

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

“РЕАЛ ИҚТИСОДИЁТ” кафедраси



**“РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИ ИҚТИСОДИЁТИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИЛМИЙ АСОСЛАРИ
ВА МУАММОЛАРИ”**

ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-АМАЛИЙ АНЖУМАН

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

(III ҚИСМ)

(2022 йил 23 апрел)

САМАРҚАНД - 2022

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС
ИНСТИТУТИ**

“РЕАЛ ИҚТИСОДИЁТ” КАФЕДРАСИ

**«РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИ ИҚТИСОДИЁТИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИЛМИЙ АСОСЛАРИ ВА
МУАММОЛАРИ»**

ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-АМАЛИЙ АНЖУМАН

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

**(III қисм)
(2022 йил 23 апрель)**

САМАРҚАНД – 2022

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКА И СЕРВИСА
КАФЕДРА “РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА”**

**«НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕАЛЬНОГО
СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ»**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
международной научно-практической конференции**

(часть III)

(23 апрель 2022 г.)

САМАРКАНД – 2022

Реал сектор соҳаси иқтисодиётини ривожлантиришнинг илмий асослари ва муаммолари. / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (III қисм). 2022 йил 23 апрель куни. Самарқанд, СамИСИ, 2022. – 212 бет.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчи:

Г.М.Шадиева – иқтисод фанлари доктори, профессор в.б.

Нашр учун масъуллар:

М.Қ.Пардаев – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Б.А.Абдукаримов – иқтисод фанлари номзоди, доцент,

Ш.О.Қувондиқов – иқтисод фанлари доктори, доцент,

Т.С.Шарипов – иқтисод фанлари номзоди, доцент,

Ш.А.Султонов – иқтисод фанлари доктори, доцент,

З.С.Артиков – PhD, доцент в.б.,

Р.Ж.Қурбонова – PhD, доцент в.б.,

Б.О.Дусматов – PhD, доцент в.б..

Саҳифаловчи: Мухаммадамин Эрдонов

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида реал сектор соҳасида барқарор ўсиш суръатларини таъминлашнинг илмий-назарий ва методологик ёндашувлари, аҳоли бандлиги, фаровонлиги, яшаш сифати ва даражасини юксалтиришдаги ролини ошириш масалалари, туризм индустрияси билан интеграциялашув жараёнларидаги тенденциялари ва истиқболли йўналишлари, соҳани ривожлантиришда бошқарув усуллари ва маркетинг тадқиқотларини такомиллаштириш йўллари, соҳа самарадорлигини банк – молиявий тизими орқали ошириш механизмлари, корхоналарда бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил, аудит ва статистик ҳисоб усуллари такомиллаштиришнинг инновацион ёндашувлари, сервис тизими хизматларининг сифати ва самарадорлигини ошириш йўллари, соҳани шакллантиришда рақамлаштириш муаммолари ва уларнинг ечимларига қаратилган илмий-назарий ва амалий тавсияларга бой мақола ва тезислар ўрин олган.

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

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2022

ЎШЎБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИДА БАРҚАРОР ҶСИШ СУРЪАТЛАРИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК ЁНДАШУВЛАРИ”

Р.Х.ЭРГАШЕВ - Қарши муҳандислик иқтисодиёт институти профессори,и.ф.д.

ҚАШҚАДАРЁДА МЕВА-САБЗАВОДЧИЛИК МАҲСУЛОТЛАРИ КООПЕРАЦИЯСИ РИВОЖЛАНТИРИШ

Аннотация. Ушбу мақолада Қашқадарё вилоятида мева-сабзавот маҳсулотларини кооперация асосида барқарор ривожлантириш ва унинг иқтисодий самарадорлигини оширишга доир таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: мева-сабзавот, кооператив, кооперация, агросаноат мажмуаси, самарадорлик, бозор, инновации, иқтисодий самарадорлик, рақобатбардошлик, маркетинг.

Аннотация. В данной статье представлены предложения и рекомендации по устойчивому развитию плодоовощной продукции Қашқадарьинской области на кооперативной основе и повышению ее экономической эффективности.

Ключевые слова: плодоовощной, кооператив, кооперация, агропромышленный комплекс, эффективность, рынок, инновации, экономическая эффективность, конкурентоспособность, маркетинг.

Annotation. This article provides suggestions and recommendations for the sustainable development of fruit and vegetable production in Kashkadarya region on a cooperative basis and increase its economic efficiency

Keywords: fruit and vegetable, cooperative, cooperative, agro-industrial complex, efficiency, market, innovatsii, economic efficiency, competitiveness, marketing.

Ўзбекистон Республикасида мева-сабзавот маҳсулотлари асосан хусусий тармоқда етиштирилаётган бўлиб, унинг 75-85 фоизи деҳқон ва фермер хўжаликлари зиммасига тўғри келган бўлса, бугунги кунда боғдорчилик соҳасидаги йирик тадбиркорлик субъектларининг сони ортиши мева-сабзавот етиштирувчи хусусий тармоқ ўртасида рақобатнинг кучайишига олиб келмоқда. Бундай тизимда мавсумий пишиб етиладиган ва транспортда ташишга кўп ҳолларда ноқулай бўлган сабзавот маҳсулотлари жуда кўп сонли, жойлашуви жихатидан тарқоқ ҳамда ҳажми кичик деҳқон ва фермер хўжаликларининг рақобат курашида иштирок қилишлари учун уларнинг кооперацияга бирлашишлари муҳим аҳамият касб қилади.

Мева-сабзавот маҳсулотлари кооперативлари бошқа кооперативлардан қишлоқ хўжалиги товар ишлаб чиқарувчилари томонидан тузилиши билан фарқланади.

Мева-сабзавот маҳсулотлари кооперативлари қуйидаги тамойиллар асосида ташкил этилади ва шаклланади:

- аъзоларнинг ихтиёрийлиги;
- аъзоларнинг қўшимча бадаллари ва уюшма аъзоларнинг пай дивидентларини чеклаш;
- демократик асосда битта аъзо-битта овоз;
- аъзолар учун ахборотлар олиш имкониятлари;
- аъзо бўлмаган шахсларнинг хўжалик фаолиятида иштирокини чеклаш;
- даромад ва зарарларни аъзолар ўртасида тақсимлаш;
- ўзаро ёрдам ва иқтисодий фойданинг таъминланганлиги.

Кооператив аъзолари асосий ва уюшма шаклига бўлинади. Кооперативнинг асосий аъзоси-кооператив устав (низом)ида белгиланган ўлчамда ва кооперативга овоз бериш ҳуқуқи билан пай бадали киритган жисмоний ва юридик шахслар. Кооперативнинг уюшма шаклидаги аъзоси-дивиденд олиш учун пай бадаллари киритадиган, лекин қонунда кўзда тутилган ҳолатлардан ташқари овоз бериш ҳуқуқига эга бўлмаган жисмоний ва юридик шахс.

Кооперативнинг асосий аъзолари ёши бўйича ёки саломатлиги туфайли пенсияга чиқиши, кооперативдан ташқарида сайланадиган лавозимга ўтганда ҳарбий хизматда бўлиши ва бошқа кооператив низомида кўзда тутилган ҳолатларга кўра, ўз аъзоликларини уюшма асосига қайта расмийлаштириши мумкин. Пай бадалларининг учта тури мавжуд: кооперативнинг асосий аъзолари учун мажбурий ва қўшимча ҳамда кооперациянинг уюшма аъзолари учун пай бадаллари. Мажбурий пай бадали кооператив аъзолар томонидан мажбурий тўланади.

Мамлакатимизда мева –сабзаотчилик соҳасини такомиллаштириш, шу жумладан мева-сабзаот маҳсулотлари экиладиган майдонларни, сақлаш ва қайта ишлаш қувватларини сезиларли ошириш, мазкур тармоқни ривожлантириш учун халқаро молиявий институтларнинг маблағларини фаол жалб этишга йўналтирилган комплекс чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Таҳлиллар кўрсатишича, республикада сабзаот етиштириш ҳажмлари 2005-2020 йилларда барча тоифадаги хўжаликлар бўйича ўсган (1-жадвал). Сабзаот маҳсулотлари экин майдонлари 2005 йилдаги 137,7 минг гектар ўрнига 2020 йилга келиб 220,5 минг гектарни ташкил қилган ва ушбу йиллар давомидаги ўсиш 155,1 фоизга тенг бўлган. Ўртача ҳосилдорлик эса мос равишда 215,8 центнердан 301,6 центнерга ортиб, умумий ўсиш 140,6 фоизни ташкил қилган. Натижада етиштирилган ялпи ҳосил миқдори 2005 йилдаги 2971,6 минг тонна ўрнига 2020 йилда 6650,3 минг тоннани ташкил қилган ва ялпи ўсиш 2,2 мартадан ортиқни ташкил қилган.

Республикада сабзаот етиштириш борасида юз бераётган ялпи ўсиш тенденцияси мутаносиб равишда Қашқадарё вилоятида ҳам кузатилади. Жумладан, 2005 йилда вилоятда жами сабзаот экин майдонлари миқдори

28,1 минг гектарни ташкил қилган ҳолда, 2020 йилган келиб 38,1 минг гектарга ёки 128,8 фоизга ортган бир пайтда ялпи маҳсулот етиштириш миқдори мос равишда 549,3 минг тоннадан 810,3 минг тоннага ёки 142,0 фоизга ортган. Ялпи маҳсулот ҳажмидаги ўсиш суръати юқорилиги экинлар ҳосилдорлигининг экин майдонлари ўсишига қараганда тезроқ ўсиши ҳисобига юз берган. Сабзавот экинлари ҳосилдорлиги вилоятда республика кўрсаткичига нисбатан ўрганилаётган йиллар турлича нисбатларда бўлиб, асосан 2005 йилдан кейин 29,5 га пасайиб борган.

1-жадвал

Республика ва Қашқадарё вилояти бўйича сабзавот етиштириш кўрсаткичлари ўзгариши динамикаси (барча тоифадаги хўжаликларда)¹

Кўрсаткичлар		Йиллар бўйича								2020 йилда 2005 йилга нисбатан, (%)
		2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Республика бўйича	Экин майдони, (минг га)	137,7	173,0	194,1	206,0	208,3	209,7	213,6	220,5	160,13
	Ялпи ҳосил, (минг тонна)	2971,6	6346,4	1028,1	11242,5	1433,6	6129,5	6481,2	6650,3	223,80
	Ҳосилдорлик, (ц/га)	215,8	252,5	277,2	285,2	297,1	292,3	303,4	301,6	139,76
Қашқадарё вилояти бўйича	Экин майдони, (минг га)	28,1	28,6	29,1	30,9	34,6	24,6	36,2	38,1	135,59
	Ялпи ҳосил, (минг тонна)	549,3	559,6	579,1	580,1	685,9	434,0	780,1	810,3	147,52
	Ҳосилдорлик, (ц/га)	195,4	195,6	199,0	187,9	198,2	176,4	215,4	212,7	108,85
Қашқадарё вилояти ҳосилдорлиги Республика кўрсаткичига нисбатан	(%)	90,5	77,5	71,8	65,9	66,7	60,3	71,0	70,5	х
	(+, -)	-20,4	-56,9	-78,2	-97,3	-98,9	-115,9	-88,0	-88,9	х

Сабзавотлар аҳолини озиқ-овқат маҳсулотлари билан таъминлашда зарур маҳсулотлардан ҳисобланади. Аҳоли сони ортиб боришини ҳисобга

¹ Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

оладиган бўлсак, сабзаёт маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмларининг доимий равишда ўсиб боришини таъминлаш зарурат ҳисобланади. Сабзаёт маҳсулотлари билан аҳолини тиббий меъёрлар талаби даражасида таъминлаш ва бунда маҳсулот сифати сақланиши муҳим аҳамиятга эга.

Мева-сабзаёт маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмлари ўзгариши энг аввало маҳсулотларни сотиш соҳасидаги деҳқон учун қулайликлар ва бозорда талаб даражасининг доимийлигига боғлиқ бўлади. Бугунги кунда ушбу икки омил асосий ҳал қилувчи аҳамиятга эга бўлмоқда. Чунки асосий маҳсулот деҳқон хўжаликларида етиштирилиши, унча катта бўлмаган инвестиция ҳисобига ҳам маҳсулот ҳажми ошишини таъминлаши мумкин. Лекин, айти пайтда маҳсулотларни сотиш соҳасидаги муаммолар маҳсулот ҳажмининг кескин камайишига олиб келувчи кучли омил ҳисобланади.

Республикамиз сифатли жаҳон бозори талабларига жавоб берувчи мева етиштириш борасида ҳам катта имкониятларга эга (2-жадвал).

Таҳлиллар кўрсатишича, республикамизда сўнгги ўн йил давомида боғлар майдони ҳам ўсиб бормоқда. Хусусан, 2005 йилда барча тоифадаги хўжаликлар ихтиёрида жами 208,2 минг гектар боғлар мавжуд бўлган бўлса, 2020 йилга келиб боғлар майдони 299,6 минг гектарни ташкил қилиб, 143,9 фоизга ортган. Шу даврда боғлар ҳосилдорлиги 62,3 центнердан 133,4 центнерга ёки 2,1 мартага ошган бўлсада, ҳосилдорлик борасида эришилган натижалар жуда катта кўрсаткич эмас. Чунки республикамизда боғдорчилик ҳудудларининг тупроқ унумдорлигини, боғдорчилик соҳасидаги кўп асрлик бой тажрибаларимизни, соҳада шаклланган мутахассислар ва илмий салоҳиятимизни ҳисобга оладиган бўлсак, кўп миқдордаги инвестициялар сарф қилмасдан туриб ҳам 140-150 центнердан ҳосил олишни таъминлаши мумкин. Шу билан биргаликда интенсиф типдаги боғларда 400-500 центнердан ҳосил кўтариш мумкинлигини амалиёт исбот қилмоқда.

Агарда Қашқадарё вилоятидаги боғлар ҳосилдорлигига эътибор

берадиган бўлсак, натижалар янада паст. Жумладан, вилоят бўйича барча тоифадаги хўжаликларда 2005 йилда 75,6 центнердан ҳосил олинган бўлса, кейинги йилларда ошиб борган бўлсада 2020 йилга келиб 98,6 центнердан ўртача ҳосил олишга эришилган. Бу кўрсаткич ўртача республика кўрсаткичидан ҳам (26-32 фоизга) анча паст.

Қашқадарё вилояти боғдорчилигидаги республика кўрсаткичларига нисбатан пастроқ ҳосилдорликнинг асосий сабаблари таҳлилларимиз кўрсатишича асосан қуйидагилардан иборат:

- боғдорчилик соҳасидаги фермер ва деҳқон хўжаликлари аксарият ҳолларда маданий деҳқончилик ҳудудларидан узоқда, тоғли ва тоғ олди

худудларида ташкил этилганлиги вақт сарфи, транспорт муаммосини пайдо қилиши боғдорчилик соҳасига инвестиция жалб қилишни сусайтиради;

- боғдорчилик асосан қўл меҳнатини кўп талаб қиладиган соҳа бўлиши билан бирга, тоғли худудларда боғ яратиш, унга ишлов бериш, бу жараёнда механизация воситаларидан фойдаланиш янада қийинлашади;

2-жадвал

Республика ва Қашқадарё вилояти бўйича мева етиштириш кўрсаткичлари ўзгариши динамикаси (барча тоифадаги хўжаликларда)²

Кўрсаткичлар		Йиллар бўйича								2020 йилда 2005 йилга нисбатан, (%)
		2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Республика бўйича	Экин майдони, (минг га)	208,2	235,3	266,4	279,6	284,3	285,1	291,3	299,6	143,90
	Ялпи ҳосил, (минг тонна)	1297,9	2178,8	3412,8	3760,2	3735,0	3677,9	3932,5	3996,6	307,93
	Ҳосилдорлик, (ц/га)	62,3	92,6	128,1	134,5	131,4	129,0	135,0	133,4	214,13
Қашқадарё вилояти бўйича	Экин майдони, (минг га)	17,3	18,2	19,6	21,1	22,1	22,6	23,3	24,6	142,20
	Ялпи ҳосил, (минг тонна)	130,9	154,3	160,2	176,3	180,1	182,4	227,2	242,6	185,33
	Ҳосилдорлик, (ц/га)	75,6	84,7	81,7	83,3	81,4	80,7	97,5	98,6	130,42
Қашқадарё вилояти ҳосилдорлиги республика кўрсаткичига нисбатан	(%)	121,35	91,47	63,78	61,93	61,95	62,56	72,22	73,91	x
	(+, -)	13,3	-7,9	-46,4	-51,2	-50	-48,3	-37,5	-34,8	x

- боғдорчилик соҳасини ривожлантириш сўнгги 3-4 йил давомида жиддий эътибор қаратишлиши, боғ барпо этиш ва эски боғларни тиклаш жараёнига жалб қилинган инвестициялар фақат маълум муддат ўтгандан сўнггина қайтим бера бошлаши туфайли яқин йилларда вилоятда кескин сифат ўсиши кутилади;

- вилоятда боғдорчилик соҳаси аксарият ҳолларда тоғ олди ва тоғли худудларда, лалми деҳқончилик қилинадиган массивларда жойлашганлиги сувдан фойдаланиш масаласини мураккаблаштиради. Бундай ерларда сув танқислиги масаласи мавжудлигини кузатиш мумкин;

- вилоятдаги мавжуд боғларнинг кўпчилик қисми сув етишмаслиги

² Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

ҳисобига нобуд бўлмоқда. Чунки, аксарият боғдорчилик ҳудудларидаги боғларга сув етказиб беришда насослардан фойдаланилади. Шу боисдан сув танқислиги билан бирга, насослардан фойдаланиш билан боғлиқ сарф ҳаражатлар (ёқилғи-мойлаш материаллари, электр энергияси) юқорилиги ҳам сув таъминотига ўзининг салбий таъсирини кўрсатмоқда.

Кооперация доирасида иқтисодий муносабатлар мажмуи - маҳсулотни тайёрлаш, сақлаш, ташиш ва истеъмолчига етказиб бериш билан боғлиқ шартнома муносабатлари; коопертив фаолиятини бошқариш ва моддий-техник таъминотни йўлга қўйиш билан боғлиқ иқтисодий муносабатлар; коопертив доирасидаги нарх-наво сиёсатини йўлга қўйиш; коопертив фаолиятини бозор талаби асосида бизнес-режалаштириш, соф фойда тақсимоли тизимини йўлга қўйиш; кооперативни ривожлантириш, замонавий илм-фан ютуқларидан, инновацион технологиялардан самарали фойдаланиш тизимини ташкил этиш; маҳсулотни сотиш каналларини аниқлаш, ички ва ташқи бозорда ўрнашиш каби масалларини қамраб олади.

Қишлоқ хўжалиги кооперативлари фаолиятини тартига солиш билан боғлиқ ҳуқуқий асосларни такомиллаштириш талаб этилади. Бунда ҳуқуқий асослар республикада кооперация жараёни ривожланиши учун маъмурий назорат билан боғлиқ ҳаттарларни бартараф этишни кўзда тутиши лозим.

Хулоса қилиб айтганда аграр тармоқда умумий кооперациянинг бир тармоғи экспорт фаолияти билан шуғулланувчи корхоналар ҳисобланади. Бу жараён янги ва қайта ишланган мева ва сабзавот маҳсулотларини экспорт қилиш бўйича ихтисослаштирилган компанияларнинг таркибидаги ташқи савдо компаниялари ҳамда мева-сабзавот маҳсулотларини етиштириш ва экспортини ривожлантириш жараёнидаги ташкилий-иқтисодий муносабатларни ўз ичига олади. Шу сабабли мева ва сабзавотчилик соҳасида кооперацияни ташкил қилишда экспорт имкониятларини ҳисобга олиш зарур.

К.С.Саушева – студент Казанский (Приволжский) Федеральный Университет

ФУДШЕРИНГ КАК ПУТЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: В статье рассматривается понятие «фудшеринг», на чем основано данное движение, значимость фудшеринг-сервисов для мира, а также насущные проблемы нереализованного потенциала фудшеринга в полной мере на территории РФ и возможные пути их решения для достижения целей устойчивого развития, которые непосредственно спасают окружающий мир и будущее поколение.

Ключевые слова: фудшеринг, пищевые отходы, еда, фудшеринг-сервисы, цели устойчивого развития.

Аннотация: Maqolada "oziq-ovqat almashinuvi" tushunchasi, bu harakat nimaga asoslanganligi, oziq-ovqat almashinuvi xizmatlarining dunyo uchun ahamiyati, shuningdek, oziq-ovqat mahsulotlarini taqsimlashning to'liq amalga oshirilmagan salohiyatining dolzarb muammolari muhokama qilinadi. Rossiya Federatsiyasi va ularni hal qilishning mumkin bo'lgan yo'llari atrof-muhit va kelajak avlodlarni bevosita qutqaradigan barqaror rivojlanish maqsadlariga erishish uchun.

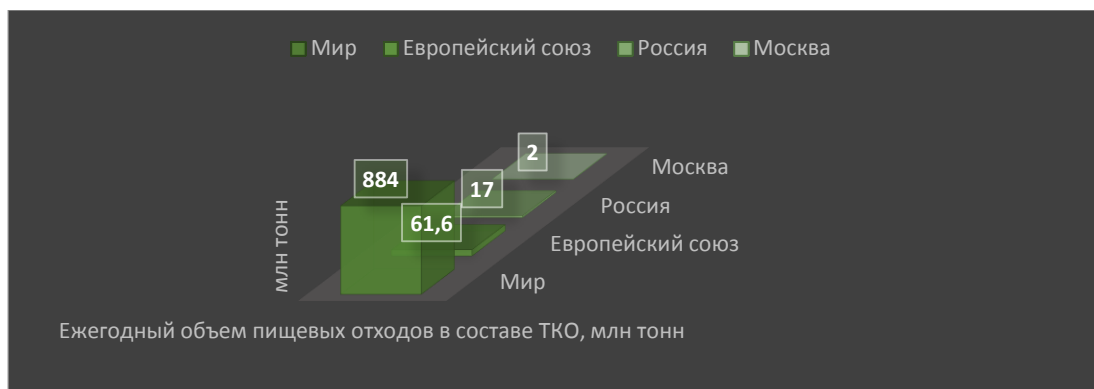
Kalit so'zlar: oziq-ovqat almashinuvi, oziq-ovqat chiqindilari, oziq-ovqat, oziq-ovqat mahsulotlarini almashish xizmatlari, barqaror rivojlanish maqsadlari.

Annotation: The article discusses the concept of "foodsharing", on which this movement is based, the importance of foodsharing services for the world, as well as the pressing problems of the unrealized potential of foodsharing in full on the territory of the Russian Federation and possible ways to solve them to achieve sustainable development goals that directly save the world and the future generation.

Keywords: foodsharing, food waste, food, foodsharing services, sustainable development goals.

Фудшеринг – это экологическое движение, которое помогает организациям перестать выбрасывать еду, а людям – получать ее бесплатно и помогать другим. В основе движения лежат онлайн-сервисы, которые помогают распределять продукты питания между членами сообщества. Пользователи могут размещать информацию об имеющихся продуктах, их количестве, местонахождении и договариваться об их безвозмездной или возмездной передаче.

В мире ежегодно выбрасывается не менее 20% произведённых продуктов питания – около 884 млн тонн. Это примерно 44% всех бытовых отходов домохозяйств. В России объём пищевых отходов в составе твёрдых коммунальных отходов (ТКО) достигает около 17 млн тонн в год. Это около 28% от всего объема ТКО, образующихся в стране. Практически весь объём пищевых отходов (94%) попадает в нашей стране на свалки и полигоны, где становится источником загрязнения почвы, воды и воздуха. Указанный объём пищевых отходов, 17 млн тонн, выделяет порядка 2,4 млн тонн метана (сильного парникового агента); среди других выделяемых газов – аммиак и сероводород. Согласно Росстату, в последние пять лет объём пищевых отходов в России колеблется в диапазоне $\pm 5\%$ в год, в зависимости от изменения численности населения и уровня его реальных доходов, нагляднее можно увидеть ниже на рисунке 1.



Источник: выполнено автором по данным РАЭК:

<https://raec.ru/activity/analytics/11264/>

Рис. 1 Ежегодный объем пищевых отходов в составе ТКО, млн тонн

Онлайн-платформы придают продуктам мобильность, предотвращая их переход в статус отходов. Фудшеринг — это распределение продуктов питания с подходящим сроком годности среди тех, кто в них заинтересован — нуждающихся, эко-активистов и тех, кто твердо встал на путь ответственного потребления. В России работают несколько типов фудшеринг-сервисов.

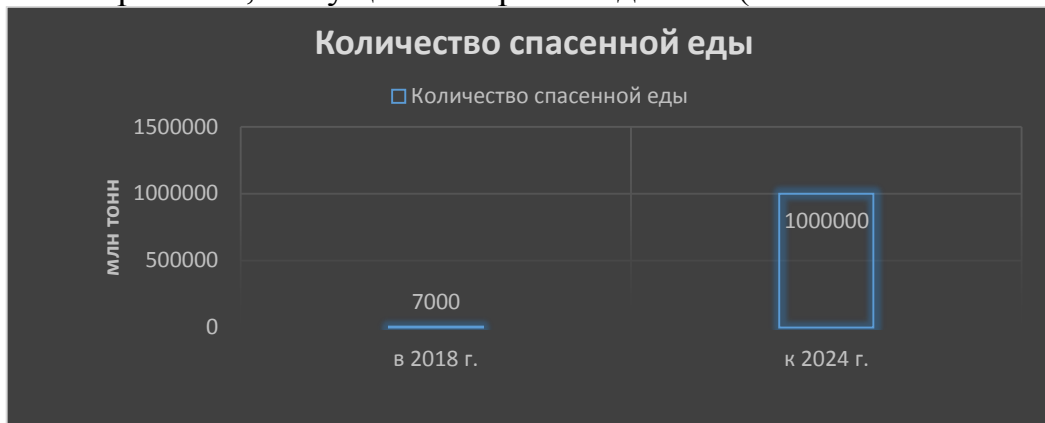
Во-первых, это Банк еды, примером которого служит фонд продовольствия «Русь», распределяющий значительные объемы продуктов питания среди благотворительных организаций по всей стране. С фондом сотрудничает около 20 разных НКО в 57 регионах России. Согласно статистическим данным только за 2018 г. спасено 4,6 тыс. тонн еды, тем самым оказав помощь 3 млн человек; более 60 компаний-доноров.

А во-вторых, активно развиваются волонтерские проекты, одним из таких является проект foodsharing.ru объединил активистов идеей спасения продуктов питания и предотвращения образования пищевых отходов. Волонтеры забирают еду в кафе, столовых и магазинах, сотрудничающих с сервисом foosdsharing.ru, и распределяют среди заинтересованных. В сообществе проекта около 50 тыс. человек. Волонтерские движения спасают около 12,5 тыс. тонн ежемесячно, что значительно превышает объемы фондов.

Также существуют мобильные приложения, которые набирают быстрыми оборотами свою популярность, они продают еду из кафе и ресторанов со скидкой 50-80%. Среди наиболее популярных в Москве и Петербурге — EatMe, LastBox, DoggyBag и другие. Данные фуд-сервисы ежедневно спасают около 5 тыс. тонн еды.

Лидерами российского фудшеринга сейчас являются в основном благотворительные проекты по спасению еды, не обладающие развитыми онлайн-платформами. Такой подход имеет ограничения: он трудно масштабируется и не всегда обеспечивает должную мобильность в распределения продуктов.

Несмотря на такое разнообразие, все фудшеринг-сервисы, работающие сегодня в России, спасают только 7 тыс. т еды. Сравните этот объем с 17 млн т потерь в рознице и домохозяйствах: это менее половины процента. 17 млн т продовольствия — объем, эквивалентный годовому рациону 30 млн взрослых человек. Это больше, чем официальное количество россиян, живущих за чертой бедности (около 20 млн. человек).



Источник: выполнено автором по данным РАЭК:
<https://raec.ru/activity/analytics/11264/>

Рис.2 Количество спасенной еды при максимальном взаимодействии с фудшерингом

Если рассмотреть показатели устойчивости сельского хозяйства, то пока и там нет оснований полагать, что ситуация кардинально изменится к 2030 году, если не будет предпринято массированных мер в этой сфере. В первую очередь должна быть улучшена бизнес-среда для агробизнеса. Предприниматели должны видеть более длительную перспективу собственного развития, тогда они начнут инвестировать в факторы долгосрочной устойчивости аграрного производства — повышение плодородия почв, аграрную науку и образование.

Также в текущей ситуации в агропродовольственном комплексе нет видимых признаков того, что сельскохозяйственные потери или пищевые отходы будут сокращены вдвое к концу периода имплементации повестки устойчивого развития мира: пока в стране отсутствует национальная стратегия и даже национальное видение проблемы, хотя есть отдельные компании и неправительственные организации, которые пытаются адресоваться данной проблеме.

Более 8% потерь приходится на этап сельскохозяйственного производства; примерно столько же теряется в процессе переработки. На этапе реализации (в рознице) объем потерь составляет около 5%. Наибольшие потери, почти 12%, образуются на этапе потребления, в домохозяйствах, а также совокупные потери совокупного объема продовольствия составляют 41,3%.

17 млн тонн пищевых отходов – это не только источник 2,4 млн тонн метана и других газов, образующихся на свалках, но и значительные

финансовые потери. Стоимость этих продуктов оценивается более чем в 1,6 трлн руб. Эта цифра эквивалентна 12% оборота розничной торговли продуктами питания в России. Спасение данного объема продовольствия позволило бы прокормить 30 млн человек, то есть больше, чем количество живущих за чертой бедности в России.

Именно поэтому эффективным способом предотвратить нерациональное использование продовольствия может стать фудшеринг. Фудшеринг-сервисы близки к понятию фудсейвинга (англ. food – «еда», saving – «спасение») – экологическому движению по спасению еды. Вместе с тем фудшеринг-сервисы могут работать не только как НКО, но и как бизнес, извлекая доход из содействия в распределении продуктов питания.

Функционирование фудшеринг-сервисов в полной мере соответствует целям устойчивого развития (ЦУР) ООН: ликвидация нищеты, ликвидация голода, ответственное потребление и производство, борьба с изменением климата.

Таким образом, фудшеринг является эффективным способом предотвратить нерациональное использование продуктов питания, а это как раз-таки напрямую связано с целями устойчивого развития, направленные на своеобразный призыв к действию, исходящим от всех стран — бедных, богатых и среднеразвитых. Он нацелен на улучшение благосостояния и защиту нашей планеты. Государства признают, что меры по минимизации отходов и сведению их к минимуму образуют совокупность важных социо-эколого-экономических аспектов устойчивого развития, по достижению которых воздействие на окружающую среду будет уменьшено, что благоприятно скажется на будущем нашей планеты.

Продукты, с которыми работает фудшеринг, имеют свою ценность, однако их спецификой является истекающий срок годности. Поэтому время является очень важным фактором (полноценный продукт может стать отходом уже через несколько дней). Именно онлайн-сервисы, с геолокацией и функцией моментального обмена сообщениями, могут дать этим продуктам максимальную мобильность.

Согласно экспертным оценкам, для реализации потенциала фудшеринга в России необходимо три ключевых компонента: комфортное государственное регулирование, связанное с определением статуса продукции для фудшеринга и ее налогообложением; развитие технологических платформ, обеспечивающих быстрый рост количества участников и мобильность в распределении еды; нацеленность бизнеса, работающего с продуктами питания, на максимально эффективное их использование.

Какие же все-таки могут быть пути решения по достижению целей ЦУР применимы и востребованы? Исходя из изложенных проблем, можно

предложить следующие пути достижения ЦУР, непосредственно связанных с фудшерингом, отраженные в таблице 1.

Дальнейшее развитие фудшеринга в России во многом связано с появлением новых технологичных платформ. В среднесрочной перспективе потенциальный годовой объем спасенного продовольствия может достичь 1 млн тонн ежегодно - это: 1,3 млн нуждающихся, которых можно будет обеспечить едой; 143 тыс. тонн метана, который не попадет в атмосферу; 85 млрд руб. выручки от реализации продуктов с истекающим сроком годности.

Фудшеринг решает проблемы 5 из 17 взаимосвязанных целей устойчивого развития, повышая и благосостояние населения, и улучшая экологическую ситуацию на нашей планете. Фудшеринг способен значительным образом повлиять на ликвидацию нищеты, голода, посредством повышения доступности продуктов питания для социально-незащищенных слоев населения, это также дает возможность прокормить более трети голодающих в России. Развивая потенциал «фудсейвинга», сокращаются объемы пищевых отходов не только на уровне потребителя, но и на стадиях реализации (на 1 млн тонн к 2024 г.) и, как следствие, выбросов в атмосферу веществ, образующихся из-за разложения органики (аммиак, сероводород и др.), становится существенно меньше, что положительно влияет на воздух, которым население дышит.

Таблица 1

Пути достижения ЦУР

Проблема	Возможное решение
Невозможность передать продукты в фудшеринг по текущим санитарным нормам.	Изменение статуса продуктов питания, пригодных для употребления, но не предназначенных для реализации по текущим санитарным нормам.
Высокие издержки компаний при передаче продуктов в фудшеринг.	Принятие поправок в Налоговый кодекс РФ, предусматривающих выведение из налоговой базы НДС и налога на прибыль товаров, передаваемых в фудшеринг. Создание льготных условий для организаций, безвозмездно передающих продукты питания с истекающим сроком годности.
Дополнительные риски, связанные с ответственностью производителя за качество продуктов, переданных в	Вариант решения: получатели еды подписывают отказ от претензий и тем самым снимают

фудшеринг.	ответственность с организации. Для реализации данного варианта необходимы соответствующие поправки в Гражданский кодекс РФ.
------------	---

Источник: выполнено автором

Фудшеринг в России развивается гораздо более медленными темпами, чем другие сегменты экономики совместного потребления. Сегодня этот сектор воспринимается прежде всего, как благотворительность, а не как бизнес, забывая, что социальная и коммерческая цели могут успешно сочетаться.

А.Б.Қурбонов – Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти доценти, и.ф.н.

С. Жумаев - Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти 2-курс магистри

ИШСИЗЛИК МУАММОСИНИ ХАЛ ҚИЛИШНИНГ НАЗАРИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация:Мақолада ишсизлик тушунчаси хорижий ва маҳаллий иқтисодчи олимларнинг фикрлари ўрганилиб таъриф берилган. Шунингдек, Ўзбекистон шароитида ишсизлик муаммосини хал қилишнинг назарий жиҳатлари очиб берилган.

Калитли сўзлар:ишсизлик, аҳолини иш билан таъминлаш, халқаро меҳнат ташкилоти

Аннотация:В статье описывается понятие безработицы путем изучения взглядов зарубежных и отечественных экономистов. Также раскрываются теоретические аспекты решения проблемы безработицы в Узбекистане.

Ключевые слова: безработица, занятость, международная организация труда

Annotation: The article describes the concept of unemployment by studying the views of foreign and domestic economists. Theoretical aspects of solving the problem of unemployment in Uzbekistan are also revealed.

Key words: unemployment, employment, international labor organization

Иқтисодиётнинг инновацион ривожланишида меҳнат бозорини тартибга солиш ва аҳоли бандлигини ошириш иқтисодий ислохотларни амалга оширишнинг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади. “Дунёнинг кўплаб етакчи мамлакатларида давлат қарзи ва миллий бюджетлар тақчиллиги муаммоси деярли хал этилмасдан қолмоқда, реал иқтисодиётда ишлаб чиқариш пасайиб бормоқда, жаҳон бозорида харид талабининг камайиши давом этмоқда, ишсизлик даражаси юқориликка қолмоқда, ижтимоий кескинлик кучаймоқда”.

Ишсизлик муаммоси жамиятнинг энг марказий муаммоларидан бири ҳисобланади. Зеро, юқори даражадаги ишсизлик меҳнат бирлигидан, ресурслардан тўлиқ фойдаланилмаётганлигини ва аҳоли даромадларининг пастлигини кўрсатади. Бу эса ижтимоий соҳада, оилавий муносабатларда вазиятнинг кескинлашуви ва жамият миқёсида норозиликнинг кўпайишига олиб келади. Иш жойидан айрилиш кўп кишилар учун оилавий турмуш даражаси ёмонлашишининг, шахсий ҳаёт нотинчлигини билдириб, одамга жиддий руҳий таъсир кўрсатади.

Ишсизлик шундай ҳодисаки, унда ишчи кучи иқтисодий фаол аҳолининг бир қисми сифатида товарлар ва хизматлар ишлаб чиқаришда банд бўлмайди. Ишсизлар бандлар билан бир қаторда мамлакат ишчи кучини ташкил қилади.

Амалиётдаги иқтисодий ҳаётда ишсизлик ишчи кучи таклифининг унга бўлган талабдан ошиб кетиши тарзида намоён бўлади.

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози даврида ишлаб чиқаришнинг меҳнат каби ресурсидан тўлиқ ва оқилона фойдаланиш ва шу муносабат билан оммавий ишсизликка йўл қўймаслик, ишсизликни камайтириш борасида қизгин фаолият олиб бориш давлатнинг ниҳоят даражада муҳим вазифаларидандир. Ушбу муаммони ҳал этишда икки асосий бош йўналишга ажратиш мумкин.

Биринчисини субъектив йўналиш деб номлаш мумкин. У инсонни меҳнат фаолиятига шундай тайёрлашни ташкил этишдан иборат бўладики, бунда инсон ишлаб чиқариш шарт-шароитлари, техник база ўзгаришлари муносабати билан муваффақиятли равишда меҳнат фаолият олиб бориш учун етарли даражада тез қайта тайёргарликдан ўтиб, янги билим, қобилият ва кўникмалар орттира олади.

Хўжалик юритишнинг янги шароитларида инсоннинг ишга жойлашуви унинг шахсий ишига айланиб қолди. Энди давлат унга шундай масалаларни ўзи ҳал этишида ёрдам беради холос. Бунинг устига, ишга жойлашув ишсизлик мавжудлиги шароитида рўй беради, бу эса ишсизлик муаммосини ҳал қилишни анчагина қийинлаштиради. Буларнинг барчаси Ўзбекистон фуқаролари учун янгидир. Ушбу шароитда улар яхши тайёрланган бўлишлари, меҳнат бозорида ўзларини қандай тутишни, ўзларининг қандай ҳуқуқлари, янги шароитларда қандай вазифалари борлигини, ишсиз қолган киши ўзини қандай тетиши лозимлигини, ишга қай йўсинда ёлланиш, қай тарзда иш излаш кераклиги ва ҳоказоларни билишлари зарур бўлиб қолмоқда. Аҳолига шу тарзда таълим бериш иш билан бандликка кўмаклашиш марказининг бош вазифаси бўлиб қолиши керак.

Давлатнинг иқтисодиётни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги фаолияти аҳолининг иш билан бандлигини таъминлаш соҳасидаги муҳим йўналишдир. Давлат истеъмол ва инвестиция тусидаги товар ва хизматларга бўладиган талабни рағбатлантириб, шу асосда мулкчиликнинг барча шаклидаги корхоналарда янги иш ўринлари яратиб бориши,

иқтисодиётнинг хусусий тармоғини ва ушбу тармоғда янги иш ўринлари очилишини рағбатлантирилиши лозим.

Дастурда аҳолини иш билан таъминлаш, даромадларини ошириш ва турмуш даражасини юксалтириш масаласига алоҳида эътибор қаратилган. Умуман, мустақиллигимизнинг илк йилларидан бошлаб бу масалаларга доимий равишда устувор вазифалар сифатида қараб келинаётимиз. Глобал молиявий-иқтисодий инқироз жаҳон меҳнат бозорига ҳам жуда кучли таъсир кўрсатаётган ҳозирги шароитда мамлакатимизда бу борада барқарорлик сақланаётгани, янги иш ўринлари яратилаётгани бунинг амалий натижасидир.

Янги иш ўринларини яратиш, аҳолини иш билан таъминлаш, турмуш даражасини оширишга мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотларнинг барча босқичларида алоҳида эътибор берилгани ва бу йўналишдаги вазифаларни ҳал этишга қаратилган чора-тадбирларнинг изчил амалга оширилганлиги юртимизда ишсизлик муаммосини ҳал этишда ва унинг даражаси ошиб кетишининг олдини олишда муҳим омил бўлиб хизмат қилмоқда.

Иқтисодий нуқтаи назардан ишсизлик деганда – ишчи кучининг иш жойи билан таъминланмаганлиги ва натижада, унинг бирор бир қонуний даромад манбаига эга бўлмаслигининг муайян (аниқ) ҳолати тушунилади. Одатда, жаҳон мамлакатлари ишсизлик тушунчасини Бирлашган Миллатлар Ташкилоти (БМТ), халқаро меҳнат ташкилоти (ХМТ), Иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш жамияти талабларига кўра ишлаб чиқишади.

Халқаро ташкилотларнинг берган таърифиغا биноан «ишсиз шахслар» деганда – ишга эга бўлмаган, ишлашга тайёр ва иш излаётган фуқаролар тушунилади. Мана шу асосий шартларга риоя қилган ҳолда, турли мамлакатларда фуқарони ишсиз шахс деб эътироф этиш учун қўшимча шартлар талаб қилинади.

Ўзбекистон Республикасининг «Аҳолини иш билан таъминлаш тўғрисида»ги Қонунига биноан ишсиз шахс деб эътироф этиш учун бир вақтнинг ўзида қуйиладиган шартлар мавжуд.

Иқтисодчи олимлар ўртасида оммавий ишсизликнинг ҳақиқий сабаблари қандайлиги тўғрисида турлича қарашлар мавжуд.

Маълумки, Ж.М.Кейнс «...ишсизликнинг давоси сифатида иш ҳақини пасайтириш ғоясини қатъий инкор этиб, ўзига инвестициялар, давлат харажатлари ва соф экспортдан ташқари истеъмол харажатларини – бунда ҳам сўнгги – умумий талабнинг асосий қисмини ҳам камраб оладиган умумий талабдан келиб чиқади».

Фикримизча, Ўзбекистонда ишсизликнинг пайдо бўлиши ва ўсиш тарихи айнан Кейнс қарашларининг тўғрилигини исботлайди. Ишсизлар расмий рўйхатга олингандан бошлаб, ишсизлик даражаси маълум даражада мунтазам ортиб боради, ишга жойлаштириш қанчалик юқори бўлса, ишсизлик даражаси шунчалик паст бўлади.

Ф.А.Хаекнинг ҳисоблашича, ҳозирги даврдаги ишсизлик авваллари кейнсчилар назариялари асосида иш билан тўлиқ бандликка эришиш сиёсатининг бевосита оқибатидир. Унинг ҳисоблашича, иш кучига талабнинг етарли эмаслиги одатда ишсизликнинг асосий сабаби бўлмайди (пул камайган даврлар истисно этилганда). Ишсизликнинг ўзи жамланма талаб ва таклифнинг мутлақ камайиши сабабига айланиши мумкин. Истеъмол талаби инвестициявий фаоллик жонланиши билан бошланади. Иш билан бандлик даражаси юқори бўлган шароитларда ҳам ишлаб чиқаришга капитал қуйилмалар киритилиши талаб этилади.

М.Фридманнинг назариясига кўра эса, табиий ишсизлик кутилаётган инфляция даражаси амалдаги инфляцияга тенг бўлган макроиқтисодий мутаносибликка мувофиқ ҳар бир иқтисодиёт учун ўзига хосдир. Унинг тасдиқлашича, ҳамма вақт реал иш ҳақи ставкаларидаги тенгликка мос келадиган муайян ишсизлик даражаси мавжуддир. Ишсизликнинг бундай даражасида реал иш ҳақи ставкалари муайян суръатда, яъни ишлаб чиқаришга капитал қуйилмалар киритиш, техника янгиликлари киритиш ва бошқа жараёнлар ўзларининг узоқ муддатли ҳолатларида сақланиб туришини таъминлайдиган суръатларда ортиб бориш тендециясига эга бўлади. Агар давлат ишсизликнинг бу табиий даражасини ошириш чорасини кўрса, бунга биринчи жавоб нархларнинг ортиши бўлади.

М.Фридман нуктаи назарича, инфляция даражаси қанчалик юқори бўлса, такрор ишлаб чиқариш иштирокчилари ўз сай-ҳаракатларида нарх-навонинг бўлажак кўтарилишини шунчалик кўпроқ ҳисобга олади ва буни меҳнат шартномалари, контрактларда турли махсус қайдлар орқали бартараф қилишга интилади. Демак, кейнсчилар асослаган инфляциянинг рағбатлантирувчи самараси вақт ўтиши билан камайиб боради. Ҳукумат ишлаб чиқаришни жадаллаштириш учун инфляциянинг кўшимча сакрашларига таяниб иш кўришга мажбур бўлади. Бу эса, бюджетдан молиялаштиришнинг янада кўпроқ тақчиллигига олиб келади.

Ишсизлик иқтисодиётдаги турғунлик (даврий), таркибий ўзгаришлар (таркибий), табиий омиллар (мавсумий), ижтимоий омиллар (фриксияли) каби сабаблар таъсирида вужудга келади.

Ҳозирги давр иқтисодий адабиётида ишсизликни таснифлашга турли ёндошувлар кўзга ташланади. Уларнинг умумий мезонлари сифатида қуйидагилар ажратиб кўрсатилади:

- пайдо бўлиш хусусияти (фрикцион, таркибий, даврий);
- намоён бўлиш хусусияти (очик, яширин);
- давомийлиги (қисқа муддатли, узоқ муддатли);
- инсоннинг меҳнат фаолиятига муносабати (ихтиёрий, мажбурий);
- тарқалиш жойи (минтақавий, миллий) .

