktivlar va shartli majburiyatlar hisobini takomillashtirish.....	216
Ro‘latov Xudoyberdi O‘ktamovich, Abdushukurov Begzod Baxrom o‘g‘li	Kambag‘allikni qisqartirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning roli.....	222
O‘roqov Firdavs Ortiqniyoz o‘g‘li	Mamlaktimiz aholisining o‘zgarish dinamikasi.....	227
Сафаров Ф.А.	Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришда тизимли таҳлил усуллари қўллаш имкониятлари.....	229

T.I.Yahyojev	Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлилини амалга оширишда ахборот манбалари	235
T.I.Yahyojev	Korrelyatsion tahlil orqali qurilish korxonalarida moliyaviy holat tahlilini takomillashtirish.....	238
T.I.Yahyojev, S.A.Babanazarova	Қурилиш корхоналарининг иқтисодий таҳлилнинг объекти сифатидаги алоҳида хусусиятлари.....	242
VII ШЎБА. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИБ РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ		
Маматова Гузал Давлатовна	Рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда Ўзбекистонда рақобатбардош кадрлар тайёрлаш масалалари.....	246
Ташматов Шараф Урокбоевич	Рақамлаштириш савдо хизматларини ривожлантиришнинг омили сифатида.....	252
Мирзаходжаев А.Б.	Вопросы повышения эффективности гостиничного обслуживания на основе подготовки конкурентоспособных кадров.....	258
Vazira Uzakova	An organizational-economic mechanism for improving the competitiveness of university graduates.....	262
Ibroximova Mohinur Nodirjon qizi, Odina Nabiyevna Tuychiyeva	Zamonaviy sharoitlarda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish muammolari.....	265

**«ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ
ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДА РАҚАМЛИ
ҲАМДА ИННОВАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН
ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИАТЛАРИ»
(II ҚИСМ)**

ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-АМАЛИЙ АНЖУМАН

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

Qog'oz bichimi A5, 60x84¹/₁₆, Ofset qog'oz.

“Times New Roman” garnituras.

Nashr bosma tabog'i 17,18

Buyurtma № 0028A/23. Adadi 50 nusxa

**Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo'limida chop etildi.**

LICENSE № 025316.

REESTR № X-119112.

Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko'chasi 60-uy.