Умуман ишсизликнинг асосий шакллари қуйидагилардир:

- фрикцион кура (янги истиқомат қиладиган жойга кўчиш, касбини ўзгартириш, фарзандини парвариш қилиш, янги иш танлаш ва ҳоказо)

вакти–вакти билан ишсиз қолишдир. Бу ихтиёрий ишсизлик, деб ҳам аталади. У, одатда, бир ойдан ортиққа чўзилмайди;

➤ таркибий ишсизлик – ишлаб чиқариш тузилмаси ўзгартирилган шароитда иқтисодиётнинг эски тармоқларида иш билан банд бўлганларнинг янги тармоқлар талаб этаётган янги касб ва ихтисосликларни эгалламаган давридаги ишсизликдир;

➤ мавсумий ишсизлик – мавсумий иш билан банд бўлганларнинг мавсум тугаши билан ишсиз қолишидир;

➤ даврий ишсизлик – иқтисодий танглик билан боғлиқ бўлиб, ишлаб чиқариш ҳажми кескин камайиб кетиши оқибатида рўй берадиган ишсизликдир. Бу мажбурий ишсизлик, деб ҳам аталади;

➤ яширин ишсизлик – расман иш билан банд ҳисобланганларнинг қисман иш билан бандлиги. Бу турдаги ишсизликда ходим қисқартирилган иш кунда ишлайди ёки ҳақ тўланмайдиган таътилда бўлади;

➤ ёшлар (аёллар) ишсизлиги – ёшларнинг таълим муассасаларини тугаллаганларидан сўнг, аёлларнинг ўз фарзандларини парвариш қилишлари ва бошқа турли сабабларга кўра иш билан банд бўлмасликларидир.

Ривожланган мамлакатлар учун асосан ишсизликнинг фриксияли ва таркибий турлари ҳосдир. Ўзбекистон Республикаси учун эса демографик омиллар туфайли ортиқча иш кучи мавжудлиги, аҳолининг кўпчилик қисми қишлоқ жойларида истиқомат қилиши билан боғлиқ мавсумий ишсизлик табиий ҳисобланади .

Ишсизликнинг табиий даражаси – иқтисодий гипотеза ҳисобланиб, унга кўра муайян реал иш ҳақи даражаси таркиб топганда аҳолининг муайян қисми учун тўлиқсиз иш билан бандлик мавжуд бўладиган умумиқтисодий мутаносибликдир. Бундай тўлиқ бўлмаган ишсизлик мукамал бўлмаган меҳнат бозоридаги ахборотнинг етишмаслиги, тўсиқларнинг мавжудлиги, иш кучи ҳаракатчанлиги, демографик ўзгаришлар ва бошқа сабаблар оқибатидир. Мазкур сабабларга кўра ишсизлик даражасини нолга тушириб бўлмайди. Уни фақат мукамал бўлмаган меҳнат бозори белгилаган даражагача пасайтириш мумкин. Яъни ишсизликнинг ушбу даражасига қисқа вақт мобайнида таъсир кўрсатиб бўлмайди. Бунинг учун, жумладан, қуйидаги тартибга солиш ёки таркибий сиёсат ўтказиш натижасида аста–секин эришса бўлади:

- иш излашни енгиллаштирадиган технологияларни ривожлантириш;
- иш ҳақининг энг кам миқдорини жорий этиш;
- меҳнат бозоридагидан юқори бўлган самарали иш ҳақини жорий этиш.

А.Б.Қурбонов – Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти доценти, и.ф.н.

Ш.Х. Хасанов - Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти катта ўқитувчиси

ҚИШЛОҚ ХЎЖАГИДА ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

АннотацияМақолада кичик бизнес ва тадбиркорликнинг ижтимоий – иқтисодий моҳияти аниқлаштирилган. Шунингдек, тадбиркорликнинг қишлоқ хўжалигидаги аҳамияти ва муаммолари аниқланиб, хулосалар келтирилган.

Калит сўзлар: тадбиркорлик, агротадбиркорлик, мулчилик, фермер хўжаликлари, хусусий якка ва хусусий жамоа мулки.

Аннотация В статье определяется социально-экономическое значение малого бизнеса и предпринимательства. Также были выявлены важность и проблемы предпринимательства в сельском хозяйстве и сделаны выводы.

Ключевые слова: предпринимательство, агропромышленный комплекс, собственность, крестьянские хозяйства, частная и частно-общинная собственность.

Annotation The article defines the socio-economic significance of small business and entrepreneurship. The importance and problems of entrepreneurship in agriculture were also identified and conclusions were drawn.

Key words: entrepreneurship, agro-industrial complex, property, farms, private and private-communal property.

Ўзбекистон Республикасида миллий иқтисодиётнинг ривожланиши, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришида унинг маҳсулотларини саноат асосида қайта ишлаб чиқарувчи кичик тадбиркорликнинг ривожланиши бозор ислохотларини амалга ошириш билан ҳамоҳанг ривожланмоқда.

Бозор муносабатларига ўтиш жараёнида тадбиркорлик шакллари аҳолини иш билан бандлигини таъминлашнинг ривожланиб боришида ҳал этувчи рол ўйнайди. Тадбиркорликдаги хусусий ташаббускорлик, омилкорлик ҳозирги замон иқтисодий жараёнида ҳаракатлантирувчи кучдир. Тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириб бориш ҳар қандай бозор ислохотининг бош йўналишларидан биридир. Ҳозирги замон ижтимоий ҳаётида унга амалий эҳтиёж сезмайдиган бирорта хўжалик фаолияти топилмайди.

Тадбиркорлик ҳар қайси мамлакатда ва унинг айрим ҳудудларидаги аниқ демографик ва иқтисодий ҳолатларни ҳисобга олган ҳолда ривожланади, тадбиркорлик йўналишининг ривожланиши эса аниқ ҳолатдаги иқтисодиётнинг амалий вазифалари билан боғлиқ бўлади.

Шу билан бирга, тан олиш керакки, тадбиркорлик муаммолари билан шуғулланувчи олимлар ва амалиётчилар ўртасида ушбу масалага ёндашишда турли қарашлар, унда маълум бир қарама-қаршилиқлар мавжуд. Кўпчилик корхона раҳбарлари ва йирик акционерлик жамиятларининг менежерлари ўзларини тадбиркор деб ҳисоблайдилар, ваҳоланки, уларнинг фаолияти маълум даражада ишлаб чиқариш воситалари эгалари томонидан назорат қилинади. Кўпчилик, тадбиркорлик фаолияти тўлалигича кичик бизнес доирасида, ўз корхонасининг эгаси ва менежери бўлган тадбиркор томонидан амалга оширилади, деб ҳисоблайди. Шу билан бирга, «тадбиркор – бу ўз ишининг манфаати йўлида мустақил фаолият юритувчи бошқарувчи» [1] деган фикрлар ҳам мавжуд. «Ўзбекистон Республикасида тадбиркорлик тўғрисида»ги Қонунда тадбиркорликка қуйидагича таъриф берилган: «Тадбиркорлик – мулкчилик субъектларининг фойда олиш мақсадида таваккал қилиб ва мулкий жавобгарлик асосида, амалдаги қонунлар доирасида ташаббус билан иқтисодий фаолият кўрсатишидир».

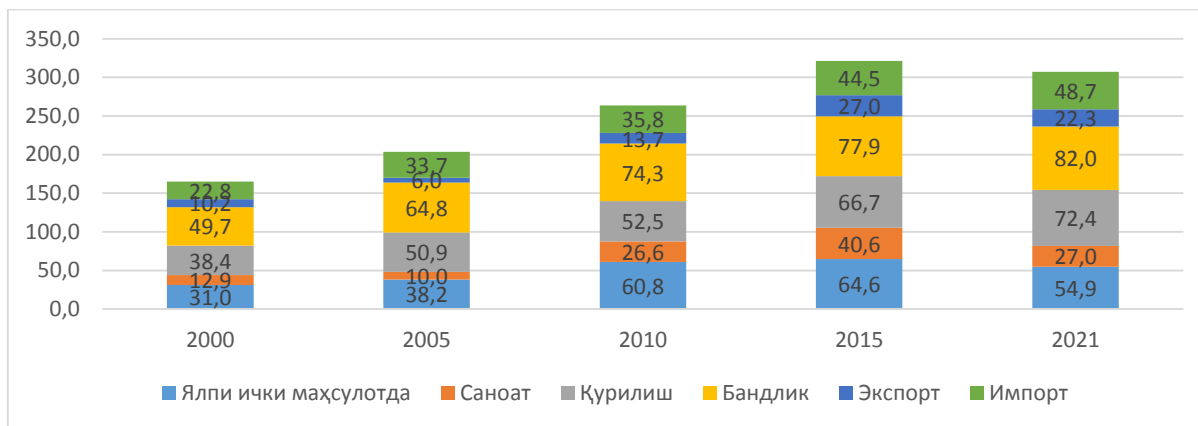
Тадбиркорликнинг моҳиятини, унинг ҳаракат ва имкониятлари доирасини яхшироқ тушуниб олиш учун, унинг моҳияти ва иқтисодиётдаги ролига бўлган қарашлар тизими ривожини ташкилий, сиёсий – иқтисодий ва ижтимоий-психологик жиҳатлар нуқтаи – назаридан умумлашган ҳолда таҳлил қиламиз.

Ўзбек олимларидан А.Ўлмасов ва Н.Тўхлиевларнинг тадбиркорликни «даромад келтирадиган ёки наф берадиган хўжалиқ фаолияти (касб-кор, машғулот) соҳибкорлик - тижорат ишлари билан шуғулланиш, пул топиш мақсадида бирор иш билан банд бўлиш» [2], деб таърифлашган. Шундай қилиб, биз шундай фикрга келишимиз мумкинки, даромад топишга қаратилган ҳар қандай фаолиятни ҳам бизнес тушунчаси билан ифодалаш мумкин эмас. Бизнес фойда олишга йўналтирилган фаолият бўлиб, мулкий масъулият ва жавобгарликка, иқтисодий таҳликага асосланади. Бу эса бизнес билан шуғулланувчи фаолиятда хонавайрон бўлиш, бозори касод бўлиш хавфи мавжудлигини, агар бу ҳол юз берса, у ҳолда мулкидан айрилиши мумкинлигини англатади. Шунинг учун, бизнес тушунчаси даромад, фойда, наф олиш мақсадида мулкий жавобгарликка, иқтисодий таҳликага асосланган фаолиятни англатади.

Тадбиркорлик бизнеснинг бир тури бўлиб, фойда олиш мақсадидаги яратувчанлик, яъни товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш фаолиятидир. Бизнес ўз ичига тадбиркорликни, истеъмол бизнесини ва бойликдан бойлик ундириш бизнесини, яратувчилик билан билан боғлиқ бўлмаган касбкорлик бизнесини олади.

Кичик тадбиркорлик эркин бозор иқтисодиёти шароитида фаолият кўрсатиш жараёнида ташкил этилиш шакли ва турларини ўзгартириб боради ҳамда ўз имконияти ва ташқи муҳит таъсирида фаолият турларини ўзгартириши, бир шаклдан иккинчи шаклга ўтиши мумкин.

Тадбиркорликнинг иқтисодий моҳияти ва аҳамиятли жиҳатларидан бири унинг ялпи ички маҳсулотдаги улушининг доимий равишда ўсиб боришидир. 1 - расмда келтирилган рақамларга эътиборни қаратадиган бўлсак, унинг улуши сўнгги ўн йилда Ўзбекистон республикасида 2000 йил 31 фоиз 2021 йилга келиб 54,2 фоизи ва иқтисодиётда банд бўлган аҳолининг 82 фоизидан кўпроғи уларнинг ҳиссасига туғри келмоқда.



1- расм. Ўзбекистонда 2000-2021 йилларда кичик тадбиркорлик субъектларининг ялпи ички маҳсулотдаги ва тармоқлардаги улуши (фоиз ҳисобида)

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши ва иқтисодиётда банд бўлган аҳолининг кичик тадбиркорлик субъектларидаги улушининг Республика ва вилоят кўрсаткичлари 1,5-2,0 фоизга фарқ қилган ҳолда ривожланмоқда.

Ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлардаги кичик ва хусусий тадбиркорлик корхоналарининг ялпи ички маҳсулотдаги ҳиссаси ва иш билан бандликни таъминлаш даражасининг ўсиб бориши бозор иқтисодиёти шароитида кичик бизнес ва хусусий корхоналарнинг афзаллиги, мамлакат барқарорлигини таъминлашдаги ўрни ва аҳамиятини ошиб бораётганини кўрсатади. Жумладан, жаҳон мамлакатларида аҳолининг катта қисми кичик бизнес соҳасида фаолият кўрсатади. Жумладан, Хитойда 80%, Японияда 48%, АҚШда 50% аҳоли, Ўзбекистонда эса 78 фоиз аҳоли кичик тадбиркорлик соҳасида банд. Жаҳон мамлакатларида кичик тадбиркорликнинг иқтисодиётдаги улуши ҳам юқори даражада, жумладан, Хитойда 60%, Италияда 68%, Германияда 53%, Кореяда 48%, АҚШда 50%, Россияда 21% ни, Ўзбекистонда эса 56 фоизни ташкил қилади. Хар бир 1000 аҳолига туғри келадиган тадбиркорлик субъектлари Европа иттифоқида 57 бирликни, АҚШда 90

бирликни, Россияда 27.2 бирликни [3], Ўзбекистонда эса 22 бирликни ташкил қилади.

Статистик кўрсаткичларига кўра ривожланган, иқтисодий барқарор мамлакатларда кичик бизнес ва хусусий корхоналарнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушининг мамлакатлар ўртасидаги фарқи 5-10 фоизни ташкил қилиб, Ўзбекистонда эса ушбу кўрсаткич 15-17 фоиз фарқ қилишини кўришимиз мумкин. Республикада ҳамда вилоятлар бўйича кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ялпи ички маҳсулотдаги улушларининг тебраниш доираси паст эмас. Ўзбекистон республикасида ялпи ички маҳсулотда қишлоқ хўжалигининг улуши кам бўлса-да, аммо аҳолининг 55 фоизи қишлоқ жойларда яшайди. Шу боис қишлоқ хўжалиги соҳасида тадбиркорлик фаолияти мазмунини чўқурлаштириш ва такомиллаштириш зарур.

1-жадвал

Ўзбекистон республикасида қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқаришда кичик бизнеснинг улуши

Кўрсаткичлар	2000	2005	2010	2015	2021	2021 йилда 2000 йилга нисбатан ўзгариш, пункт
Қишлоқ хўжалик экинлари майдони, минг гектар	3778,3	3647,5	3708,4	3694,2	3260,7	0,9
Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш, млрд. сўм	1387,2	5978,3	30856,7	99604,6	302524,9	218,1
Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда қишлоқ	1021	5019,7	29900,4	98198	299280	293,1

хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми, млрд.сўм						
Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқаришда кичик бизнеснинг улуши,%	73,6	84,0	96,9	98,6	98,9	1,3
Ҳар минг гектар туғри келадиган қишлоқ хўжалик маҳсулотлари, млрд. сўм	0,4	1,6	8,3	27,0	92,8	252,7

Ўзбекистон Республикасида 3260,7 минг гектар экин майдони мавжуд бўлиб, 2000 йилга нисбатан 10 фоизга камайган. Аммо қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми 2021 йилда 302524,9 миллиард сўмни ташкил қилиб, 2000 йилга нисбатан 218,1 пунктга ошган. Қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқаришда кичик бизнеснинг улуши 98,2 фоизни ташкил қилиб, унда қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми 299280,0 миллиард сўмни ташкил қилган. Қишлоқ хўжалик корхоналари ҳар минг гектардан 92,8 миллиард сўмни ташкил қилиб, 2000 йилга нисбатан 252,2 пунктга ошган. Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми ошиб борётган бўлсада, мулкчилик шакллариинг ўзгариши қишлоқ аҳолисининг ишсизлик даражаси ошиб бормоқда. Кейинги йилларда қишлоқ хўжалик соҳаси мутахассисларида тадбиркорлик қобилиятининг шаклланмаганлиги оқибатида, бошқа тармоқлардан тадбиркорлар кириб келиши кучайди. Йиллар давомида ушбу соҳа мутахассисларининг камайиб бориши қишлоқ хўжалиги тадбиркорлигига салбий таъсир кўрсатиб келмоқда.

Агрросанаот мажмуи соҳаларидаги турли мулкчиликка асосланган тадбиркорлик субъектларининг бир-бирига боғлиқ ҳолдаги фаолияти аграр муносабатларни вужудга келтиради.

Аграр муносабатлар бу–қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқариш, қайта ишлаш, сотиш ва қишлоқ хўжалиги воситаларини ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган турли-туман субъектлар ўртасидаги муносабатлардир, [4]. Аграр соҳадаги барча иқтисодий субъектларнинг фаолияти агратадбиркорликнинг шаклланишига олиб келади, зеро агратадбиркорлик бошқа тармоқлардаги тадбиркорлик ҳаракатидан фарқ қилади. Чунки мазкур соҳанинг марказида ер муносабатлари билан боғлиқ ҳолда қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ётади. Бу эса агрросаноат мажмуида хусусий тадбиркорликни ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятлари мавжудлигини англатади.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкин тадбиркорлик иқтисодий категория, бозор иқтисодиётининг муҳим элементи сифатида ўрта асрлардан бошлаб ҳозирги кунга қадар жамиятда ўз ўрнини эгаллаб келмоқда. Тадбиркорлик кишилар ҳаракати ва меҳнати орқали вужудга келса-да, у меҳнат ресурсларидан ажралиб алоҳида ишбилармон кишилар гуруҳини мужассамлаштирди. Ушбу гуруҳ кишилари тадбиркорликнинг ривожланиш жараёнида ишлаб чиқаришни ташкил этиш, уни ишлаб чиқариш ресурсларини билан таъминлаш, таваккалчилик асосида иш юритиш, фойда олишни таъминлаш, инновация янгиликларидан фойдаланиш хусусиятларни ўзлаштирди.

А.Д.Равшанов– Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти доценти, и.ф.н.

А. Худоев - Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти магистранти

РЕАЛ СЕКТОР КОРХОНАЛАРИДА ХИЗМАТ КўРСАТИШ ТАРМОҚЛАРИНИНГ МАМЛАКАТ ИҚТИСОДИЁТДАГИ ўРНИ

Аннотация: Мақолада реал сектор корхоналарида хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантириш тушунчаси, иқтисодиёт ва ижтимоий соҳадаги аҳамияти ҳозирги кунда мамлакат ялпи ички маҳсулотдаги улушларининг ўзгариши, хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантириш бўйича таклиф ва тавсиялар баён этилган.

Калит сўзлар: иқтисодиётни диверсификациялаш, модернизациялаш, тараққиёт стратегияси, рақамли иқтисодиёт, стратегия, хизматлар бозори, ахборотлаштириш ва рақамлаштириш жараёни.

Аннотация: В статье описывается концепция развития сферы услуг на предприятиях реального сектора, ее значение в экономической и социальной сферах, изменение доли страны в ВВП, предложения и рекомендации по развитию сферы услуг

Ключевые слова: диверсификация экономики, модернизация, стратегия развития, цифровая экономика, стратегия, информационный рынок и цифровизация рынка услуг

Annotation: The article describes the concept of service sector development in real sektor enterprises, its importance in the economic and social spheres, changes in the country's share in GDP, proposals and recommendations for the development of service sector

Keywords: economic diversification, modernization, development strategy, digital economy, strategy, information market and digitalization of services market

Ҳозирги кунда мамлақатимизда хизматлар соҳаси аҳолининг барча қатламларини қамраб олади ва жамиятда содир бўлаётган деярли барча ижтимоий-иқтисодий жараёнларга ўз таъсир кўрсатади бу эса мазкур масаланинг қанчалик муҳим ва аҳамиятли эканлигини кўрсатиб беради.

Ҳар қандай мамлақат тараққиётга эришиши учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини жорий этиши зарур ва шарт. Бу юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради.

Иқтисодиётни модернизациялаш ва диверсификациялаш шароитида мамлақат аҳолисининг бандлигини, даромадларини ва турмуш сифатини оширишнинг муҳим йўналишлари ва омилларидан бири сифатида хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш бўйича тизимли ишлар амалга оширилмоқда. Бундан ташқари, иқтисодиётнинг барқарор ўсишини таъминлашда мазкур соҳа муҳим ўринни эгалламоқда.

Бу борада Ўзбекистон Республикасининг Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60 сонли Фармонида асосан “Худудларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаларини ривожлантириш орқали кейинги 5 йилда хизмат кўрсатиш ҳажмини 3 бараварга ошириш ҳамда ушбу йўналишда жами 3,5 миллион янги иш ўринларини яратиш” дастурини ишлаб чиқиш вазифасини белгилаб бердилар³. Ушбу соҳа тараққиётини янада ривожланишини таъминлашга ва бу соҳада олиб борилаётган ислохотларни янада кучайтирилишига олиб келади.

Реал сектор корхоналарида хизмат кўрсатиш тармоқларининг шаклланиши ва тараққий этишида ҳамда уларнинг юқори самарадорлик билан ишлашини таъминлашда айрим муаммоларга ҳам дуч келинмоқда. Ушбу муаммоларни бартараф қилиш, унинг нафақат амалий, балки бир қатор назарий масалаларини ҳам ҳал этиш лозимлиги мазкур хизмат кўрсатиш самарадорлигини ошириш эвазига мамлақатнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиёт ва барқарор ривожланишига олиб келмоқда. Натижада реал сектор корхоналарида рақамли технологияларнинг қўлланилиши нафақат маҳсулот ва хизматлар сифатини оширади, балки ортиқча харажатларни ҳам камайтиради.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 апрелдаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чоратадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4699 сонли қарорига асосан 2023 йилга келиб

³ Ўзбекистон Республикасининг Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60 сонли Фармони

рақамли иқтисодиётнинг мамлакат ялпи ички маҳсулотигаги улушини 2 бараварга кўпайтиришни назарда тутилган⁴.

Реал сектор корхоналарида хизмат кўрсатиш бир вақтнинг ўзида ҳам иқтисодий, ҳам ижтимоий соҳадир. Чунки, барча жабҳаларда жумладан, иқтисодий, ижтимоий ва хаттоки, сиёсий соҳаларда ҳам хизмат кўрсатиш тармоғи фаолиятдан фойдаланилади. Хизматларнинг иқтисодий соҳалиги шунда намоён бўладики, ушбу соҳада мамлакат ялпи ички маҳсулотининг бир қисми яратилади. Унинг ижтимоий соҳалиги шундаки, унинг аксарият қисми инсонлар ҳаётини яхшилашга, яшашини қулайлаштиришга қаратилгандир.

Хулоса қилиб айтганда, ривожланган мамлакатлар тажрибаси кўрсатмоқдаки, реал сектор корхоналар ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг барча жабҳаларида барқарорликни таъминловчи асосий омиллардан биридир. Ушбу соҳанинг ривожланиши мамлакат аҳолиси бойишига, иқтисодиёт ривожланишига, истеъмол бозори тўйинишига, давлат бюджети тушумлари кўпайишига, ишсизлик камайишига олиб келади.

Д.У. Холматов ассистент Андижанского института сельского хозяйства и агротехнологий

Ш.А.Аблазов – докторант Андижанского института сельского хозяйства и агротехнологий

ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация Мақолада Ўзбекистон иқтисодиётининг бугунги ҳолати, шунингдек, кейинги йилларда республика ташқи иқтисодий фаолиятида юзага келган салбий ҳодисалар таҳлил қилинади. Хусусан, Ўзбекистон ЕОИХга киришда юзага келиши мумкин бўлган иқтисодий муаммолар кўриб чиқилиб, республика иқтисодиёти имкониятларини жаҳон иқтисодиётидаги глобаллашув жараёнлари шароитларига мослаштириш бўйича аниқ чора-тадбирлар таклиф этилмоқда.

Калит сўзлар: интеграция, Евроосиё иқтисодий иттифоқи, ташқи савдо айланмаси, экспорт, импорт, иқтисодий рақобатбардошлик, божхона тўловлари, қайта молиялаш ставкаси, диверсификация.

Аннотация В статье анализируется нынешнее состояние экономики Узбекистана, а также возникшие негативные явления во внешнеэкономической деятельности республики за последние годы. В том числе, рассматриваются возможные

⁴ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 апрелдаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4699 сонли Қарори

экономические проблемы при вступлении Узбекистана в ЕАЭС и предлагаются конкретные меры, чтобы приспособить возможности экономики республики к условиям глобализационных процессов в мировой экономике.

Ключевые слова: интеграция, Евразийский экономический союз, внешнеторговый оборот, экспорт, импорт, конкурентоспособность экономики, таможенные пошлины, ставка рефинансирования, диверсификация.

Annotation The current state of the economy of Uzbekistan, as well as, emerging negative phenomena in the foreign economic activity of the republic in recent years are analyzed in the article. In addition, possible economic problems are considered when Uzbekistan joins the Eurasian Economic Union and concrete measures are proposed to adapt the economy of the republic to the conditions of the customs union.

Keywords: integration, Eurasian Economic Union, foreign trade turnover, exports, imports, competitiveness of the economy, customs duties, refinancing rate, diversification.

В условиях глобальной конкуренции на мировом рынке одной из важнейших задач государства является выбор приоритетов национальной экономической политики, от которой зависит очень многое: экономическая безопасность страны, конкурентоспособность ее экономики на внутреннем и внешнем рынках, уровень жизни населения и степень достижения социальных целей. Главный вопрос на который следует ответить нашей республики при формировании стратегии развития экономики на перспективу-как должны соотноситься экономическая безопасность, с одной стороны, и использование преимуществ-внедрения ресурсосберегающих и инновационных технологий, ориентации на интенсивные методы развития, выравнивание диспропорций в развитии отраслей, диверсификации экспорта и формирования рынков новых видов продукции с высокой добавленной стоимостью. Но к сожалению ход интеграции экономики Узбекистана в мировое хозяйство выявил ограниченность возможностей приспособления к мировым тенденциям национального хозяйства республики. Как показал печальный опыт развал Советского Союза привела к разрыву целостного хозяйственно-производственного пространства, прекращению коопераций, связей между предприятиями, научно-производственными объединениями, что повлекло за собой возникновение многочисленных барьеров на пути взаимных торговых и других экономических отношений. В экономике бывших Советских республик, в том числе в Узбекистане, из-за существенного ослабления хозяйственных связей произошло глубокая формация воспроизводственного процесса в сторону чрезмерного развития сырьевых отраслей промышленности для нужд остального мира.

Как видно из истории развития мировой экономики, страны, специализированные на развития ресурсопроизводящих отраслей

экономики не имеют сильного иммунитета против конъюнктурных колебаний мирового рынка. Для них всегда существует внешняя угроза нарушения внутреннего экономического равновесия. Естественно прочное будущее на подобной основе, влекущей за собой рост финансовой и технологической зависимости, неустойчивые бюджетные доходы и многие другие негативные последствия, не построишь.

Сопоставление динамики структуры внешней торговли товарами и услугами республики с данными по мировой торговле и экспорту наглядно показывает, что по своей структуре внешнеторговый оборот Узбекистана кардинальным образом отличается от международного экономического обмена. В мировой торговле значительный удельный вес приходится на готовую продукцию и услуги, в которых воплощены достижения научно-технического прогресса. А в структуре республиканского экспорта преобладают базовые товары и простейшие виды услуг, импорте заметное место занимают товары и услуги, связанные с удовлетворением потребительского спроса (таблица).

Как видно из таблицы в последние годы в республиканском внешнеторговом обороте наблюдается негативные тенденции: превышение импорта над экспортом. Это показывает, что основная часть обрабатывающих отраслей, аграрный сектор и сфера услуг не в состоянии удовлетворять потребность внутреннего рынка по номенклатуре, качеству или количеству производимых товаров и услуг.

Таблица 1

**Динамика структуры внешней экономической деятельности
республики Узбекистан за 2000-2019 гг.**

Структура	2000	2005	2010	2015	2018	2019	2020	2021
ЭКСПОРТ								
Хлопок-волокно	897,1	1033,3	1572,7	736,1	222,1	281,6	146,9	136,5
Продовольственные товары	176,4	206,1	1260,5	1316,4	1097,7	1517,5	1443,8	1471,8
Химическая продукция и изделия из нее	93,4	285	661,3	613	904,6	876,9	873,2	1225,3
Энергоносители и нефтепродукты	335,2	623	2973,8	2685,2	2666,2	2524,9	659	889,9
Черные и цветные	216,7	499,9	894,4	824,2	1167,1	1300,9	1241,9	1653,4

металлы								
Машины и оборудования	111,8	452,8	715,4	159,3	214,1	451,4	442	702,8
Золото	554,2	1164, 7	2618, 1	1920,6	2909,5	4918,3	5804,4	4109,8
Текстильная продукция	235,6	203,5	637,2	883,7	1603,1	1626,6	1578	1326,2
Услуги	449,1	659,3	1335, 5	3061,3	3029,9	3560,3	2005	2547,4
Прочие	195,2	281,2	354,5	307,8	438,6	843,5	908,1	3 229,7
Всего	3264, 7	5408, 8	1302 3	12507, 6	14252, 9	17901, 7	15102, 3	16610,6
ИМПОРТ								
Продовольстве нные товары	361,1	287,2	963,2	1585,3	1581,6	1885,1	2159,6	2 926,2
Химическая продукция и изделия из нее	399,5	558,7	1265, 7	2108,2	2554,8	3200,4	3436,7	4 260,1
Энергоносителей и нефтепродукты	112,7	103,7	654,6	725	879,5	928,1	1106,9	1 541,0
Черные и цветные металлы	253,5	419,4	742,1	919,4	1773,3	2116,9	1751,3	2312,8
Машины и оборудования	1044, 1	1770, 4	4032, 5	5026,7	8321,7	10635, 2	8904,2	9 454,4
Услуги	251	424,7	490,4	954,1	2242,9	24241, 8	1221,4	1 736,8
Прочие	525,5	527,2	1027, 3	1097,9	2201,4	3088,7	2573,7	3 229,7
Всего	2947, 4	4086, 3	9175, 8	12416, 6	19555, 2	24276, 1	21153, 8	26203,7

Источник: Государственный комитет по статистике Р. Уз.

Вследствие дисбаланса во внешней торговле зависимость узбекской экономики от внешних рынков остается очень высокой. Из этого можно сделать вывод, что пока конкурентоспособность национальной экономики

желает лучшего. Это означает, что современные структуры производства и внешнеторговый оборот пока не способны обеспечить устойчивое экономическое развитие в условиях открытой экономики, вдобавок к этому в структуре экономики республики ежегодно возрастает доля добывающей отраслей, что ведет к ее однобокому развитию и снижению конкурентоспособности экономики в целом. Вместе с тем, добывающие отрасли должны служить основой для развития других секторов экономики и способствовать обеспечению макроэкономической стабильности, модернизации экономики и социального благополучия населения Узбекистана. Сложившаяся к настоящему времени структура узбекской экономики, основанная преимущественно на экспорте сырья, энергоносителей, полуфабрикатов и импорте машин, оборудования, узлов, компонентов содержит в себе очевидные экономические и торгово-политические угрозы. Топливо-сырьевая специализация сдерживает рост конкурентоспособности республики и делает нестабильным ее экономическое позиционирование в мире. Мировая практика доказывает, что глобальные экономические катаклизмы наименее болезненно воздействуют на страны, для которых характерны: сбалансированное развитие важнейших отраслей экономики, здоровая финансовая система, невысокие темпы инфляции, сбалансированный бюджет, активное сальдо торгового и платежного баланса по текущим операциям, отсутствие значительного внешнего долга, достаточно высокий объем золотовалютных резервов, реалистичный курс национальной валюты, эффективное государство как макрорегулятор экономики. В условиях глобализации и интеграции мирохозяйственной системы, государство должно направлять усилия на развитие внешнеэкономического сотрудничества со странами ближнего и дальнего зарубежья и принимать участие в глобальных и региональных экономических процессах с целью обеспечения устойчивого экономического развития. Т.к. в современных условиях конкурентоспособность экономики страны является показателем состояния и перспектив развития хозяйственной системы, обуславливает характер ее участия в международном разделении труда, выступает гарантом экономической безопасности и способность производить товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых способствует росту благосостояния населения. Учитывая это можно сказать, что изменить характер участия республики в международном разделении труда невозможно, не развивая ресурсопотребляющие и обрабатывающие отрасли, то есть без новой индустриализации. Только таким образом можно диверсифицировать экспорт за счет готовых изделий, в т. ч. конкурентоспособной в мировом рынке продукции высокотехнологичных отраслей.

В нынешних условиях, для того чтобы перейти на инновационный путь развития, вырваться из зависимого положения доноров сырьевых

ресурсов, войти в мир развитых стран с высокотехнологичным производством и диверсифицированной экономикой, вхождение в ЕАЭС для Узбекистана является объективной необходимостью. Здесь необходимо отметить, что страны-члены ЕАЭС до сих пор обладают немалым интеллектуальным, научно-техническим, экономическим потенциалом. Есть большие технологические заделы в авиастроении, спецметаллургии, машиностроении, энергетике, станкостроении, биотехнологии и в других сферах, благодаря которым экономики этих республик могли бы подняться до мирового уровня и интегрироваться в мировое хозяйство. Это в свою очередь дает возможность и нашей экономике вписаться в транснациональные и глобальные процессы.

Исторический опыт показывает, что создание торгово-экономических объединений происходит ради достижения общезначимых целей, и как правило, сопровождается интенсификацией взаимодействия стран-участниц по всем направлениям хозяйственной деятельности. По мнению известного российского экономиста С.Ю.Глазьева, создание ЕАЭС является частью политики экономического развития, ориентированной на выход из сырьевой ловушки и становление на путь инновационной экономики. Он считает, что эта политика предполагает активизацию сохранившегося научно-производственного потенциала, восстановление и развитие имеющихся воспроизводственных контуров изготовления высокотехнологической продукции с высокой добавленной стоимостью, широкую кооперацию и специализацию в области промышленности и сельского хозяйства [1].

В целом мы согласны с мнением известного ученого, но возникает другая проблема. Необходимо отметить, что позитивный эффект от интеграции возникает тогда, когда уровни экономического и технологического развития стран достаточно близки.

А если есть значимые разрывы в уровне жизни, доходах, технологиях, возможны проблемы: для менее развитой страны возникает ситуация растущего импорта. При этом возможность экспорта как правило, невелика из-за технологических барьеров. Исходя из вышесказанного, попробуем определить, насколько внутренние возможности Узбекистана соответствуют уровню развитию будущих партнеров по ЕАЭС. Здесь необходимо отметить, что мы по уровню развития экономики сильно отстаем от Российской Федерации и Казахстана.

Настоящее время уровень ВВП на душу населения в Узбекистане в среднем четыре раза ниже по сравнению с вышеназванными странами. А это в свою очередь отразилось на внешнеторговом обороте. Как показывают статические данные, за последние годы взаимной торговле Узбекистана с Российской Федерацией наблюдается устойчивая тенденция превышения импорта над экспортом. Аналогичная ситуация наблюдается в

торговом балансе с Казахстаном и Белоруссией из-за низкой конкурентоспособности отечественных товаров не только на рынках ЕАЭС, но и во внутреннем рынке республики. Учитывая этого можно сказать, что вхождения республики в ЕАЭС в нынешнем состоянии может дестабилизировать без того слабую национальную экономику.

Означает ли это что нам нельзя вступать в ЕВРАЗС? На наш взгляд вхождение в этот экономический союз соответствует интересам республики. Но прежде чем войти необходимо решить определенные проблемы для того чтобы приспособить возможностей экономики Узбекистана к условиям ЕВРАЗС. Для этого мы предлагаем конкретные меры:-

- для того, чтобы помочь встать на ноги отечественным производителям, особенно для тех отраслей, создающие продукцию с высокой добавленной стоимостью, мы предлагаем снизить НДС до 10% для всех предприятий вне зависимости от их форм собственности;

- в настоящее время в республике для защиты собственных производителей применяются высокие таможенные пошлины на импортируемую продукцию, но к сожалению эти меры не принесли ожидаемых результатов. Учитывая этого, мы предлагаем другие способы, чтобы ослабить ориентацию потребителей на импорт и укрепить позицию отечественных производителей на внутреннем рынке. По нашему мнению в условиях, когда внешнеторговый оборот отрицательный, целесообразно использовать эффективную тарифную защиту, т.е. обнуление пошлин на импортируемое сырье и материалов, которые необходимы для стимулирования и поддержанию собственного производства и не могут быть обеспечены отечественными поставщиками.

- В нынешних условиях ставка рефинансирования центрального банка очень высокие и составляет 17%. А это в свою очередь приводит к подорожанию кредитов коммерческих банков и для бизнеса и населению. Это означает, что если мы не снизим ставку рефинансирования д последствия могут быть негативными для всей экономической системы республики.

- В данное время тарифы на энергоносителей (электроэнергия, газ) очень высокие для бизнеса и населения, что в свою очередь приводит к подорожанию товаров и услуг, тем самым, снижая конкурентоспособность отечественных производителей во внутреннем и внешних рынках. Исходя из этого мы предлагаем пересмотреть тарифов на энергоносители в сторону снижения.

По нашему мнению внедрения выше указанных мер позволило бы нашей республике войти в состав ЕВРАЗС безболезненно для национальной экономики и решить следующие задачи:

- перейти на инновационный путь развития,

- войти в мир развитых стран с высокотехнологическими производствами и диверсифицированной экономикой,
- повышать устойчивость национальную экономику в условиях усиливающейся глобальной конкуренции.

Хушвақов А. Б. – Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти доценти таянч докторанти

КАМБАҒАЛЛИКНИ АНИҚЛАШНИНГ НАЗАРИЙ-УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация: Мақолада Ўзбекистонда камбағаллик ва унинг ижтимоий оқибатларидан азият чекувчи қатламларнинг турмуш даражасини ошириш ва барқарор ҳаёт шарт-шароитлар билан таъминлаш борасидаги давлат сиёсати ёритилган.

Калит сўзлар: камбағаллик, турмуш даражаси, глобал тараққиёт, яшаш минимуми, ўсиш нуқталари, ишсизлик, кам таъминланганлик, давлат дастури.

Аннотация: В статье описывается государственная политика Узбекистана по повышению уровня жизни и обеспечению устойчивых условий жизни лиц, страдающих от бедности и ее социальных последствий.

Ключевые слова: бедность, уровень жизни, мировое развитие, прожиточный минимум, точки роста, безработица, низкий доход, государственная программа.

Annotation: The article describes the state policy in Uzbekistan to improve the living standards and provide sustainable living conditions for those suffering from poverty and its social consequences.

Keywords: poverty, living standards, global development, subsistence minimum, growth points, unemployment, low income, government program.

Бугунги кунда камбағалликка қарши кураш мамлакатимизда ўта долзарб масалалар сирасига киради. Чунки жамиятимизда Президентимиз айтганидек, “...аҳоли фақат эртанги кун умиди билан эмас, балки бугун давлатдан рози бўлиб, бахтли яшаши керак... Камбағалликни қисқартириш ойлик ёки нафақа миқдорини кўпайтириш, ёппасига кредит бериш, дегани эмас. Бунинг учун, энг аввало, аҳолини касбга ўқитиш, молиявий саводхонлигини ошириш, одамларда тадбиркорлик ҳиссини уйғотиш, инфратузилмани яхшилаш, фарзандларини ўқитиш, сифатли даволаниш, манзилли нафақа тўлаш тизимини жорий қилиш керак”⁵.

Камбағаллик тушунчасига турли хил таърифлар мавжуд. Баъзи олимлар камбағаллик деганда, инсоннинг бирламчи эҳтиёжларини (озиқ-

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ш.Мирзиёевнинг 2020 йил 29 декабрдаги Олий мажлисга мурожаатномаси, 30.12.2020йил.

овқат, кийим-кечак, уй-жой, таълим ва соғлиқни-сақлаш) қондиришга имкониятининг чекланганлигини, бошқалари эса танлов эркинлигининг етарлича эмаслигини қайд этиб ўтишган.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, ҳозирда жаҳон бўйлаб камбағаллик ёки қашшоқлик тушунчаларининг умумқабул қилинган ҳамда ягона келишилган таърифи ишлаб чиқилмаган. Ҳар бир мамлакат ўзи учун белгиланган камбағаллик мезонидан келиб чиқиб тавсифлайди.

Шиддатли ижтимоий-иқтисодий ривожланиш шароитида аҳолининг муайян қатламлари орасида камбағаллик даражаси ошиб бормоқда. Дунё аҳолисининг 10% (700 млн.) Африка ва Осиё давлатлари аҳолисини ташкил қилади. Улардан 17.2% қишлоқ аҳолисини ташкил қилмоқда. Меҳнат қилаётган аҳолининг иш билан бандлигини таъминлаш ҳам қашшоқликни буткул бартараф эта олмаётгани, 8% ишловчи аҳоли қашшоқликда кун кечираётганлиги билан исботланди⁶. БМТнинг Бош Ассамблеясининг 2015 йилда “Барқарор тараққиёт соҳасидаги Мақсадлар” қабул қилиниб янги минг йиллик оstonасида турган дунёда тинчлик, фаровон ҳаёт ва адолат тамойилларини янада мустаҳкамлаш мақсадларини илгари сурди. Ушбу Декларациянинг бош мақсади 2030 йилгача “қашшоқликнинг барча кўринишларини секин-аста бартараф қилиб бориш” бўлди⁷. 2020 йилгача эса ноқобил ва иқтисодий қоқоқ аҳоли пунктларида яшаётган 100 миллиондан ортиқ кишилар ҳаётини сезиларли тарзда яхшилаш чораларига старт берилди⁸. Шу асосда ривожланган давлатлар ҳар йили нисбатан камбағал давлатларга 15 миллиард АҚШ доллари ҳажмида пул ажратиб боришига келишилди. Ушбу маблағ базавий аҳамият касб этувчи ижтимоий хизматлар кўрсатилиши, маҳсулот бозорларида нархларнинг меъёрда ушлаб турилиши учун сарфланишини назорат қилиб боришга сарфланади.

Камбағаллик эса инсоннинг ҳаёти давомида танлов ва имкониятларга эга бўлмаслиги, жамиятда тўлақонли иштирок этиш учун тўсиқларнинг мавжудлиги, бундан ташқари, оиласини боқиши ва кийинтириши, таълим олиши ёки касалхонада даволаниши, бирор соҳада фаолият юритиши ёки даромад олишга имкон берадиган меҳнат билан таъминлаш имкониятлари етишмаслиги ҳамда кредит олиш имкониятининг чекланганлигида намоён бўлади. Шунингдек, камбағаллик — бу инсонлар, уй хўжаликлари ва

2. Мир, достоинство и равенство на здоровой планете. Ликвидация нищеты. ООН// <https://www.un.org/ru/global-issues/ending-poverty>

3. Глобальная борьба с бедностью: опыт зарубежных стран // <https://review.uz/post/globalnaya-borba-s-bednostyu>. Декларация тысячелетия Организации Объединённых Наций. Принята [резолюцией 55/2](#) Генеральной Ассамблеи от 8 сентября 2000 года. https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/summitdecl.shtml

4. Мировые тенденции развития предпринимательской деятельности в экономике зарубежных стран. <https://articlekz.com/article/15307>

жамоаларнинг ижтимоий жиҳатдан чегараланганлиги, хавф-хатарлар олдида чорасизлиги ҳамда ночорлиги саналади⁹.

Бундан ташқари, Жаҳон банки томонидан 2015 йилдаги 115 та мамлакатда ўтказилган тадқиқотлар натижасида таклиф этилган услубиётга кўра, барча мамлакатлар учун 2011 йилдаги нархларда харид қобилияти паритети бўйича қашшоқлик чегараси 1,9, камбағаллик чегарасини эса мамлакатлар аҳолиси даромадларининг паст, ўрта ва юқори даражаларидан келиб чиқиб 1,9; 3,2; 5,5 ва 21,7 АҚШ доллари этиб белгилаш тавсия этилган.

Ўзбекистонда 1994 йили, аҳолининг 44,5 фоизи камбағаллик чегарасида турган бўлсалар, бу кўрсаткич 1996 йили 31,1 фоизни, 1998 йили 28,7 фоизни, 2001 йил 27,5 фоизни, 2005 йили 25,8 фоизни, 2010 йил 17,7 фоизни, 2015 йил 12,8 фоизни, 2019 йил 11,0 фоизни ташкил этган¹⁰. Кўришиб турибдики, мамлакатимизда камбағаллик даражаси хорижий экспертларнинг фикри бўйича, бир мунча камайиш тенденциясига эга бўлсада, ҳамон юқорилига қолмоқда.

Айнан ушбу ҳолатни инобатга олиб Ўзбекистон Республикаси Президенти камбағалликни тугатиш бўйича тегишли чоратадбирларни амалга ошириш юзасидан қатор фармон ва қарорларни қабул қилди ҳамда уларни амалга ошириш бўйича бир қанча Давлат ва ҳудудий дастурларни ишлаб чиқиш борасида тегишли кўрсатмалар бериб келмоқда. Зеро, ҳаётда муносиб яшай олмаган киши ҳеч маҳал давлатдан ҳам бугунги кунидан ҳам рози бўлмайди. Буларни инобатга олиб, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 26 мартдаги “Иқтисодиётни ривожлантириш ва камбағалликни қисқартиришга оид Давлат сиёсатини тубдан янгилаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-сонли Фармони ва ушбу фармон ижросини таъминлаш мақсадида 2020 йил 26 мартда Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси иқтисодий тараққиёт ва камбағалликни қисқартириш вазирлиги ҳамда унинг тизим ташкилотлари фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги Қарорлари қабул қилинди.

Камбағаллик деганда, инсонларнинг топган даромадлари озиқ-овқат, кийим-кечак, уй-жой, таълим ва соғлиқни сақлаш каби бирламчи эҳтиёжларини қондиришга етмаслиги оқибатида халқаро ва ички меъёрлардан кам имкониятга эга бўлиб қашшоқ яшашга мажбур бўлиб келинаётган кишиларнинг чекланган ҳолати тушунилади. Мавжуд таъриф илк бор ишлаб чиқилганлиги туфайли, келгусида маълум маънода такомиллашиши мумкин. Ҳозирги пайтда Жаҳон Банкнинг тавсиясига биноан камбағаллик чегараси халқаро миқёсда кунига 1,9 доллардан кам бўлмаслиги лозим.

⁹ BMT Yevropa Iqtisodiy komissiyasining «Kambag'allikni o'lchash bo'yicha qo'llanma», 2017 yil Nyu-York, Jyeneva

¹⁰ documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/21080156993471

Ушбу меъёрни Ўзбекистонга ҳам жорий қилинадиган бўлса, аҳолининг ўртачи бир кунлақ даромади 1,9 доллардан кам бўлмаслиги керак. Бу ҳақда батафсил маълумотлар қуйида келтирилган. Ушбу таърифни назарий жиҳатдан қуйидагича изоҳлаш мумкин. Биринчидан, камбағаллик деганда, инсонларнинг топган даромадлари кўзда тутилмоқда. Камбағаллик тушунчаси фақат ишсиз кишиларни кўзда тутмайди, балки топган даромади ҳам маълум талабларга жавоб берадиган, тегишли миқдордан ошадиган бўлиши лозим. Иккинчидан, инсонлар учун энг зарур бўлган озиқ-овқат, кийим-кечак, уй-жой, таълим ва соғлиқни сақлаш каби бирламчи эҳтиёжларини қондиришга мўлжалланган бўлиши ва шуларга етарли бўлиши кўзда тутилган. Инсонларнинг муносиб яшаши учун фақат озиқ-овқат эмас, балки бошқа неъматлар (кийим-кечак, уй-жой, таълим ва соғлиқни сақлаш) ҳам зарур бўлар экан. Учинчидан, камбағалликнинг маълум чегараси (халқаро ва ички миқёсда) бўлиши керак. Тўртинчидан, ушбу халқаро ва ички меъёрлар чегараси инсонларнинг нормал яшашини таъминлаш учун тегишли имкониятни яратиши лозим. Шундагина бундай кишилар қашшоқ яшашга мажбур бўлиб қолмайди.

Камбағалликни камайтириш дастурини ишлаб чиқишдан олдин уни аниқлаш ва баҳолаш методологиясини яратиш биринчи долзарб масала бўлиб ҳисобланади. Чунки, уларни аниқламасдан туриб, камайтиришнинг манзилли дастурига қўл уриб бўлмайди.

Камбағалликни ўрганиш ва ўлчашнинг назарий-услубий ёндашувлар учта асосий гуруҳга булиб таҳлил қилинади.

1. Мутлақ тушунчаси- киши ҳаёт кечириши учун зарур бўлган товар ва хизматлар қиймати орқали аниқланади: озиқ-овқат, кийим-кечак, уй-жойга бўлган минимал эҳтиёжларини қондира олмаслиги ёки фақат биологик ҳаётни таъминлайдиган минимал эҳтиёжларни қондира оладиган ҳолатидир. Жаҳон банки мутлақ камбағаллик чегараси сифатида кунига 1,25 АҚШ доллари ҳисобига кун кечиришни белгилаб қўйган.

2. Нисбий тушунчаси- кишининг даромадини жамиятнинг қолган аъзоларига нисбатан таққослаш орқали аниқланади. Инсоннинг мамлакат умумий даромадлари даражасига нисбатан ўта ёмон ҳолатини қайд қилади, чунки фаровонлик кўрсаткичларини минимал эҳтиёжлар боғлиқ эмас.

3. Субъектив тушунчаси- ўз молиявий аҳволи ва турмуш даражасини баҳолашга асосланган. Яъни, одамлар ўзларини камбағал ҳис қилиб, ўзлари камбағаллик даражаларини белгилайдилар. Камбағалликни субъектив баҳолашлар, биринчи навбатда “пул даромадлари яшаш минимумидан паст бўлган аҳоли сони” кўрсаткичи билан қиёсланади.

Бундан ташқари, камбағалликни аниқлашда вақтинчалик камбағаллик ва сурункали камбағаллик шакллари фарқланади.

Иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий нуқтаи назардан энг хавфли камбағаллик шакли сурункали камбағаллик ҳисобланади. Бу ҳолда жамиятнинг маълум гуруҳларида ёки алоҳида минтақаларда камбағаллик

кўпайиши, яъни, одамларнинг бир неча авлоди қачонлардир камбағалликни келтириб чиқарган омиллар ва сабабларни енгишга қодир бўлмайдилар.

Вақтинчалик камбағаллик – оила турмуш даврининг маълум босқичлари билан ёки мавсумий тебранишлар билан ёхуд ғавқулда ҳолатлар билан боғлиқ, қайтар ҳолатдир. Вақтинчалик камбағалликнинг намоён бўлиши нисбатан кам ижтимоий хавфлидир. Шу ўринда таъкидлаш лозимки, бутун дунёда ва жумладан, бизнинг мамлакатимизда ҳам ҳозирги пандемия даврида вақтинчалик камбағалликнинг кўпайиши содир бўлади.

Камбағаллик чегараси, нисбий расмий камбағаллик чегарасидан қуйида яшаётган аҳолининг фоизлардаги улушига тааллуқлидир. Миллий камбағаллик чегараси — бу мазкур давлат томонидан расмий мақбул деб ҳисобланган камбағаллик чегарасидир. Миллий даражадаги баҳолаш кўрсаткичлари уй хўжаликлари даромадларини шарҳлаш натижаларига кўра аҳоли кичик гуруҳларини тадқиқ қилиниши асосида амалга оширилади .

Бундан кўришиб турубтики Ўзбекистонда камбағалликни камайтириш масаласи давлат сиёсати даражасига кўтарилди. Мазкур ё‘налишда жаҳоннинг илғ‘ор мамлакатлари тажрибасидан унумли фойдаланишимиз керак. Минтақамизда камбағалликни қисқартириш учун қуйидаги ишларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир.

Биринчидан, аҳолининг турмуш даражасини ошириш ва мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг энг муҳим устуворлиги сифатида ишсизлик даражасини пасайтиришга эътиборни кучайтириш лозим.

Иккинчидан, нодавлат нотижорат ташкилотлари билан ҳамкорликда одамларимизнинг тадбирдорликка ўқитишнинг энг илғ‘ор дастурини ишлаб чиқиш ва касбга ўқитишда нодавлат ташкилотларининг фаолиятини кучайтириш.

Учинчидан, ишга жойлаштиришга муҳтож шахсларга касбий тайёргарлик, қайта тайёрлаш ва малака ошириш тизимини кенгайтириш, бозор эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда мақбул шарт-шароитларни яратишга йўналтирилган чоралар кўриш.

Тўртинчидан, аҳолининг реал пул даромадлари ва харид лаёқатини ошириш, бунинг учун иш ҳақи, пенсия, степендия ва ижтимоий нафақаларни инфляция суръатларидан ошадиган миқдорда ошириш.

Бешинчидан, камбағалликдан чиқариш учун ажратилаётган имтиёзли кредитлардан ва аҳоли томарқаларидан мақсадли, самарали фойдаланишда микрокластер тузилмаларини яратиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

II ШҮЪБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИНИНГ АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ, ЯШАШ СИФАТИ ВА ДАРАЖАСИНИ ЮКСАЛТИРИШДАГИ РОЛИНИ ОШИРИШ МАСАЛАЛАРИ”

С. Г. Абсалямова – канд. экон. наук, доцент Казанского (Приволжский) Федерального университета

ЧЕТВЕРТАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ИЗМЕНЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРУДА И ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются изменения в характере труда и трудовых отношений под влиянием Четвертой Промышленной революции. Исследуются современные и будущие тенденции в соотношении рабочего и свободного времени, новые мотивы трудового поведения. Особое внимание уделено гибким формам занятости, получающим все большее распространение в эпоху информационной экономики.

Ключевые слова: рабочее время, свободное время, гибкая занятость, телеработа, удаленная работа, фриланс, портфель работ.

Annotation: In this article the changes in work and the labor relations under the influence of the Fourth Industrial revolution are considered. Current and future trends in ratio of working and free time, new motives of labor behavior are investigated. The special attention is paid to the flexible forms of employment gaining distribution in era of information economy.

Keywords: working time, free time, flexible employment, telework, distant work, freelance, portfolio of works.

В последнее десятилетие внимание как ученых, так и практиков приковано к Четвёртой Промышленной революции, ее социально-экономическим последствиям, влиянию на состояние рынка труда и трансформацию трудовых отношений.

Несомненно, каждая промышленная революция меняла содержание труда и трудовых отношений, вызвала спрос на отдельные специальности и профессии, предъявляла новые требования к системе подготовки кадров, улучшала качество жизни населения.

Первая обеспечила переход от ручного труда к машинному. Она оказала огромное влияние на развитие науки и техники, привела к появлению новых рабочих специальностей и форм организации труда.

Вторая промышленная революция за счет электрификации, а также организации конвейерного производства резко повысила производительность труда, изменила подходы к управлению производством, вызвала бурное развитие высокотехнологичных отраслей промышленности – машиностроения, авиастроения, приборостроения, химической промышленности.

Третья Промышленная революция базировалась на переходе к телекоммуникационным технологиям, внедрением их в производственный процесс, переходом к цифровому аддитивному производству. Она снизила спрос на рабочих, занятых физическим трудом, повысила спрос на качественное образование, создала условия для развития гибкой занятости.

Основа Четвертой промышленной революции – внедрение «киберфизических систем», или CPS, в производственные процессы. Это приведет к исчезновению большого количества специальностей и профессий, вызовет кардинальные изменения в характере и содержании труда и трудовых отношений, новым формам занятости и предъявит новые требования к образованию.

Уже сейчас можно спрогнозировать некоторые последствия «Индустрии 4.0» для развития занятости и трудовых отношений. Вместо стандартизации и унификации, характерных для трудовых отношений в индустриальной экономике, все большее развитие получит дестандартизация труда, непостоянный найм, субсидируемый трудовой договор, развитие гибких форм занятости. Трудовая деятельность все активнее начинает обретать дискретность, распадаясь на сферы строгой регламентации и возможной вариативности. Все это изменит традиционное понимание о рабочем времени, оно начинает терять центральное место в жизни человека, а ненормированный рабочий день превращается в неотъемлемую часть образа жизни. Современное молодое поколение трудовую деятельность все чаще воспринимает лишь как средство поддержания определенного уровня жизни. В то же время в сферу досуговой деятельности все больше будет переноситься успешность, самореализация. Уже сейчас наблюдается изменение структуры свободного времени. Для большинства работников оно становится не временем отдыха, а заполняется насыщенной интеллектуальной деятельностью, способствующей самореализации личности. Данное явление в западных исследованиях получило название «экологический досуг». Увеличение свободного времени способствует эффективной адаптации к вызовам новой промышленной революции и информационной эпохе, именно в нерабочее время работник развивает качества, соответствующие новым реалиям, воспроизводит и увеличивает человеческий капитал.

Все больше набирает силу процесс формирования элитарного слоя современного общества, занятого в сфере финансовых услуг, менеджменте, СМИ, сферах soft-tech и high-tech и т.д., для которого характерен высокий уровень жизни, основанный на реализации его интеллектуального потенциала. Информационно-коммуникационные технологии открыли новые пространства для трудовой деятельности. Формирующиеся интернет-экономика (e-economy), электронные рынки (e-markets, virtual markets) и электронный бизнес (e-business, e-commerce)

привели к росту числа фрилансеров. Американский исследователь Т.Малоун ввел для обозначения новой категории работников термин «e-lancer» (электронный фрилансер) [2]. Сегодня все более широкие слои работников и профессий в той или иной степени вовлечены в телеработу. Современных e-лансеров называют «надомниками» эпохи информационной экономики. Этим людям уже чужды идеи коллективизма, они стремятся индивидуализировать свою производственную деятельность, самим контролировать собственный трудовой процесс.

Развивается самозанятость, что дает возможность получить работу той части населения, которая обладает достаточно большим интеллектуальным потенциалом, но в силу разных причин не имеет возможность или желание участвовать в традиционной трудовой деятельности.

Интернет-технологии открыли новые возможности и для развития образовательных программ и повышения качества интеллектуального капитала современного общества. Повышение роли знаний и информации выдвинуло на первый план систему образования. Сегодня образование характеризуется нарастанием потоков межстрановых перемещений студентов вследствие глобализации образования, созданием международной системы лицензирования, сертификации и аккредитации, призванной обеспечить высокое качество профессиональной подготовки специалистов. Все большее развитие получает сетевое образование. Развитие транснационального образования, реализующегося посредством создания трансграничных вузов с выдачей двойных дипломов, созданием оффшорных кампусов, франчайзинга учебных программ, развитием дистанционного обучения, организацией академической и дистанционной мобильности преподавателей и студентов резко увеличивают доступность образования.

Трансформация традиционных форм занятости, развитие ее гибких форм способствовали распространению множественной занятости, когда человек имеет более одного места работы. Английский ученый-экономист Чарльз Хэнди ввел в научный оборот понятие «портфель работ», на основе которого появились термины «портфельная карьера», «портфельный работник». Основная идея Ч. Хэнди заключается в том, что современному работнику необходимо формировать «портфельное» мышление. Отказавшись от стереотипа восприятия нестандартных форм занятости как неполноценных и собрав их в единый портфель, современный работник может умело контролировать финансовые потоки в разные периоды жизни с учетом различных жизненных обстоятельств. В этом смысле занятость неполный рабочий день, гибкий рабочий график, вторичная занятость, домашняя работа могут создать устойчивый и одновременно гибкий фундамент материального существования.

Сегодня активно развивается и сфера информационных услуг. В первую очередь речь идет о финансовых услугах, деловых, туристических, страховых и др. Однако, страны существенно различаются по доступности информационных услуг. Именно поэтому в последние годы появились такие новые понятия, как информационная бедность, информационное неравенство, информационная безопасность. Эти понятия сегодня применяются не только по отношению к отдельным людям, но также и для характеристики уровня развития целых стран и регионов мира.

К сожалению, Россия существенно отстает от развитых стран по темпам перехода к Четвертой промышленной революции.

По Индексу развития электронного правительства (The UN Global E-Government Development Index), который оценивает готовность и возможности национальных государственных структур в использовании информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для предоставления гражданам государственных услуг первое место в 2020 году занимала Дания, второе - Республика Корея, Россия заняла лишь 36 место, Узбекистан - 87 .

В России наблюдается существенная дифференциация регионов по уровню готовности к переходу на «Индустрию 4.0». Об этом свидетельствуют данные различных рейтингов. Так, в октябре 2021 года Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭ) ВШЭ опубликовал рейтинг вовлечения субъектов РФ в разработку «сквозных» цифровых технологий (СЦТ), к которым относятся нейротехнологии и искусственный интеллект, системы распределенного реестра, квантовые и новые производственные технологии, компоненты робототехники и сенсорики, технологии беспроводной связи и виртуальной и дополненной реальности (VR и AR). Первое место в рейтинге заняли Москва и Санкт-Петербург, Татарстан находится на четвертой позиции, их отрыв от большинства других регионов значителен.

Несомненно, создание базовой инфраструктуры информационного общества будет способствовать преодолению информационного неравенства и ускорит переход России к «Индустрии 4.0».

Таким образом, переход к Третьей Промышленной Революции уже вызвал кардинальные изменения в характере и содержательности труда. «Индустрия 4.0» продолжит и ускорит данный процесс, вызовет развитие нетрадиционных форм занятости, усилит их гибкость, приведет к появлению новых мотивов трудового поведения. Зарождающиеся сегодня тенденции в развитии трудовых отношений требуют дальнейшего фундаментального и углубленного исследования.

Ж.Р.Зайналов - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, и.ф.д., профессор

А. Ниёзов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, МДМ-120 гуруҳ магистранти

ИЖТИМОЙ ҲИМОЯ ЯГОНА РЕЕСТРИ: ХОРИЖ ТАЖРИБАСИ

Аннотация: Мақолада аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш тизимига замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш, аҳолининг ижтимоий жиҳатдан заиф қатламларига давлат ижтимоий хизматлари ва ёрдами тақдим этишнинг ягона тизими ҳақида сўз боради

Калит сўзлар: ижтимоий ҳимоя, автоматлаштириш, ягона реестр

Аннотация: В статье речь идет о широком внедрении современных информационно-коммуникационных технологий в систему социальной защиты, единой системе предоставления государственных социальных услуг и помощи социально незащищенным слоям населения.

Ключевые слова: социальная защита, автоматизация, единый реестр.

Annotation: The article deals with the widespread introduction of modern information and communication technologies in the system of social protection, a unified system for the provision of public social services and assistance to socially vulnerable segments of the population.

Key words: social protection, automation, unified register.

Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2020 йилнинг 4 август куни “Аҳолига давлат ижтимоий хизматлари ва ёрдам тақдим этиш тартиб-таомилларини автоматлаштириш бўйича кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарор имзоланди.¹¹

Қарорга кўра, аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш тизимига замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш, аҳолининг ижтимоий жиҳатдан заиф қатламларига давлат ижтимоий хизматлари ва ёрдами тақдим этишнинг ягона тизими яратилади. Сирдарё вилоятида 2019 йилнинг 1 октябридан тажриба лойиҳаси доирасида ижтимоий нафақа ва моддий ёрдам тайинлашни кўриб чиқиш ва белгилаш тартиб-таомиллари “Ижтимоий ҳимоя ягона реестри” ахборот тизими орқали амалга оширилмоқда. 2020 йилнинг 1 сентябридан бошлаб, ижтимоий нафақаларни тайинлаш тўғрисидаги аризаларни кўриб чиқиш ва уларни тайинлаш тартиб-таомиллари босқичма-босқич “Ижтимоий ҳимоя ягона реестри” ахборот тизими воситасида амалга оширилади.¹² Жисмоний шахснинг шахсий идентификация рақами “Ижтимоий ҳимоя ягона реестри” ахборот тизимида жисмоний шахснинг идентификатори

¹¹ www.lex.uz Адлия вазирлигининг расмий сайти маълумотлари асосида

¹² www.review.uz расмий сайти маълумотлари асосида

ҳисобланади. Давлат ижтимоий хизматлари ёки ёрдамани тақдим этиш доирасида давлат органлари ва ташкилотларининг идоралараро электрон ҳамкорлиги “Электрон ҳукумат” тизими идоралараро интеграцион платформаси орқали амалга оширилади.

Ижтимоий ҳимоя ягона реестри ахборот тизимини жорий этишнинг асосий мақсадлари қуйидагилардан иборат:

- идоралараро электрон ҳамкорликни қўллаш воситасида ўзаро ҳужжат алмашиш жараёнини автоматлаштириш орқали давлат ижтимоий хизматлари ва ёрдамани тақдим этиш учун зарур бўлган маълумотнома ва тасдиқловчи ҳужжатлар сонини тубдан қисқартириш;

- белгиланган мезонларга мувофиқ кам таъминланган оилаларнинг эҳтиёжмандлик даражасини объектив баҳолаш, давлат ижтимоий хизматлари ва ёрдамани тақдим этиш жараёнларини автоматлаштириш орқали қарорларни қабул қилишда субъектив ёндашувни бартараф этиш;

- аҳолининг эҳтиёжманд тоифаси таркиби ўзгариши динамикаси мониторинги ва таҳлилини юритиш, уларни баҳолаш мезонларини республика ва ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишини ҳисобга олган ҳолда такомиллаштириш;

- давлат ижтимоий хизматлари ва ижтимоий ёрдам олувчиларнинг доимий янгилашиб турадиган ягона маълумот базасини шакллантириш;

- манфаатдор вазирлик, идоралар ва ташкилотларнинг ўзларига юклатилган вазифа ва функцияларни бажаришда хизматларни бепул ёки имтиёзли асосда тақдим этиши учун маълумот билан таъминлаш.

Ахборот тизими орқали кам таъминланган деб эътироф этилганлик тўғрисида маълумотнома Ягона портал орқали тақдим этилади ва ўн икки ой давомида амал қилади. Адлия вазирлиги 2021 йилнинг 1 январига қадар “ФХДЁнинг ягона электрон архиви” ахборот тизимида ФХДЁ органлари архивларида қоғоз ташувчиларда сақланаётган ҳужжатларнинг электрон базаларини шакллантирилишини таъминлайди.

“Ижтимоий ҳимоя ягона реестри” ахборот тизими нафақат ижтимоий хизматлар ва ёрдамнинг манзиллилигини ошириш имконияти, балки жаҳонда бўлиб ўтаётган коронавирус пандемияси даврида аҳолининг эҳтиёжманд қисмини қисқа муддатларда аниқлашда хизмат қилади. Ҳозирги кунда 20 дан зиёд мамлакатларда ҳар хил кўринишда ижтимоий ҳимоя реестрлари ахборот тизими мавжуд,

Ижтимоий ҳимоя реестрлари ахборот тизими Бразилия, Чили, Хитой, Грузия, Индонезия, Мексика, Черногория, Покистон, Филиппин, Сенегал, Бельгия, Туркия каби 20 дан ортиқ мамлакатларда ҳар хил кўринишда мавжуд бўлиб, уларнинг ижтимоий реестр ахборот тизимлари базасини бошқариш ишлари бир-биридан сезиларли даражада фарқ қилади.

Мамлакатимизда кўрсатилаётган хизматлар сифатини яхшилаш ва одамлар турмуш тарзини юқори савияга кўтариш, улар учун қулайликлар ва имкониятлар яратиш, муҳими инсонларнинг вақти ва маблағларини тежаш, уларни сарсон-саргардонликдан халос этиш учун рақамли технологиялар ва инновацион ечимлар иқтисодиётнинг турли тармоқлари ва жамият ҳаётига фаол жорий этилиб, қўлланилмоқда. 2020 йил 4 августда Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг “Аҳолига давлат ижтимоий хизматлари ва ёрдам тақдим этиш тартиб-таомилларини автоматлаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4797-сонли қарори ҳамда 2021 йил 5 мартда Вазирлар Маҳкамасининг 122-сонли “Аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш ҳамда соҳага замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори эълон қилиниши хизмат кўрсатиш ишларини янада ривожлантириш учун кенг йўл очди.¹³

Ижтимоий ҳимоя реестри мамлакатимизда 2019 йилнинг 1 октябридан Сирдарё вилоятида тажриба лойиҳаси доирасида жорий этилди ва ушбу тажриба муваффақиятли тугалланди. 2020 йил охирларига келиб республикамизнинг барча ҳудудларида Ягона ижтимоий реестр жорий этилди. Мамлакатимизда ягона реестр орқали ҳозирги кунда бола икки ёшга тўлгунга қадар уни парваришlash учун нафақа, 14 ёшгача бўлган болалари бор оилаларга нафақа ва кам таъминланган оилаларга моддий ёрдам хизматлари кўрсатилмоқда.

Хулоса сифатида шуни таъкидлаб ўтиш лозимки, “Ижтимоий ҳимоя ягона реестри” ахборот тизими нафақат ижтимоий хизматлар ва ёрдамнинг манзиллигини ошириш имконияти, балки жаҳонда бўлиб ўтаётган коронавирус пандемияси даврида аҳолининг эҳтиёжманд қисмини қисқа муддатларда аниқлаш ва уларни давлат томонидан манзилли қўллаб-қувватлашнинг шаффоф ва самарали инструментлари бўлиб хизмат қилади.

Бугунги ахборот асрида рақамлаштириш давлат бошқаруви ҳамда турли соҳа ва тармоқлар фаолиятининг самарадорлигини оширишда муҳим аҳамият касб этади. Мазкур ахборот тизими “электрон ҳукумат” фаолияти самарадорлигининг ошишига ҳамда мамлакатимизда “рақамли иқтисодиёт” ривожланишига катта ёрдам бериши шубҳасиз.

¹³ www.lex.uz Адлия вазирлигининг расмий сайти маълумотлари асосида

Қ.Ж Мирзаев– Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, и.ф.д.

Ш.Х. Халимов- Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти мустақил тадқиқотчиси

ЎЗБЕКИСТОНДА АГРОБИЗНЕСНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақола аграр соҳани ривожлантириш ва агробизнесни ривожлантириш масалаларига қаратилган. Таҳлил натижасида агробизнесни ривожлантиришнинг билвосита омиллари кўрсатилган. Муаллифлар томонидан агробизнесни ривожланишига тўсқинлик қилаётган бир қатор муаммолар ва уларнинг ечимлари берилган.

Калитий сўзлар: агробизнес, аграр соҳа, инвестиция, рақамли технология.

Annotation. This article focuses on the development of the agricultural sector and the development of agribusiness. The analysis shows indirect factors of agribusiness development. The authors present a number of problems that hinder the development of agribusiness and their solutions.

Keywords: agribusiness, agrarian sector, investment, digital technology.

Аннотация. В данной статье основное внимание уделяется развитию аграрного сектора и развитию агробизнеса. Анализ показывает косвенные факторы развития агробизнеса. Авторы представляют ряд проблем, препятствующих развитию агробизнеса, и способы их решения.

Ключевые слова: агробизнес, аграрный сектор, инвестиции, цифровые технологии.

Ўзбекистон Республикаси тараққиётининг муҳим асосларидан бири аграр соҳани ривожлантириш ва шу асосда юқори агробизнес самарадорлигига эришиш ҳисобланади. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг “2022-2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг таррақиёт стратегияси”да таъкидлаганидек, “Қишлоқ хўжалигини илмий асосда интенсив ривожлантириш орқали деҳқон ва фермерлар даромадини камида 2 баробар ошириш. Қишлоқ хўжалигининг йиллик ўсишини камида 5%га етказиш...” шунингдек, “илм-фан ва инновацияга асосланган агрохизматлар кўрсатиш тизимини такомиллаштириш. Агросаноат корхоналарини ҳом-ашё билан таъминлаш ва ишлаб чиқариш ҳажмини 1,5 баробар ошириш”¹⁴ вазифалари белгиланган.

Таҳлиллар натижасига кўра, Республикамизда агробизнесни ривожлантириш бир қатор бевосита ва билвосита омилларга боғлиқ бўлади. Мамлакатимизда, агробизнесни шакллантиришга таъсир этувчи бевосита омили сифатида, биринчидан, қишлоқда ишлаб чиқаришни ташкил этишни янги шакллари (кластерлаш, ихтисослашган

¹⁴ Ш.М.Мирзиёев Ўзбекистон Республикасининг “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг таррақиёт стратегияси”, ПҚ-60 “Халқ сўзи” газетаси, 2022 йил 28 январ.

фермерчиликни ривожлантириш ва бошқалар) жорий этиш асосида “маҳсулот экишдан тортиб то уни истеъмолчига етказиб бориш” занжири асосида барча жараёнларни ташкил этиш, иккинчидан, қишлоқдаги меҳнат ресурсларидан (асосий ва ёрдамчи) самарали фойдаланиш айниқса, меҳнат унумдорлигини оширишга эришиш, учинчидан, қишлоқ ҳудудидаги барча ташкилот ва корхоналарни моддий техника базасини юқори даражада шакллантиришга эришиш ва бунда айниқса, асосий ва айланма фондлар самарадорлигини ошириш, тўртинчидан, қишлоқ ҳудудларида фаолият юритаётган барча субъектларда юқори фойда олиш ва рентабеллик даражасини оширишга эришиш ҳисобланади.

Шу билан бирга, аграр соҳада агробизнесни ривожлантиришнинг билвосита омиллари ҳам мавжуд бўлиб, улар қуйидагилардан иборат: жумладан, биринчидан, қишлоқда айниқса, қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар бевосита табиатга боғланганлик омили ва бунда об-ҳаво, табиий шарт-шароитлар ўзгариши олинадиган маҳсулот ҳамда даромадга боғланганлиги, иккинчидан, қишлоқ ҳудудларида маҳсулотни яратиш ер билан боғланганлиги, яъни, ернинг асосий воситаси сифатида қишлоқ хўжалигида ерларнинг тупроқ унумдорлигига бевосита боғланганлиги, учинчидан, қишлоқ хўжалигида табиий ресурслар биологик ресурслар билан (жонли ресурслар билан) бевосита боғланганлиги. Чунки, қишлоқ хўжалигида маҳсулот яратадиган ўсимлик у биологик мавжуд бўлиб, унга жонли табиат сифатида парваришлаш (биологик муносабат) талаб этилади, тўртинчидан, агробизнесда таваккалчиликнинг юқори даражадалиги, яъни бунда яратиладиган қишлоқ хўжалигидаги маҳсулотлар бир йилда бир марта ёки айрим ҳолларда икки марта олинишга мўлжалланган, шу сабабли, деҳқон агробизнес қилишда жуда катта рискга (таваккалчиликка) боради ва шу асосда таваккал қилиб бизнес юритишга асосланган.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, алоҳида таъкидлаш зарурки, Республикамизда агробизнесни ривожланишига тўсқинлик қилаётган бир қатор муаммолар мавжудки, улар қуйидагилардан иборат:

- агробизнес соҳасида фаолият юритаётган соҳа ҳодимлари ва мутахассиларининг билим ва кўникмаларининг етарли даражада эмасликлари сабабли замонавий ахборот ва рақамли технолоигияларни қўллаш имкониятидаги муаммолари мавжуд. Чунки, бугунги кунда таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, қишлоқ хўжалигида банд бўлган ҳодимларнинг

3/2 қисмидан ортиқроғи ўрта ёки ўрта маҳсус маълумотга эга. Соҳада салоҳиятли ҳодимлар кўпроқ аграр соҳа бошқарув тизимида фаолият юритаётганлиги аниқланган;

- Республикада агробизнесни ривожлантириш учун етарлича молиявий ва иқтисодий маблағлар таъминотидаги муаммоларнинг

мавжудлиги. Алоҳида таъкидлаш жоизки, Ўзбекистонда қишлоқ хўжалик ерлари асосан “таваккалчилик деҳқончилиги” (“рискованное земледелие”)га асосланган маҳсулот ишлаб чиқаришга йўналтирилганлиги сабабли хорижий инвесторлар зарар кўриб қолишдан кўрқиб катта миқдордаги маблағни кирита олмайдилар. Бугунги кунда ушбу муаммони ҳал қилиш учун Республикамизда ерларни замонавий усулда суғориш тажрибалари амалга оширилмоқда. Бу борада алоҳида таъкидлаш зарурки, Ўзбекистонда сўнги 5 йилда 643 минг га майдонда тежамкор технологиялар жорий этилди. “2022 йилда Республикамизда 230 минг га ерга томчилатиб, 28 минг га ерга, ёмғирлатиб ва 2 минг га ерга, дискрет усулда суғориш”¹⁵ тизимли амалга ошириш мақсадга мувофиқдир;

- агробизнесни ривожлантиришда қишлоқ хўжалигида замонавий техника ва технологиянинг етишмаслиги, кўпгина ҳолатларда товар ишлаб чиқариш оддий ва содда усулларига таяниб қолганлиги, шу сабабли, аграр соҳани мутлақо янгича ёндашилиб, мавжуд моддий техника база чуқур қайта кўриб чиқилиши, шунингдек, соҳага рақамли технологияга асосланган “ақлли техникалар” фойдаланишни йўлга қўйиш ва энг муҳими янгича муносабатлар ташкил этиш талаб этилади.

- Республикада агробизнесни шиддат билан ривожланишига тўсқинлик қилаётган муаммолардан бири аграр соҳанинг маҳсулот етиштиришдаги дунё амалиятида жорий этилаётган тезкор технологияларни қўллашда орқада қолаётганлиги ҳисобланади. Бу борада Республикамизда қишлоқ хўжалигидан тезкор агробизнес натижаларига эришиш бўйича имкониятларни яратадиган “иссиқхона” тизимини йўлга қўйиш ва шу асосида товар етиштиришни йил давомида узлуксиз амалга ошириш устувор йўналиш ҳисобланади. Жаҳон тажрибасидан маълумки, Республикамизда ушбу тизимни йўлга қўйиш қуёшли кунлари кўп бўлган Ўзбекистон учун “келажак агробизнеси” яратиш имконияти юзага келади. Фақатгина, аграр соҳанинг мазкур соҳаси учун давлат томонидан қўшимча энергия манбаларини (АЭС, ГЭС, ГРЭС, шамол электростансиялари, “қуёш панеллари”) манбалари ҳисобига ривожлантириш талаб этилади. Натижада Ўзбекистон жуда кўплаб бошқа давлатлар аҳолиси учун ҳам энг муҳим бўлган озиқ-овқат маҳсулотларини етиштириш имкониятига эга бўлади.

Умуман, юқоридагилардан келиб чиқиб, Ўзбекистонда агробизнесни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари қуйидагилар ҳисобланади: жумладан,

- аграр соҳани, айниқса, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқариш жараёнини юқори малакали, соҳа мутахассиси кадрлари билан таъминлашга эришиш;

¹⁵ Р.Ҳақимов “Сув тежовчи технологиялар ҳар қачонгидан зарур” “Халқ сўзи” газетаси 2022 йил 19 март.

- соҳага рақамли технологияларни кенг жалб этиш ва шу асосда истеъмолчиларни озиқ-овқат маҳсулотларига бўлган талабини экологик тоза, табиий қишлоқ хўжалик маҳсулотларига бўлган талабини қондиришга эришиш;

- Республикада соҳага инвестициялар, айниқса, хорижий инвестицияларни жалб этишни кенгайтириш;

- агробизнесни ривожлантиришга давлатнинг алоҳида эътиборини қаратиш, айниқса, соҳада юқори натижаларга эришган тадбиркорлар, ишбилармонларга қўшимча имтиёзлар ва имкониятлар яратишни жорий этиш.

Г.М.Шадиева- Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, и.ф.д.

Б.Б. Садинова - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти магистри

МАМЛАКАТИМИЗ ҲУДУДЛАРИДА ФАОЛ ТАДБИРКОРЛИК ВА ИННОВАЦИОН ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада аҳолининг тадбиркорлик ташаббусларини амалга оширишга молиявий кўмаклашиш, уларнинг даромадли меҳнат билан бандлигини таъминлаш механизмларини янада такомиллаштириш, мамлакатда фаол тадбиркорликни ривожлантириш учун шарт-шароитларни янада яхшилашга тўсқинлик қилувчи муаммоларни аниқлаш ва уларни бартараф этишга инновацион ёндашув масалалари ҳамда фаол тадбиркорликни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари ёритиб берилган.

Калит сўзлар: реал сектор, аҳоли фаровонлиги, ишбилармонлик муҳити, инвестиция, инновация, модернизациялаш, диверсификациялаш, тадбиркорлик, бизнес.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы финансовой поддержки предпринимательства, дальнейшего совершенствования механизмов их занятости, выявления проблем, препятствующих дальнейшему улучшению условий для развития активного предпринимательства в стране и инновационных подходов к их решению, а также направления развития активного предпринимательства.

Ключевые слова: реальный сектор, благосостояние, бизнес-среда, инвестиции, инновации, модернизация, диверсификация, предпринимательство, бизнес..

Annotation: The article highlights the issues of financial support for entrepreneurship, further improvement of mechanisms for their employment, identification of problems that hinder the further improvement of conditions for the development of active entrepreneurship in the country and innovative approaches to their solution, as well as the development of active entrepreneurship.

Keywords: real sector, welfare, business environment, investment, innovation, modernization, diversification, entrepreneurship, business.

Мустақиллигимизнинг дастлабки йилларидан Конституциямиз ва қонунчилигимизда хусусий мулк устуворлиги мустаҳкамлаб қўйилди,

унинг ишончли кафолатлари яратилди. Шуниндек, тадбиркорларга бир қанча имконият ва имтиёзларни назарда тутувчи, уларни иқтисодий, ҳуқуқий жиҳатдан ҳимоялаб, қўллаб-қувватловчи қонунчилик механизмлари шакллантирилди ва йилдан-йилга такомиллаштирилиб борилмоқда. Иқтисодиётни изчил ва барқарор ривожлантириш, аҳолининг ҳаёт даражасини юксалтиришда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ўрни бекиёс. Тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат сиёсати даражасига кўтарилиб, мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотлар натижасида тадбиркорликни ривожлантириш, уларнинг фаолиятини ҳуқуқий кафолатига, чет эл инвесторларининг эркин фаолият юритишини таъминлашга қаратилган зарур ҳуқуқий асослар яратилиб, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари, шу қатори чет эл инвестициялари иштирокидаги корхоналар учун солиқ, божхона ва бошқа соҳаларда бир қатор қулайликлар ва афзалликлар берилмоқда. Кўп маблағлар талаб қилмайдиган, моддий ресурсларнинг нисбатан қисқа муддат мобайнида ўсиш суръатини кафолатловчи кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари иқтисодиётдаги бандлик муаммосини нисбатан тез ва ортиқча сарф-харажатларсиз таъминлаш, ички бозорни молиявий ресурслар чегараланган шароитда истеъмол моллари билан тўлдиришда муҳим аҳамият касб этади. Таъкидлаш лозимки, пандемия даврида тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш бўйича Ўзбекистон Республикаси Президентининг 20 га яқин фармон ва қарори қабул қилинди. Ушбу ҳужжатлар билан тадбиркорликни, айниқса, пандемияда энг кўп муаммоларга дуч келган туризм, умумий овқатланиш, хизмат кўрсатиш соҳаларини қўллаб-қувватлаш мақсадида ҳуқуқий, иқтисодий ва молиявий имкониятлар яратилди. Жумладан, тадбиркорлик фаолиятини давлат рўйхатидан ўтказиш, турли рухсатномалар олиш ва бошқа кўплаб хизматлар тартиб-қоидалари соддалаштирилди. Бу борада қулайлик яратиш учун Давлат хизматлари агентлиги ва унинг жойлардаги марказлари ташкил этилди.

Кичик бизнес мамлакат ялпи ички маҳсулотининг қарийб 60 фоизини, саноат маҳсулотлари ҳажмининг учдан бирини, қишлоқ хўжалиги маҳсулотининг 98 фоизини, инвестицияларнинг ярмини таъминламоқда. Кўпгина вилоятларда экспортнинг 70-90 фоизи айнан кичик бизнесга тўғри келади¹⁶. Сўнгги беш йиллик ислохотларнинг натижасида мамлакатимизда Янги Ўзбекистонни барпо этишнинг зарур сиёсий-ҳуқуқий, ижтимоий-иқтисодий ва илмий-маърифий асослари яратилди.

Жаҳон миқёсидаги мураккаб жараёнларни ва мамлакатимиз босиб ўтган тараққиёт натижаларини чуқур таҳлил қилган ҳолда кейинги йилларда «Инсон қадри учун» тамойили асосида халқимизнинг фаровонлигини

¹⁶ <https://daryo.uz/k/2019/07/23/kichik-biznes-va-tadbirkorlikni-rivojlantirish-boyicha-yangi-tizim-joriy-etiladi/>

янада ошириш, иқтисодиёт тармоқларини трансформация қилиш ва тадбиркорликни жадал ривожлантириш, инсон ҳуқуқлари ва манфаатларини сўзсиз таъминлаш ҳамда фаол фуқаролик жамиятини шакллантиришга қаратилган ислохотларнинг устувор йўналишларини белгиланди. 2021 йилнинг январь-декабрь ойларида кичик бизнеснинг Ялпи худудий маҳсулотдаги (ЯХМ) улуши қуйидагича бўлган¹⁷ (диаграмма 1)



Республикада кичик бизнеснинг Ялпи худудий маҳсулотдаги (ЯХМ) улуши 81,2% – Жиззах, 77,3 % – Бухоро ва 77,9 % - Хоразм ҳамда 73,5% - Наманган вилоятларида юқори бўлган.. Энг кам кичик бизнеснинг Ялпи худудий маҳсулотдаги (ЯХМ) улуши: Навоий 27,1 (%), Тошкент вилоятида 46,8(%), Тошкент шаҳрида 48,1 (%) ни ташкил этган.

Коронавирус пандемияси натижасида бугун жаҳон иқтисодиётининг барча реал тармоқларида хусусан саноат, қишлоқ хўжалиги, савдо, қурилиш, транспорт, туризм ва бошқа хизмат кўрсатиш соҳаларида сезиларли даражада пасайиш ва ишсизлик кузатилмоқда. Жаҳонда содир бўлаётган бундай вазият Ўзбекистонга ҳам ўз таъсирини ўтказмасдан қолмади. Бунинг натижасида кичик бизнеснинг ялпи ички маҳсулотдаги

¹⁷ Давлат статистика қўмитаси маълумоилари

улуши 2019 йилда 56,00 (%),2020 йилда 55,50 (%),2021 йилда 54,90 (%) ни ташкил этган¹⁸.



Маълумки, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик иқтисодий ривожлантириш, аҳоли бандлиги ва даромадларини оширишда муҳим омилдир. Айни вақтда, мамлакатимиз босиб ўтган тараққиёт йўлининг чуқур таҳлили, бугунги кунда жаҳон бозори конъюнктураси кескин ўзгариб, глобаллашув шароитида рақобат тобора кучайиб бораётгани давлатимизни янада барқарор ва жадал суръатлар билан ривожлантириш учун мутлақо янгича ёндашув ҳамда тамойилларни ишлаб чиқиш ва рўёбга чиқаришни тақозо этмоқда.

Тадбиркорликнинг назарий асослари уни ривожланиши масалалари хорижлик олимлардан Ричард Кантильон , Ж.Б.Сей, Смит А., Андре Маршалл, Ж.Б. Кларк. Й. Шумпетер Р.Хизрич, А.Хоскин, Ф.Хайн, россиялик олим Ю. М. Осипов ва бошқа бир катор олимларнинг илмий ишларида ўз аксини топган.

Таҳлил натижалари шуни кўрсатадики, мамлакатимиз ҳудудларида фаол тадбиркорлик ва инновацион тадбиркорликни ривожлантиришда бир қанча муаммолар мавжуд бўлиб, улар қуйидагилардир:

- реал секторларда хорижий инвестицияларни жалб қилиш борасидаги имкониятлардан тўлиқ фойдаланилаётмаганлиги;
- ишбилармонлик муҳитининг паст даражада эканлиги;
- инновацион ғоялар, ишланмалар ва технологияларнинг маълумотлар базасининг талаб мавжуд эмаслиги;
- аҳоли ўртасида инновацион тадбиркорликни оммалаштириш ишлари самарали олиб борилмаётганлиги;

¹⁸ Давлат статистика қўмитаси маълумоилари

- хорижий инвестицияни жалб этувчи корхоналарнинг ташқи бозорга чиқишда етарли билим ва тажрибага эга эмаслиги, халқаро бозордаги мавқеининг пастлиги;
- инвестиция жараёнида иштирокчи томонларнинг ўзаро бир-бирлари тўғрисида етарли маълумотга эга эмаслиги ёки бу маълумотларнинг доимо ҳам тўлиқ ва ишончли бўлавермаслиги ва ҳ.к.

Мавжуд муаммоларни бартараф этиш учун қўйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

- инновацион ривожланиш соҳасида ишбилармонлик муҳитини ривожлантириш ва бу борада зарур кўникмаларга эга тадбиркорларни жалб этиш;
- тадбиркорликни оммалаштиришни кенг йўлга қўйиш, психологик марказлар ташкил этиш;
- ҳудудларда инновацион ғоялар бўйича маълумотлар базасини шакллантириш.

С.А.Исхакова – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти доцент в.б., (PhD)

Х.Н.Абдуалимов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти магистранти

ОЛИЙ ТАЪЛИМ ТИЗИМИДА ЎҚИТИШ ЖАРАЁНИНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШНИНГ ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАСИ

Аннотация: мақолада олий таълим тизимида ўқитиш жараёнини модернизациялашнинг хорижий тажрибаси таҳлил қилинган ва ундан Ўзбекистонда фойдаланиш имкониятлари очиб берилган.

Калит сўзлар: таълим, таълим тизими, олий таълим, таълим сифати, билим, инновациялар, модернизация.

Аннотация: В статье анализируется зарубежный опыт модернизации учебного процесса в высшей школе и раскрываются возможности его использования в Узбекистане.

Ключевые слова: образование, система образования, высшее образование, качество образования, знания, инновации, модернизация.

Annotation: The article analyzes the foreign experience of modernizing the educational process in higher education and reveals the possibilities of its use in Uzbekistan.

Key words: education, education system, higher education, education quality, knowledge, innovations, modernization.

Ҳар бир мамлакатнинг эртанги куни бугун вояга етаётган авлод тақдири билан узвий боғлиқдир. Шу сабабли мамлакатимизда ўтган давр мобайнида таълим тизимини ривожлантиришга давлат сиёсати даражасида эътибор қаратилиб, ўғил-қизларимизнинг жаҳон андозаларига мос шароитларда билим олишини, жисмоний ва маънавий жиҳатдан етуқ

инсонлар бўлиб улғайишини таъминлаш, қобилият ҳамда иқтидорини, интеллектуал салоҳиятини юзага чиқариш борасида кенг кўламли ишлар амалга оширилди.

Ўтган йиллар давомида таълим тизимини ислоҳ қилишга қаратилган бир қатор ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди. “Таълим тўғрисида”ги Қонуннинг ҳаётга изчил татбиқ этилиши натижасида таълим муассасаларининг қиёфаси кўркамлашиб, уларнинг моддий-техник базаси мустаҳкамланди. “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги 8 октябрь 2019 йил ПФ-5847-сонли ва “Илм-фанни 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги 29 октябрь 2020 йил ПФ-6097-сонли Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармонлари, “Олий таълим муассасаларида таълим сифатини ошириш ва уларнинг мамлакатда амалга оширилаётган ислохотларда фаол иштирокини таъминлаш бўйича кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2018 йил 5 июндаги ПҚ-3775-сонли ва «Олий таълим тизимини янада ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2017 йил 20 январдаги ПҚ-2909-сонли Қарорлари қабул қилинган ва самарали амалга оширилмоқда.

Ҳукуматнинг бу борадаги ишлари юқори малакали мутахассислар тайёрлаш сифатини тубдан юксалтиришни кўзда тутгани билан ниҳоятда аҳамиятлидир. Шунга кўра таълим мазмунини қайта кўриб чиқиб, замон ва истиқбол талабларига уйғунлаштириш (модернизациялаш) зурурияти келиб чиқади.

Бугунги бозор иқтисодиёти шароитида юксак малакали ва етук мутахассисларни етиштириб бериш, олий таълим тизимини том маънода мамлакат ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги муҳим омилга айлантириш, қолаверса, кадрлар тайёрлаш тизимининг сифати ва самарадорлигини оширишга хизмат қилади.

Шу ўринда барча соҳаларга ахборот-коммуникация технологиялари жадал кириб бораётганини қайд этиш жоиз. Мазкур ҳужжатда ҳам олий ўқув юртлири ўқитувчиларининг глобал интернет тармоғи, мультимедиа тизимлари ва масофадан ўқитиш усулларида фойдаланган ҳолда, замонавий инновацион педагогика, ахборот-коммуникация технологияларини эгаллаши ва уларни ўқув жараёнига фаол татбиқ этиши зарурлиги кўзда тутилди. Шубҳасиз, бу мамлакатимиз таълим тизими ривожини янада юқори босқичга кўтаришда муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

Бундай ўзгаришлар иқтисодиётга, иқтисодий ўсиш суръатларига ўз таъсирини ўтказди. Шу ўринда Буюк Британия олий таълим муассасаларининг тажрибасини мисол келтириш мумкин. Жумладан, халқаро олий таълим экспорт даромади стратегияси британия иқтисодиётига катта таъсир ўтказди. Олий таълим экспортдан келган

фойдалар, яъни ўқишга тўловлар ва британиялик бўлмаган талабалар харажатлари 2009 йил кўрсаткичлари £7.9 миллиардга етган. 2025 йилга келиб эса £16.9 миллиардгача ўсиши мумкин. Хитой ва Хиндистон каби иқтисодиёти шаклланган давлатларнинг ички олий таълим тизими ривожланиши келажакдаги глобал таълимий пейзаж шакллантиришга асосий омил бўлади. Жаҳон банки “иқтисодий тизимлар билими” модели – асосий муваффақиятли ўсиш йўлини илгари суради. Ривожланишда энг асосийси бу сифатли билимлар иқтисодиёти – яъни, миллий инновацион тизимлардан ривожланиш. Дунёга мувофиқ “миллий инновациялар тизимини бошқаринг”.: [А]

Иқтисодиёти билимларга таянган мамлакатларда иқтисодиётнинг турли соҳаларида ўсиш кузатилади. Билимлар иқтисодиёти стратегиясининг бир қисми сингари кўплаб давлатлар ўз капиталини олий таълим муассасаларининг дунё талаблари даражасида ривожланишига сарфлайдилар. Дунё даражасидаги муассасалар халқаро билимлар тадқиқоти учун асосий қувур сингари ҳаракатланади. Бирор мамлакатда инсон капиталини жалб қилиб ва сақлаб қолинса, ҳамда халқаро компаниялар томонидан қўллаб қувватланса – бу глобал билимлар иқтисодиётда рақобатбардош миллий муваффақиятларга хизмат қилади.

Бундан ташқари, кўплаб давлатлар ўзида хорижий талабалар улушини оширишга ҳаракат қилишади. Бу Европа мамлакатлари Инглиз тили иккинчи тил эканлиги қатор имониятлар яратади, шунингдек, Австралия, Хитой ва Гонконг. Миллатлараро таълим таълим муассасаларни бутун дунёга интеграллашадиган муҳим бўлган кўплаб стратегик имокниятларни кенг ёяди.

Миллатлараро таълим билан ҳамкорлик жараёнда эътиборга молик ижтимоий нарх ва жамоат қизиқишини яратиш билан олий таълимга киришиш учун глобал имкониятларни оширади.

Миллатлараро таълимнинг ўзига хослиги бу дастурларларнинг турли туманлиги (ўз давлатингиздаги таълим муассасадан туриб хорижий таълим дастури бўйича ўқиш). Миллатлараро таълим дастурлари бир ёки икки дастурга даражага қараб танланиши мумкин. Шунингдек бу дастурлардан бири ўз юртингизда ўқитилиши каби қулайликка имкон беради (агар мувофиқ ва мос бўлса). Бу Британия таълим муассасаларидаги британия ва хорижий талабалар учун ўз ўқишларидан узилмаган тарзда халқаро тажриба алмашиш имконини беради.

Шундай қилиб, таълим муассасаси ва соҳалар ривожланишида иқтисодиёт ва жамият муҳим рол ўйнайдиган, талабларини қондирадиган, ҳамда муаммоларни ҳал этадиган ҳаракатлар тизими келажак муваффақияти ҳисобланади.

Ўйлаймизки мамлакатимизнинг иқтисодиёти келажаги ва жамиятнинг муваффақиятларида олий таълим муассасалари муҳим аҳамиятлар касб этади. Олий таълим иқтисодиётнинг муваффақиятли ва илдам ўсишига ёрдам берувчи билим, кўникма, малака ва янгиликларни таъминлайди.

Д.Б. Ахтамов - Руководитель Зав. кафедры Самаркандский институт экономики и сервиса

М.Каршиева - студентка КТИ-118 Самаркандский институт экономики и сервиса

ТАКТИКЕ ПОДГОТОВКИ СПОРТСМЕНОВ ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

Аннотация. В настоящее время актуален вопрос подготовки спортивного резерва страны и повышение результативности спортсменов. В данной статье рассматривается применения современных информационных технологий в сфере физической культуры и спорта.

Ключевые слова: *тренировочный процесс, ИТ-технологии, спорт, прикладные программы*

Annotation. Currently, the issue of preparing a sports reserve of the country and increasing the effectiveness of athletes is urgent. In this article, the application of modern information technologies in the field of physical culture and sports is considered.

Keywords: *training process, IT-technologies, sports, applied programs*

В Узбекистане уделяется большое внимание развитию и популяризации спорта и физической культуры. За годы независимости в стране создана эффективная система подготовки профессиональных спортсменов, тренеров и судей. Реализация этих целей всемерно способствует широкой пропаганде здорового образа жизни, воспитанию всесторонне развитой молодежи, дальнейшему развитию физической культуры и спорта в республике. Важной правовой основой проводимых в данном направлении реформ служат Закон Республики Узбекистан «О физической культуре и спорте» и другие нормативно-правовые акты, направленные на привлечение граждан, особенно молодежи, женщин и детей, к занятиям физической культурой и спортом. Защищающие цвета национального флага молодые юноши и девушки, профессионалы индивидуальных и игровых дисциплин, демонстрируя на представительных форумах исключительную подготовку и феноменальное мастерство, красноречиво подтверждают, что они представляют страну с богатыми спортивными традициями.

В настоящее время в Узбекистане наблюдается совершенствование системы подготовки спортивного резерва. В связи с этим приоритетной

задачей является подготовка высококвалифицированных педагогических кадров способных передать новому поколению спортсменов свой опыт и мастерство. Однако современному педагогическому работнику необходимо осваивать современные педагогические технологии для повышения уровня вовлеченности детей к физической культуре и спорту. Программа подготовки бакалавров по «Физическая культура» предполагает освоение различных образовательных модулей, в том числе «Информационные технологии в спорте». Данная дисциплина предполагает формирование информационной культуры и компьютерной грамотности. Специфика данного модуля состоит в применении прикладных программных продуктов для снятия информации с биологического объекта, алгоритмов ее преобразования для последующего воздействия на объект. Главной задачей преподавателя ознакомить обучающихся с автоматизированными методами спортивно-педагогической, психолого-педагогической и функциональной диагностики, методами имитационного (компьютерного) моделирования спортивной тренировки. По завершению курса студенты используют прикладные программы для создания базы данных контингента обучающихся, математического анализа результатов исследований и их графического представления; обработать данные, полученные в процессе анализа деятельности спортсменов, контроля подготовленности, медико-биологических обследований, подготовить методические рекомендации по планированию и организации спортивной или оздоровительной тренировки. Применение науки и инноваций в ежедневном тренировочном процессе позволяет тренеру повысить эффективность учебно-тренировочного комплекса упражнений спортсменов. Важнейший аспект применения прикладных программных продуктов предоставить спортсмену наглядную модель возможностей спортсмена. Возможность для спортсмена сравнить внутренне ожидаемую оптимальную производительность с фактическим результатом повышает уровень эффективности обучения.

Использование современных информационных технологий является неотъемлемой частью процесса обучения студентов по направлению подготовки «Физическая культура». Необходимость внедрения изучения прикладных программных продуктов в образовательном модуле оказывает влияние на уровень квалификации тренеров и осведомленности о современных технологиях, способствующих повышению эффективности подготовки спортсменов. Наблюдалось также более глубокое усвоение студентами/спортсменами знаний о технике спорта, эффективное обучение, формирование необходимых практических умений и навыков, которые были выражены в увеличении среднего балла за технику и соответственно её скорости.

Таким образом, изучение специализированного программного обеспечения в рамках дисциплины «Информационные технологии в спорте» и дальнейшее применение программных продуктов в профессиональной деятельности может стать незаменимым инструментом для подготовки спортсменов.

G.M. Shadiyeva – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti professori , i. f. d.
Z.Sh.Isoqulov - Samarqand iqtisodiyot va servis instituti magistri

XALQARO TAJRIBA ASOSIDA AHOLINI KAMBAG‘ALLIKDAN CHIQRILISHI YO‘LLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada kambag‘allikni qisqartirish yuzasidan xorijiy davlatlar tajribasi o‘rganilgan va O‘zbekistonda aholi turmush darajasini yaxshilash hamda aholini kambag‘allikdan chiqarish yuzasidan tegishli takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Kambag‘allik, kambag‘allik darajasi, barqaror rivojlanish, rivojlanish sur‘atlari, kambag‘allikni kamaytirish konsepsiyasi, taraqqiyot strategiyasi, tadbirkorlikni rivojlantirish, innovatsiyalar, aholi daromadlari, global muammolar, inqirozlar, ijtimoiy himoya.

Annotatsiya: В данной статье рассматривается опыт зарубежных стран по сокращению бедности и разрабатываются актуальные предложения по повышению уровня жизни населения Узбекистана и выведению людей из бедности.

Ключевые слова Бедность, уровень бедности, устойчивое развитие, темпы роста, концепция сокращения бедности, стратегия развития, развитие предпринимательства, инновации, доход, глобальные проблемы, кризисы, социальная защита.

Annotation: This article examines the experience of foreign countries in reducing poverty and develops relevant proposals to improve the living standards of the population in Uzbekistan and lift them out of poverty.

Keywords: Poverty, poverty rate, sustainable development, growth rates, poverty reduction concept, development strategy, business development, innovation, income, global problems, crises, social protection.

2020-yilning boshida O‘zbekiston tarixida ilk marotaba kambag‘allik tushunchasi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tomonidan ko‘tarilib, mazkur yo‘nalish ijtimoiy-iqtisodiy siyosatning asosiy kun tartibiga aylandi. Mana uch yildirki kambag‘allikka qarshi kurashish mamlakatimizda o‘ta dolzarb masalalar sirasiga kirib bo‘ldi. Agar inson kambag‘al bo‘lsa, sog‘ligini yo‘qotgan paytda shifokorga uchrashish uchun shaharga qatnashiga, doridarmonlarni xarid qilishga, shifokor ko‘rigidan o‘tishga, laborotoriya tahlillari va boshqa tashxis qo‘yish uchun qilingan tahlillar uchun to‘lov qilishga imkoniyati bo‘lmaydi. Bunday holatlarda qanday ish tutish lozim?! Buning biror chorasi bormi?

Inson kambag‘al oilaga mansub bo‘lsa, farzandi mutaxassislik bo‘yicha ta‘lim olish imkoniyatidan mahrum bo‘lib qolishi mumkin, chunki, bunday o‘qishlarning aksariyat qismi pullik bo‘lib, to‘lov kontrakt asosida amalga

oshiriladi. Ushbu holat uning kelajakdagi daromadlari darajasiga ham salbiy ta'sir etadi. Chunki, malakali mehnat bilan malakasiz mehnatning o'rtasidagi daromad topish turli darajada bo'ladi. Bunday aholi qatlami nafaqat aholining o'ziga, balki jamiyatga ham zarar. Kambag'allikka qarshi kurash masalasi global masala bo'lganligi tufayli BMT Bosh Assambleyasi kambag'allikka qarshi kurash bo'yicha o'n yilliklarni e'lon qilib, tegishli tadbirlarni amalga oshirib kelinmoqda. Birinchi o'n yillik o'z ichiga 1998- 2007-yillarni qamrab olgan bo'lsa, ikkinchi o'n yillik 2008-2017-yillarga to'g'ri keldi. Endi esa uchinchi o'n yillikka mo'ljallangan 2018-2027-yillarni qamrab oladigan Rezolyutsiyasi qabul qilindi. Ushbu Rezolyutsiyada oldingi o'n yillikda erishilgan natijalar darajasini saqlab qolgan holda qashshoqlik bilan kurashishni takomillashtirish hamda uni mustahkamlash yo'lida samarali va muvofiqlashtirilgan vazifalarni amalga oshirishga qaratilgandir. Bunga asosan juda ko'plab mamlakatlar ham qashshoqlikdan butunlay qutilish rejalarini ishlab chiqqan.

Jumladan AQSH, Xitoy, Janubiy Korea, Pokiston, Bangladesh kabi mamlakatlar shu qisqa davrda butunlay kambag'allikdan qutilish rejasini ishlab chiqqan va buni muvaffaqiyat bilan amalga oshirib kelmoqda.

Yetakchi mamlakatlar ham o'zlarining ilk rivojlanish bosqichida mazkur muammoni davlat darajasida kuchlar mobilizatsiyasini ta'minlagan holda, kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish orqali uddalagan. Shu o'rinda ushbu yo'nalishda keskin tarixiy o'zgarishlarni amalga oshirgan davlatlar tajribasini bilan o'rtoqlashsak.

AQSHda o'tgan asrning 60-yillari o'rtalarida dunyoda katta iqtisodiy kuchga ega AQSHda ham qishloqlarda tibbiyot va ta'lim tizimi keskin orqada bo'lgan. Natijada shaharlar va qishloqlar o'rtasidagi farq keskin kuchayib, kambag'allik darajasi 22 foizdan yuqorini tashkil etgan. Qo'shma Shtatlar o'z kuchlari bilan bu muammoni yechishni uddalay olmagach, davlat resurslarini kompleks jalb qilgan holda kambag'allikka qarshi kurashish yagona yo'l sifatida tan olingan. 1964-yilda AQSHning o'ttiz oltinchi Prezidenti L.Jonsonning tashabbusi bilan "Buyuk jamiyat" dasturi ishlab chiqilgan. Mazkur dasturda kambag'allikni bartaraf etish, qishloqlarni rivojlantirish, tengsizlikka barham berish va atrof-muhit holatini yaxshilash kabi vazifalar asosiy maqsad sifatida belgilangan. Ta'lim, bandlik va kasbiy tayyorgarlik dasturlarini muvofiqlashtirish uchun Iqtisodiy imkoniyatlar boshqarmasi ta'sis etilgan. Shuningdek, bu boshqarma o'z biznesini yo'lga qo'yishni istaganlarga imtiyozli kreditlar taqdim etish orqali qishloq joylarda kambag'allikka qarshi kurashgan. Uning mablag'lari qishloq xo'jaligida mehnat qiluvchi migrant ishchilarni uy-joy bilan ta'minlash va ularni o'qitish uchun yo'naltirilgan. Mazkur dasturning muhim qismi bo'lgan, 1965-yilda qabul qilingan "Boshlang'ich va o'rta ta'lim to'g'risida"gi qonunga muvofiq, birinchi marta hukumat zimmasiga o'quvchilarining aksariyat qismi kam ta'minlangan oilalardan bo'lgan maktablarga yordam berish majburiyati yuklangan. Boshlang'ich va o'rta

maktablarni moliyalashtirish miqdori oshirilib, malakali kadrlar rivojlanishi past bo'lgan hududlarga yo'naltirilgan.

Kam ta'minlangan oilalar farzandlariga birinchi sinfga kelishdan oldin dastlabki zarur ko'nikmalar berishga mo'ljallangan **“Head Start”** dasturi qabul qilingan. Keyinchalik **“Oliy ta'lim to'g'risida”**gi qonun imzolanib, u kam ta'minlangan oilalar farzandlariga kollejlarda stipendiyalar va ta'lim kreditlari hisobiga o'qish imkonini bergan.

ta'minlangan oilalar uchun tibbiy sug'urta dasturlari ta'sis etilib, pirovardida barcha keksalar tibbiy yordam olish imkoniga ega bo'lgan va shu orqali ular orasidagi kambag'allik darajasi taxminan 10 foizgacha (bu butun aholi o'rtasidagi kambag'allik darajasidan ancha past) tushgan.

Hozirgi kunda rivojlangan mamlakatga aylangan Janubiy Koreyada o'tgan asrning 70-yillarida kambag'allik darajasi o'ta yuqori bo'lgan. Mamlakatning barcha kuchlari sanoatlashtirishga safarbar etilib, qishloqlar qoloqlikka yuz tuta boshlagan. O'sha davrda mamlakat aholisining qariyb 60 foizi qishloqlarda yashagan. 1970-yilda Janubiy Koreya Prezidenti Pak Chon Xi tomonidan **“Yangi qishloq uchun harakat”** dasturi qabul qilingan.

Dasturning birinchi bosqichida davlat tomonidan har bir qishloqqa rivojlanishini o'zi belgilash imkoni berilib, infratuzilma ob'yektlari qurish uchun qurilish materiallari ajratilgan. Qishloq oqsoqollari fikri asosida bir qishloqda maktab, birida yo'l yoki boshqa ob'yektlar qurilishiga e'tibor qaratilgan. 1972-yilda dasturning birinchi natijalari baholanganda, jami qishloqlarning yarmida, ya'ni 16 ming 600 tasida yangi siyosat muvaffaqiyatli amalga oshirilgani aniqlangan. Bu esa o'sha davrda qishloqlarda oqsoqollarga tayanib ish ko'rishga urinish o'zini oqlamagani bilan izohlanadi.. Qishloqlarning yangi rahbarlarini o'qitish uchun **“Qishloqlarda oilalarni mustahkamlash akademiyasi”** tuzilgan, keyinchalik u **“Yangi qishloq rahbarlari akademiyasi”** deb qayta nomlangan. 1972-yili mamlakat Prezidenti huzurida, kotibiyat apparatida **“Yangi qishloq uchun mas'ul”** lavozimi ta'sis etilgan va hokimiyatning barcha darajasida **“Yangi qishloq harakatiga ko'maklashish qo'mitalari”** tuzilgan. Bir qator mas'ul vazirliklarda esa **“Yangi qishloq”** bo'limlari tashkil etilgan. 1974-yilga kelib xususiy korxonalar, jumladan, Chebol moliyaviy-sanoat korporatsiyalari tarkibiga kiradigan korxonalarda **“Yangi qishloq harakatiga ko'maklashish qo'mitalari”** tashkil etila boshlangan. 1970-yillarning ikkinchi yarmida **“Yangi qishloq uchun harakat”** umumdavlat harakatiga aylanib, iqtisodiy o'sishning ijtimoiy omillaridan biri hisoblangan.

2021-yil 25-fevral kuni XXR raisi Si Szinpin: **“Qashshoqlikka qarshi kurashayotgan Xitoy uzil-kesil g'alaba qozondi, so'nggi 8 yilda deyarli 100 million kishi bu botqoqdan chiqarib olindi”** - deya e'lon qildi.

Uning takidlashicha, qishloqlarda yashovchi 98,99 million aholi so'nggi 8 yilda qashshoqlar safidan chiqarilgan, kambag'al tumanlar ro'yhatini 832 uyezd

va 128 mingta qishloq tark etgan. Kambag'allikka qarshi kurashish siyosati boshlangan 1970-yillarning oxirlaridan beri qishloqlarda yashovchi 770 million fuqaro kambag'allar safini tark etgan. Buni uchta asosiy omili mavjud:

Birinchi, Xitoy kommunistik partiyasining (XKP) kuchli rahbariyati. Xitoy sotsialistik davlat hisoblanadi. 2012-yildan beri hukumat butun mamlakat bo'ylab, 255 000 ta mehnat brigadalarini va 3 mlndan ortiq qishloq xo'jaligi mutaxassislarini tanlab olib, kambag'al hududlarda ishlash uchun "qashshoqlikka qarshi kurash maydoni"ga jo'natdi. Ular eng baland tog'larga chiqishdi, eng xavfli yo'llarni bosib o'tishdi, eng chekka qishloqlarga tashrif buyurishdi, eng kambag'al uylarda yashashdi va odamlarni qashshoqlikni yo'q qilish uchun harakatga undadilar. Ularga "Men Kommunistik partiya a'zosi sifatida qashshoqlikka kurashishim kerak" - deya o'rgatishdi.

Ikkinchi, xalq uchun yo'naltirilgan yondoshuvni targ'ib qilish. Partiyaning shiori "Mamlakatni boshqarishning yo'li xalqni boy qilishdan boshlanadi" bo'lib, u hamisha xalq tarafida bo'lib, xalqqa sidqidildan xizmat qilishni, xalq farovonligini samaradorlikning muhim ko'rsatkichi sifatida qabul qilib, kambag'allarning asosiy ehtiyojlarini qondirishga e'tibor qaratadi. So'nggi sakkiz yil ichida hukumat bu yo'nalishga 1,6 trillion yuan investitsiya kiritdi. Qashshoqlikka qarshi kurashish maqsadida mikromoliyalash uchun 710 mlrd. yuan va qayta moliyalash uchun 668,8 mlrd. yuandan ortiq mablag'lar ajratildi.

Qashshoqlik insoniyat jamiyatining surunkali kasalligi bo'lib, global taraqqiyot va boshqaruvga to'sqinlik qiladi. Xitoy islohot va ochiqlik siyosatini boshlaganidan beri 770 million kambag'al odam qashshoqlikdan qutulgan, bu esa hozirgi davrda dunyoning badavlat aholisining 70% dan ortig'ini tashkil etadi. Xitoy bu natijaga BMTning 2030-yilga qadar qashshoqlikni qisqartirish va barqaror rivojlanish dasturida ko'rsatilgan muddatdan 10 yil oldin erishdi.

Yuqorida amalda ijobiy natijalarga erishgan rivojlangan mamlakatlar tajribasidan kelib chiqib so'nggi yillarda mamlakatimizda muhtaram Prezidentimiz tashabbusi bilan kambag'allikni bartaraf etish yuzasidan qator Farmon va qarorlarni qabul qilindi.

Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 26-martdagi "Iqtisodiyotni kambag'allikni qisqartirishga oid Davlat siyosatini tubdan yangilash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5975-sonli farmoni va ushbu farmon ijrosini ta'minlash maqsadida 2020-yil 26-martda O'zbekiston Respublikasi Respublikasi "Iqtisodiy taraqqiyot va kambag'allikni qisqartirish vazirligi hamda uning tizim tashkilotlari faoliyatini tashkil etish to'g'risida"gi qarorlari qabul qilindi. Ushbu hujjatlarda tadbirkorlik muhitini yaxshilash, o'zini o'zi ish bilan band qilish orqali mamlakatda kambag'allikni qisqartirishga erishish bo'yicha vazifalar belgilandi.

Г.М.Шадиева- Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти проффесори, и.ф.д.

Ш.Иззатиллаев - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти магистри

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА КОРХОНАДА МЕХНАТГА ҲАҚ ТЎЛАШ ФОНДИНИ РЕЖАЛАШТИРИШ МУАММОЛАР

Аннотация: Мақолада корхонада меҳнатга ҳақ тўлаш фондини шакллантириш омиллари, уларнинг таснифи, меҳнатга ҳақ тўлаш фондини шакллантиришнинг айрим усуллари, режалаштириш муаммоларини бартараф этиш йўллари каби масалалар ёритилган.

Калит сўзлар: Меҳнатга ҳақ тўлаш фонди, меҳнатга ҳақ тўлаш фондини ташкил этувчи омиллар, меҳнатга ҳақ тўлаш фондини режалаштириш усуллари

Аннотация: В статье рассматриваются такие вопросы, как факторы формирования фонда заработной платы на предприятии, их классификация, некоторые методы формирования фонда заработной платы на предприятии, пути устранения проблем планирования.

Ключевые слова: фонд оплаты труда, факторы, составляющие фонд оплаты труда, методы планирования фонда оплаты труда

Annotation:The article deals with such issues as the factors of formation of the wage fund at the enterprise, their classification, some methods of formation of the wage fund at the enterprise, ways to eliminate planning problems.

Keywords: wage fund, factors that make up the wage fund, methods of planning the wage fund

Бозор муносабатларига ўтиш ва иқтисодий муносабатларнинг беқарорлиги корхонани бошқариш тизимида бир қатор муаммоларни белгилаб берди.

Улардан бири хўжалик фаолиятини яъни бизнесни режалаштириш каби функцияни амалга оширишдаги мураккаблиқдир, яъни бу ишлаб чиқаришнинг тўлиқ ишлаши учун зарур бўлган буюртмаларни шакллантиришнинг нафақат узоқ муддатли, балки жорий давр учун ҳам ноаниқлиги билан боғлиқ жараёнлардир. Бу эса барча режа кўрсаткичларни - корхона бошқариш харажатларини шу жумладан иш ҳақи фонди, ходимларни бошқаришнинг каби муҳим кўрсаткичларни ҳисоблашда муаммолар туғдиради. Бу муаммонинг долзарблиги шундаки, бир томондан меҳнат унумдорлиги ва сифатини ошириш учун кучли рағбат сифатида меҳнатга ҳақ тўлаш фондининг доимий ўсишини, иккинчи томондан – харажат моддаси сифатида доимий пасайишини талаб қилади. Бу ҳолат эса меҳнатга ҳақ тўлаш фондини ҳажмини оптималлаштириш зарурлигини келтириб чиқаради. Бунда корхонанинг молиявий ҳолатига мувофиқ, корхона эҳтиёжларига тўғри келадиган режалаштириш усулини танлаш талаб этилади.

Ўзбекистонда иш ҳақи, иш берувчи ва ходим ўртасидаги ўзаро меҳнат муносабатлари шаклланишига таъсир қилувчи омилларни аниқлаш, мамлакат иқтисодий ривожланиш даражасига боғлиқ ҳолда энг кам яшаш даражасини белгилаш услубини ишлаб чиқиш масалалари Қ.Абдурахманов, Х.Абулқосимов, Ш.Зайнутдинов, Д.Рахимова, Г.Саидова, А.Сотволдиев, М.Турсунходжаев, А.Хайитов ва Ш.Холмўминов кабилар томонидан амалга оширилган.

Шу билан бирга, корхона фаолиятини ташкил этишдаги ноаниқлик шароитида меҳнатга ҳақ тўлаш фондини ҳосил қилиш масалалари етарли даражада ишлаб чиқилмаган, бу эса меҳнатга ҳақ тўлаш фондини шаклланишига мавжуд ёндашувларни янада тадқиқ қилиш учун асос бўлиб хизмат қилди, замонавий рақобат муҳити типик ёндашувларни қайта кўриб чиқишни талаб қилади.

Иқтисодчи олима Ф.Ғ.Ғуломованинг¹⁹ ўқув қўлланмасида асосий иш ҳақи қуйидаги таркибда кўрсатилган : ишланган вақт, бажарилган ишлар миқдори ва сифати учун ходимга ҳисобланадиган иш ҳақи, ишбай нархлар бўйича тўлов; тариф ставкалари; окладлар; мукофотлар; ишнинг меъёрий шароитларидан четга чиқишлар, тунги вақтда, иш вақтидан ташқари ишлаганлик муносабати билан қўшимча тўловлар, бригадирлик учун қўшимча ҳақ, ишчининг айби бўлмаган ҳолда ишламаганлик учун тўлов ва ҳоказолар

Н.А. Волгин ўз қарашларида меҳнатга ҳақини «ходимларнинг яшаш воситалари даромадларининг асосий қисми корхонанинг соф даромадининг бир қисмини ифодалайди (даромад)»

Виничук Т.Г ўз илмий қарашларида меҳнатга ҳақ тўлаш фондини «...корхона харажатларини рационаллаштириш ва ходимларни рағбатлантиришнинг муҳим воситаси ҳисобланади»²⁰ каби масалаларни ёритиб берган

Аксарият муаллифлар меҳнатга ҳақ тўлаш фондини тадқиқот объекти сифатида ё пул маблағларини²¹, ёки ўрганилаётган тушунчанинг иқтисодий моҳиятини очиб бермайдиган пул маблағларининг умумий миқдори²², ёки умумий пул маблағлари²³ белгилайдилар бу эса, меҳнатга

¹⁹ Ғуломова Ф.Ғ. Бухгалтерия ҳисобини мустақил ўрганиш учун қўлланма. –Т.: Norma, 2009. - 167 б.

²⁰ . Виничук Т.Г. Учет труда и его оплаты: учебное пособие / Т.Г. Виничук, С.Н. Сергеева. – Томск: Изд-во Том. гос. архит.-строит. ун-та, 2019. – 244 с

²¹ Борисов А.Б. Большой экономический словарь [Текст] / А.Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.

²² Большой бухгалтерский словарь [Электронный ресурс] / под ред. А.Н. Азрилияна. – М. : Ин-т новой экономики, 1999. – 574 с. URL: http://buhgalterskiy_slovar.academic.ru/9137.

²³ Райзберг Б.А. Современный экономический словарь [Электронный ресурс] / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 495 с. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/15510/ФОНД_ОПЛАТЫ_ТРУДА

ҳақ тўлаш фондини бошқаришнинг аниқ мақсадни белгилаш имконини бермайди.

Меҳнатга ҳақ тўлаш фонди муайян вақт давомида сарфланадиган меҳнатга ҳақ тўлаш, компенсация ва рағбатлантириш тўловлари учун зарур бўлган пул миқдорини ифодалайди.

Меҳнатга ҳақ тўлаш фонди – меҳнат бўйича бизнес-режанинг асосий кўрсаткичларидан бири бўлиб, корхоналарни иқтисодий ва ижтимоий ривожлантиришнинг истиқбол ва йиллик бизнес режасида кўзда тутилади. Меҳнатга ҳақ тўлаш фондига ҳамма ходимларга – доимий, мавсумий, вақтинча ишлайдиган ходимларга бажарилган иш учун тўланган пул суммалари, шунингдек, амалдаги қонунларга мувофиқ ходимлар (эмизикли оналар ишидаги узилиш учун ҳақ тўлаш ва бошқалар)га ишланмаган вақтлари учун тўланган ҳақ суммаси ҳам қўшилади.

Меҳнатга ҳақ тўлаш фондини шакллантириш жараёнига таъсир этувчи омиллар иккига булинади: 1) Ички 2) Ташқи

Меҳнат ҳақи шакли ва тизимлари, мукофотлар, қўшимча тўловлар, устамалар, рағбатлантириш тарзидаги тўловлар жамоа шартномаларида, шунингдек иш берувчи томонидан касабга уюшмаси қўмитаси ёки ходимларнинг бошқа вакиллик органи билан келишиб қабул қилинадиган бошқа локал ҳужжатларда белгиланади. Меҳнатга ҳақ, қоида тариқасида, пул шаклида тўланади. Меҳнат ҳақини натура шаклида тўлаш тақиқланади, Ўзбекистон Республикаси Ҳукумати томонидан белгиланган ҳоллар бундан мустасно²⁴.

Меҳнатга ҳақ тўлаш фонди -ходимларга ҳақ тўлаш бўйича тегишли режа бўлиб, у қуйидаги таркибий қисмларни акс эттиради:

а) молиялаштириш манбалари кўрсатилган ва тавсифланган корхона учун ҳақ турлари бўйича, гуруҳлар, тоифалар ва таркибий бўлинмалар бўйича ва умуман ходимлар бўйича меҳнатга ҳақ тўлаш фонди;

б) рағбатлантирувчи ва ижтимоий хусусиятга эга бўлган ва компаниянинг соф фойдаси ҳисобига амалга ошириладиган тўловлар;

в) ҳар хил суғурта турларининг ҳисоб-китоблари.

Ходимларга ҳақ тўлаш (шакллари, тизимлари, тарифлари, стандартлари, ҳажми ва бошқалар.) шартнома ва шартномаларда мустақамланган қонуний белгиланган энг кам иш ҳақи, саноат ва махсус шартномалардан келиб чиққан ҳолда корхонанинг ўзи томонидан белгиланади ва амалдаги солиқ тизими билан тартибга солинади [3, с. 99].

Хулоса қилиб шуни таъкидлаш керакки, меҳнатга ҳақ тўлаш фондининг режалаштиришнинг барча мавжуд усуллари ўзига хос камчиликларга эга эканлигини кўриб чиқдик . Бу усуллар асосан инновацион иқтисодиёт шароитида замонавий иқтисодий жараёнлар

²⁴ 153-модда. Ўзбекистон республикасининг меҳнат кодекси

динамикасини ҳисобга олмай, корхона фаолияти муҳтидаги ўзгаришларга етарли даражада мослаша олмайди. Асосий муаммо-бозор эҳтиёжларининг ўзгариши, ишлаб чиқариш ва сотишнинг камайиши ёки кўпайиши, бинобарин, меҳнатга ҳақ тўлаш фондини қайта ҳисоблаш туфайли ўзгартиришларни амалга ошириш ҳисобланади.

Бу муаммонинг ечими бўйича Трешчевский Ю.И., Гусаров И. В., лар ўз фикрларини билдирганлар: ўртача даромад даражаси усули асосида ишлаётган ходимларнинг жорий ойликни режалаштириш.

Иш ҳажми ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ бўлган ходимлар қисмининг меҳнатга ҳақ тўлаш фондини, эришилган даромад даражасини камайтиришнинг режалаштирилган индексидан фойдаланиб, эксперт усулида белгилаш таклиф этилади. Шу билан бирга, корхонанинг молиявий имкониятлари ва ташқи омиллар ҳисобга олинади [5, с. 277].

Таклиф этилаётган усул истикболли бўлиши билан бирга кадрларни шартли доимий ва шартли ўзгарувчан қисмларга ажратиш билан боғлиқ камчиликларга ҳам эга. Даромад камайтириш индекси аниқлаш учун эксперт ёндашув субъектив ҳисобланади.

Бу вазиятда, бизнинг фикримизча, энг истикболли элементларлар бўйича режалаштириш усули, ҳисобланади меҳнатга ҳақ тўлаш фонди ҳар бир аниқ буюртма бўйича маъсулиятли марказларга тақсимланишини ҳисобга олган ҳолда меҳнат харажатларини реал вақт назорат қилиш имконини беради ва ишлаб чиқариш юк ҳажми мувофиқ ходимлар сонини тартибга солади.

I.A.Usmanov – Samarqand Davlat arxitektura va qurilish institute professori, i.f.n.

M.Sh. Komilova – Samarqand Davlat arxitektura va qurilish institute o'qituvchisi

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA MEHNAT RESURSLARINING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Аннотасија. Mazkur maqola oxirgi yillarda O'zbekiston Respublikasida mehnat resurslarining hajmi va tarkibidagi o'zgarish tendensiyalarini tahlil qilishga bag'ishlangan. Shuningdek, mualliflar tomonidan yaqin kelajakda mehnat resurslari salohiyatini oshirish bo'yicha ishlab chiqilgan ilmiy xulosalari bayon qilingan.

Калит со'злари: mehnat resurslari, iqtisodiy faol aholi, bandlik, resurslar tarkibi.

Аннотация: Данная статья посвящена анализу тенденций изменения объема и состава рабочей силы в Республике Узбекистан за последние годы. Авторы также представляют научные данные о наращивании потенциала в ближайшем будущем.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, экономически активное население, занятость, структура трудовых ресурсов.

Annotation: This article is devoted to the analysis of trends in the volume and composition of the labor force in the Republic of Uzbekistan in recent years. The authors also present scientific findings on capacity building in the near future.

Keywords: labor resources, economically active population, employment, structure of labor resources.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tomonidan e'lon qilingan "Inson qadri uchun" tamoyili mamlakatimizda ijtimoiy masalalarni samarali hal qilishning asosiy yo'nalishi sifatida kambag'allikni kamaytirish va aholi daromadini oshirishni ko'zda tutadi. Ushbu tamoyil asosida o'tgan besh yil ichida "...aholini yangi ish o'rinlari va kafolatli daromad manbai, malakali tibbiy va ta'lim xizmatlari, munosib yashash sharoitlari bilan ta'minlash sifat jihatidan yangi bosqichga ko'tarildi." Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasining iqtisodiy yo'nalishining bosh mezonlaridan biri inson resurslaridan samarali foydalanish va ularni rivojlantirishdan iborat.

Respublikamiz hududlari o'rtasida olib borilayotgan iqtisodiy islohotlar bozor munosabatlari shakllanishi mamlakat iqtisodiyoti tarmoqlari rivojlanishi va mavqeini tubdan o'zgartirmoqda. Turli xil mulk, hajmi va faoliyati turlicha bo'lgan korxonalarining mavjud bo'lishi yangi iqtisodiy, va huquqiy munosabatlar shakllanishiga sabab bo'lmoqda. Bu holat insonlar o'rtasidagi munosabatlarga ham o'z ta'sirini ko'rsatmoqda, ularning mulkka, olinayotgan natija va uning samaradorligiga bo'lgan qarashi tubdan o'zgarib bormoqda. Bu jarayonlar aholini ish bilan ta'minlash va bu orqali ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotga erishish, eng avvalo, mavjud mehnat resurslaridan samarali foydalanishga bog'liq.

Mehnat resurslari - bu aholining jismoniy qobiliyatlari, maxsus bilimlari va tajribasi uyg'unligi tufayli moddiy boyliklarni yaratishda ishtirok eta oladigan qismi;

Mehnat resurslari soni miqdoriy ifoda bo'lsa, mehnat yoshidagilarning bilim saviyasi, malakasi, kasbiy mahorati va ishbilarmonligi uning sifatini yaratadi. Ta'lim tarbiya, malakani oshirish, sog'liqni ta'minlash, uni mustahkamlash uchun sarflar inson kapitaliga investisiya bo'lib, mehnat resurslarini takroran yaratishga xizmat qiladi. Mehnat resurslari mehnat bozori orqali taqsimlanadi.

Mehnat resurslari bandligi — mehnat yoshidagi kishilarning ish bilan ta'minlanishi, ularning tovar va xizmatlar yaratishda ishtirok etishi. Mehnat resurslari tarkibidagi ishlashga talabgor bo'la turib ish topa olmaganlar ishsizlar hisoblanadi.

Mehnat resurslari tarkibiga mehnatga layoqatli yoshdagi aholi ham kiradi (mehnat, bolalik nogironlari va mehnatga layoqasiz yoshdagi mehnatga layoqatsiz shaxslar, imtiyozli shartlarda keksalik pensiyasi oladiganlar bundan mustasno), shuningdek mehnat jarayonida band bo'lgan keksa va yoshlar. Mehnat resurslarida hal qiluvchi rolni mehnatga layoqatli yoshdagi mehnatga layoqatli aholi egallaydi.

Mehnatga layoqatli aholi – bu, asosan mehnatga layoqatli (mehnat yoshi) yoshdagi, psixofizik ma'lumotlariga ko'ra, mehnat jarayonida ishtirok etishga qodir bo'lgan odamlar yig'indisidir.

Mamlakatimizda mehnat resurslaridan samarali foydalanish bugungi kunning dolzarb vazifasi bo'lib, bu borada ilmiy-amaliy tadqiqotlar olib borish zaruratini keltirib chiqaradi. O'zbekiston Respublikasidagi demografik o'zgarishlar mehnat resurslari soni va tarkibidagi o'zgarishlar tendensiyasini belgilab bermoqda. Mamlakatimiz iqtisodiyotida olib borilayotgan izchil islohotlar bandlik va mehnat bozorining rivojlanishiga ham turtki bo'lmoqda. (1-jadval)

1-jadval

Mehnat resurslari tarkibi (ming kishi) [2]

№	Ko'rsatkichlar	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Mehnat resurslari	18276,1	18488,9	18666,3	18829,6	18949,0	19158,2
	doimiy aholiga nisbatan, foizda	58,4	58,1	57,6	57,1	56,4	56,0
	shu jumladan:						
2	mehnatga layoqatli yoshdagi ishlovchilar	18167,7	18371,7	18549,0	18712,1	18857,6	19075,7
3	mehnatga layoqatli yoshdan kichik va katta yoshdagi ishlovchilar	108,4	117,2	117,3	117,5	91,4	82,5
4	mehnatga layoqatli yoshdagi ishlovchilar doimiy aholiga nisbatan, foizda	58,0	57,7	57,3	56,8	56,2	55,7
5	mehnatga layoqatli yoshdagi ishlovchilar mehnat resurslariga nisbatan, foizda	99,4	99,4	99,4	99,4	99,5	99,6

O'zbekiston Respublikasidagi demografik o'zgarishlar mehnat resurslari soni va tarkibidagi o'zgarishlar tendensiyasini belgilab bermoqda. 2015 yilda mehnat resurslari 18276,1 ming kishini tashkil etgan bo'lsa, 2020 yilda 19158,2 ming kishini tashkil qildi, bu esa 882,1 ming kishiga oshganini, doimiy aholiga nisbatan esa 2015 yilda 58,4 % ni tashkil etgan bo'lsa, 2020 yilda 56,0 % ni tashkil etdi bu yerda esa 2,4% kamayganini ko'rishimiz mumkin. Mehnatga layoqatli yoshdagi mehnatga layoqatli aholi 2015 yilda 18167,7 ming kishini tashkil etgan bo'lsa, 2020 yilda 19075,7 ming kishini tashkil etdi, bu esa 908 ming kishiga oshgan, doimiy aholiga nisbatan esa 2015 yilda 58 % ni 2020 yilda 55,7 %, ya'ni 2,3% ga kamaydi, mehnat resurslariga nisbatan 2015 yilda 99,4% bo'lsa 2020 yilda 99,6% bo'ldi, bu 0,2 foiz oshganini dalolat beradi. Uning tarkibidagi mehnatga layoqatli yoshdan kichik va katta yoshdagi ishlovchilar 2015 yilga nisbatan 2020 yilga 25,9 ga kamayib, doimiy aholiga nisbatan, 2015

yilga nisbatan 2020 yilda 0,2 % kamaygan ularning mehnat resurslari tarkibidagi 0,6 % dan 0,4 % ga qisqardi.

Bundan xulosa qilib aytishimiz mumkinki mehnat resurslari 2015 yilga qaraganda 2020 yilda 882,1 ming kishiga oshib doimiy aholiga nisbatan esa, 2,4 % ga kamaygan, mehnat resurslariga nisbatan esa 0,2 % ga kamaygan.

Mamlakat miqyosida mehnat resurslarining tarkibida ikkita katta guruh ajartiladi: iqtisodiy faol va iqtisodiy nafaol aholi. Bunda ushbu guruhlarning shahar va qishloq joylaridagi nisbati bir muncha farq qiladi. (2-jadval)

2-jadval

Mehnat resurslarining iqtisodiy faol va nafaol aholi bo'yicha taqsimlanishi
(ming kishi)

№	Ko'rsatgichlar	Yillar					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Jami mehnat resurslari, shu jumladan	18276,1	18488,9	18666,3	18829,6	18949,0	19158,2
	Shaharda	9768,4	9843,3	9949,5	10032,5	10052,7	10471,7
	Qishloqda	8507,7	8645,6	8716,8	8797,1	8896,3	8686,5
2	Qishloq mehnat resurslari jamiga nisbatan, foizda	46,6	46,8	46,7	46,7	46,9	45,3
3	iqtisodiy faol aholi, shu jumladan	13767,7	14022,4	14357,3	14641,7	14876,4	14797,4
	shaharda	7442,8	7565,5	7474,4	7682,0	7838,2	8189,8
	qishloqda	6324,9	6456,9	6882,9	6959,7	7038,2	6607,6
4	iqtisodiy faol aholi jami mehnat resurslarida, foizda	75,3	75,8	76,9	77,8	78,5	77,2
5	iqtisodiy nafaol aholi, shu jumladan	4508,4	4466,5	4309,0	4187,9	4072,6	4360,8
	shaharda	2325,6	2277,8	2475,1	2350,5	2214,5	2281,9
	qishloqda	2182,8	2188,7	1833,9	1837,4	18,58	2078
6	iqtisodiy nafaol aholi jami mehnat resurslarida, foizda	24,7	24,2	23,1	22,2	21,5	22,8

Ta'kidlash joizki, 2020 yilda 2015 yilga nisbatan jami mehnat resurslari 882,1 ming kishiga o'sgan, shu jumladan shahar aholisi 702,6 kishi bo'lib 54,7 % ni qishloq aholisi 178,8 ming kishi bo'lib 45,3 % ni tashkil etadi. Iqtisodiy faol aholi soni 2015 yilda 13767,7 ming kishi bo'lib, 2020 yilda 14797,4 ni tashkil qilib, 1029,7 ming kishiga oshgan. Shu jumladan shahardagi iqtisodiy faol aholi 1,2 % ga oshganini qishloqdagi iqtisodiy faol aholi 1,2 % ga kamaygan. Iqtisodiy nafaol aholi 2015 yilda jami 4508,4 ming kishini tashkil

etgan bo'lsa, 2020 yilda 4360,8 ming kishini tashkil qilib bu 147,9 ming kishiga, 48,4% dan 47,7 foizga kamayganini ya'ni 0,7 % ga kamaygan. Xulosa qilib aytadigan bo'lsak shaharda iqtisodiy faol aholi soni qishloqdagi iqtisodiy faol aholi sonidan 10,6 % ga oshgan.

Mehnat resurslarining tahlilida ularning real iqtisodiyot tarmoqlarida taqsimlanishini o'rganish muhim ahamiyatga ega. (3-jadval)

3-jadval

Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha ish bilan band bo'lgan aholi soni

	Tarmoqlar	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Iqtisodiyotda jami bandlar	13058,3	13298,4	13520,3	13273,1	13541,1	13236,4
	Foizda	100	100	100	100	100	100
	Shu jumladan tarmoqlarda:						
2	Qishloq o'rmon va baliq xo'jaligi	3601,7	3646,7	3671,3	3537,2	3544,6	3499,2
	Foizda	27,6	27,4	27,2	26,6	26,2	26,4
3	Sanoat	1768,7	1802,4	1826,8	1802,9	1821,5	1809,5
	Foizda	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	13,6
4	Qurilish	1222,2	1263,6	1290,0	1205,5	1324,6	1305,6
	Foizda	9,4	9,5	9,5	9,1	9,8	9,8
5	Savdo	1413,8	1452,4	1480,2	1401,8	1436,4	1405,4
	Foizda	10,8	10,9	11,0	10,6	10,6	10,6
6	Tashish va saqlash	614,7	638,2	654,9	645,2	646,1	610,1
	Foizda	4,7	4,8	4,8	4,9	4,8	4,6
7	Ta'lim,	1105,3	1105,6	1106,6	1111,7	1134,4	1158,2
	Foizda	8,5	8,3	8,2	8,4	8,4	8,7
8	Sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va ijtimoiy ta'minot	601,5	601,6	602,6	604,0	616,7	669,5
	Foizda	4,6	4,5	4,5	4,5	4,6	5,1
9	Boshqa faoliyat turlari	2730,4	2787,9	2887,9	2964,8	3016,8	2778,6
	Foizda	20,9	21,1	21,3	22,4	22,1	21,2

Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha ish bilan band aholi soni 2015 yilda 13058,3 ming kishi 2020 yilda 13236,4 ming kishi bo'lib, 178,1 ming kishiga

oshgan, shu jumladan qishloq o'rmon va baliq xo'jaligida 2015 yilda 3601,7 ming kishi 2020 yilda 3499,2 ming kishi bu 102,5 ming kishiga kamaygan, sanoat sohasida 2015 yilda 1768,7 ming kishi, 2020 yilda 1809,5 ming kishi, bu esa 40,8 ming kishiga ko'paygan, qurilish sohasida 2015 yilda 1222,2 ming kishi, 2020 yilda 1305,6 ming kishi bo'lib 83,4 kishiga oshgan, savdo sohasida 2015 yilda 1413,8 ming kishi, 2020 yilda 1405,4 ming kishini tashkil qilib bu esa 8,4 ming kishiga kamaygan.

Tashish va saqlashda 4,6 ming kishiga kamaygan, ta'lim sohasida esa 52,9 ming kishiga oshgan, sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va ijtimoiy ta'minot sohasida 68 ming kishiga ko'paygan. Boshqa faoliyat turlari bo'yicha 48,2 ming kishiga oshgan.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak jami respulika iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha ish bilan band aholi soni 1,4 % ga oshgan shundan eng ko'p oshgan soha bu qurilish sohasi hisoblanib 0,4 % ni tashkil etadi.

O'zbekiston Respublikasi mehnat resurslarining demografik tarkibini tahlil qiladigan bo'lsak, iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha erkaklar va ayollar nisbati bo'yicha ma'lum xususiyatlar borligi aniqlandi (4-jadval)

4-jadval

Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha jami bandlar sonida ayollar va erkaklarning ulushi [2]

	Tarmoqlar	2018		2019		2020	
		erkak	ayol	erkak	ayol	erkak	ayol
1	Jami respublika bo'yicha	7751,5	5521,6	7935,1	5606,0	7756,5	5479,9
	foizda	58,4	41,6	58,6	41,4	58,6	41,4
	Shu jumladan tarmoqlarda:						
2	Qishloq o'rmon va baliq xo'jaligi	2005,6	1531,6	2013,3	1531,3	2015,5	1483,7
	foizda	56,7	43,3	56,8	43,2	57,6	42,4
3	Sanoat	1043,9	759	1020	801,5	1027,8	781,7
	foizda	57,9	42,1	56	44,0	56,8	43,2
4	Qurilish	1135,6	69,9	1242,5	82,1	1223,3	82,3
	foizda	94,2	5,8	93,8	6,2	93,7	6,3
5	Savdo	693,9	707,9	696,5	739,9	706,9	698,5
	foizda	49,5	50,5	48,5	51,5	50,3	49,7
6	Tashish va saqlash	590,4	54,8	599,6	46,5	566,5	44
	foizda	91,5	8,5	92,8	7,2	92,8	7,2
7	Ta'lim	361,3	750,4	275,7	858,7	290,7	867,5
	foizda	32,5	67,5	24,3	75,7	25,1	74,9

8	Sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va ijtimoiy ta'minot	121,4	482,6	143	473,7	158,7	510,8
	foizda	20,1	79,9	23,2	76,8	23,7	76,3
9	Boshqa faoliyat turlari	1525,9	935,2	1663,3	834,2	1498,7	778,9
	foizda	62	38,0	66,6	33,4	65,8	34,2

Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha uch yillik 2018-2020 yillarni jami bandlar sonida ayollar va erkaklarning ulushini tahlil qiladigan bo'lsak iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha 2018 yilda erkaklar 7751,5 ming kishini ayollar esa 5521,6 ming kishini, 2020 yilda erkaklar 7756,5 ming kishini ayollar esa 5479,9 ming kishini, ya'ni erkaklar 5 ming kishiga oshib, ayollar 41,7 ming kishi kamaygan. Shu jumladan qishloq o'rmon va baliq xo'jaligi 2018 yilda erkaklar 2005,6 ming kishini ayollar esa 1531,6 ming kishini, 2020 yilda erkaklar 2015,5 ming kishini ayollar esa 1483,7 ming kishini, bu 9,9 ming kishiga oshgan, ayollar esa 47,9 ming kishiga kamaygan. Sanoat sohasida 2018 yilda erkaklar 1043,9 ming kishini ayollar esa 759 ming kishini, 2020 yilda erkaklar 1027,8 ming kishini ayollar esa 781,7 ming kishini tashkil etib, erkaklar 16,1 ming kishiga kamayib, ayollar 22,7 ming kishi ko'paygan. Qurilish sohasida esa, 2018 yilda erkaklar 1535,6 ming kishini ayollar esa 69,9 ming kishini 2020 yilda erkaklar 1223,3 ming kishini ayollar esa 82,3 ming kishini, ya'ni erkaklar 312,3 ming kishiga ayollar 12,4 ming kishi ko'paygan. Savdo sohasida 2018 yilga nisbatan 2020 yilga erkaklar 13 ming kishiga ko'paygan, ayollar esa 9,4 ming kishiga kamaygan. Tashish va saqlash sohasida erkaklar 23,9 ming kishiga ayollar 10,8 ming kishiga kamaygan. Ta'lim sohasida 2018 yilga nisbatan 2020 yilga erkaklar 70,6 ming kishiga kamaygan ayollar 117,1 ming kishiga ko'paygan. Sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va ijtimoiy ta'minot sohasida 2018 yilga nisbatan 2020 yilga erkaklar 37,3 ming kishiga, ayollar 28,2 ming kishiga ko'paygan. Boshqa faoliyat turlari bo'yicha 2018 yilga nisbatan 2020 yilga erkaklar 37,3 ming kishiga, ayollar 28,2 ming kishiga ko'paygan.

Olib borilgan tahlillar shundan dalolat bermoqdaki, O'zbekistonda mehnat resurslarining o'sish sur'atlari aholining o'sish sur'atlaridan orqada qolmoqda. Shu bilan birga mehnatga layoqatli ishlovchilarning deyarli barchasining bandligi ta'minlangan. Bugungi kun tendensiyalaridan kelib chiqqan holda mehnat resurslarini rivojlantirish siyosatida shahar aholisi ulushini oshirish, foydalanilmagan resurslarni iqtisodiy faol guruhiga o'tkazish, tarmoqlardagi nisbatlarni takomillashtirish muhim hisoblanadi.

С.А.Исхакова– Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институти доцент в.б,
PhD

Ч.М. Қаршиева – Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институти
магистранти

ЎЗБЕКИСТОНДА ИННОВАЦИОН КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: мақолада Ўзбекистонда инновацион кластерларни шакллантириш истиқболлари таҳлил қилинган ва бунда хорижий тажрибадан фойдаланиш имкониятлари очиб берилган.

Калит сўзлар: иқтисодиёт, рақобат, инновация, инновацион ривожланиш, миллий инновацион тизим, кластер, инновацион кластер, технологик кластер.

Аннотация: В статье анализируются перспективы формирования инновационных кластеров в Узбекистане и раскрываются возможности использования зарубежного опыта.

Ключевые слова: экономика, конкуренция, инновации, инновационное развитие, национальная инновационная система, кластер, инновационный кластер, технологический кластер.

Annotation: The article analyzes the prospects for the formation of innovation clusters in Uzbekistan and reveals the possibilities of using foreign experience.

Keywords: economy, competition, innovation, innovation development, national innovation system, cluster, innovation cluster, technological cluster.

Ҳозирги даврда иқтисодиётни ривожлантиришнинг истиқболли йўналишларидан бири бу кластерларни шакллантиришдир. М.Портернинг фикрича, кластер – бу рақобатбардош устунликларни қўлга киритиш мақсадида муайян минтақа ва мамлакатларда вужудга келадиган иқтисодий ўзаро боғланган фирмалар, етказиб берувчилар, турдош тармоқлар ва ташкилотларнинг тизимли ташкил этилган гуруҳидир. Жаҳон иқтисодиёти ривожланишининг ҳозирги тенденцияларидан келиб чиқиб, технологик (ёки инновацион) кластерларни шакллантириш долзарб муаммога айланди.

Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, кўплаб саноати ривожланган мамлакатларда, хусусан, Японияда миллий инновацион тизимни шакллантиришнинг кластер усули қўлланилади. Мисол учун, бу ёндашув автомобил саноатида тўлиқ амалга оширилган. Шундай қилиб, JETRO корпорацияси 11 та кластерни яратди ва муваффақиятли ривожлантирмоқда. Тузилиши бўйича Россиянинг илмий шаҳарларига ўхшаш ҳудудий илмий-инновацион кластерлар ҳам шакллантирилмоқда.

Гарвард бизнес мактаби маълумотларига кўра, АҚШ иқтисодиётида бандликнинг 32% дан ортиғи кластерлар томонидан таъминланган, Швеция иқтисодиётида меҳнатга лаёқатли аҳолининг 39% кластерларда банд. Кластерларда меҳнат унумдорлиги ва иш ҳақи

даражаси республика бўйича ўртача кўрсаткичдан сезиларли даражада юқори.

Қисқа муддатда республика иқтисодиётини инновацион ривожлантиришни жадаллаштириш мақсадида саноатнинг ўсиш суръатлари ялпи ички маҳсулот ўсишидан юқори бўлишини таъминлаш зарур, бунга инновацион кластерларни ривожлантириш ҳисобига эришиш мумкин.

Ривожланган мамлакатларда ҳозирда инновацион ривожланиш модели шакллантирилмоқда, бу эса илмий-тадқиқот ва ишланмаларга катта миқдорда инвестициялар киритиш ҳисобига таъминланади. Масалан, илмий-тадқиқот ва илмий-тадқиқот ишларига сарфланган харажатлар ЯИМга нисбатан АҚШда - 2,55%, Германияда - 2,26%, Японияда - 2,78%, Францияда - 2,05%, Италияда - 1,13%, Буюк Британияда - 2,05%.

Шу нуқтаи назардан, Ўзбекистон ўзининг интеллектуал салоҳиятига асосланиши лозим бўлган инновацион турдаги иқтисодиётга ўтишнинг ўзига хос моделини амалга ошириши мақсадга мувофиқдир.

Шу нуқтаи назардан, технологик (инновацион) кластерлар Ўзбекистон иқтисодиёти рақобатбардошлигининг “ўсиш нуқталари”га айланиши мумкин, бу эса ўзининг кўп қирралилиги туфайли бутун ишлаб чиқариш жараёнига таъсир кўрсатадиган юқори мултипликатив таъсирга эга бўлади.

Технологик кластерларнинг ўзига хос жиҳати шундаки, улар асосидаги ўзига хос инновацион технологиялар саноатнинг турли тармоқларида қўлланилиб, мамлакат иқтисодиётининг рақобатбардошлик даражасини оширишга хизмат қилади. Бундан ташқари, ушбу энг янги технологиялар базавий тармоқларни ривожлантириш, қўллаб-қувватлаш ва рақобатбардошлигини мустаҳкамлашга ёрдам беради.

Ўзбекистон иқтисодиётининг ўзига хос хусусиятларини, яъни нисбатан кичик ҳудуди, иқтисодиётнинг тармоқ тузилишини ҳисобга олган ҳолда тармоқлараро инновацион кластерларни ривожлантириш мақсадга мувофиқдир. Худудий кластерларни шакллантириш иқтисодий районларни, масалан, Самарқанд, Навоий ва Бухоро вилоятларини ўз ичига олган Марказий иқтисодий районни ажратиш доирасида мумкин. Бундай ҳолда, худудий кластерни яратиш мамлакатнинг ушбу худудий бирликлари эга бўлган қиёсий устунликларнинг ўхшашлигига асосланиши керак.

Республиканинг ҳозирги иқтисодий аҳволи таҳлили шунини кўрсатадики, Ўзбекистонда миллий инновацион тизимни шакллантириш ва муваффақиятли ривожлантириш стратегиясини амалга ошириш учун макроиқтисодий шароитлар шаклланган.

Шу билан бирга, республика иқтисодиётини ривожлантиришнинг инновацион-инвестиция стратегиясини амалга ошириш учун кластер шаклланишини ривожлантиришнинг инновацион ва инвестиция сиёсати

механизмларини такомиллаштириш йўналишларини ва шу билан бирга, инвестиция воситаларини белгилаш мақсадга мувофиқдир. кластерлар ва инновацион бозорни ривожлантиришга ҳисса қўшадиган инновациялар ва технологиялар бозори, бу республика НИСни шакллантириш ва самарали фаолият кўрсатиши учун зарурдир.

Технологик кластерларни яратиш учун асосий шартлар талаб қилинади. Ўзбекистон иқтисодиётида шундай шарт-шароитлар мавжуд, хусусан, жаҳон бозорига чиққан йирик миллий корхоналар мавжуд. Бундай корхоналар бизнесни ривожлантириш туфайли илмий-тадқиқот ва тажриба-конструкторлик ишларига катта миқдорда сармоя киритишга, замонавий технологияларга эга бўлиш мақсадида ўз саъй-ҳаракатларини йирик хорижий ҳамкорлар билан бирлаштиришга, жаҳон меҳнат тақсимида иштирок этишга мажбур бўлмоқда.

Бундай вазиятда энг истиқболли йирик миллий компанияларни, масалан, молиявий ва саноат гуруҳларини яратишга йўналтирилганликдир. Рақобатбардош бизнеснинг ривожланиши йирик корхоналарнинг ўз атрофида ўзларининг молиявий, саноат, савдо ва инновацион манфаатлари орбитасига кўплаб ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва бошқа корхона ва ташкилотларни жалб этадиган шундай тармоқ тузилмаларини шакллантиришига олиб келади. Шунга кўра, айнан йирик корпорациялар бизнесни ривожлантиришнинг франчайзинг, аутсорсинг, тармоқ маркетинги, технопарклар, инновацион инкубаторлар ва бошқалар каби шаклларида кенг фойдаланмоқда, бунинг натижасида хўжалик юритувчи субъектлар сони тез суръатлар билан ўсиб бормоқда.

Рақобатбардош ишлаб чиқаришларни танлашга мувофиқ технологик (инновацион) кластерларни шакллантириш республикани иқтисодий ривожлантиришнинг янги стратегиясини ишлаб чиқишни тақозо этади, бу стратегия янги рақобатбардош ишлаб чиқаришлар ва корхоналар – юқори технологияли ишлаб чиқаришларни шакллантириш учун шарт-шароитлар яратишга йўналтирилиши лозим, бу эса мамлакат иқтисодиётининг рақобатбардошлигини оширади.

III ШҶҒБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИНИНГ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИ БИЛАН ИНТЕГРАЦИЯЛАШУВ ЖАРАЁНЛАРИДАГИ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛИ ЙЎНАЛИШЛАРИ”

Ж.Р.Зайналов - Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институти профессор, и.ф.д

Ш.Каримова – Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институти МДМ 121 гуруҳ магистранти

ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ТУРИСТИК КОРХОНАЛАРИДА ЛОЙИҲАЛАРНИ БАХОЛАШ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ МУАММОЛАРИ

Аннотация: Мазкур мақолада инновацион фаолиятни ривожлантириш шароитида туристик корхоналарида лойиҳаларни баҳолаш самарадорлигини ошириш масалалари ёритиб ўтилган.

Калит сўзлар: инновация, инвестиция, туристик корхона, молиявий фондлар

Аннотация: В данной статье рассматриваются вопросы повышения эффективности оценки проектов в туристских предприятиях в контексте развития инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, туристическое предприятие, финансовые средства.

Annotation: This article discusses the issues of improving the efficiency of project evaluation in tourism enterprises in the context of the development of innovative activities.

Key words: innovations, investments, tourism enterprise, financial resources.

Иқтисодиётнинг глобаллашув шароитида Ўзбекистон Республикасини Халқаро Савдо Ташкилотига кириши кенг маънода барча хўжалик субъектларини кучли моддий техника базасига эга бўлишини, кам маблағлар сарф этиши орқали юқори ўсиш натижаларига ва арзон сифатли маҳсулот (товар, хизмат) лар ишлаб чиқаришни эътироф этади. Бу эса, ўз вақтида корхоналарни инвестицион фаоллигини оширишни талаб этмоқда.

Бундай муҳитни юзага келтириш орқали иқтисодиётнинг барча соҳа ва тармоқлари бир маромда ривожланиши учун замин яратилиши керак бўлади. Чунки жамият эҳтиёжларини тез ўзгариб туришини ва ишлаб чиқаришни эса, уларга мослаштириш заруриятини келтириб чиқаради. Натижада иқтисодиётнинг айрим соҳа ва тармоқларини жадал ривожланиши рақобат муҳитини яратиб беради. Аммо рақобатбардош бўлиши мавжуд номуносибликларни бартараф этишни бутун иқтисодиёт комплексини балансли ривожланишини таъминлаш, реал сектор корхоналарнинг инвестиция фаоллиятини молиялаштиришни кучайтириш талаб этади. Бу эса энг аввало ўз-ўзини тартибга солиш ва бошқариш орқали амалга оширилишини тақозо этади.

Туристтик корхоналарнинг инвестиция фолиятини тартибга солиш усуллари қўйидаги мақсадларга йўналтирилиши долзарб масалалар сирасига киради:

- янги тур маҳсулотларни ишлаб чиқаришни қўллаб-қуватлаш;
- тур маҳсулотларни суғурталашни ривожлантириш орқали молиявий риск эҳтимолини камайтириш;
- бозор конъюктураси ўзгаришларига ва сайёҳлар эҳтиёжларига тез мослаша олиши боис уни янги иш ўринларини яратиш ва аҳоли даромадини ошириш борасидаги энг қўлай ва мақбул воситасига айлантириш;
- турли молиявий фондлар маблағларни жалб этиш ва улардан самарали фойдаланишни ташкил этиш орқали туристик корхона эҳтиёжларни қондириш;
- туристик корхона харажатларини, корхона инвестициялар орқали илғор технологиялар ва фан ютуқларини жорий қилишни таъминлаш;
- амортизация сиёсати орқали туристик корхоналарнинг молиявий ресурсларни жамғаришга уларнинг асосий натижаларини янгиланиши даражасига таъсир кўрсатиш шулар жумласидандир.

Молиявий маблағларнинг ҳажми ва таркиби туристик маҳсулотларини ошиш даражасига боғлиқ. Унинг самарадорлиги қанча юқори бўлса, сарфланаётган ва фойдаланилаётган молиявий маблағлар ҳажми ҳам шунча кўп бўлади. Ўз набатида, айти мақсадларга сарфланаётган молиявий маблағларнинг аксарияти туристик корхоналарни ижтимоий ўсиши ва такомиллашиши учун қўлайликлар яратади. Молиявий маблағлар қайси йўналишида ва қанча миқдорда сарфланаётганига қараб, туристик корхоналарини қўшимча қувватлар билан таъминлаш имкониятлари таъминланади. Туристтик корхоналарнинг техникавий даражаси юксалишига, меҳнат унумдорлиги ўсиши учун қўлай шарт-шароитлар яратилишига олиб келади.

Туристтик корхоналаридаги инвестиция фаолиятини тартибга келтиришнинг давлат механизмида бюджетга тўловлар ва бюджетдан молиявий таъминлаш бирдек муҳимдир. Аммо бу уларнинг аҳамияти бир хил деган эмас. Бюджетга тўловлар асосан туристик корхонасининг хусусий молиявий негизини тартибга келтиришга йўналтирилади. Айти чоғда, у муайян туристик корхонасида қоладиган хусусий молиявий захираларининг у ёки бу улуши катталигигагина таъсир кўрсатади. Бюджетдан молиявий таъминлаш эса бошқа вазифани бажаради, яъни умумдавлат захираларини жалб этиш йўли билан туристик корхоналарнинг молиявий имониятларини кучайтиради. Бу эса туристик корхоналарни жадал ривожланишига ёрдам беради, янги тур маҳсулотлар пайдо бўлиши, илмий-техникавий жараён жадаллаши учун зарур шароитлар яратиш, улар тараққиётини таъминлашга хизмат қилади.

Шу уринда айтиш жоизки, охирги 2-3 йил ичида мамлакатимизда шакллантирилган инвестиция фаолиятининг меъёрий-ҳуқуқий базаси янгилашиб келмоқда. Ҳозир у инвестиция киритишдан тортиб, инвесторларнинг ҳуқуқлари, мажбуриятлари ва кафолатларигача бўлган жараёнларни қамраб олган. Миллий қонунчилигимизда маҳаллий инвесторлар қатори хорижий сармоялар ҳамда хорижий сармоядорларга ҳам кенг имтиёзлар ва кафолатлар тизими таклиф қилинган. Бу база ўзининг муҳимлиги ва камров доираси бўйича таснифланган.

Туристлик корхоналарнинг инвестиция фаолиятини молиялаштиришни тартибга солиш ҳуқуқий нуқтаи назардан турли мулкдорлар ўртасида моддий ва номоддий активларни яратишдаги хусусидаги ўзига хос, мураккаб ва ижтимоий зарур иқтисодий (инвестиция) муносабатларни шакллантириш меъёрларни назарда тутати. Бунда инвестиция жараёнининг барча субъектлари – хорижлик инвесторлардан тортиб, давлат, юридик ва жисмоний шахслар, жумладан, чет эллик резидентлар ва норезидентларгача бу муносабатлар иштирокчисига айланиши зарур бўлади.

Туристлик корхоналарида инвестиция муносабатларининг моҳияти, ушбу фаолият иштирокчилари доирасида ва даражасида ўз ифодасини топади. Туристлик корхоналари инвестиция муносабатларининг мавжудлиги тартибга солишнинг мустақил предмети бўлишини тақоз қилади. Ҳуқуқий нуқтаи назардан ёндашганда, туристик корхоналарда инвестиция фаолиятини молиялаштиришни тартибга солиш умумий ҳуқуқий ва хусусий ҳуқуқий тартибга солиш меъёрларини қамраб олади. Бу меъёрларнинг бирлиги ижтимоий ва алоҳида инвестиция муносабатларининг ўзига хос хусусияти ва моҳиятини ифодалайди ҳамда уларни тартибга солиш усулига айланади. Тартибга солиш усуллари ҳуқуқ меъёрларининг ҳам алоҳида, ҳам ижтимоий зарур инвестиция муносабатларини характериға ўзига хос тарзда таъсир кўрсатиш йўлларидан иборатдир.

Туристлик корхоналари инвестиция фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш, биринчи навбатда, давлатнинг иқтисодий, илмий-техникавий ва ижтимоий сиёсатини амалга ошириш мақсадларини кўзлайди. Ҳозирги даврда инвестиция муносабатлари капиталларга эгалик қилиш, улардан фойдаланиш ва уларни тасарруф этиш борасида муносабатларини қамраб олади ҳамда нафақат миллий иқтисодиёт, балки халқаро иқтисодиёт даражасида ҳам ресурсларни тақсимлаш ва қайта тақсимлаш жараёнларини акс эттиради.

Ўзбекистонда туристик корхоналарида инвестиция фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш жараёнидаги асосий вазифалар ижтимоий ва хусусий манфаатларни, инвесторлар манфаатларини тўғри аниқлашдан, уларнинг ўзаро мақбул нисбатларини килишиб олиш, ҳаётда руёбга

чиқаришнинг тенг ҳуқуқий шароитлари ва кафолатларини белгилашдан иборат.

Туристтик корхоналарининг инвестиция фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш эса қўйидаги тартибда амалга оширилади:

– туристик корхоналар инвестицион муҳитини қонунчилик асосини яратиш ва такомиллаштириш;

– туристик корхоналарига солиқ тўловчилар ва солиқ солиш объектларини, солиқ ставкалари ва уларга доир имтиёзларни табақалаштирувчи солиқ тизимини қўллаш;

– туристик корхоналарига тур маҳсулотларни тақдим этиш нормаларини, қоидаларини ва стандартларини белгилаш;

– рақобатбардошлик муҳитини қонуний асосини яратиш;

– кредит сиёсати ва нарх(тарифи) белгилаш сиёсатини ўтказиш;

– ер, дала ва бошқа табиий ресурслардан самарали фойдаланиш шартларини белгилаш;

– инвестиция лойиҳаларини экспертиза қилиш механизмларини белгилаш;

– Ўзбекистон Республикасининг инвестиция дастурига киритилган инвестиция лойиҳаларнинг амалга оширилиши мониторингини юритиш.

Шундай қилиб туристик корхоналарда инвестиция фаолиятини тартибга солиш, биринчи навбатда, барча туристик корхоналарни пул жамғармаларининг ўсиш суръатларини рағбатлантириш ва тур маҳсулотлар даражасини оширишга йўналтирилган бўлиши зарур. Бу эса туристик корхоналар инвестиция фаолиятини тартибга солиш тизими доирасида солиқларнинг рағбатлантирувчи функцияларини кучайтириш инвестицияларни молиялаштиришда эса бозор механизмлари ролини кенгайтиришга олиб келади.

З.И. Саттарова - старший преподаватель Самаркандский институт экономики и сервиса

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТУРОВ

Аннотация: В статье проанализированы сущность и особенность индивидуального туризма, приведена технологическая модель проектирования индивидуального тура.

Ключевые слова: туризм, индивидуализм, индивидуальный тур.

Abstract: The article analyzes the essence and features of individual tourism, provides a technological model for designing an individual tour.

Key words: tourism, individualism, individual tour.

Annotatsiya: Maqolada individual turizmning mohiyati va xususiyatlari tahlil qilingan, individual turni loyihalashning texnologik modeli keltirilgan.

Kalit so'zlar: turizm, individualizm, individual sayohat.

Рассматривая индивидуальный туризм и формирование индивидуального турпродукта, попробуем разобраться в особенностях индивидуальных туров и специфике их проектирования.

В последнее время большой популярностью стали индивидуальные туры. Это объясняется тем, что турист в таких путешествиях самостоятельно определяет страну и регион посещения, цель и продолжительность поездки, выбирает гостиницу, предприятия питания и возможные места посещения, экскурсии и музеи. В туристической терминологии индивидуальный тур трактуется как путешествие одного человека по собственной программе. Турфирмы выполняют заказы туристов-индивидуалов (определение районов посещения, продолжительности остановок, условий ночлега и т.п.). Обслуживание при индивидуальном туризме осуществляется специальными, обычными или специализированными турфирмами.

Классифицируется индивидуальный туризм по целям поездки, по срокам пребывания и по способу передвижения.

Путешествие по индивидуальному маршруту может подразумевать несколько целей, но, как правило доминирующей будет являться только одна. К примеру, турист может отправиться в деловую поездку, но в свободной время посетить местные достопримечательности, или, отправиться в познавательный тур, и посетить какое-либо событийное мероприятие.

Несомненно, для туриста такое путешествие является весьма удобным. В отличие от стандартных пакетов, в индивидуальном не предлагают услуги, которые ему не интересны, также турист не привязан к группе, тем самым имея больше независимости и самостоятельности.

Индивидуальные туры не всегда дорогие, как бытует мнение общественности. В таком путешествии турист наоборот может сэкономить, например, поселившись в недорогой гостинице или же в хостеле, также выбрать не ресторан, а кафе или столовую для питания, а передвигаться на общественном транспорте. И конечно, индивидуальные туры могут

предполагать набор услуг высшего класса, такие как услуги личного гида, аренда автомобиля и прочее.

Таким образом, приходя в туристическую компанию, клиент уже имеет сложившее представление о туре, имеет свои требования к набору услуг.

Но давайте посмотрим на другую сторону индивидуального туризма. Насколько выгодно заниматься персональными турами туроператорам и турагенствам?

Отчасти проектирование индивидуальных туров проще тем, что турист указывает все параметры своего путешествия и набор услуг, интересующих его. Но вместе с тем, иногда турист не знает туристской инфраструктуры, и некоторых туристских ресурсов, которым обладает регион. Особенностью организации индивидуальных поездок является – непредсказуемость выбора клиента и, как следствие, отсутствие у туристической компании заранее подготовить отдельные элементы программы. В связи с этим, персоналу туристской организации необходима высокая квалификация и профессионализм. Необходимо обладать знаниями не только по туристскому потенциалу региона, но и всей туристской инфраструктуры – средства размещения, предприятия питания, транспортные компании и экскурсионные бюро. Обговорив с туристом цель пребывания, обсудив его желания, можно приступать к разработке данного тура.

Индивидуальный тур должен быть разработан к заданному клиентом времени, что требует от сотрудников туристского предприятия оперативности. Технология проектирования индивидуального тура осуществляется в соответствии с требованиями ГОСТ «Проектирование туристских услуг» и включает разработку технической и технологической документации, исследование рынка туристских услуг, обеспечение безопасности туристских услуг, наличие договоров на оказание услуг с исполнителями. Важно соблюдать требования к документации, учитывать общую характеристику региона, состояние объектов туристской индустрии и многое другое.

Маркетинговое исследование является важным этапом в формировании индивидуального тура. Анализ имеющихся туров позволит создать именно новый индивидуальный турпродукт, обнаружение у конкурентов подобного тура, – и созданный новый тур теряет свою уникальность.

В проектировании тура не обойтись без технико-экономических расчетов. В индивидуальных турах все расчеты осуществляются строго в

соответствии с разработанной вместе с клиентом программой тура, а также необходимо учитывать бюджетные возможности клиента.

Одним из завершающих этапов формирования тура является его апробация, но как быть с ней при разработке индивидуального тура? Здесь имеется несколько вариантов. Если есть достаточный запас времени дореализации турпродукта, то предприятие может организовать рекламные или информационные туры, что поможет в дальнейшем присмотреться к новому турпродукту как к стандартному пакету услуг. Либо этап апробации будет опущен, и далее сразу последует этап реализации тура.

На данный момент туроператорские компании утверждают, что проектирование индивидуальных туров могут заниматься менеджеры в турагентствах, но для этого они не имеют достаточного опыта и профессионализма, особенно это касается региональных туристических фирм. Поэтому о перспективах развития индивидуального туризма говорить затруднительно. Таким образом, можно прийти к выводу, что проектирование индивидуального тура – процесс энергозатратный, требующий внимательности и профессионализма персонала туристической организации, и не всегда несет большую прибыль. Специфика индивидуального туристического продукта определяется специфическими пожеланиями к турпродукту и осуществляется в выбранное клиентом время.

З.И.Абдуллаева - старший преподаватель Самаркандский институт экономики и сервиса

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ ПОНЯТИЯ «ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС» И ФОРМ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В данной статье даны различные трактовки понятия «гостиничный бизнес», а также дано определение понятию «гостиница»

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, индустрия гостеприимства, рынок гостиничных услуг, гостиничное предприятие, гостиничная услуга, клиент, гость, платные услуги.

Annotatsiya: Ushbu maqolada "mehmonxona biznesi" tushunchasining turli talqinlari, shuningdek, "mehmonxona" tushunchasining ta'rifi berilgan.

Kalit so'zlar: mehmonxona sanoati, mehmondo'stlik sanoati, mehmonxona xizmatlari bozori, mehmonxona korxonasi, mehmonxona xizmatlari, mijoz, mehmon, pullik xizmatlar.

Annotation: This article gives various interpretations of the concept of "hotel business", as well as a definition of the concept of "hotel".

Keywords: hotel industry, hospitality industry, hotel services market, hotel enterprise, hotel services, client, guest, paid services.

В отношении гостиничного бизнеса в настоящее время в учебной и научной литературе существуют различные трактовки таких понятий, как «гостиничное хозяйство», «индустрия гостеприимства», «рынок гостиничных услуг», «гостиничное предприятие», «гостиничная услуга» и т.п., что, в свою очередь, определяет и подходы к управлению гостиничной индустрией.

Так, В.В. Каменова и О.П. Ефимова определяют гостиничный бизнес как совокупность предприятий, оказывающих услуги временного проживания во взаимодействии с региональной инфраструктурой гостеприимства, тогда как Кабушкин Н.И. пишет о том, что необходимо исследовать гостиничное хозяйство в отрыве от инфраструктурного обеспечения, которое носит определяющий характер для построения стратегии развития гостиницы, но не является ее частью.

Известно, что гостиничное дело и туризм как две сферы общественной жизни тесно связаны между собой. Более того, жизненный опыт и практика показывает то, как гостиничное дело влияет на развитие туризма и, наоборот, как от уровня туристской деятельности, зависит развитие гостиничного дела. Чтобы хорошо понять проблему взаимосвязи между путешествиями гостиничным делом, необходимо подробно познакомиться с этими обеими областями, их формирования и развития.

Согласно трактовке А.Д.Чудновского и М.А.Жуковой, гостиничное хозяйство – обширное понятие, которое включает в себя все аспекты предоставления платных услуг по временному проживанию. В гостиничном бизнесе ключевой фигурой является клиент – гость отеля, которому необходимо место для удовлетворения важнейших потребностей в полноценном отдыхе и питании. Таким образом, основной задачей любого гостиничного предприятия является предоставление временного жилья, что предполагает наличие отдельных номеров (номерного фонда), а также комплекса хозяйственно-бытовых, транспортных и развлекательных услуг. Поскольку услуги в данной отрасли не могут предоставляться без эксплуатации материально-технической базы, современное гостиничное хозяйство включает в себя также ремонт зданий, помещений и оборудования, поддержание порядка на прилегающей территории гостиницы и внутри помещений; организацию снабжения инвентарем, мебелью, санитарно-гигиеническими средствами, канцелярскими принадлежностями, пищевыми продуктами.

Особенностью гостиничного бизнеса, как отмечают Дж.Уокер, В.С.Сенин, И.Ю.Ляпина, Ю.Ф.Волков, является его стандартизация. Несомненно, стандартный набор основных услуг и требования к их качеству направлены на удовлетворение потребностей гостей, но, очевидно, что однообразие лишает гостиницы конкурентных преимуществ. В связи с этим современные отели включают в ассортимент

дополнительных услуг множество различных предложений: спортивный зал, бассейн, сауна, парикмахерская, массажный салон, экскурсии, услуги аниматоров, гидов и др.

Согласно подходу Р.А. Браймер, гостиничным предприятием является каждая туристская база. В пакет услуг входит размещение независимо от цели прибытия. Природа человека предполагает необходимость отдыха, для чего ему нужен ночлег. Различные гостиничные предприятия предоставляют такие услуги, что позволяет принимать туристов в туристских центрах.

Существует и более простое определение гостиницы, в соответствии с которым гостиница является предприятием, которое предоставляет различные услуги (ночлег, питание) людям, которые находятся не дома.

Определение гостиницы можно встретить и в научно-популярных источниках. Так, согласно общедоступной энциклопедии «Википедия»: «Гостиница является имущественным комплексом, в том числе это может быть здание, дом, либо его часть, а также постройки различного типа с меблированными комнатами («номера») для временного проживания путешественников. Обычно предоставляются и другие услуги (уборка, охрана) в зависимости от класса обслуживания».

Имущественный комплекс гостиницы, хотя и является важным фактором обеспечения деятельности средства размещения, в то же время не может быть определяющим параметром, однозначно идентифицирующим гостиницу. Услуги гостиниц включают: предоставление временных мест для проживания, а также дополнительных услуг, которые могут оказывать мотели, гостиницы, в том числе загородного типа, и иные места временного проживания людей. Дополнительные или сопутствующие услуги предоставляются клиентам в счет оплаты за проживание. В большинстве случаев сопутствующие услуги подразумевают обслуживание в номерах, предоставление услуг консьержей, обеспечение транспортными и театральными билетами и т.п. Гостиницы предоставляют клиентам по сравнению с прочими местами временного проживания более широкий перечень услуг. Это могут быть автомобильные стоянки, предоставление еды, напитков, различных условий для развлечений, проведения мероприятий, конференций, встреч. В гостиницах курортного типа предусмотрены условия для развлечений и отдыха. Такие услуги относятся к дополнительным в том случае, если их оплата не включена в стоимость проживания.

Таким образом, в законодательных и нормативных актах Республики Узбекистан, а также в учебной и научной литературе отсутствует отчетливое определение понятия «гостиница», что требует более четкой формулировки.

Под гостиницей следует понимать предприятие, зарегистрированное как коллективное средство размещения в установленном законодательством Республики Узбекистан порядке, обладающее необходимым имущественным комплексом для предоставления услуг временного проживания и управляемое единым руководством.

M.Madatova – Termiz davlat universiteti Iqtisodiyot va turizm fakulteti, 2-kurs talabasi

MAMLAKAT TURIZM INDUSTRIYASINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizm industriyasining rivojlanishi real sektorga ham o'z ta'sirini ko'rsatishi aks ettirilgan. Turizm tarmog'i orqali turistik mahsulotlar yaratiladi va xizmatlar ko'rsatiladi. Bu esa iqtisodning boshqa tarmoqlariga ham o'z ta'sirini ko'rsatadi. Shu sababli esa real sektor va turizmning birlashish jarayoni maqsadga muvofiqdir.

Kalit so'zlar: turizm industriyasi, turistik mahsulotlar va xizmatlar, real sektor va turizmning birlashish jarayoni.

Annotation: This article reflects the fact that the development of the tourism industry also has its impact on the real sector. Through the tourism network, tourist products are created and services are provided. This also shows its impact on other sectors of the economy. Therefore, the real sector and the unification process of tourism are desirable.

Keywords: tourism industry, tourism products and services, real sector and tourism unification process.

Аннотация: В данной статье отражено, что развитие индустрии туризма оказывает свое влияние и на реальный сектор. Через туристскую сеть создаются туристские продукты и предоставляются услуги. Это окажет свое влияние и на другие отрасли экономики. Поэтому целесообразен процесс объединения реального сектора и туризма.

Ключевые слова: индустрия туризма, туристские продукты и услуги, реальный сектор и процесс интеграции туризма.

Turizm industriyasi – bu mehmonxonalar va joylashtirish vositalari, transport vositalari, umumiy ovqatlanish obyektlari, ko'ngil ochish obyektlari va vositalari, davolash va sog'lomlashtirish, sportga doir, diniy-marosimchilik, ishbilarmonlikka va boshqa maqsadlarga molik vositalar, turizm operatorlari va turizm agentligini amalga oshiruvchi, shuningdek, turizm infratuzilma tashkilotlari majmuidan iborat bo'ladi

Davlatning mavqei uning iqtisodiy holati bilan ham belgilanadi. Mamlakat, iqtisodiyotini yaxshilash uchun avvalo real sektorini rivojlantirishga harakat qiladi. Real sektorning rivojlanishi davlat iqtisodiyotining o'sishiga va aholi farovonligini oshishiga sabab bo'ladi. Turizm industriyasi ham bundan mustasno emas. Ayniqsa XX-asrning 90-yillarida dunyo miqyosida sotiladigan mahsulot va xizmatlarning 10 foizi turizm industriyasiga to'g'ri keldi. Avtomobilsozlik va neftni qayta ishlash sohasidan keyingi uchinchi o'rinni

egalladi. Hozirgi kunda ham turizm dunyoning eng yetakchi tarmoqlari bo'lib kelmoqda. Xususan 2019 yilga kelib barcha ish o'rinlarining 10,6 foizi turizm industriyasiga oid bo'lib unda qariyb 334 mln kishi ishlagan, shuningdek, jahon YaIMning 10,4 foizini (9,2 trln dollar) tashkil etgan. Ayrim davlatlarda esa xizmat ko'rsatish sohasi esa xo'jalikning asosiy tarmog'iga aylanib bo'lgan. Masalan Ispaniyada YaIM ning 60 foizini, Xitoyda 32 foiz, Fransiyada esa 72,2 foizini xizmat ko'rsatish sohasi tashkil etadi.

O'zbekistonda ham turizm sohasi yildan yilga rivojlanmoqda. Buni quyidagi ma'lumotda ham ko'rishimiz mumkin



1-Diagramma. O'zbekistonga tashrif buyurgan turistlar soni (mln kishi).

2019-yil 5-yanvar sanasida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5611-sonli farmoni e'lon qilindi. Shuningdek, 2019-2025 yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi tasdiqlandi. Bundan tashqari ushbu farmonda turizm sohasini yanada yaxshilash uchun normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, transport sohasini yanada rivojlantirish, turistik mahsulotlar va xizmatlar bozorini diversifikatsiya qilish va boshqa ko'plab chora-tadbirlar nazarda tutilgan.

O'zbekistonga keladigan chet elliklarning eng katta oqimi quyidagi davlatlarda aks etgan.

1-Jadval

Davlatlar	Kelgan turistlar soni	Umumiy miqdori
Qirg'iziston	508 ming kishi	33,8 %
Qozog'iston	424,1 ming kishi	28,2 %
Tojikiston	337,5 ming kishi	22,4 %
Rossiya	81,6 ming kishi	5,4 %
Turkmaniston	60,6 ming kishi	4 %
Ozarbajjon	2,2 ming kishi	0,1 %

Belarus	1,6 ming kishi	0,1 %
---------	----------------	-------

O'zbekistonga keladigan chet ellik turistlarning oqimi.

Turizm faoliyatidan 2019-yilda 1 mlrd 313 mln dollarlik turistik xizmatlar eksport qilinganini ko'rish mumkin. Darhaqiqat, turizm industriyasining rivojlanishi boshqa sohalarning ham o'sishiga olib keladi. Masalan mehmonxona va restoran tarmoqlari, transport, hunarmandchilik va boshqa sohalarda. Bundan tashqari real sektor bilan birlashib yangi ish o'rinlari yaratilishi va aholi yashash darajasining yaxshilanishiga olib keladi. Butunjahon turizm va sayohatlar kengashi ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda 2019 yilda turizmning YaIMdagi ulushi 3,4%ni, yillik o'sish sur'ati esa 12,3%ni tashkil etdi. Turizm sohasida band bo'lganlar soni 601,7 ming kishiga teng bo'lib, ular umumiy bandlarning 4,6%ni tashkil etdi. Turizm xizmatlari eksportining mamlakat umumiy eksportidagi ulushi 21,1%ga teng bo'ldi²⁵.

Buning uchun esa avvalo turizmni rivojlantirish kerak. Meni takliflarim quyidagicha:

- bilimimiz, yurtimiz tarixiy obyektlarga boy mamlakat hisoblanadi. Xususan 7 mingdan ortiq tarixiy obyektlar mavjud bo'lib, undan 200 ga yaqini YUNESKO ning ro'yxatiga kiritilgan. Ushbu obyektlarga turistlarni yanada jalb qilish uchun esa reklama tizimini rivojlantirish kerak. Kino sanoati orqali ham bunga erishish mumkin. Masalan, tarixiy filmlarda ko'rsatilgan obyektlar shubhasiz turistlarni o'ziga jalb qila oladi.

- turizm industriyasining rivojlantirishning yo'llaridan yana biri bu yarmarka va festivallarni ko'paytirish va mavjudlarini yanada yaxshilash. Hozirgi kunda ham yurtimizda bir qancha festivallar mavjud. Misol uchun Sharq taronalari, unda har ikki yilda 36 ta davlatdan 250 ta vakil o'z ijodlari bilan ishtirok etadi.

- O'zbekiston o'zining tabiati bilan ham ajralib turadi. Ayniqsa bahor faslida ko'plab sayllar uyushtirish mumkin. Ushbu sayllar uchun turpaklar tayyorlash va ularni turistlarga taqdim etish ham turizmning yanada rivojlanishiga sabab bo'ladi.

- turistlarni yanada jalb qilish uchun yangicha turistik animatsiyalardan foydalanish kerak. Bunga misol uchun, turistlarni madaniyatimiz bilan yanada tanishishi uchun ularni ko'pkarilarga, milliy bayramlarimizga, to'y-bazmlarga olib borish yoki ketayotganda antiqa sovg'alar berish ham turistlarning kayfiyati ko'tarilishiga sabab bo'ladi.

O'zbekistonda turizm sohasi yildan-yilga rivojlanmoqda, buning uchun hatto davlatimiz tomonidan chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Shuningdek,

²⁵ <https://cyberleninka.ru/article/n/turizmning-mamlakat-ijtimoiy-iqtisodiy-rivojlanishidagi-ahamiyati>

yurtimiz turizm uchun asos bo'la oladigan tarixiy obyektlar va milliy tarixchilikka, ekoturistik hududlarga yetarlicha ega. Faqat ushbu obyektlarga turistlarni jalb eta olsa bo'ldi. Turizmning rivojlanishi yangi ish o'rinlarini yaratilishiga va aholi daromadining oshishiga olib keladi. Bundan tashqari turizm industriyasi bilan bog'liq mehmonxonalar, transport va ovqatlantirish korxonalarining ham salohiyati oshadi. Ko'rinib turibdiki, turizmning rivojlanishi bizga har tomonlama foyda keltiradi.

С.Ш.Тўрабеков -Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институтини таянч докторанти

РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСДАГИ АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ ВА ЯШАШ СИФАТИ ВА ДАРАЖАСИНИ ЮКСАЛТИРИШДА ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИНИНГ РОЛИ

Аннотация. Ушбу тезисда реал сектор соҳасидаги аҳоли бандлиги, фаровонлиги ва яшаш сифати ва даражасини юксалтиришда туризм хизматлари соҳасининг роли ва ўрни борасида сўз юритилган. Шунингдек, жамият тараққиётининг бугунги босқичида туризм хизматлари соҳаси айрим кўрсаткичларининг ҳолати ва ривожланиш тенденциялари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар. Туристтик хизматлар, ялпи ички маҳсулот, аҳоли истеъмол харажатлари

Аннотация. В данной диссертации рассматривается роль и место туристических услуг в повышении занятости, благосостояния и качества жизни в реальном секторе. Также анализируются современное состояние и тенденции развития некоторых показателей в сфере туристских услуг на современном этапе развития общества.

Ключевые слова. Туристические услуги, валовой внутренний продукт, потребительские расходы

Annotation. This dissertation examines the role and place of tourism services in increasing employment, welfare and quality of life in the real sector. It also analyzes the current state and development trends of some indicators in the field of tourism services at the present stage of society development.

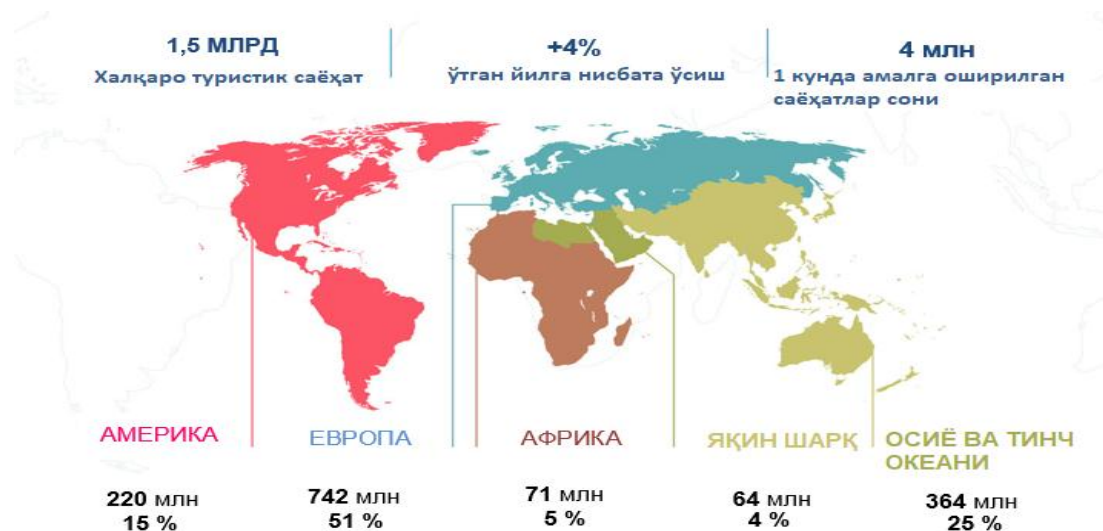
Keywords. Tourism services, gross domestic product, consumer spending

Жамият тараққиётининг ҳозирги босқичида туризм хизматлари соҳасининг аҳолини иш билан таъминлашдаги, унинг турмуш фаровонлигини оширишдаги роли беқиёс. Бироқ келажакда туризм хизматлари соҳасини жадал суръатлар билан ривожлантириш, унинг миллий иқтисодиётдаги мавқеини мустаҳкамлаш, аҳоли бандлигини ва унинг реал даромадларини оширишнинг асосий омилларидан бирига айлантириш ғояси ушбу соҳанинг бугунги ҳолатини ҳамда ривожланиш тенденцияларини чуқур таҳлил қилишни, амалиётда мавжуд камчиликларини, унинг ютуқли жиҳатларини аниқлашни, туризмнинг

бошқа тармоқ ва соҳалар билан, айниқса реал сектор билан ўзаро таъсирини баҳолашни тақозо этади

Пандемиядан олдин туризм дунёнинг етакчи тармоқларидан бири эди. Бироқ, 2020 йилда эълон қилинган карантин деярли барча мамлакатларда туризм соҳасини оғир инқирозли вазиятга олиб келди. Пандемия даврида ўз ўзини изоляция қилиш иқтисодиётнинг барча тармоқларига катта салбий таъсир кўрсатди.

Оммавий туризмнинг ривожланиши XX асрнинг феноменал ҳодисасига айланди ва мутахассисларнинг тахминларига кўра, XXI аср туризм асрига айланиши керак эди. Жаҳон сайёҳлик ташкилоти 2019 йилда дунё бўйлаб 1,5 млрд²⁶ халқаро туристик саёҳатни рўйхатга олди ва ўтган йилга нисбатан 4% га ўсиши туризм иқтисодиётнинг етакчи ва барқарор тармоғи эканлигини кўрсатди (1.1-расм).



1.1-расм. 2019 йилда халқаро туристик саёҳатлар шарҳи.

2020 йилда ҳам худди шундай 2019 йилдаги каби ўсиш кутилган эди: Жаҳон сайёҳлик ташкилоти экспертларининг 47 фоизи туризм бозори 2019 йилга нисбатан 4% гача ўсишига ишонган²⁷. Ўз навбатида, 43%²⁸ мутахассислар бозор ҳажми ўзгармаслигига ишонч билдирган. Ушбу секторнинг ўсишини Токиодаги олимпия ўйинлари ва Дубайдаги ЕХРО-2020 каби маъданий тадбирлар таъминлаши кутилганди.

Бироқ, пандемиянинг тўсатдан эълон қилиниши кўплаб малакатлар, туроператорлар ва саёҳатчиларнинг умидларини пучга чиқарди. Саёҳатчилар туроператорлар, авиакомпаниялар, меҳмонхоналар, гидлар ва

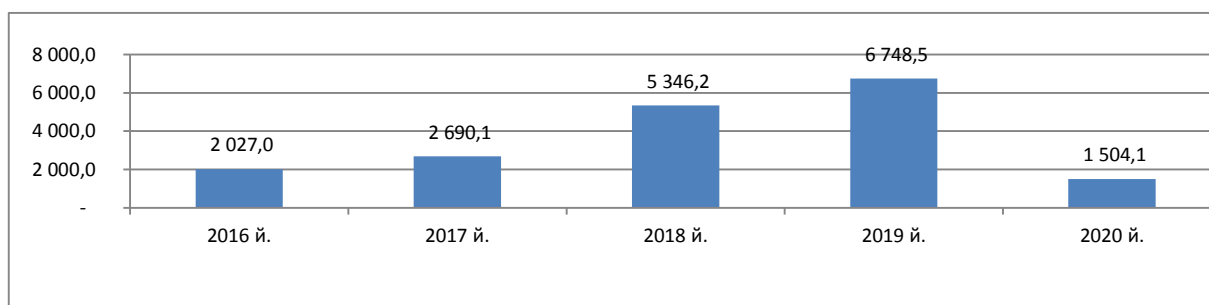
²⁶ Халқаро Туризм ташкилоти маълумоти. <https://www.unwto.org/>

²⁷ Impact of COVID-19 on Global Tourism Made Clear as UNWTO Counts the Cost of Standstill [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/news/impact-of-covid-19-on-global-tourism-made-clear-as-unwto-counts-the-cost-of-standstill> (дата обращения: 05.05.2021).

²⁸ Халқаро Туризм ташкилоти маълумоти. <https://www.unwto.org/>

таржимонлар хизматларидан фойдаланишни, кафе ва ресторанларда овқатланишни, концертлар ва бошқа оммавий тадбирларга боришни тўхтатди.

Сўнги йилларда мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича кенг кўламли ишлар амалга оширилди: кўплаб мамлакатлар учун 30 кунгача бўлган визасиз режим жорий этилди, меҳмон уйларини рўйхатга олишнинг соддалаштирилган тартиби, транспорт хизматлари кўрсатишни такомиллаштириш, гидлар ва таржимонларни лицензиялашни соддалаштириш ва бошқалар. 2019 йилда янги “Туризм тўғрисида”ги қонун 1999 йилдан бери амалда бўлган эски қонун ўрнини эгаллади. Янги қонунга кўра замонавий туризм индустрияси талаблари инобатга олиниб, “мустақил туризм” тушунчаси ҳам жорий этилди²⁹. Бу чора тадбирларнинг барчасини ижобий самара бергани ва келаётган туристлар



сони секин-аста ортиб бораётгани билан баҳолаш мумкин

1.2-расм. 2016-2020 йилларда Ўзбекистон Республикасига (Туризм мақсадида) келган хорижий фуқаролар сони, миң киши³⁰

Расмий статистикага кўра, 2018 йилда Ўзбекистонга келган хорижий сайёҳларнинг ўтган йилга нисбатан ўсиши 198,7 фоизни ташкил этди, яъни сайёҳлар сони 2 баравар ошди. 2017 ва 2019 йилларда бу кўрсаткичнинг ўсиши тахминан 30%ни ташкил этган. 2020 йилда эса бу кўрсаткич ўтган йилга нисбатан 4,5 бараварга қисқарди(1.2-расм).

2016-2020 йилларда Ўзбекистонда ЯИМнинг тармоқлар бўйича таркибини таҳлил қиладиган бўлсак, ялпи ички маҳсулот ҳажмининг энг катта қисми хизматлар соҳасига тегишли бўлсада, бироқ у камайиш тенденцияни ифодалаган (1.1-жадвал).

²⁹ Ўзбекистон Республикасининг 18.07.2019 йилдаги ЎРҚ-549 сонли “Туризм тўғрисида”ги қонуни. <https://lex.uz/docs/4428101>

³⁰ Ўзбекистон Республикаси статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилди. <https://gender.stat.uz/uz/asosiy-ko-rsatkichlar/turizm>

1.1-жадвал

2016-2020 йилларда Ўзбекистонда ЯИМнинг тармоқлар бўйича таркиби,
фоизда³¹

№	Кўрсаткичлар	Йиллар					2020 йилнинг 2016 йилга нисбатан ўзгариши, фоизда
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	Қилшлок, ўрмон ва балиқчилик хўжалиги	32,1	32,2	30,0	26,9	27,1	84,4
2	Саноат	19,5	21,1	25,3	28,1	27,5	141,0
3	Қурилиш	5,6	5,4	5,8	6,3	6,7	119,6
4	Хизматлар	40,7	38,9	36,4	36,1	36,4	89,4
5	Туризм хизматлари	2,1	2,5	2,5	2,6	2,3	109,5
	Жами	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	X

Шунингдек, 2016-2020 йилларда мамлакатда туризм хизматлари соҳаси бошқа тармоқларга ва бошқа хизмат турларига қараганда жуда паст кўрсаткични ифодалаган. 2020 йилда туризм соҳасининг ЯИМдаги улуши олдинги 2019 йилга нисбатан қарийб 13% га пасайди ва 2,3%ни ташкил этди (ушбу кўрсаткич 2010 йилда 3,6% га тенг бўлган)³². Айни пайтда Қозоғистонда туризм соҳасининг ЯИМдаги улуши 5,2%ни³³, Россияда 4,3% ни³⁴ ташкил этган. Бундан ташқари, ушбу даврда ЯИМ таркибида бошқа тармоқларнинг ҳам изчил суръатлар билан бирга камайганини кўриш мумкин. Масалан, 2016 йилда қилшлок, ўрмон ва балиқчилик хўжалиги тармоғининг мамлакат ЯИМ таркибидаги улуши 32,1%ни ташкил қилган бўлса, 2020 йилга келиб 27,1% ни ташкил этиб, 5 пунктга қисқарган. Буни иқтисодиётда амалга оширилаётган чуқур таркибий ўзгаришларнинг, шунингдек, мамлакат бир пайтлардаги аграр республикадан босқичма босқич равишда саноати ривожланган замонавий давлатга айланиб бораётганлигининг яққол тасдиғи сифатида эътироф этиш мумкин.

2016-2020 йилларда мамлакатимизда доимий аҳоли сони 31575,3 минг кишидан 33905,2 минг кишига етди. Туристик хизматлар ҳажми 2020

³¹ Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси ва Туризи ва спорт вазирлиги маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилди.

³² Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси ва www.knoema.ru халқаро статистик расмий веб сайти маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган

³³ Қозоғистон Республикаси Стратегик режалаштириш ва ислохотлар агентлиги Миллий статистика бюроси расмий веб сайти маълумотлари. <https://stat.gov.kz/>

³⁴ Россия федерациясининг Федерал статистика хизмати маълумотлари асосида муаллиф томонидан ҳисобланган. <https://rosstat.gov.ru/>

йилда 13850,4 млрд. сўмни ташкил этди, бу эса 2016 йилга нисбатан 2,5 марта кўп, яъни шу давр мобайнида ушбу кўрсаткич 8486,6 млн. сўмга ошган.



1.3-расм. Ўзбекистонда 2000-2020 йилларда туризм соҳасининг ЯИМдаги улуши, %³⁵

Бирок, ушбу давр мобайнида туризм хизматлари ҳажми ошган бўлсада, туризм хизматлари соҳасининг ЯИМдаги улуши ҳам, унинг мураккаб миқдори ҳам жуда паст (1.3-расм).

Фикримиз далили сифатида, туризм хизматлари соҳасининг аҳоли жон бошига нисбатан ўртача миқдори бўйича таққослама таҳлил натижаларини келтирмақчимиз. Расмий статистик маълумотларига кўра, 2016 йилда Ўзбекистонда аҳоли жон бошига тўғри келадиган туристик хизматлар ҳажми 169,8 минг сўмни ёки ўртача 15\$ АҚШ долларини ташкил қилган бўлса, ушбу кўрсаткич 2020 йилга келиб 408,5 минг сўмга ёки ўртача 37\$ АҚШ долларига етган (2.2-жадвал). Айни пайтда бу кўрсаткич Россияда 560\$ АҚШ долларини³⁶, Қозоғистонда 412\$ АҚШ долларини³⁷ ташкил этган.

Ўзбекистонда хизматлар соҳасини, хусусан, туризм хизматлари соҳасинининг реал сектор соҳасдаги аҳоли бандлиги, фаровонлиги ва яшаш сифати ва даражасини юксалтиришдаги ролини таҳлил қилишда унинг аҳоли харажатлари таркибидаги салмоғини ҳам ўрганиш алоҳида муҳим аҳамият касб этади. Тадқиқотларимиз Ўзбекистон аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида ижобий ўзгаришлар содир бўлаётганини кўрсатмоқда. Аҳоли истеъмол харажатлари таркиби асосан, озиқ-овқат маҳсулотларига, ноозиқ-овқат маҳсулотларига ва хизматларга ажратилган харажатлардан иборат (1.2-жадвал).

³⁵ Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси ва www.knoema.ru халқаро статистик расмий веб сайти маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган

³⁶ Россия федерациясининг Федерал статистика хизмати маълумотлари асосида муаллиф томонидан ҳисобланган. <https://rosstat.gov.ru/>

³⁷ Қозоғистон Республикаси Стратегик режалаштириш ва ислохотлар агентлиги Миллий статистика бюроси расмий веб сайти маълумотлари. <https://stat.gov.kz/>

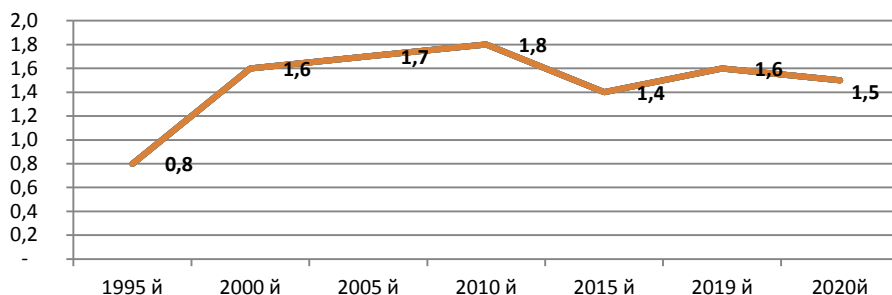
1.2-жадвал2018-2020 йилларда уй хўжаликларининг харажатлари таркиби, фоизда³⁸

	2018	2019	2020
Жами харажатлар <i>шу жумладан:</i>	100,0	100,0	100,0
Истеъмол харажатлари <i>улардан :</i>	84,6	84,7	87,0
Озиқ-овқат маҳсулотларига	40,7	38,8	40,3
Ноозиқ-овқат маҳсулотларига	26,9	28,1	28,9
Хизматларга	17,0	17,8	17,8
Ноистеъмол харажатлари	15,4	15,3	13,0

Ўзбекистон аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида хизматларга сарфланган харажатлар жами харажатларга нисбатан 17,8%ни (2018 йилга нисбатан 4%га ортиқ) ташкил қилади. Бироқ, Ўзбекистонда истеъмол харажатлари таркибида туризм хизматларига сарфланган харажатлар борасида аниқ маълумот йўқ. Бу бўйича статистик ҳисоботлар ҳам юритилмайди. Шу сабабли, биз ушбу кўрсаткични хорижий статистик манбаларга таяниб таҳлил қилишга ҳаракат қилдик.

Аҳоли истеъмол харажатлари таркибида туризм хизматлари улушининг ўсиб бориши ушбу мамлакат аҳолисининг турмуш даражаси ва фаровонлиги яхшиланиб бораётганлигидан далолат беради. 2.4-расм маълумотларига кўра, 2000-2010 ҳамда 2015-2019 йиллар мобайнида Ўзбекистон аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида туризм хизматларининг улушида ўсиш кузатилган. Яъни мамлакат аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида туризм хизматларининг улуши 2010 йилда 1,8%ни ташкил қилиб, 2000 йилга нисбатан 12,5%га ўсган. 2019 йилда эса 1,6% ни ташкил қилиб, 2015 йилга нисбатан 14,2%га ўсган. Бироқ, 2020 йилда бутун дунёда рўй берган пандемия туфайли бу кўрсаткич 1,5 фоизни ташкил қилиб, ўтган йилга нисбатан 7 фоизга, 2010 йилга нисбатан 17 фоизга пасайган.

³⁸ Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилди.



1.4- расм. Аҳоли истеъмол харажатлари таркибида туризм хизматларининг улуши, фоизда³⁹

Умуман, аҳоли истеъмол харажатлари таркибида туризм хизматларининг улуши йил сайин пасайиб бораётганлигини ижобий баҳолаб бўлмайди. Шунга кўра, бу соҳада ҳам ҳали ишга солинмаган катта имкониятлар борлигини ҳамда бу кўрсаткич Ўзбекистонда иқтисодиёти ривожланган мамлакатлар даражасидан анча паст эканлигини эътироф этиш зарур.

Юқорида мамлакатимизда туризм хизматлари соҳасининг ҳолати ва ривожланиш тенденцияларининг таҳлиллари шуни кўрсатмоқдаки, туризм соҳасининг бугунги ҳолати ундаги мавжуд потенциалга, кенг кўламли ислохотлар доирасида уни устун ривожлантириш стратегиясига зид. Бизнинг назаримизда, Ўзбекистон аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида туризм хизматларининг улуши ҳамда бандлик даражаси ҳам бошқа тармоқларга нисбатан туризм соҳасида юқорилашиб бориши лозим. Бунинг учун туризм соҳасига қилинган инвестицияларнинг ялпи инввестициялар таркибидаги улушини сезиларли даражада ошириш лозим. Фақат шундагина туризм хизматлари соҳаси давлат ва жамият томонидан ялпи маҳсулот ишлаб чиқариш, аҳоли даромадлари ва бандлигини ошириш, миллий иқтисодиётни юксалтиришда етакчилик ролини ўйнаш бўйича унинг олдида қўйилган муҳим вазифаларни тўла тўқис бажаришга қодир бўлади.

³⁹ www.knoema.ru халқаро статистик расмий веб сайти маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган

Z. O. Raximov– Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti, i.f.n.

MEHMONDO‘STLIK INDUSTRIYASIDA OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGI BO‘YICHA ISTE‘MOLCHILAR MAS‘ULIYATINI OSHIRISH MASALALARI

Annotatsiya: Maqolada mehmondo‘stlik industriyasida oziq-ovqat xavfsizligining dolzarb masalalari ko‘rib chiqildi. Oziqlanish va oziq-ovqat mahsulotlari mehmondo‘stlikning ajralmas tarkibiy qismi sifatida xavfsizlik bilan uzviy bog‘liqdir. Ishda sayyohlar tomonidan turli mamlakatlarga tashrif buyurishda oziq-ovqat xavfsizligi bilan bog‘liq xavf va tahdidlari yoritilgan.

Kalit so‘zlar: mehmondo‘stlik, xavfsizlik, oziqlanish, oziq-ovqat mahsulotlari, iste‘molchi, iste‘molchilar mas‘uliyati.

Annotation: The article discusses current issues of food security in the hospitality industry. Nutrition and food are integral to safety as an integral part of hospitality. The study highlights the dangers and threats posed by food security when tourists visit different countries.

Keywords: hospitality, security, nutrition, food, consumer, consumer responsibility.

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные вопросы пищевой безопасности в индустрии гостеприимства. Питание и еда являются неотъемлемой частью безопасности как неотъемлемой части гостеприимства. В исследовании освещаются опасности и угрозы, связанные с продовольственной безопасностью при посещении туристами разных стран.

Ключевые слова: гостеприимство, безопасность, питание, продукты питания, потребитель, ответственность потребителя.

“Mehmondo‘stlik industriyasi” kompleks tushunchasi turli xil faoliyat turlarini: turizmdan tortib ekskursiya faoliyatini tashkil etishgacha, jumladan ko‘rgazmalar va turli ilmiy konferentsiyalar, uchrashuvlar va boshqalarni qamrab oladi. N. B. Shchennikova ta‘kidlaganidek, muhandislik, texnologik va kommunikatsiya jihatlari mehmondo‘stlik industriyasida, qiziqish va didga qarab o‘z funktsionalligini amalga oshiradigan turli xil tarmoq ixtisoslashgan korxonalarda chambarchas bog‘liqdir. Tashkil etish va amalga oshirishda o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lgan bu turli xil faoliyat turlarini mehmondo‘stlikning mavjudligi birlashtiradi. «Mehmondo‘stlik» atamasi mahalliy va xorijiy olimlar tomonidan ko‘rib chiqiladi, tahliliy sharh E.O. Poxomchikovaning maqolasida keltirilgan va umumlashtirilgan shaklda mehmondo‘stlik industriyasining asosiy mavzusiga do‘stona, g‘amxo‘r, shaxsiy va professional munosabat – xizmatlar iste‘molchisi sifatida qaralgan.

Mehmondo‘stlik – bu ma‘lum bir mamlakat aholisining an‘analari, madaniyati va mentalitetiga asoslangan mehmonga bo‘lgan majburiy samimiylilik va g‘amxo‘rlik. Bunga yorqin misol Omotenashi – yaponiyalik mehmondo‘stlik falsafasi bo‘lib, u “ma‘naviy munosabat” amaliyoti bo‘lib, yaponlarning milliy

xususiyatlarini hisobga olgan holda “favqulodda” xizmat ko‘rsatishni o‘z ichiga oladi.

Mehmondo‘stlik industriyasining asosiy iste‘molchilari sayyohlardir, shuning uchun qulay yashash va xavfsizlikni ta‘minlash ushbu sanoatning asosiy tamoyillari hisoblanadi. Bu ikki qoida xalqaro xizmatlar bozorida asosiy hisoblanadi va albatta mamlakatda qolish jozibadorligini oshiradi va turistlar oqimini oshiradi.

Shunday qilib, G.G. Vorontsova va A.V. Vorontsova o‘z ishlarida terroristik harakatlar, ekologik ofatlar, iqtisodiy va siyosiy beqarorlikni asosiy tahdid sifatida qayd etadilar. Muallif shuningdek, oziq-ovqat va pazandalik mahsulotlarining xavfsizligi bilan bog‘liq masalalarni ham o‘z ichiga oladi, chunki mehmondo‘stlik industriyasining muhim elementlaridan biri ovqatlanishdir. Mehmondo‘stlik haqida birinchi eslatmalar asosiy va mustaqil faoliyat sifatida ovqatlanish bilan bog‘liqligi bejiz emas.

Milliy oshxona va uning asosiy taomlari va ichimliklari bilan tanishish ma‘lum bir mamlakatga tashrif buyurishdan olingan eng yorqin taassurotlardan biri bo‘lishi va xorijiy sayohatning “e‘tiborli tomoni” bo‘lishi mumkin. Bu sizga tashrif buyurgan mamlakatning milliy lazzati va o‘ziga xosligini ko‘rishga, ma‘lum ta‘mlar va ovqatlanish madaniyatiga qo‘shilishga imkon beradi va keyinchalik odatiy ovqatlanish va ovqatlanish usulida muqobil tanlashda qiziqish manbai bo‘lishi mumkin. Ma‘lumki, har qanday mamlakat madaniyatining bir qismi oziq-ovqat mahsulotlari va ichimliklar tayyorlash va iste‘mol qilish madaniyati bo‘lib, unga bo‘lgan qiziqish yangi mustaqil yo‘nalish – gastronomik turizmning paydo bo‘lishiga yordam berdi. Bugungi kunda gastronomik turlar pazandachilik san‘atining o‘ziga xos xususiyatlari va an‘analari orqali mamlakat bilan tanishish uchun noyob imkoniyatdir.

Butun mehmondo‘stlik industriyasida bo‘lgani kabi, oziq-ovqat xavfsizligi darajasi har qanday qabul qiluvchi mamlakatda biznes muvaffaqiyatini baholashning asosiy mezonini hisoblanadi.

Ovqatlanish xizmatlarini ko‘rsatish bilan bog‘liq holda turistlarning xavfsizligini ta‘minlash O‘zbekiston Respublikasida birinchi raqamli vazifadir. O‘zbekiston Respublikasida “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi» yangi milliy loyihasining qabul qilinishi turizm industriyasini har tomonlama rivojlantirishga qaratilgan bo‘lib, yo‘nalishlardan biri to‘siqsiz turizm infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilishni rivojlantirishdir. Shu bilan birga, bolali oilalar uchun turizmni rivojlantirish barcha mehmondo‘stlik industriyasi sub’yektlarining oziq-ovqat xavfsizligini ta‘minlash, ayniqsa, bolalar uchun mas‘uliyatini oshiradi.

P. Xvidbergning qayd etishicha, mehmondo‘stlik industriyasida xavfsizlik darajasini tahlil qilganda, aniqlangan muammolarning 75 foizi binolar xavfsizligi, 15 foizi suv resurslari va 10 foizi oziq-ovqat xavfsizligi bilan

bog‘liq. To‘rt yulduzli mehmonxonada o‘zini zaharlagan 20 nafar sayyohga 150 000 funt sterling to‘langan. Shu bilan birga, muallif allergenlar mavjudligi va “bufet” belgilarida va (yoki) restoran / barlar menyusida allergenlar haqida ma’lumot mavjudligi va zararkunandalarga qarshi kurash dasturi mavjudligi to‘g‘risida ma’lumot berish muammolarini ta’kidladi.

Bundan tashqari, muammolardan biri ma’lum bir hududiy ob’ektlar uchun yangidan ko‘ra ekzotik bo‘lgan yangi oziq-ovqat manbalarining keng mavjudligidir. Hasharotlar mahsulotlari, ekzotik mevalar, meva va sabzavotlar, noan’anaviy o‘simlik moylari, ekzotik go‘sht va baliqlar xavfsizlikni qat’iy nazorat qilishni talab qiladigan oziq-ovqat manbalaridan faqat bir nechtasi. Masalan, Janubiy Vetnamning tijorat ikki pallali mollyuskalarini sog‘liq uchun xavfni baholash kontekstida o‘rgangan mualliflar guruhiga ko‘ra, zaharlanish xavfi va saraton rivojlanishi xavfi mavjudligi. Ushbu yo‘nalishdagi mamlakatlarda oziq-ovqat xavfsizligi bilan bog‘liq vaziyat ma’lumotlariga ko‘ra quyidagicha baholanadi: Osiyo mintaqasida oziq-ovqat yuqadigan kasalliklarning umumiy yukining taxminan 80% diareya va boshqa yuqumli kasalliklarning patogenlari; qolganlari gelmintlar, kimyoviy moddalar, toksinlar va boshqa patogen omillarga bog‘liq.

Shunday qilib, oziq-ovqat mahsulotlari va pishirilgan oziq-ovqat xavfsizligi uchun javobgarlik, birinchi navbatda, ishlab chiqarish va logistika zanjirining barcha ishtirokchilari – “dala va fermadan – qoshiq va vilkalargacha” zimmasiga yuklanadi va operatorlar, hukumatdan mas’uliyatli harakatlarni talab qiladi. Bu mehmondo‘stlik industriyasida ular ishlab chiqaradigan va iste’molchilarga taklif qiladigan oziq-ovqat mahsulotlari uchun mamlakatlar obro‘cini saqlab qolish uchun juda muhimdir. “Oziq-ovqat landshafti”ning ko‘p turli xarakteristikalari o‘ziga xos muammolar to‘plamining manbai bo‘lib, ularga javob faqat doimiy takomillashtirish jarayoni va nafaqat biznes, balki mehmondo‘stlik industriyasidagi xizmatlar iste’molchilarining mas’uliyati ham hisoblanadi.

R.S. Amriddinova –Associate Professor of Samarkand Institute of Economics and Service

F.Sh. Malikova - MTF-120 - master group Samarkand Institute of Economics and Service

IN THE DIGITAL AGE, SUGGESTIONS FOR PRACTICING FOREIGN EXPERIENCE ACCORDING TO THE COMPARISON OF EXCURSIONS IN SAN-FRANSISCO AND UZBEKISTAN

AnnotatsiyaMaqolada turizmni taraqqiyot bosqichiga olib chiqishda jahondagi turizm sohasida rivojlangan shahar va davlatlarning tajribasidan foydalanish va uni mahalliy turizm sanoatida amalga oshirishga doir taklif va tavsiyalar berilgan. Obyekt sifatida San Fransisko

shari va Toshkent shahri tanlangan. Raqamli iqtisodiyot davrida izmatlardan foydalanishda oldindan onlayn buyurtma berish, to'lovlarni ham online amalga oshirish maqsadga qo'yilgan.

Kalit so'zlar: turizm xizmatlari, xorij tajribasi, ekskursiyalar, ekskursiya dasturlari

Аннотация В статье даны предложения и рекомендации по использованию опыта развитых городов и стран в сфере туризма в развитии туризма в мире и его внедрении в местную туристическую индустрию. В качестве объектов были выбраны город Сан-Франциско и город Ташкент. В эпоху цифровой экономики при использовании услуг цель состоит в том, чтобы сделать предварительный заказ онлайн и совершить оплату онлайн.

Ключевые слова: туристические услуги, зарубежный опыт, экскурсии, экскурсионные программы.

Annotation The article offers suggestions and recommendations for using the experience of developed cities and countries in the field of tourism in the development of tourism in the world and its implementation in the local tourism industry. The city of San Francisco and the city of Tashkent were chosen as objects. In the era of the digital economy, when using services, the goal is to pre-order online and make payment online.

Key words: tourist services, foreign experience, excursions, excursion programs.

In the digital world, like many other countries Uzbekistan is also making efforts to develop tourism. Tourism helps to maintain the economic system in every country with high demand for travelling. As in the decree of the President of the Republic of Uzbekistan said we should focus on “coordination of the development of national and regional programs for the integrated development of domestic, inbound and outbound tourism, attracting investments in the development of tourism infrastructure in accordance with international standards, as well as loans and grants from international financial institutions and other organizations”.⁴⁰ The article below will discuss one-day trips in San Francisco and Uzbekistan and present appropriate suggestions to practice several outweighing superiorities of foreign experience in our country.

First of all, it is important to know that excursions are one of the touristic services which include different services in it. According to the Law of the Republic of Uzbekistan “On Tourism”: an excursion is part of the organization of excursions not exceeding 24 hours. As for the guide, it is said: “Guide (tour guide) – an individual who provides tour, information, organizational services and qualified assistance under the contract for the provision of tourist services to tour participants.” Excursion can be offered to the tourist and the excursionist (one-day visitor). Excursions are tourist services that meet the aesthetic, spiritual, educational and other needs of the tourist. During the tour, participants will have the opportunity to understand the world, see the wonders of nature, historical monuments, visit cities and parks. Excursion programs are variously created and presented in foreign countries in comparison with the ones in

⁴⁰ Mirziyoyev Sh. M. President of the Republic of Uzbekistan. The Decree on the measures to further improve the system of public administration in the field of tourism, sports and cultural heritage. PD-6199. 2021, April 6.

Uzbekistan due to the special features of every country in terms of their touristic services. San-Fransisco is potentially developed in tourism sphere, therefore, this city has been chosen as an object of comparison in this scientific article. The hospitality and tourism industry is the number one industry in San Francisco, responsible for an economic impact of tourism in the whole country. It is a cultural and financial centre of the western United States and one of the country`s most cosmopolitan cities. San Francisco offers a wide range of trips to both its natural tourist spots and famous cultural monuments. Here, two types of excursion programs will be analyzed and compared with similar places in our country.

1. Day trip to Yosemite National Park from San Francisco

In this trip, excursionists can visit Yosemite National Park which is state`s most famous national park, have lunch or skip straight to the park to begin exploring. Visitors can admire the views on a scenic drive through the Great Central Valley of California, explore the park independently and enjoy a guided bus tour. Also, they can take the chance to choose a driver-guide and commentary in English or Chinese. There will be answers for questions below:

What is included?

-Transport by air-conditioned luxury motor-coach with restroom and power outlets;

-Driver-guide and commentary in English or Chinese depending on the option selected;

- Yosemite National Park entrance fees;

- Guided bus tour of Yosemite Valley and free time in Yosemite Valley;

Departure point: 478 Post St, San Francisco

Departure time: 6:20 AM

Return details: returns to original departure point

Excursion process: boarding luxury vehicle for the trip to Yosemite National Park, crossing the Bay Bridge and travelling through the Central Valley into the foothills of the Sierra. Upon arrival at Yosemite, embarking on guided bus tour of Yosemite Valley. Then, enjoying free time to explore on one`s own. Renting a bike (own expense) to cruise the valley floor, visiting the Ansel Adams Gallery, or hitting up the rangers` station for informative lectures and guided walks. Afterward, meeting back at the bus to return to San Francisco.

Additional info: Confirmation will be received at time of booking, unless booked within one day of travel. In this case, confirmation will be received as soon as possible, subject to availability. The Yosemite tour takes all day. It is recommended wearing comfortable clothes and bring a pillow to sleep on the drive back. Not wheel chair accessible; stroller accessible; service animals allowed, near public transportation, infants must sit on laps, travelers should have a moderate physical fitness level; this tour will have a maximum of 45 travelers.

2. San Francisco city highlights experience with official Alcatraz Tour

In this excursion, travelers can enjoy San Francisco's main highlights without worrying about the logistics on this 2-for-1 tour. Excursionists can start the day at one of the most outstanding prisons, Alcatraz, and take a self-guided audio tour. During this audio tour they can enjoy sightseeing places and city neighborhoods including Chinatown, North Beach and Golden Gate Bridge. Furthermore, tourists can get informed of San Francisco's history and culture from the audio guide, snap photos of the Golden Gate Bridge from Fort Point, hear about architectural landmarks and great restaurants. Majority of travelers choose this tour due to the fact that if they have limited time this is a greatly guaranteed way to see San Francisco's best highlights.

What is included: Live commentary on board; local, professional guide; snacks; bottled water; tickets to Alcatraz and self-guided audio tour.

Departure point: Pier 33, San Francisco

Departure time: 12:00 PM

Return details: returns to original departure point

Excursion process: Alcatraz tour starts at 12 pm at Alcatraz Landing Pier 33. Tourists must arrive 20 minutes before departure to pick up the excursion tickets. People over 18 have to bring passports. In the tour, confirmation will be received at time of booking; not wheelchair accessible for disabled people, however, stroller is accessible; service animals are allowed; special laps for infants are provided.

When it comes to the trips in Uzbekistan, they have a sense of oriental culture which makes them more impressive and unforgettable. As an example of San Francisco, we have analyzed a natural landscape, Yosemite National Park, and a San Francisco city highlights in Alcatraz. Similarly, in Uzbekistan two tourist spots have been chosen for a natural tourist destination and city highlights which are a trip to Aydarkul and sightseeing places in Tashkent.

1. One-day trip to Aydarkul

In this trip, travelers are able to have plenty of lifelong experience in seeing the truest beauty of Aydarkul which is one of the most breathtaking places in Uzbekistan. Excursion costs 500 thousand sum which includes transport, three times food (national dishes like beshbarmak, manti and fish), snacks, portable tent with electricity, beds, toilets, bathrooms, restaurants and playgrounds.

Departure point: Farkhod Art Palace, Navoi City

Departure time: 8:00 AM

Return details: returns to original point

Excursion process: travelers start their trip in Navoi by taking a mini-bus which holds 16 people. They reach the tourist departure spot in an hour and can get arranged in the tents (otov in Uzbek). They will be provided with snacks before starting the trip. During the trip they can ride a camel, watch the sunset, participate in a folklore programme, play sports games, go fishing and self-

catering if they wish. The trip is full of adventures, especially, the end of it occurs by watching the sun setting in the horizon which gives travelers a sense of excitement and fulfillment.

2. One-day trip to magnificent Tashkent

In this trip excursionists can experience a wide range of adventures and taste the sense of cosmopolitan cities by visiting gorgeous places of Tashkent. The trip costs 90 dollars. The tour company contacts with all the customers a day before and the tour guide meets them at the hotel reception or any accommodation in Tashkent. The tour covers all the entrance fees and lunch. During the tour, tourists stop for lunch for tasting delicious Uzbek plov. For vegetarian customers the tour service can provide a special menu. This is a private tour that the tourists will fall in love with our beautiful capital city.

Departure point: Amir Temur Square, Tashkent.

Departure and return time: 10 AM and 5 PM.

Excursion process: the trip starts with meeting in front of the Huge statue of Amir Temur, soon it is followed by visiting Amir Temur Museum which contains valuable knowledge about the history of one of the most powerful empire in the world. The next point is Independence Square which is the main square of the country with administrative offices of the Cabinet and the Senate. Then the excursionists are likely to visit Charsu Bazar that is the heart of the old part of the city. There tourists can taste different kinds of freshest ingredients and local clothing. Also, they can continue the trip with a visit to old city nearby Charsu Bazar which symbolizes the true cultural elements of Uzbek nation. As they go along the narrow streets, they can be the witnesses of old mud huts, wooden ornamental gates, mouthwatering smell of freshly baked bread and the oldest fruit trees that have the real feature of Eastern historical culture.

By the way of conclusion, it is important to mention that the comparison of various touristic practices of San Francisco and Tashkent gives a good illustration of one-day trips with detailed information. As we have observed, we can obtain useful ways of techniques and services from foreign practice in order to improve the situation in local tourism industry. Since the adverse impact of the coronavirus has dramatically deteriorated the tourism sphere in most parts of the world, that is why the condition requires us to develop the tourism services with innovative initiatives which can attract both world and local travelers to get involved in trips and excursions. The city of Tashkent is well-suited to choose for comparison owing to its well-developed infrastructure and tourist-friendly atmosphere. Besides that this is an ideal area to book all the services online such as transportation, hotel booking, lunch, guided tours, entrance tickets for excursion points which is absolutely vital in the digital era.

Г. Шадиева - Самарканд Иқтисодий ва Сервис Институтининг профессори, и.ф.д.

М. Давронова - Самарканд Иқтисодий ва Сервис Институтининг магистри

ТУРИЗМДА РАҚОБАТ МУХИТИНИНГ ТАҲЛИЛИ

Аннотация: Мақолада туристик бозорни устувор йўналишлари бозорнинг ўзига хос хусусиятларини, миллий туризм рақобатдошлигига таъсир қилувчи омиллар, республикада туризмнинг рақобатбардошлигини ошириш каби масалалар кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: туристик бозор, кичик бизнес, маҳаллий яқка тартибдаги тадбиркорлар, туризм соҳасининг йирик корхоналари, халқаро ташувчилар, меҳмонхоналар, овқатланиш тармоқлари, миллий туризм, концепция, рақобатдош

Аннотация: В статье рассматриваются приоритеты туристического рынка, специфика рынка, факторы, влияющие на конкурентоспособность национального туризма, повышение конкурентоспособности туризма в стране.

Ключевые слова: рынок туризма, малый бизнес, местные индивидуальные предприниматели, крупные предприятия в сфере туризма, международные перевозчики, гостиницы, общественное питание, национальный туризм, концепция, конкурентоспособность.

Annotation: The article discusses the priorities of the tourism market, the specifics of the market, the factors affecting the competitiveness of national tourism, increasing the competitiveness of tourism in the country.

Keywords: tourism market, small business, local individual entrepreneurs, large enterprises in the field of tourism, international carriers, hotels, catering, national tourism, concept, competitive

Рақобатчилик назариясидаги асосий тушунчалардан бири рақобат афзалликлари ва ожиз томонлари тушунчасидир. Ушбу иқтисодий категорияларнинг моҳияти ва табиатини тушуниш туризмда рақобатбардошликни шакллантириш механизмининг очиқ беради. Назарий жиҳатдан бу иқтисодий категориялар М. Порткер, Н. Г. Агеева, Г. Л. Азоев, Л. Н.Сафиуллин, Н.З.Сафиуллин, Н.А.Савелева, А.Р.Челенков, П.А.Фатхутдинов, Б.Н.Наврўз-Зода, Н.С.Ибрагимов, А.А.Эштаев ва бошқаларнинг ишларида ўрганилган.

Н.Г.Агеева рақобат устунликлари тизимининг бир бутунликка бирлашган ва рақобат кучларининг енгишга қаратилган махсус элементларни ташкил этиш сифатида тушунади. Г.Л.Азоев, А.Р.Челенков рақобат афзалликлари иқтисодий кўрсаткичлар (кўшимча фойда, юқори рентабеллик, бозор улуши, савдо ҳажми) билан ўлчаниши мумкин корхонанинг иқтисодий, техник, ташкилий соҳаларда рақобатчилар устидан устунликда намоён бўлади, деб ҳисоблаган⁴¹. Н.А.Савельева кўриб

⁴¹ Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы,- Гос. ун-т упр., Национальный фонд под-готовки кадров. - М.: Новости, 2000

чиқилаётган вақт даврида муайян бозорда рақобатчилардан устунлик билан таъминлайдиган вақт динамикаси ёки экологик омилларга боғлиқ бўлган объектнинг (субъектнинг) ички хусусиятлари (динамик қобилиятлари) сифатида рақобат афзалликларини белгилайди. П.А.Фатхутдинов рақобат устунлигини субъектнинг ташқи ёки ички муҳитининг ўзига хос таркибий қисми (омили) сифатида белгилайди, унда рақобатчилардан устун туради⁴².

Рақобат устунликларини қуйидаги мезонлар асосида таснифлайди:

- тизимга нисбатан (ички ва ташқи);
- объектнинг афзаллик омилнинг мазмунига кўра (масалан, маҳсулот учун-маҳсулот сифати, нархи, истеъмол харажатлари, хизмат сифати);
- рақобат афзаллигининг келиб чиқиш соҳалари бўйича (табиий ва иқлимий, ижтимоий-сиёсий, технологик, маданий, иқтисодий);
- олинган якуний натижанинг кўринишига кўра (илмий, техник, иқтисодий, ижтимоий);
- рақобат устунлигига эга бўлиш усули ёки воситаларига қараб (мерос, таълим, янгиликларни жорий этиш, кўчириш);
- афзалликдан фойдаланиш жойи бўйича (иш жойи, ташкилот, саноат, минтақа, мамлакат, жаҳон ҳамжамияти);
- вақт давомийлиги бўйича афзалликлари (стратегик ва тактик).

А.Р.Сафиуллин рақобат афзаллиги ва рақобатбардошлиги бир-бири билан чамбарчас боғлиқ ва бир-бирини тўлдирувчи тушунчалар эканлигини таъкидлайди, уларнинг муҳим хусусиятлари рақобат афзалликлари рақобатнинг омил шарти бўлиб, рақобатбардошлик рақобат курашида эришилган муваффақият даражаси ҳисобланади.

Б.Н.Наврўз-Зода ва Н.С.Ибрагимов ўз монографияларида туризм рақобатбардошлигининг инновацион моделини таклиф қилмоқдалар. Рақобатбардошликнинг инновацион концепцияси қуйидаги бешта таркибий қисмлардан иборат бўлиши мумкин :

1) инновациялар билан боғлиқ бўлган ва иқтисодий ресурс сифатида инновацион тадбиркорлик шаклига эга бўлган ресурс кўринишидаги таркибий қисми;

2) инновацион товар сифатида инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳалар шаклига эга бўлган маҳсулот кўринишидаги таркибий қисми;

3) инновациялар асосида рақобатбардошликни оширувчи омил сифатида инновацион фирма шаклига эга бўлган функционал таркибий қисми;

⁴² Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. - 4-е изд. - СПб.: Питер, 2007

4) инновацияларни амалга жорий этиш ва оммалаштириши билан боғлиқ бўлган тижорат таркибий қисми;

5) тадбиркорлик субъектларининг даромад манбаи сифатидаги новаторлик фазилатига эга бўлган сармоядорлик таркибий қисми.

Шундай қилиб, туризм соҳасида инновацион тадбиркорликнинг вужудга келиши сари ҳамда рақобат назарияси ва инновациялар назарияси туташуш нуқтасида янги - "Туризм рақобатбардошлигининг инновацион модели" шаклланади.

Рақобат устунлиги - рақобат курашида рақобатбардошлик ва муваффақиятнинг ўсишига таъсир кўрсата оладиган, хўжалик юритувчи субъектларнинг рақобат хулқ-атворини белгилайдиган табақалаштирилган реал ёки потенциал омиллар мажмуи (ноёб бирикмаси). Рақобат афзалликлари ва ожиз томонлари табиатда нисбий (қиёсий) бўлиб, фақат бошқа шу каби объектлар билан таққослаш жараёнида рақобатбардошликни таҳлил қилишда кўрсатилади. Рақобат афзалликлари ва ожиз томонлари бир-бири билан чамбарчас боғлиқ ва шунинг учун алоҳида омиллар мажмуи сифатида эмас, балки ўзаро боғлиқ тизим сифатида ўрганилиши керак. Рақобат афзалликлари ва ожиз томонлари ички хусусиятлар (омиллар) туфайли ҳам, ташқи омиллар таъсири туфайли ҳам шаклланади.

Туризмдаги рақобат устунликлари рақобатчиларга қарши туриш имконини берувчи маълум имкониятларга эга бўлишда намоён бўлади, яъни кўриб чиқиладиган вақт давомида ҳар қандай параметр (омил) да рақобатчилардан устунлик.

Туризмда рақобат устунликларининг манбалари кўпинча ресурсларнинг чегараланганлиги (камёблиги)нинг асосий иқтисодий тамойили билан боғлиқ, бу ҳолда туристик ресурслар. Бироқ, ноёб сайёҳлик ресурсларига эга бўлишнинг ўзи ҳали ҳақиқий рақобат афзаллиги эмас. Масалан, Ўзбекистонда кўп миқдорда фойдаланилмаган туристик ресурслар одатда туризмни ривожлантириш учун потенциал имконият сифатида қаралади. Муаммо шундаки, туристик ресурслардан уларнинг келиб чиқиш (мавжудлик) жойларида фойдаланилади, туристларни ушбу туристик ресурслар жойлашган жойга етказиш керак ва тегишли туристик инфратузилманинг мавжудлиги талаб қилинади. Шундай қилиб, зарур инфратузилма мавжуд бўлса, ноёб туристик ресурсларнинг ҳақиқий рақобат устунлигига айланиши таъминланиши мумкин.

Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг энг муҳим омили стратегик рақобат устунликларини шакллантиришдир. Туризм ўзига хос фаолият соҳаси бўлиб, у рақобатбардош туристик маҳсулотни шакллантиришга бевосита таъсир этувчи иқтисодий ва ижтимоий жиҳатлар билан чамбарчас боғлиқдир. Туристик хизматлар кўрсатиш турист келадиган аниқ туристик манзилда амалга оширилади. Туристик

саёҳатни амалга ошириш жараёнида турист кўчаларида сайир қилганда маҳаллий аҳоли билан яқин алоқада бўлиб, давлат муассасаларига (ресторанларга) ташриф буюради, дўконлар, банклар, театрлар ва бошқалар).

Шундай қилиб, кириш ва ички туризмга йўналтирилган рақобатбардош туристик бозорни шакллантириш маҳаллий аҳолининг садоқати каби муҳим омилни шакллантириш орқали амалга ошириш таклиф этилади.

Рақобатли ресурслар - бозор қийматига эга бўлган моддий ва номоддий ресурслар мажмуи бўлиб, улардан рақобат устунлигини яратиш ва рақобат муваффақиятига эришиш учун фойдаланиш мумкин. Шундай қилиб, мақсадли истеъмолчилар эътиборини жалб қилишга ёрдам берадиган ҳар бир нарсани рақобат ресурси деб ҳисоблаш мумкин.

Z. O. Raximov– Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti, i.f.n.

A. Y. Talibova– Samarqand iqtisodiyot va servis instituti assistenti.

REAL SEKTOR SOHASINING TURIZM INDUSTRIYASI BILAN INTEGRATSIYALASHUV JARAYONIDA EKSKURSIYON TURIZM HUDUDLARNI RIVOJLANISHNING MUHIM OMILLI SIFATIDA

Annotatsiya: Maqolada mamlakatning mavjud madaniy-maʼrifiy turizm salohiyati asosida raqobatbardosh mahsulot yaratish uchun turistlarning turli toifalari manfaatlariga javob beradigan ekskursiya marshrutlari paketini shakllantirish zarurligi qarab chiqilgan. Shuningdek, ekskursant va ekskursiya tushunchalarining mazmun-mohiyati yoritib berildi.

Kalit soʻzlar: turizm va rekreatsiya salohiyati, aholining turli toifalari, ekskursant, ekskursiya.

Аннотация: В статье рассматривается необходимость создания пакета экскурсионных маршрутов, отвечающих интересам разных категорий туристов, с целью создания конкурентоспособного продукта на основе имеющегося культурно-познавательного туристического потенциала страны. Также была разъяснена суть понятий экскурсант и экскурсия.

Ключевые слова: туристско-рекреационный потенциал, разные категории населения, экскурсант, экскурсия.

Annotation: The article discusses the need to create a package of excursion routes that meet the interests of different categories of tourists in order to create a competitive product based on the existing cultural and educational tourism potential of the country. The essence of the concepts of excursion was also explained.

Keywords: tourism and recreation potential, different categories of population, excursion.

Oʻzbekiston juda katta turizm va rekreatsiya salohiyatiga ega, unda jami 8,2 ming madaniy meros obʼektlari mavjud, ulardan 209 tasi toʻrtta muzey shaharlar – Xiva shahridagi Ichan qalʼa, Buxoro shahrining tarixiy markazi,

Shahrisabz shahrining tarixiy markazi haqida Samarqand shahri hududida joylashgan bo‘lib, YUNESKO butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan⁴³.

Bu mahalliy aholining turli toifalari uchun ham, dunyoning turli mintaqalaridan kelgan xorijiy sayyohlar uchun ham eng xilma-xil mazmundagi ekskursiyalarni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar ochadi. Muhim jihat shundaki, ekskursiya turizmining ushbu resurslari hamma joyda taqsimlanadi, bu esa uni hamma joyda rivojlantirish imkonini beradi.

Mamlakatning mavjud madaniy-ma’rifiy turizm salohiyati asosida raqobatbardosh mahsulot yaratish uchun turistlarning turli toifalari (maktab o‘quvchilari, talabalar, kattalar, pensionerlar, xorijiy turistlar) manfaatlariga javob beradigan ekskursiya marshrutlari paketini shakllantirish zarur. Vazifa ekskursiya mahsulotini shakllantirishga tabaqalashtirilgan yondashuvda yotadi. Shu bilan birga, shuni hisobga olish kerakki, zamonaviy ekskursiyachining idroki passiv tafakkurga emas, balki faol ishtirok etishga qaratilgan. Shuning uchun har bir taklif etilayotgan ekskursiyada etnik urg‘u va haqiqiylik bo‘lishi kerak. Ekskursiyalarni ishlab chiqishda Belorussiyaning madaniy merosini talqin qilishga va ularni o‘tkazish amaliyotiga animatsiya elementlarini (ritsarlik turnirlari, marosim bayramlari va boshqalar) kiritishga katta e’tibor qaratish lozim. Bundan tashqari, siz marshrutni tanlashda to‘liq erkinlik va dasturni mobil o‘zgartirish imkoniyatiga ega bo‘lishingiz kerak (turistik bozorning ma’lum bir segmentiga e’tibor qaratish).

O‘zbekiston Respublikasi “Turizm to‘g‘risida”gi Qonunining 3-moddasida ekskursant tushunchasiga quyidagicha ta’rif berilgan. “Ekskursant – vaqtincha bo‘lish mamlakatida (joyida) tunab qolmasdan yigirma to‘rt soatdan oshmaydigan davrda sayohat qiluvchi jismoniy shaxs”⁴⁴.

Bu ta’rifdan kelib chiqqan holda ekskursiya tushunchasiga quyidagichi ta’rif berib o‘tamiz, Ekskursiya – vaqtincha bo‘lish mamlakatida (joyida) tunab qolmasdan yigirma to‘rt soatdan oshmaydigan davrda sayohat qilish.

Yangi ekskursiya marshrutlarini yaratishda shuni ham hisobga olish kerakki, zamonaviy davr madaniy hayotdagi yangi tendentsiyalarning rivojlanish davri bo‘lib, ilgari unutilgan nomlar, obidalar va voqealar qayta tiklanadi, tarixiy merosni baholashda yangi jihatlar ochiladi. Bu ekskursiya mavzusini, yangi ekskursiyalarni ishlab chiqish imkoniyatini kengaytiradi.

Mamlakatimizda ichki ekskursiya turizmini rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlari quyidagilar bo‘lishi mumkin:

⁴³ Mirziyoyev Sh.M. Yangi O‘zbekiston strategiyasi [Matn] / - Toshkent: “O‘zbekiston” Nashriyoti, 2021.- 464 b.

⁴⁴ O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni, 2019 yil 18 iyul O‘RQ-549-son.

- maktab o'quvchilari va talabalari uchun geografiya, tarix, biologiya, madaniyat, adabiyot va boshqalar bo'yicha o'quv rejasiga muvofiq o'quv jarayonining bir qismiga aylanadigan o'quv ekskursiyalari;

- maktab o'quvchilari va talabalari uchun ularni har tomonlama rivojlantirishga yo'naltirilgan sinfdan tashqari ekskursiyalar: intellektual, madaniy, ma'naviy va hissiy;

- aholining turli qatlamlari uchun mamlakatning etnik-madaniy hududlariga (Samarqand, Buxoro, Xiva, Farg'ona vodiysi va janubiy vodi), turli davrlardagi harbiy tadbirlar o'tkaziladigan joylarga, qasr va saroylarga, taniqli xalqlar bilan bog'liq joylarga tematik ekskursiyalar.

Ekskursiya turizmidan hududlarni rivojlantirishning muhim omili sifatida foydalanishning muhim sababi shundaki, uni rivojlantirish katta xarajatlarni talab qilmaydi. Birinchi marta siz hatto mamlakatning har bir viloyat markazida joylashgan oddiy infratuzilmaga ega bo'lishingiz mumkin. Shu bilan birga, hududlarning iqtisodiy rivojlanishi uchun yaxshi istiqbollar ochadi. Ular infratuzilmani bosqichma-bosqich rivojlantirish, ish o'rinlarini yaratish, iqtisodiyotning sayyohlar hayotini ta'minlovchi tarmoqlarini rivojlantirish (oziq-ovqat, transport va h.k.), mahalliy aholi farovonligining o'sishi va aholiga tushumlar orqali namoyon bo'ladi.

Shunday qilib, mamlakatimizning ekskursiya turizmini rivojlantirishga yo'naltirilganligi (turizmning asosiy turlaridan biri sifatida) bir qator hududlarda iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy yuksalish, moliyaviy daromadlar ulushini oshirish imkoniyatlaridan biriga aylanishi mumkin.

З.И. Саттарова - старший преподаватель Самаркандский институт экономики и сервиса

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЯПОНИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: Для Японии характерен высокий уровень организации внутреннего туризма. В статье представлены возможности и ограничения применения японского опыта организации внутреннего туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: внутренний туризм в Японии, зарубежный опыт, туристский продукт, пространственная дифференциации и мозаичность туристского продукта, префектура Шига.

Annotatsiya: Yaponiya ichki turizmni tashkil etishning yuqori darajasi bilan ajralib turadi. Maqolada O'zbekistonda ichki turizmni tashkil etishda Yaponiya tajribasini qo'llash imkoniyatlari va cheklovlari ko'rsatilgan.

Kalit so'zlar: Yaponiyada ichki turizm, xorijiy tajriba, turizm mahsuloti, turizm mahsulotining fazoviy farqlanishi va mozaik tabiati, Shiga prefekturasi.

Annotation: Japan is characterized by a high level of organization of domestic tourism. The article presents the possibilities and limitations of applying the Japanese experience in organizing domestic tourism in Uzbekistan

Key words: domestic tourism in Japan, foreign experience, tourism product, spatial differentiation and mosaic nature of the tourism product, Shiga Prefecture.

Проблемы внутреннего туризма активно обсуждаются научной общественностью. Из многочисленных проблем отечественной индустрии туризма выделим несколько: отсутствие положительного, отличительного от других мест, туристского имиджа территории, однообразие туристских предложений, слабое развитие альтернативных видов туризма и отсутствие поддержки со стороны региональных и местных органов власти.

Проблемы отечественного туризма побуждают обратиться к зарубежному опыту успешного развития внутреннего туризма. Его изучение и, что особо важно, применение с учетом специфики Узбекистана, представляется весьма важным для успешного развития отечественной индустрии туризма и гостеприимства.

Япония – особенная страна мира в плане туризма и рекреации. Не являясь лидером по международному туризму (страна не входит в двадцатку по международным туристским прибытиям), она характеризуется высоким уровнем развития внутреннего туризма и значительным потоком выездного туризма.

Япония является одной из самых успешных стран мира в сфере внутреннего туризма. При общей численности населения около 125,8 млн. человек, ежегодный поток внутреннего туризма в Японии в 2005–2019 гг. составлял свыше 300 млн. (на одного жителя в среднем приходилось более 2 поездок в год (здесь и далее рассчитано по данным официальной статистики Японии)). Высокие достижения во внутреннем туризме объясняются многими причинами. Большое значение сыграли особенности исторического развития страны, долгий период ее закрытости, когда, не имея возможности полноценно общаться с внешним миром, японцы научились ценить и наслаждаться тем, что у них есть на родине. Круглогодичному развитию внутреннего туризма способствуют благоприятные природно-климатические условия и наличие разнообразных природных и историко-культурных ресурсов для различных видов рекреационной деятельности. Среди социально-экономических факторов следует отметить относительно высокий уровень доходов населения, высокий уровень развития инфраструктуры туризма (особенно транспортной), высокую степень организации туристских поездок, разнообразие предлагаемых туристских услуг. Создавая тот или

иной туристский продукт, в Японии в первую очередь ориентируются на потребности местного населения, и лишь во вторую – на иностранных туристов.

Чаще всего внутренний туризм в Японии – это групповые (от 40 до 200 человек) поездки одного дня на экскурсионных автобусах в разные районы страны. В том или ином виде однодневные экскурсионные туры имеют место в других странах мира, но в Японии (в том числе из-за компактности территории) они чрезвычайно популярны. Такие групповые туры очень выгодны как туристским предприятиям, так и принимающим территориям.

С 1990-х гг. в Японии (аналогично другим развитым странам мира) все большей популярностью стали пользоваться альтернативные виды туризма. В отличие от других азиатских стран, рынок таких услуг в Японии рассчитан в основном на японских, а не иностранных туристов.

Для более детального изучения особенностей внутреннего туризма были проведены исследования в префектуре Шига, расположенной в центральной части острова Хонсю. Префектура слабо вовлечена в международный туризм, удельный вес иностранных туристов в общем рекреационном потоке составляет всего 0,0026 (средний по Японии – 0,019). Несмотря на это, из-за расположения на территории префектуры озера Бивы, самого большого по площади водного зеркала (674 кв. км) пресноводного озера Японии, регион является популярным местом внутреннего туризма.

Годовой рекреационный поток в префектуре Шига составляет свыше 40 млн. человек. Рекреационные ресурсы территории используются населением самой префектуры (60 % общего рекреационного потока) и близлежащих префектур как Киото и Осака. Здесь, как и в других префектурах Японии, однодневные поездки преобладают и составляют свыше 90 % от общего числа прибытий.

Исследованиями выявлены четыре пика в количестве прибытий: январь – месяц посещения японцами синтоистских храмов, май – благоприятные погодные условия для туризма и «золотая» неделя национальных праздников; август – каникулярный период и благоприятные условия для пляжного и водно-спортивного туризма, а также ноябрь – благоприятные погодные условия и период когда листья деревьев, особенно кленов, меняют цвет. Несмотря на различия в туристских прибытиях по месяцам, сезонность в туризме (большая проблема для Республики Узбекистан и других туристских регионов мира), слабо выражена: на лето приходится 27 % общего годового рекреационного потока, весну и осень по 26 % и зиму – 21 %. Слабовыраженная сезонность является не только результатом благоприятных природно-климатических условий, но и следствием

направленных на ее смягчение мер (организационных и экономических), проводимых правительством префектуры, муниципальными округами и бизнесом. Таковыми являются проведение фестивалей в межсезонье, сезонная изменчивость туристских предложений и др.

В отличие от Узбекистана и других стран и регионов мира, туристский продукт исследуемой префектуры (как и других в Японии) характеризуется зрелостью, пространственной дифференциацией и мозаичностью. Пространственная дифференциация туристского продукта проявляется в том, что каждый муниципальный округ и даже отдельный населенный пункт представляет свой, отличный от других, турпродукт. Мозаичность и разнообразие туристско-рекреационных предложений стимулирует поездки внутри префектуры и является причиной высоких показателей туристских прибытий.

Зрелость туристского продукта префектуры проявляется в том, что на протяжении многих десятилетий, особенно в послевоенный период, он эволюционировал от простых форм отдыха на побережье до все более разнообразных. В настоящее время на сравнительно небольшой территории префектуры можно наблюдать почти все виды массового отдыха и туризма (пляжный, культурно- и природно-познавательный, событийный, спортивный, рыболовный и др.) и альтернативные как экотуризм, сельский, зеленый и агротуризм.

Пространственные исследования агротуризма в префектуре Шига позволили выделить несколько основных типов объектов агротуризма :

- объекты, расположенные на рисовых и овощных полях, где люди (обычно горожане) арендуют землю и сами или с помощью местных фермеров выращивают экологически чистые рис или овощи для опыта и удовольствия;
- агросадки (pick-your-own farms), где население получает удовольствие от сбора собственными руками ягод, фруктов и орехов;
- места прямой продажи фермерами собственной сельскохозяйственной продукции потребителям, дающие туристам возможность насладиться широким спектром местной сельскохозяйственной продукции;
- расположенные на сельскохозяйственных полях объекты, где общественность (обычно школьники или студенты) получает от местных фермеров знания и опыт экологически безопасной сельскохозяйственной деятельности;
- агропарки с различными развлечениями.

В префектуре Шига агротуризм рассматривается не только как туристский бизнес, но и как способ поддержать экологически безопасное сельское хозяйство местных сообществ и, таким образом, способствовать уменьшению загрязнения озера Бива.

Опыт организации туризма в Японии трудно применить в регионах РУЗ из-за природно-климатических, социально-экономических и культурно- исторических различий двух стран. Тем не менее, некоторый японский опыт следует учесть при организации туризма в Узбекистане.

В настоящее время регионы РУЗ и отдельные населенные пункты предлагают однообразный туристский продукт. Это касается и кухни, и сувенирной продукции. Такое состояние ограничивает поездки внутри регионов. Для более успешного развития внутреннего туризма территории должны двигаться в направлении от однообразия туристского продукта к его сезонной и пространственной дифференциации и мозаичности.

В Японии средствами массовой информации создается положительный имидж региона и его отдельных локальных территорий для привлечения туристов. В Узбекистане население слабо информировано о природном и культурно-историческом рекреационном потенциале регионов и отдельных населенных пунктов . Местные органы власти, СМИ, предприниматели и местное население должны вместе работать над созданием положительного, отличительного от других мест, имиджа своей территории. Это, несомненно, способствует усилению интереса к территории и стимулирует туристские поездки. Учитывая опыт Японии, можно рекомендовать туристскому бизнесу в Узбекистане сфокусироваться на однодневных групповых экскурсионных программах, выгодных как туристскому бизнесу, так и принимающим регионам и их локальным территориям.

Несмотря на имеющийся в Узбекистане потенциал, развитие альтернативных видов туризма пока еще находится в зачаточном состоянии. Такие виды туризма требуют поддержки региональных и местных органов власти, а они в свою очередь должны осознавать, что альтернативные виды туризма наряду с экономическими выгодами способны решать социальные и экологические проблемы.

Региональные и муниципальные органы власти Японии учитывают результаты научных исследований при организации туристско-рекреационной деятельности. В Узбекистане роль науки в развитии внутреннего туризма на уровне регионов и населенных пунктов не велика. Учитывая зарубежный опыт успешного развития внутреннего туризма, роль науки должна быть основополагающей в принятии региональными и местными органами власти решений относительно развития туризма.

Несмотря на социальную, культурную и экономическую значимость внутреннего туризма для развития Узбекистана и ее отдельных территорий, данная индустрия сталкивается с большими проблемами в ее поступательном развитии. Успешный опыт зарубежных стран дает возможность по-новому взглянуть на проблемы отечественного туризма и

гостеприимства и предложить направления способные сделать Узбекистан более успешной в этой сфере.

Используя опыт Японии, можно предположить, что создание туристскими предприятиями совместно с принимающими регионами пространственно-дифференцированного и изменчивого по сезонам туристского продукта, а также формирование положительного, отличного от других, туристского имиджа территории способствует росту поездок с туристскими целями внутри страны.

Учитывая мировой опыт, можно утверждать, что достижения индустрии туризма и гостеприимства в Узбекистане во многом зависят от того, как тесно будут взаимодействовать местные и региональные органы власти, бизнес и научное сообщество в направлении поиска путей успешного развития внутреннего туризма.

IV ШЎЪБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА БОШҚАРУВ УСУЛЛАРИ ВА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ”

М.Т.Алимова – Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институтининг профессори

ЖАНУБИЙ КОРЕЯ МИЛЛИЙ ИННОВАЦИОН ТИЗИМИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: Мақолада мамлакатда инновацион фаолиятни тартибга солиш тажрибаси Жанубий Корея миллий инновацион тизими таркибий тузилмасини таҳлил қилиш асосида тадқиқ этилган.

Калит сўзлар: бизнес инкубатор, инновацион кластер, миллий инновацион тизим, технопарклар ассоциацияси, илмий тадқиқот институтлари, университетлар.

Annotation: The article examines the experience of regulating innovation activities in the country based on the analysis of the structure of the national innovation system of South Korea.

Keywords: business incubator, innovation cluster, national innovation system, technology parks association, research institutes, universities.

Аннотация: В статье рассматривается опыт регулирования инновационной деятельности в стране на основе анализа структуры национальной инновационной системы Южной Кореи.

Ключевые слова: бизнес-инкубатор, инновационный кластер, национальная инновационная система, ассоциация технопарков, научно-исследовательские институты, вузы.

Жанубий Корея табиий ресурслари чекланган давлат ҳисобланади. XX асрда Япония мустамлакачилиги, Корея уруши замонавий тарихдаги унинг ривожланишини сезиларли даражада секинлаштирди. Шунга карамай, Корея сўнгги 40 йил ичида юқори иқтисодий ўсишга эришди. 1962 йилдан 1994 йилгача йиллик реал ЯИМ ўсиши ўртача 7 фоизга ошди. 1997 йилдаги Осиё иқтисодий инқирозидан сўнг фан ва техниканинг жадал ривожланиши қайд этилди. Жанубий Корея қатор технологиялар бўйича дунёда етакчи ўринни эгаллайди (биринчи ўрин - Интернетга кенг полосали юқори тезликда уланиш учун ахборот-техник инфратузилмани ривожлантириш бўйича, саккизинчи ўрин - технологик рақобатбардошликни ривожлантириш бўйича). минтақавий иқтисодиёт инфратузилмаси).

Жанубий Корея бундай муваффақиятларга самарали ташкил қилинган миллий инновацион тизими туфайли эришди, бунда хусусий компаниялар ва давлат томонидан молиялаштириладиган илмий-тадқиқот институтлари ҳал қилувчи рол ўйнаб, мамлакат иқтисодий ривожланишига катта ҳисса қўшган

Ҳозирги вақтда Жанубий Кореяда илм-фан ва технология тармоқ билан бирлаштирилган кўплаб ўзаро боғлиқ қатор кластерларга бирлаштирган инновацион тизим контекстида кўриб чиқилмоқда (1-расм). Бундай шароитда илмий тадқиқот натижаларидан фойдаланиш учун технологиялар трансфери, венчур капитали, банк сектори, бошқарув ва консалтинг компаниялари, тадбиркорлар соҳасида имкон қадар кўпроқ иштирокчилар керак бўлади.

Жанубий Корея инновацион кластерларининг асосий элементи – билимлар ишлаб чиқарувчи ташкилотлар, молиявий ва инсон ресурслари ҳисобланади. Бунда фаолиятнинг асосий турлари билимларни яратиш, уларни узатиш ва бозорда фойдаланишга қаратилади. Ушбу мақсадга эришиш учун инновацион жараённинг барча иштирокчилари бозорда ўзаро ҳамкорлик қиладилар, билим, молиявий ва инсон ресурсларини ўзарор алмашадилар.

Бугунги кунда Корея университетлари томонидан амалга ошириладиган функциялар анъанавий фаолият билан чекланиб қолмайди, улар биринчи навбатда талабалар ўртасида билимларни тарқатишдан иборат. Уларнинг аксарияти тижоратлаштириш, инновацион бизнесни жадал ривожлантириш билан шуғулланади. Бу борада кўплаб илмий-тадқиқот институтлари ҳам фаоллик кўрсатади. Ушбу тенденцияларнинг ривожланиши илмий-тадқиқот ишлари натижаларини тижоратлаштириш жараёнларига қўшилган турли молиявий ташкилотлар ва консалтинг компанияларида қизиқиш уйғотди.



1-расм. Жанубий Кореянинг миллий инновацион тизими

Бугунги кунда Жанубий Кореяда илм-фанга сарфланадиган харажатлар ҳам, уларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши ҳам доимий равишда ошиб бормоқда ва кўплаб ривожланган мамлакатлардаги кўрсаткичлардан сезиларли даражада ошиб бормоқда. Илмий фаолият билан шуғулланувчилар сонининг доимий равишда ўсиб бориши билан патентлар сони ҳам ортиб бормоқда, улар сони бўйича Жанубий Корея ҳозирда дунёда биринчи ўринда туради. Бундан ташқари, юқори технологияли маҳсулотлар экспортининг улуши импорт улушидан юқоридир.

Миллий инновацион тизимини яратиш ва ривожлантиришда Жанубий Корея қатор миллий тадқиқот дастурларини амалга оширди. Биринчи дастур 1982 йилда Фан ва технологиялар вазирлиги ташаббуси билан ишга туширилган бўлиб, технологик имкониятлар ва рақобатбардошликни оширишга қаратилган. Дастурнинг ҳаётга татбиқ этилиши мамлакат иқтисодий ўсиши ва турмуш сифатини оширишга катта ҳисса қўшди.

Корея инкубаторлари фаолияти 1991 йилда бошланган ва Корея Технология институти ташаббуси билан бошланган эди. Биринчи хусусий инкубатор 1993 йилда ташкил этилган. Аксарият инкубаторлар ҳукумат ташаббуси билан ташкил этилган ва 1997 йилдаги инқирозга қарамай, улар минтақавий иқтисодиётларнинг тикланишига ва умуман миллий инновацион тизимнинг ривожланишига ҳисса қўшган. Келгусида ҳудудий саноат ва технологияларни ривожлантириш ҳамда минтақа иқтисодиётини муваффақиятли тиклаш мақсадида инновацион жараёнларни амалда бошқариш органи сифатида Корея технопарклар уюшмаси ташкил этилди. Ўша пайтдаги асосий дастурлар:

- 1) юқори технологияларга асосланган бошланғич компаниялар учун инфратузилмани қуриш дастурлари;
- 2) лаборатория бошланғич компаниялари учун махсус дастурлар;
- 3) ғояларни ривожлантириш дастурлари;
- 4) технологияга асосланган тадбиркорликни ривожлантириш бўйича келажакдаги дастурлар.

Фундаментал тадқиқотларнинг бош ҳомийси тадқиқот фонди ҳисобланади. Университетларда тадқиқотларни рағбатлантириш учун ҳукумат тадқиқот, муҳандислик ва тадқиқот билан биргаликда тадқиқот олиб бориши мумкин бўлган тадқиқот гуруҳларини белгилайди. Тадқиқот ва минтақавий илмий марказлар. Бундай гуруҳлар ҳар уч йилда бир марта ўтказиладиган тадқиқот натижаларини оралик баҳолашдан ўтиш шarti билан тўққиз йил давомида давлат томонидан молиялаштирилади. Бугунги кунда илмий-тадқиқот марказлари томонидан амалга оширилаётган 43 лойиҳа, муҳандислик илмий марказлари томонидан амалга оширилаётган 57 лойиҳа, ҳудудий илмий марказлар томонидан амалга оширилаётган 54 лойиҳа молиялаштирилмоқда.

З.И.Усманова- Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти доценти, PhD

МАРКЕТИНГ – МЕҲМОНХОНАЛАРДА ХИЗМАТЛАР БИЛАН БОҒЛИҚ МАСАЛАЛАРНИ ҲАЛ ЭТИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ ЁНДАШУВИ СИФАТИДА

Аннотация Maqolada marketing kontseptsiyasining xususiyatlari ochib berilgan: kompaniya iste'molchining barcha ehtiyojlari va talablarini qondirish uchun chora-tadbirlarni amalga oshirishga qaratilgan sa'y-harakatlarni yo'naltiradi va kelishilgan holda, uning qo'llab-quvvatlashi evaziga iste'molchining qoniqish holati va imtiyozlarini yaratadi.

Kalit so'zlar: marketing tushunchalari, turizm talabi, globallashuv, innovatsiyalar, marketing kommunikatsiyalari, mehmonxona zanjirlari

Аннотация: Статья раскрывает особенности концепции маркетинга: предприятие направляет усилия на реализацию мер, позволяющих удовлетворить все нужды и требования потребителя и, по согласованию, создает состояние удовлетворенности потребителя и выгоды в обмен на его поддержку.

Ключевые слова: маркетинговые концепции, туристический спрос, глобализация, инновация, маркетинговые коммуникации, гостиничные цепи

Annotation: The article reveals the essence of the concept of marketing: the enterprise directs efforts to implement measures to satisfy all the needs and requirements of the consumer and, as agreed, creates a state of consumer satisfaction and benefits in exchange for his support.

Keywords: marketing concepts, tourism demand, globalization, innovation, marketing communications, hotel chains

Ўтган минг йилликнинг охирида таниқли иқтисодчи олимлар Ф. Котлер ва Г.Армстронг бозорнинг тўрт асосий муаммосини ажратиб кўрсатишган эди, яъни булар янги мижозлар, янги танлов, янги типдаги ташкилотлар ва техника тараққиёти. Ушбу барча соҳалар учун умумий ҳисобланган муаммолар туризм ва меҳмонхона хўжалиги бозорига ҳам хосдир. Уларни алоҳида кўриб чиқиш фойдадан ҳоли эмас.

1. Янги мижозлар. Мижозларнинг талаби йилдан-йилга ортиб бориши табиий. Шу боис, улар туризм ва меҳмондўстликка нисбатан янада юқори сифат талабларини қўйишмоқда. Сервис нуқтаи назаридан стандарт бўйича сифати паст маҳсулот ва хизматларни харид қилишмайди. Замонавий истеъмолчилар ҳар томонлама билимдон бўлиши билан бирга ўз кадр-қимматларини яхши билишади.

Маркетинг коммуникациялари кенг жорий қилинганлиги туфайли, истеъмолчилар маҳсулот ва хизматларни сотиш стратегияси ҳамда силжитиш усулларида яхши хабардор. Улар учун брендлар орасидан маъқулини танлаш имконияти мавжуд. Харидорнинг бозорга нисбатан талабчанлигини ҳисобга оладиган бўлсак, улар ўз ҳуқуқлари борасида ҳам тўлиқ ахборотга эгадирлар. Туризм бозорида истеъмолчилар хоҳиш ва истакларининг глобаллашуви жараёни рўй бермоқда. Бу жараён, айниқса,

спорт ва бошқа кўнгилочар соҳаларда яққол намоён бўлаётир. Мусиқа, санъат, архитектура, мода, дизайн соҳасида яратилган умумбашарий бойликлар ҳам туризмда глобаллашув жараёнининг тезлашувига таъсир кўрсатмоқда. Шу билан бирга, дунё миқёсида олиб қарайдиган бўлсак, туризмдаги ушбу масалаларда ўзига хосликлар мавжуд.

2. *Янги танлов.* Глобаллашув шароитида рақобат муҳити тез ўзгаради. Ҳозирги шароитда истеъмолчилар товар ва хизматларга оид, яъни уларнинг жойлашган ўрни, ҳаракат йўналиши, бренди тўғрисида ва бошқа ахборотларга эгалик қилишда кенг имкониятга эга. Бу бизнесни бозорлар глобаллашган йўналишларга йўналтириш имконини яратади. Глобаллашувнинг яна афзаллиги – янги бозорларга чиқиш учун йўл очилади. Глобал бозорларга чиқиш учун бундай имкониятларнинг пайдо бўлиши, рақобатдаги тўсиқларнинг заифлашуви туризм ва меҳмонхона хўжалиги соҳасидаги брендларнинг байналминаллашувини тезлаштиради

3. *Янги типдаги ташкилотлар.* Ҳар қандай компания ўз бизнес-моделларини ўзгартириб боради. Янги типдаги ташкилотлар бозорнинг ўзгарувчан шароитига мослашувчан ва тезкор тарзда жавоб берган ҳолда ўз фаолиятини миждознинг эҳтиёжини қондиришга йўналтира олишлари керак.

Бу ўзгаришлар туризм маркетинги соҳасида аутсорсинг ва ҳамкорлик даражасининг ўсишига, турли альянсларнинг пайдо бўлишига олиб келди. Ушбу ҳолатлар, айниқса, меҳмондўстлик саноати ва франчайзинг учун жуда аҳамиятлидир. Франчайзинг меҳмонхона ва ресторанлар учун истиқболли бўлмаса-да, бироқ миждозлар учун юқори истеъмол қийматига эга бўлган турмаҳсулот занжирини яратишнинг аҳамияти ортиб бормоқда. Қўшилган қийматли занжир миждозларга турмаҳсулотни таклиф қилувчи ташкилотнинг асосий ва қўшимча хизматлар бўйича фаолият турларидан ташкил топади. Демак, туризм ва меҳмонхона хўжалиги соҳаси ташкилотлари қиймат ва сифат масалаларига асосий эътиборни қаратишлари талаб қилинади.

4. *Техника тараққиёти.* Ҳозирги пайтда технология ютуқлари ҳаётнинг барча соҳаларига ўз таъсирини кўрсатмоқда. Айниқса, у ташкилотларнинг истеъмолчилар хоҳиш-истакларини олдиндан билиши ва фаолиятни шунга йўналтира олиш хусусиятини эгаллапти. Технологиялар туристик ташкилотларга янги турмаҳсулотни яратиш, ишлаб чиқариш, маҳсулотни истеъмолчига етказиб бериш, хизмат кўрсатиш тизимлари ва жараёнларини такомиллаштириш имкониятини яратади. Ахборот коммуникация технологиялари (АКТ)нинг туризм бозорига кенг жорий этилиши ёш авлод томонидан турмаҳсулот ва хизматларни танлаш ҳамда истеъмол қилиш жараёнларида мустақил қарор қабул қилиш имкониятини оширди. Бизнес муҳитдаги структуравий ўзгаришлар асосан глобаллашув

жараёнлари билан боғлиқ. Ушбу контекст учун алоҳида муҳим ҳисобланадиган глобаллашувнинг қуйидаги уч асосий хусусияти мавжуд:

1. Мамлакатлар ва миллий иқтисодиётлар ўртасидаги капитал оқими.
2. Миллий иқтисодиёт бўйлаб АКТ оқими.
3. Мамлакатлар ва ҳудудлар ўртасида маданиятлар алмашуви оқими.

Глобал савдодаги бу жиҳатлар туризм ва меҳмонхона хўжалиги соҳасига бевосита алоқадор, чунки бу соҳа фаолиятининг асоси ва самараси капитал, маданият ва ахборотлар алмашувида боғлиқ.

Маркетинг концепцияси янада замонавий бўлган бизнес назарияси ҳисобланиб, яқин вақтдан бошлаб, кўпгина компаниялар ўртасидаги меҳмондўстлик саноатида тез суръатлар билан қўлланилмоқда. Улар ичидан “Фоур Сeасонс Хотелс”, “Марриотт и МсДоналд'с” компаниялари мисолида маркетинг концепцияси яққол намоён бўлади. Мазкур концепцияда тасдиқланишича, корхонанинг ўз режасига эришиши мақсадли бозорнинг эҳтиёж ва истаклари қанчалик аниқ белгиланганига, рақобатчиларга таққослаганда унинг эҳтиёжлари не чоғли муваффақиятли қондирилганига боғлиқ бўлади.

Маркетинг концепциясини кўп ҳолларда сотиш концепцияси билан чалкаштиришади. Сотиш концепцияси корхонанинг ички фаолият кўрсатиш жараёнини ифодалайди, яъни у мавжуд товарлардан келиб чиқиб, компанияни фойда билан таъминлаш борасида сотишдаги фаол рағбатлантиришни кўзда тутаяди. Аксинча, маркетинг концепцияси корхонанинг ташқи муҳитига йўналтирилган жараённи ифодалайди. У бозор эҳтиёжлари ва компания йўналтираётган харидорларнинг хоҳиш ҳамда истакларидан келиб чиқади. Бу шуни билдирадики, биринчидан, мазкур концепция олдиндан мавжуд бўлган ва тўлиқ шаклланган бозордан келиб чиқиб, аниқ харидорларнинг талаб ҳамда эҳтиёжларига эътибор қаратади. Иккинчидан, мазкур маркетинг фаолияти мос равишдаги ташкилотлар орқали мувофиқлаштирилади. Учинчидан эса, маркетинг фаолияти мазкур ташкилотларнинг мақсадга эришишига йўналтирилган бўлади.

Шундай қилиб, маркетинг концепциясининг моҳиятини қуйидагича ифодалаш мумкин: компания харидорнинг ҳамма зарурият ва эҳтиёжларини қондиришга имкон берадиган тадбирларни қўллаш учун ҳаракатларни йўналтиради ва мувофиқлаштирган ҳолда харидорда қониқиш ҳолатини юзага келтириб, уни қўллаб-қувватлаш эвазига фойда олади.

Р. М. Гайбуллаев - Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институти
профессори в.б., и.ф.д.

МАРКАЗИЙ ОСИЁ ДАВЛАТЛАРИДА ИСЛОМИЙ БАНК ХИЗМАТЛАРИНИ ЖОРИЙ ЭТИШГА ВА УНИ РИВОЖЛАНТИРИШГА ҚАРАТИЛГАН САЪЙ-ҲАРАКАТЛАР

Аннотация: Мақолада Марказий Осиё давлатларида исломий молиявий хизматларига бўлаётган қизиқишлар ва унинг ўзига хос хусусиятлари ўрганиб чиқилган. Ислом банк амалиётининг мамлакатлар бозорларидаги муаффақиятлари ва уларнинг анъанавий банк хизматларидан қатор устунлик даражалари ва бугунги кунда жаҳондаги исломий молияга қизиқиш ва фойдаланишнинг амалиётидан келиб чиқиб, Марказий Осиёнинг бир қатор давлатларида таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: Марказий Осиё давлатлари; ислом банклари; исломий молия хизматлари; анъанавий банклар; фоизсиз тўловлар.

Аннотация: В статье рассматривается интерес к исламским финансовым услугам в Центральной Азии и его особенности. Успех исламских банковских практик на внутренних рынках и уровень их превосходства над традиционными банковскими услугами, а также практика процентных ставок и использования исламских финансов в современном мире были проанализированы в ряде стран Центральной Азии.

Ключевые слова: страны Центральной Азии; исламские банки; исламские финансовые услуги; традиционные банки; беспроцентные платежи.

Annotation: The article examines the interest in Islamic financial services in Central Asia and its specific features. The success of Islamic banking practices in domestic markets and their levels of superiority over traditional banking services and the practice of interest and use of Islamic finance in the world today have been analyzed in a number of Central Asian countries.

Keywords: Central Asian countries; Islamic banks; Islamic financial services; traditional banks; interest-free payments.

Исломий молиявий воситаларга бўлган талаб ислом мамлакатлари билан ҳамкорлик қилиш учун қўшимча туртки яратади ва дунёнинг кўплаб мамлакатларида молиялаштиришнинг ушбу турига қизиқиш ўйғотади. Марказий Осиё мамлакатлари ҳам ушбу моделни фаол қўллашга киришдилар. Шу ўринда таъкидлашимиз жоизки, республикамиз ён қўшниси, яъни, Қозоғистон Республикаси Марказий Осиё мамлакатлари ичида биринчилардан бўлиб исломий банк хизматларини ўз банк тизимида муқобил тарзда фаол синовдан ўтказмоқда. Бу ўринда Қозоғистон Республикасининг (молиявий инновациялар борасида Марказий Осиё мамлакатлари ичида анчагина илғор) 2009 йилда "Банклар ва банк фаолияти тўғрисида"ги қонунига Ислом банклари тўғрисидаги алоҳида боб киритилган эди ва шу билан бирга мамлакатда Ал-Ҳилол Ислом банкининг шўъба ташкилоти иш бошлади. Кейинчалик бу жараёнга маҳаллий илдизларга эга бўлган "Заман-банк" ислом банки

қўшилди. 2011 йилда Қозоғистон Республикаси қонунчилигида исломий қимматли қоғозлар (сукук) тушунчаси мустақамланди. Ўтган 2021 йилда Қозоғистон 2025-йилгача ислом молиясини ривожлантиришнинг Бош режасини ишлаб чиқди. Яқинда Қозоғистон бозорига шариат стандартларига тўлиқ мос келадиган дунёдаги биринчи рақамли молиявий хизмат “Тайяб” кириб келгани маълум бўлди ва бу Ислам молиявий хизматлари ортида Қозоғистон Республикаси ислом молиясининг глобал марказларидан бирига айланиши мумкинлиги башорат қилинмоқда дейди “Тайяб” муассисларидан **Иван Каменский** [1].

Аммо, қатор иқтисодчи олимлар, жумладан тадқиқотчи Д. Хоггарт бундай ёндошишга сиёсий тус бериб, ислом банкинги мустамлакачиликдан кейинги миллий брендинг учун восита сифатида ишлатилганлигини тахмин қилади [2]. Унинг таъкидлашича, исломий молия Марказий Осиё давлатлари, хусусан Қозоғистон томонидан “мустамлакачиликдан кейинги капитализм шакли” деб аталадиган мавқега эришиш учун мустақил ташқи иқтисодий сиёсатни шакллантириш ҳаракатларининг бир кўриниши сифатида фойдаланилмоқда. Ва у Қозоғистон бу жараёнда етакчилик қилмоқда ва исломий молияни Ғарб, Россия ва Хитой ривожланиш моделларига муқобил деб ҳисоблайди деган фикрни илгари суради. Бошқа тадқиқотчи А.Ботоева ислом банкининг пайдо бўлишини соф иқтисодий реаллик ҳамда уни Марказий Осиёдаги муслмонларнинг исломий қадриятлари белгиламайди деб ҳисоблайди[3]. Бу билан, А.Ботоева диний қадриятларига кўра, Марказий Осиёнинг ислом молиясига табиий яқинлиги ҳақидаги тахминларни, шунингдек, минтақадаги ўзгаришларни тушунтирувчи бозор мантиқий далилларини шубҳа остига қўяди. Иккала тадқиқотчининг фикрича, Марказий Осиёда ислом молиясининг ривожланиши ва муваффақияти яқинда тартибдаги тадбиркорлар (Ботоева) ёки миллий сиёсат (Хоггарт) томонидан ҳар томонлама мослашиш стратегияларига боғлиқ.

Аммо, бизнинг фикримизча, бу масаланинг ечимида Марказий Осиёда ислом банкини ривожлантиришга қаратилган ҳар қандай саъй-ҳаракатлар, биринчи навбатда, молиявий сармоёда ислом тамойилларига амал қилиш муаммосига жавоб бериши керак. Марказий Осиё давлатлари муваффақиятли ислом бизнесининг келажаги учун қулай замин деб ҳисобланса ҳам, бундай ташаббуслар ўз мевасини беришидан олдин, исломий молиялаштиришнинг қатор қоидаларига, жумладан банкларда шариат кенгашларини яратиш каби тегишли меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар ва назорат амалиётларини ўтказишнинг ҳуқуқий асосларини яратиш амалга оширилиши керак. Шу билан бирга, минтақада ислом молияси ва унинг афзаллиги тўғрисидаги асосий фалсафий тизим ҳақида кенгрок тушунтиришлар бериш ҳали ҳам ривожланмаган.

Қозоғистондан кейин Марказий Осиёнинг бошқа давлати ҳам ислом банки фаолиятига қизиқиш билдирди. 2014-йилнинг май ойида Тожикистонда “Ислом банки фаолияти тўғрисида”ги қонун қабул қилинди ва роппа-роса бир йилдан сўнг биринчи ислом банки ишга тушгани эълон қилинди. 2018-йилда “Соҳибкорбанк” банки “Тавҳидбанк”га айлантирилди ва у Тожикистондаги биринчи исломий молия ташкилотига айланди.

Марказий Осиёнинг яна бир давлати, қўшни Қирғизистон Республикасининг амалдаги Фуқаролик кодексида ислом молиявий шартномаларига оид ҳуқуқий нормалар алоҳида боб (34-1-боб.Ислом тамойиллари асосида молиялаштириш) шаклида киритилган.

Марказий Осиёнинг қолган бошқа давлатларида ҳозирда ислом банк тизимини ривожлантириш масаласи кун тартибида турибди. Туркменистон Республикаси ва Ўзбекистон Республикаси ҳозирда ислом банклари фаолиятини қонунийлаштириш бўйича такомиллаштириш йўналишларини белгилаб олдилар [4].

Хўш, унда 2003 йилда Ислом тараққиёт банки аъзолигига қабул қилинган Ўзбекистон Республикасида ислом банки молиявий хизматларидан фойдаланиш қандай даражада? Аммо, ўрганишлар кўрсатадики, ИТБ аъзоси бўлсада мамлакатимизда исломий банк хизматлари амалиёти бугунга қадар умуман йўлга қўйилмаган. Бу борада, Ўзбекистонлик мустақил иқтисодий таҳлилчи Игорь Цой фикрича, “Исломий банк пул воситаларини қандай механизм асосида, қанақа шартларда беришини юртдошларимиз умуман билмайдилар дейиш мумкин. Биз ҳали Советлар замонидан "кредит фақат фоиз эвазига берилади" деган фикрга ўрганиб қолганмиз. Бу амалиёт Ўзбекистонда ҳали ҳам давом этаяпти. Шунинг учун ҳам аҳоли исломий банк ҳақида ахборотга эга эмас. Инсонлар ўзининг ҳаётида исломий банк тажрибасига дуч келмаганлар. У қандай банк эканини тушунтириб берадиган мақолалар йўқ. Исломий банк ҳақида тасаввур ҳосил қилиш имкониятини берадиган синов тариқасидаги муассаса ҳам йўқ. Исломий банкингнинг афзаллигини кўрсатиб берадиган лойиҳага қўл урилмаган”. Унинг фикрича, агар Ўзбекистонда исломий банкинг ривожланса, тадбиркорлик ҳам ривожланади, инфляция ҳам камаяди, иқтисодий ислохотлар ҳам жадаллашади [5].

Ўз ўрнида таъкидлаш жоизки, юртимиз фуқаролари ва тадбиркорларида ҳам фоизларсиз банк ва молиявий хизматларга бўлган қизиқиш жуда юқоридир. Аммо, бу қизиқишлар жуда тор аудиторияга эга эканлигини ҳам таъкидлаб ўтиш жоиз. Биз ҳам исломий банкнинг анъанавий банкдан асосий фарқи сифатида ислом молиявий хизматларида фоизнинг йўқлиги, яъни судхўрликнинг йўқлигини унинг энг афзалликларидан биридир деб биламиз.

L.T.Nazarova - Assistant of the Department of economics of Fergana Polytechnic Institute

ISSUES OF IMPROVING EFFECTIVE MANAGEMENT IN REAL SECTOR CHEMICAL INDUSTRY ENTERPRISES ARCHIVES-PROJECT TOPICS.

Annotatsiya: Ushbu maqolada real sektorning kimyo sanoati korxonalari faoliyati o'rganilgan. Kimyo sanoati korxonalarining iqtisodiy ko'rsatkichlarini o'stirishda samarali boshqaruv yondashuvlarining ahamiyati va uni tashkil etishda innovatsiyalar samaradorligini oshirish mezonlari keltirib o'tilgan.

Kalit so'zlar: eksport qiymati, raqobatbardoshlik, korporativ boshqaruv, diversifikatsiya qilish, innovatsion boshqarish, integral ko'rsatkich.

Аннотация: В данной статье изучена деятельность предприятий химической промышленности реального сектора. В ней перечисляются значение эффективных управленческих подходов в повышении экономических показателей предприятий химической промышленности и критерии повышения эффективности инновационной деятельности при ее организации.

Ключевые слова: стоимость экспорта, конкурентоспособность, корпоративное управление, диверсификация, инновационный менеджмент, интегральный показатель.

Annotation: In this article, the activities of enterprises of the chemical industry of the real sector are studied. The importance of effective management approaches in the cultivation of economic indicators of enterprises of the chemical industry and the criteria for increasing the efficiency of innovation in its organization has been mentioned.

Keywords: export value, competitiveness, corporate governance, diversification, innovation management, integrated performance.

At a time when the economy of our country is developing at a rapid pace, the role of the industrial sector is of great importance today. The innovative development of the industrial sector, the provision of machinery and technologies to the level that corresponds to the requirements of the world, the expansion of the production of export products in this area is one of the modern requirements. In ensuring the consistent and sustainable development of increasing product competitiveness in industrial enterprises, thorough and comprehensively based measures for the next period, important tasks and directions, the development and clear definition of economic development programs at different levels are a guarantee of success.

As a result of the intensive reforms carried out in our country, a number of positive results were achieved in terms of ensuring the production and competitiveness of industrial products. Chemical products developed specifically by enterprises of the chemical industry took the first place in 2020 year ammonium nitrate with a total export value of 44 231 US dollars (206 thousand tons).

Over the last 5 years, as a result of a decrease in resource and energy capacity, the production of chemical products in Uzbekistan, as well as an increase in the volume of exports, has been achieved. At the same time, there are

also a number of problems that have not yet found their solution, especially when it comes to export diversification and modernization of existing equipment. In this regard, ensuring the implementation of the decree of the president of the Republic of Uzbekistan “on measures for further reforming and financial recovery of chemical industry enterprises, development of production of high-additive chemical products” dated February 13, 2021, as well as financial and economic recovery of chemical industry enterprises and stabilization of their activities, modernization of current production, measures are being taken to determine the main directions of further development of the network by implementing investment projects aimed at restoring new capacities for the deep processing of hydrocarbon raw materials and mineral resources, as well as to expand the range of high-value-added chemical products produced.

In order to further develop the chemical industry, increase its investment attractiveness and increase the volume of attracting foreign direct investment to the diversification of the network, the program for the development of the chemical industry was adopted in 2019-2030, which provides for the implementation of 31 investment projects on the account of foreign direct investment and loans, as well as:

Together with” Uzbekneftegaz " JSC and with the participation of leading foreign companies, with the use of advanced technologies and modern innovative works, the restoration of new production for the production of polymer products, including polyethylene terephthalate (PET), polyvinyl chloride (PVC), synthetic rubber, polystyrene, polyurethane, polyol, acrylonitrile butadiene styrene (ABS) plastic, polyacrylonitrile (PAN) products;

- modernization of current production and kengaytirishga promotion of attracting direct investment by selling the assets of some enterprises of the network to local and foreign investors;
- Introduction of modern methods of corporate governance aimed at improving the organizational structure of JSC "Uzkimyosanoat" and increasing the independence and responsibility of the bodies of Public Administration;
- to increase the efficiency of the activities of chemical Network Enterprises and further improve their financial situation.

At the same time, the implementation of projects aimed at the rapid development and diversification of the chemical industry requires, first of all, to reduce the state share of enterprises in the account of the sale of public assets to private property, the introduction of modern methods of corporate governance, international standards of financial reporting, as well as effective measures to increase the

And the existing conditions of limited resources actuate the problem of forming an effective corporate governance system that focuses on innovative activities. By revitalizing the innovative activity of the Corporation, forming a holistic innovative system, which widely applies innovative business relations, it

becomes possible to ensure its competitiveness, maintain its advantages and further develop.

The strategic direction of corporate governance, focused on innovation, helps to introduce effective technologies, the use of modern ICs in various areas of business. At the same time, the introduction of Innovations makes it possible to use existing resources more rationally and, if necessary, update them.

For effective management purposes, it is recommended that the following criteria be used to evaluate the effectiveness of innovation:

- criteria for ensuring the minimum values of reduced costs;
- criteria based on the use of an integral indicator of the quality of innovation.

In order to achieve such indicators of financial and economic activity of the corporation attractive to investors, it is necessary to create rules that increase the efficiency of the internal control system (compliance with financial, legislative norms, professional skills of management personnel) and make commercial conclusions.

Ф. С.Гафурова - Доцент Ферганский политехнический институт

К ВОПРОСАМ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС ПРОЦЕССАМИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В данной статье обоснована объективная необходимость процессного подхода к управлению бизнес-процессами на промышленном предприятии в современных рыночных условиях. Система организации труда рассматривается как важнейший элемент бизнес-процессов на предприятии, имеющий свою структуру, входы и выходы, владельцев и инструменты. Раскрыты преимущества процессного управления бизнес-процессами организации труда, позволяющие обеспечить эффективность использования рабочей силы и устойчивую конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова : бизнес-процесс, конкурентоспособность, организация труда, предприятие, процессный подход, рабочая сила, структура.

Аннотация: ушбу мақолада замонавий бозор шароитларида саноат корхоналарининг бизнес фаолиятини бошқаришга тизимли ёндашувнинг объектив зарурияти асосланган. Бунда меҳнатни ташкил этиш бизнес жараёнининг муҳим элементи, яъни унинг бошқарувчиси ва унсури сифатида кўрилади. Меҳнатни ташкил этиш билан боғлиқ бизнес жараёнларини ишчи кучидан самарали фойдаланиш асосида рақобатбардошқили таъминлашга хизмат қилувчи тизимли бошқариш асосида шакллантириш афзалликлари очиқ берилган.

Таянч иборалари: бизнес жараён, рақобатбардошлик, меҳнатни ташкил этиш, корхона, тизимли ёндашув, ишчи кучи, тузилма.

Annotation. This article substantiates the objective necessity of a process approach to managing business processes at an industrial enterprise in modern market conditions. The labor organization system is considered as the most important element of business processes in an enterprise, which has its own structure, inputs and outputs, owners and tools. The advantages of process management of business processes of the organization of labor are

indicated, which make it possible to ensure the efficiency of the use of labor and the sustainable competitiveness of the enterprise.

Keywords: business process, productivity, labor organization, enterprise, process approach, workforce, structure.

В условиях нестабильности внешней среды и возрастающей конкуренции поиск эффективных методов управления производством для промышленных предприятий становится очевидной необходимостью.

Объективной реакцией современных организаций на динамику социально-экономических изменений является применение процессного подхода к управлению, ориентированного, в первую очередь на бизнес-процессы, как совокупность взаимосвязанных мероприятий, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителя.

Анализ деятельности промышленных предприятий Ферганской области показал, что предприятия, которые стремятся выстроить свою систему менеджмента качества согласно стандарту ISO 9001 имеют значительное конкурентное преимущество. Однако надо учесть, что разработать такую систему можно только при условии процессного подхода к управлению производством, который, в свою очередь, предусматривает моделирование и проектирование множества бизнес-процессов, классифицирующихся по различным признакам и сопровождающих деятельность промышленного предприятия. В данном контексте мы остановимся на рассмотрении организационных бизнес-процессах, а конкретнее, на системе организации труда, как основного элемента бизнес процесса предприятия в целом.

Организация труда рассматривается нами как система мер, позволяющая соединить в единый процесс производства орудия труда, предметы труда, технологии труда и обеспечить тем самым эффективное использование рабочей силы. Это дает нам право утверждать, что процесс организации труда выступает одним из важнейших элементов организации бизнес-процессов на предприятии.

Сущность процессного подхода к системе организации труда, на наш взгляд, состоит в том, что трудовая деятельность, включающая в себя такие элементы как «предмет труда», «средства труда», «технологии трудовой деятельности», «информации», «сам труд», должна осуществляться как постоянный процесс, а не как единовременные действия.

Структура бизнес-процесса организации труда, как и все бизнес-процессы имеет вход, выход, исполнителя (владельца) и ресурсы. Каждый из этих элементов бизнес-процесса имеет свои характеристики в зависимости от своей принадлежности и цели. Ниже мы предлагаем стартовую модель бизнес-процесса организации труда. (Рис. 1)

*Инструментами бизнес-процесса организации труда на промышленном предприятии являются:

- разделение и кооперация труда сущность которого состоит в научно обоснованном распределении сотрудников по трудовым функциям, машинам, рабочим местам объединенных в систему, соответствующую специфике производственного процесса;
- нормирование труда предусматривающее определение обоснованных норм затрат труда на производство продукции;
- проектирование трудовых процессов, рабочих мест и систем их обслуживания;
- оптимизация использования рабочего времени предусматривающая разработку режимов труда и отдыха;
- создание благоприятных санитарно-гигиенических, психологических и социальных условий труда;
- укрепление трудовой дисциплины и развитие творческой активности;
- подбор и развитие персонала

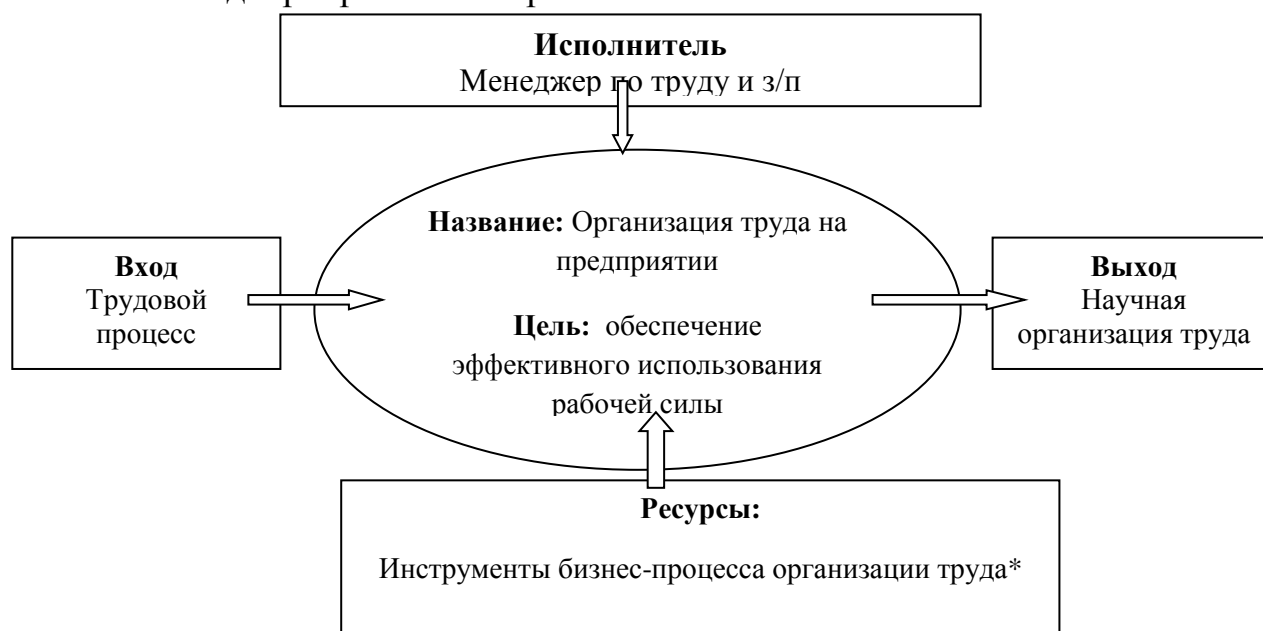


Рис.1 Стартовая модель бизнес-процесса организации труда

Вышеперечисленные инструменты бизнес-процесса организации труда показывают, что к нему относится весь комплекс управляющих воздействий, обеспечивающих эффективность труда и сохранение здоровья работающих.

Создание бизнес-процессов организации труда на промышленном предприятии предполагает обязательную структуризацию всего, что задействовано в ходе достижения цели обеспечения эффективности использования рабочей силы: ресурсов, технологий, сроков,

информационной составляющей, пространства и т. д. Для этого нужно осуществить следующие шаги:

- проанализировать текущие бизнес-процессы, разработать для каждого из них описание и модель существующего бизнес-процесса в формате «как есть»
- построить новую модель в формате «как должно быть».
- спроектировать обновленный бизнес-процесс;
- управлять и оптимизировать бизнес-процессы.

Полагаем, что процессный подход к проектированию и управлению бизнес-процессом организации труда позволит предприятию решить важные задачи научной организации труда, а именно:

- сократить время выполнения процесса за счет исключения операций по передачи информации по иерархии управления
- оценить эффективность функций выполняемых в рамках процесса с точки зрения эффективности процесса в целом.
- обеспечить согласованность результатов выполненных операций в рамках данного бизнес-процесса и общими результатами бизнес-процесса предприятия в целом
- выстроить эффективную систему мотивирования персонала, базирующуюся на поощрении работников в соответствии с результатами бизнес-процессов, а не от результатов отдельно выполняемых функций.

Также считаем, что указанные преимущества процессного подхода к проектированию бизнес процесса организации труда будут способствовать эффективному использованию рабочей силы и устойчивой конкурентоспособности предприятия на рынке товаров и услуг.

M.E.Erdonov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti assistenti

V.Suyunov Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi

REAL SEKTOR SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING TADQIQOTLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI

Аннотация: Ushbu maqolada muvaffaqiyatli marketing strategiyalari uchun eng yaxshi xalqaro tajribalar tasvirlangan. Xalqaro kompaniyalarning marketing strategiyalari natijalarini o'rganish xatolikka yo'l qo'ymaslik imkonini beradi. Sof ma'muriy boshqaruv samarasiz bo'lib qolganligi sababli, ijodiy fikrlaydigan menejerni jalb qilish bilan moslashuvchan boshqaruv talab qilinadi. To'g'ri marketing strategiyasini tanlash kompaniyaga bozorda o'z o'rnini egallashga yordam beradi.

Калит сўзлар: Raqobat, modernizatsiyalash, bozor, marketing, xizmatlar, axborot, diversifikatsiya, texnik va texnologik, eksport.

Аннотация: В этой статье описывается передовой международный опыт успешных маркетинговых стратегий. Изучение результатов маркетинговых стратегий международных компаний позволяет избежать ошибок. Поскольку чисто административное управление стало неэффективным, требуется гибкое управление с привлечением креативно мыслящего руководителя. Выбор правильной маркетинговой стратегии поможет компании закрепиться на рынке.

Ключевые слова: Конкуренция, модернизация, рынок, маркетинг, услуги, информация, диверсификация, технико-технологический, экспорт.

Annotation: This article describes best international practices for successful marketing strategies. Studying the results of marketing strategies of international companies allows you to avoid mistakes. As pure administrative management has become ineffective, flexible management with the involvement of a creative thinking manager is required. Choosing the right marketing strategy will help the company gain a foothold in the market.

Keywords: Competition, modernization, market, marketing, services, information, diversification, technical and technological, export.

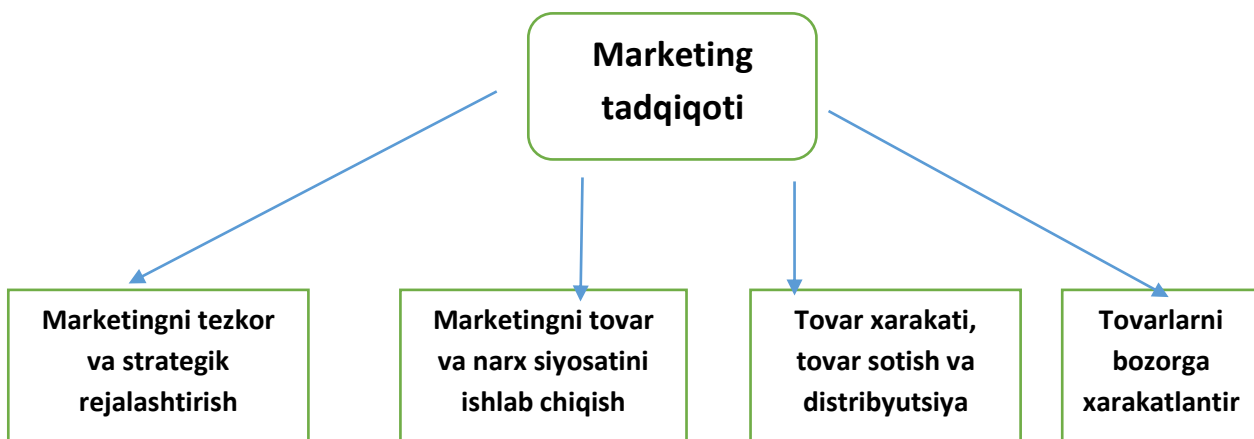
Raqobatbardosh yuqori sifatli iste'mol tavarlari va xizmatlarni ishlab chiqarishni ko'paytirish va turlarini kengaytirishni rag'batlantirish, ichki iste'mol bozorini ular bilan yanada to'liqroq boyitish, tayyor nooziq-ovqat va oziq-ovqat tavarlari ishlab chiqaruvchi yangi mahalliy korxonalarini tashkil etish hamda mavjudlarini modernizatsiyalash, texnik va texnologik jixatdan qayta jihozlash, buning asosida aholi bandligini ta'minlash, insonlarning daromadlari va farovonlik darajasini oshirish bugungi kunning talabi⁴⁵. Bu bozorni ravnaq topishi uchun, avvalo, Marketing faoliyatini to'g'ri yo'lga qo'yib, samarali boshqarish lozim. Ushbu faoliyat esa sotuvchi va xaridorlarni yuqori darajada tashkil etilgan servis asosida kutib olishga qaratilgan tadbirlar yig'indisidan iborat. Bu bozorda ko'rsatiladigan xizmatlardan foydalanish va mahsulotlarni xarid qilish aynan iste'mol bozorida marketing faoliyatining shakillanish va rivojlanish istiqbollari bilan bog'liq. Marketing tadqiqotlari (ingl. marketing research) deb axborot to'plash, uni izohlash, marketing xizmatlari va firma rahbariyati uchun ularning buyurtmalari bo'yicha bajariladigan baholash va bashorat hisob-kitoblariga aytiladi⁴⁶.

Iqtisodiyot tarmoqlarini diversifikatsiya va modernizatsiyalash, ishlab chiqarishni texnik va texnologik yangilash, ishlab chiqarish quvvatlarini rivojlantirgan holda eksport hajmini oshirishda zamonaviy korxonalar faoliyatini ustuvor rivojlanishini ta'minlash hamda bu sohada marketing faoliyatini takomillashtirish o'z yechimini kutayotgan bugungi kunning eng dolzarb

⁴⁵ Mirziyoyev SH.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq faravonligining garovi. 2016 yil 7 dekabr – T., 48 b.

⁴⁶ Naresh K. Malhotra. Imad B. Baalbaki. Marketing Research. 6th Edition. Arab World adaptation edition published by Pearson Education LTD. © 2013.

masalalardan biri hisoblanadi. Avvalambor, korxonalar faoliyatida birinchi navbatda “marketing tadqiqotlari” tushunchasini, uning nazariy va uslubiy ahamiyatini yanada ochib berish bilan uning korxonalarda tutgan rolini oshirish orqali korxonalar faoliyatida o‘z bozorini to‘laroq o‘rganishiga muhim zamin yaratadi. Lekin, bugungi kunda mamlakatimizdagi iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida faoliyat yuritayotgan korxonalarning iqtisodiyotdagi ulushini oshirish talab etiladi. Ularning imkoniyatlarini yanada kengaytirish, raqobatdosh yangi ishlab chiqarishni tashkil etish va yangi bozorlarga chiqish, ichki bozorga importning o‘rnini bosuvchi va eksport hajmini oshirishga xizmat qiluvchi tovarlar ishlab chiqarish talab etiladi.



Axborot-tahlili taminoti.

Marketing tadqiqoti yoki marketing axborot-tahliliy ta‘minoti marketing faoliyatining ajralmas bir qismidir. Axborot va uning tahlilini marketingdan ajratib bo‘lmaydi. Marketing tadqiqoti – marketing amaliy vositasidir.

Marketing tadqiqoti marketingning axborot ehtiyojlarini qondirishi ko‘zda tutilgan tadqiqotchilik faoliyati turini ifodalaydi. Barcha zamonaviy jahon amaliyoti mashhur amerikalik iqtisodchi P. Drukerning xulosasining to‘g‘riligini tasdiqlaydi: “Marketing bo‘yicha mutaxassisni ishlab chiqarish jarayonining oxirida emas, boshida qo‘yish va marketingni har bir bosqichiga integratsiyalash kerak. Biznes ... Marketing mahsulotni taqsimlash, sotish va xizmat ko‘rsatish kabi dizaynga, ishlab chiqarishni rejalashtirishga, iqtisodiy tahlilga ta‘sir ko‘rsatishi kerak”. Marketing nafaqat iqtisodiy bo‘linmalar faoliyatining bir qismiga aylandi, balki ko‘plab asosiy qoidalarni tubdan o‘zgartirish yoki modernizatsiya qilishni talab qildi. Bundan tashqari, marketingdan foydalanish zamonaviy boshqaruv nazariyalari yaqin vaqtgacha asos bo‘lgan va tashqi mantiqni topishga, qarorning mavhum modelini tuzishga intiladigan universal ratsionallik tamoyilining o‘rnini qayta ko‘rib chiqish zarurligini keltirib chiqardi. Bu menejment darajasida takrorlanadigan funktsiyalarni yo‘q qilish imkoniyatlarini qidirishni, sabab -oqibat munosabatlarining butun tizimini qurish istagini tushuntiradi, bu esa

kompaniyaning muvaffaqiyatini kafolatlaydigan boshqaruv tizimining eng oqilona ishlashi mexanizmini shakllantirishga imkon beradi. . Amaliyot shuni ko'rsatadiki, ratsionalizm⁴⁷ kompaniyaning muvaffaqiyatini kafolatlashdan yiroq, chunki u tashkilot, texnologiya va sotishdagi har qanday yangiliklarni amalda rad etadigan qattiq ko'chmas tizimni yaratishga olib keladi. Menejmentda maksimal ratsionallik statistikada eng samarali tizimni yaratish vositasidir tashqi muhit va firma ishlatadigan o'zgarimas texnologiyalar. Dinamika⁴⁸ sharoitida maksimal ratsionallik boshqaruv va ishlab chiqarishning ilmiy -texnik jarayon yutuqlari va faqat iqtisodiy sabablar tufayli tez o'zgarib borayotgan tendentsiyalarga moslashishiga to'sqinlik qiladi.

O'tgan asrning 40-60 -yillarida Amerika kompaniyalari jahon bozorida deyarli to'liq hukmronlik qilgan. O'tgan asrning 70-80 -yillarida Yaponiya va G'arbiy Evropa kompaniyalarining raqobatbardoshligi sezilarli darajada oshgan va bozor omillari ancha yuqori harakatchanlikka ega bo'lganda, ular tomonidan shakllangan qat'iy markazlashtirilgan boshqaruv tizimlari o'z samaradorligini asta -sekin yo'qotdi. Amaldagi tizimlarning dinamikasini oshirishga urinishlar nafaqat kerakli natijalarga olib kelmadi, balki bu tizimlarni tobora qattiqroq va egiluvchanlikdan mahrum qildi. Yangi texnologik ilg'or korxonalar qurish va ba'zi ishlab chiqarish ob'ektlarini ancha daromadli geografik rayonlarga o'tkazish ham samarasiz edi. Muammoning echimi marketingga asoslangan boshqaruv fikrini o'zgartirish edi. Tashqi va ichki muhitda sodir bo'ladigan barcha jarayonlarning dinamikasi, raqobatning kuchayishi va uning namoyon bo'lish shakllarining o'zgarishi, "iste'molchilar talabi inqilobi" rag'batlantirgan tovarlarning misli ko'rilmagan xilma -xilligi, bu talabni qondirish uchun ishlab chiqarish imkoniyatlarining keskin oshishi sifat jihatidan yangi harakatlarni talab qiladi. Moslashuvchanlik omillari, bozor talablari va iste'molchilarning xohishlariga, tizimli ravishda o'zgarib turadigan sharoitlarga o'z vaqtida moslasha olish qobiliyati va raqobatning yangi shakllari muhim ahamiyat kasb etdi.

So'nggi o'n yilliklarda tovar ishlab chiqaruvchi firmalarning rivojlanishi, avvalgisidan ko'ra, o'zgarimas haqiqatni isbotlamoqda, amalda ularning faoliyatida faqat bitta element - foyda olish istagi o'zgarmaydi. O'z faoliyatining boshqa barcha tarkibiy qismlari (tadbirkorlik xulq -atvori falsafasi, faoliyatni rejalashtirish, tashkiliy -boshqaruv mexanizmi, bozorda ishlashning shakllari va usullari, raqobat, savdo faoliyatini tashkil etish, marketingni axborot bilan ta'minlash va boshqalar) tizimli ravishda o'zgarib turadi. Ulardan ba'zilari o'z

⁴⁷ **Ratsionalizatsiya**, ratsionallashtirish ([lotincha](#): rationalis — aqlli, oqil) — biron-bir narsani takomillashtirish, yanada maqsadga muvofiq tashkillashtirish

⁴⁸ **Dinamika** (yun. dynamis — kuch) — mexanikaning jismlar mexanik harakatini ularga ta'sir qiladigan kuchlar bilan bog'lab o'rganadigan bo'limi. D.da statikaning murakkab kuchlar sistemasini sodda holga keltirish qonuniyatlaridan va kinematikadagi harakatni ifodalash usullaridan keng foydalaniladi.

potentsialini to'liq tugatgan, o'rnini samaraliroq analog bilan almashtirgan, boshqalari esa oxir -oqibat yanada rivojlanganlarga yo'l berish uchun qayta - qayta modernizatsiya qilingan. Tashkiliy va boshqaruv tuzilmalari, ish shakllari, muammolarni hal qilishning strategik yondashuvlari, ular ham miqdoriy, ham sifat jihatidan o'zgaradi. Hozirgi yillarda real sektorlar keng jabhada rivojlanishi uchun an'anaviy tushunchadan voz kechishlarini taklif qilaman, negaki texnika-texnologiyalar shiddat bilan rivojlanmoqda, shu bilan bir qatorda iste'molchilar ehtiyojlari oshib va iste'molchilar didi noziklashib bormoqda. Qolaversa an'anavish tashkilotlar tushunchasida ishlab chiqargan maxsulotimiz raqobar bozorida sinishi va ayanchli oqibatlarga olib kelishi hech gap emas. An'anaviy tashkilot standart texnologiyalar va tashqi muhitning zaif o'zgarishi sharoitida paydo bo'ladi. Yangi tashkilot - bu doimiy ravishda rivojlanayotgan texnologiyalarga va tashqi muhitning tez o'zgarishiga, bu iqtisodiy bozorda tajriba o'tkazish va yaratishni talab qiladigan reaksiya; sof ma'muriy boshqaruv samarasiz bo'lib qolganligi sababli, ijodiy fikrlaydigan menejerni jalb qilish bilan moslashuvchan boshqaruv talab qilinadi.

З.И.Абдуллаева - старший преподаватель Самаркандский институт экономики и сервиса

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация: В данной статье рассмотрены методологические принципы теории управления в гостиничной индустрии используемых в современных условиях.

Ключевые слова: факторы, интерес, управление, гостиничные услуги, новизна, принципы, организация.

Annotatsiya: Ushbu maqolada zamonaviy sharoitda qo'llaniladigan mehmonxona sanoatida boshqaruv nazariyasining metodologik tamoyillari muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: omillar, qiziqish, boshqaruv, mehmonxona xizmatlari, yangilik, tamoyillar, tashkil etish.

Annotation: This article discusses the methodological principles of management theory in the hotel industry used in modern conditions.

Keywords: factors, interest, management, hotel services, novelty, principles, organization.

Сегодня рынок гостиничных услуг в мировой и отечественной экономике характеризуется большим выбором предоставляемых услуг, с учетом высокой конкуренции, действующими механизмами спроса и предложения. А само гостиничное дело давно уже принято назвать гостиничной индустрией. По определению многих источников

«Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за оплату краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях и т.д.»⁴⁹.

В системе рыночной экономики, существенной особенностью, является свободное принятие решения со стороны экономического субъекта. Экономический субъект принимает решение, руководствуясь двумя принципами – принципом оптимизации затрат и результатов и принципом учёта возможных альтернатив или альтернативных издержек⁵⁰. Необходимо отметить, что с расширением возможностей усилилась и ответственность за оказанные гостиничные услуги. Сложившаяся ситуация, требует исследования гостиничного рынка.

К временным требованиям можно отнести следующие:

1. Гостиничное предприятие не имеет прироста в объемах спроса на протяжении длительного периода.

2. Гостиничное предприятие долгое время не может реализовать программу расширения услуг ключевым потребителям.

3. Гостиничное предприятие долгое время не способно воспользоваться конкурентными преимуществами, несет потери в конкурентной борьбе на региональном рынке услуг.

Концептуальные положения теории управления в гостиничной индустрии определяют следующие методологические принципы управления:

Принцип ранжирования факторов, определяющих особенности деятельности гостиничного предприятия. При реализации отдельных функций управления, организации и планирования деятельности гостиничного предприятия необходимо ранжировать факторы, определяющие характер будущих гостиничных услуг. Отбор стратегически важных факторов определяет структуру сегментов потребления и разделяет конкурентов на региональном рынке. Сегментацию рынка потребителей и анализ конкурентов необходимо проводить в одном направлении по выделенному критерию.

Принцип размежевания интересов гостей. Имущественный комплекс гостиницы должен соответствовать нормам и стандартам, предъявляемым к организации оказания гостиничных услуг. Структура обеспечения временного проживания, досуга, отдыха должна искусственно разделять

⁴⁹ Артёмова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма. – Орёл: Орёл ГТУ, 2005. – 104 с.; Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства : учеб. пособие / Р.А. Браймер; пер. с англ – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с.

⁵⁰ Трануха, Ю.В. Микроэкономика / Ю.В. Трануха, Д.Н. Земляков; под. Ред. А.В.Сидоровича; МГУ имени Ломоносова. – М.: Дело и Сервис, 2002. - С.17.

гостей с разными интересами в организованные группы в соответствии с выбранными характеристикам пребывания.

Принцип структурированности набора услуг. Предлагаемый набор услуг гостиничного предприятия может быть флуктуационным, но должен сохранять в себе особенности местного культурного колорита и народного наследия в целом. Ключевые исторические и культурные традиции определенного региона должны как участвовать в элементах дизайна в местах отдыха гостей, так и дополнять перечень услуг, касающихся местных традиций и праздников.

Принцип субъективности новизны. Отдельные инновационные решения, не принятые в культурной среде региона, должны иметь поддержку в инфраструктуре предприятий гостеприимства. Развитие новых услуг должно сопровождаться социальной ответственностью и пониманием граждан, местного самоуправления.

Принцип сохранения функций управления. Непрерывность выполнения функций управления разделяет основные и вспомогательные процессы, замкнутость управленческих процессов ограничивает время принятия решений; таким образом, каждое новое направление гостиничных услуг должно сопровождаться формированием либо самостоятельного подразделения, либо, что более реально, назначением самостоятельных работников, которые должны сохранить последовательность и темпы реализации управленческих решений по созданию новой услуги.

Цель управления гостиничным предприятием состоит в организации удовлетворения спроса на гостиничные услуги в регионе. Эффективное управление предприятием гостеприимства должно базироваться на ключевых параметрах, определяющих будущие конкурентные преимущества, необходимые для развития гостиничного предприятия.

Другой группой требований являются содержательные, к которым относятся:

- гостиничные услуги не востребованы на данном рынке и не пользуются популярностью у гостей;
- гостиничные услуги предлагаются в недоступном ценовом диапазоне для туристов, прибывающих в регион;
- гостиничные услуги противоречат народным традициям и культурным устоям региона.

В течение последних лет в сфере услуг наблюдается повышенный интерес к проблемам управления организациями. Грамотное управление помогает сотрудникам преодолевать возникающие препятствия на пути к достижению намеченных целей. Его эффективность определяет успех дальнейшего развития коллектива.

Ключевыми методологическими принципами развития и совершенствования управления в современном гостиничном бизнесе являются следующие принципы:

1. Организационное и функциональное переоборудование гостиничных предприятий. Процессы, направленные на формирование альтернативных решений для привлечения клиентов в гостиницу, требуют одновременных изменений в материальной базе предприятия. Ключевым требованием в соблюдении данного методологического принципа является не частичная модернизация процессов оказания гостиничных услуг, а изменение условий их оказания. Применение новых технических, технологических и управленческих решений будет способствовать модернизации сложившейся модели функционирования гостиничных предприятий.

2. Изменение маркетингового ориентира на рынке. Применение дихотомического подхода требует перехода от маркетинговой стратегии, обращенной к регулярной аудитории, к удовлетворению потребностей новых сегментов и групп потребителей, которые ранее не попадали в фокусные группы.

3. Рациональные изменения управленческого подхода к освоению рекреаций.

Sh.B. Turdiyeva - PhD. student Tashkent State University of Economics

IMPROVING THE USE OF SOCIAL MARKETING IN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Annotation: The integration of customer relationship management (CRM) with social media innovation is a proactive approach that permits organizations to progress the quality and conveyance of items and services by specifically recognizing the requirements and requests of customers. customer relationship performance.

Key words: CRM, social media, customer relationships, feedback, manager, trade, trends, retail, network.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы интеграция управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) с инновациями в социальных сетях повышать качество и доставку товаров и услуг, четко осознавая требования и запросы клиентов.

Ключевые слова: CRM, социальные сети, взаимоотношения с клиентами, обратная связь, менеджер, торговля, тренды, ритейл, сеть.

Аннотация: Maqolada ijtimoiy media innovatsiyalari bilan mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) integratsiyasi - bu mijozlar talablari va so'rovlarini aniq tan olish orqali tashkilotlarga mahsulot va xizmatlar sifati va etkazib berishni rivojlantirishga imkon berush masalalari kurib chiqilgan

Калит so'zlar: CRM, ijtimoiy media, mijozlar bilan aloqalar, fikr-mulohazalar, menejer, savdo, tendentsiyalar, chakana savdo, tarmoq.

A key benefit of using a CRM system in marketing strategy is the ability to control your interactions with customers and leads. In the CRM system, you

can view customer profiles, their brand history, service issues, and more. All this data is stored in one place and is available at any time. Customer information allows marketers and managers to adjust their work and strategy to achieve their goals. In addition, the CRM system has the following advantages:

- Expands the possibilities of segmentation and personalization, helps to target the most profitable customers and make them relevant offers.
- Contributes to the creation of relevant marketing campaigns. For example, you can make offers to customers based on their level in your marketing funnel.
- Increases customer satisfaction and retention rates. Building high-quality relationships with users increases their satisfaction with the service, increases LTV and loyalty.
- Increases ROI. CRM marketing increases the LTV of your customers, which in turn ensures revenue growth.

At first glance, a CRM system resembles marketing automation software. They seem to perform the same functions: track the actions of potential customers, collect and analyze data, and automate the communication process. However, CRM is more focused on sales, and the service for marketing automation is more focused on marketing itself. In other words, marketing automation is for managing marketing tasks, while CRM systems are focused on interacting with customers and prospects, tracking activity, qualifying leads, and so on. CRM marketing is the perfect way to increase conversions and increase revenue without increasing your marketing budget. Building relationships with customers and providing them with a seamless shopping experience helps nurture brand advocates. Satisfied customers share their stories with friends and families. Referrals convert 30% better than other marketing methods. Attracted customers are more loyal, and their LTV level is above 16%. A carefully crafted value proposition is the first step to growing loyal customers.

Internet provider "Planet" gives customers "Chatly" for invited users. The more friends, the more bonuses that can be used to pay for the company's services. Such a program helps to attract new customers. In a social environment, an immediate response to communication is very important. Take action as data insights come in: make changes to processes and messaging to keep up with customer desires. Connect R&D employees and communities so they can work together on product improvements and new models. Before releasing new products and updates to the market, test them in social communities.

A key factor in the effectiveness of social CRM is transparency. And the secret to successful transparency in the business environment is having a plan. Salespeople have targets for calls, marketers for new customers, customer service representatives for resolution plans. Social CRM integrates all the targets of these departments into a single customer-centric strategy. The number one benefit of successful social CRM is the ability to actively seek out and reach

potential customers using the communication channels they prefer. Social customer relationship management is a necessary business strategy. However, what works for one company may not work for another. The success of your company's social CRM efforts is determined solely by your business and target audience.

Technology must be scalable and adaptable to grow with your customer base; training should be ongoing in order to adapt to the environment of the discussions; processes should provide enough flexibility to keep communication flowing smoothly. Your scheme of work should be rigid, but the rules for attracting customers should be quite flexible - only in this case you will get a “real” dialogue. Clients feel when the interaction goes according to a pre-written script. This can be a problem for an organization that uses automated smart scripting as its primary means of interaction in customer relationship management.

Decision makers regularly explore different ways to utilize social media platforms, such as Facebook, Twitter, Instagram and YouTube, to increase companies' profitability . The corporate sector realized early on that incorporating social media in their marketing strategy would lead to higher customer engagement and, therefore, higher profitability. In fact, supervisors who see customer engagement in social media as an trade relationship are able to form esteem for their companies. Social media has upgraded intuitive and communications between customers and firms.

Companies have progressively implanted social media in their showcasing and communication methodologies and have benefitted from different instruments social media provides. For illustration, clients increment the effectiveness and viability of the companies through social media engagement and advertising their feedback and concepts for product improvement.

Social media platforms are “a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0 and facilitate the creation and exchange of user-generated content”. The widespread utilization of social media platforms has influenced the way customers and firms communicate. In response, many firms have restructured their internal departments, such as marketing and operations, to respond to the emerging reliance on social media to communicate with stakeholders. As one example, social media has been leveraged by firms to improve customer-firm interactions and to create value for stakeholders. This new way of communicating has provided firms with capabilities that enable them to more effectively engage with customers compared to the tools utilized in the past.

In retail and benefit businesses, usage of customer relationship management methodologies is an critical step in collecting data about customers' encounters and making it conceivable for the firms

to respond and react to these experiences. CRM could be a combination of practices, technologies, and other significant customer-oriented apparatuses that empower companies to manage their connections with their clients.

With the rise of social media, many organizations are using social networks to manage customer relationship performance through online interactions with customers. Scholars studying customer relationship performance have noted that organizations can use social media accounts to gather product-purchasing data, create valuable profiles, and attempt to build strong online relationships with customers to promote long-lasting relationships and encourage repeat business. Applying successful marketing strategies for future growth in an online economic environment means exploring and understanding the trends associated with CRM, e-commerce, social networking, and the use of technology. There has been a dramatic shift in response to social media changes as organizations find it necessary to alter their approach to CRM because of these new technologies. Trainor et al. (2014) conducted a study on CRM and social media technologies with the goal of identifying the challenges associated with new technological capabilities that facilitate customer value cocreation. When developing their study, Trainor et al. Posited that the value of customer-oriented technology lies in the way organizations use information to enhance a customer's experience. To test their assumption, the researchers introduced a conceptual framework that extended the traditional view of CRM proposed by Jayachandran et al by incorporating social media technologies and capabilities. Trainor et al.'s use of theory supported the links between customer orientation, social media use, and CRM, and these factors enhance the customer experience and subsequently drive sales performance.

Members of social media groups form a psychological union, and social identity is created by these social interactions. For example, business professionals might belong to or join social media sites such as LinkedIn to network with similar professionals for business leads and possible relationships. These business professionals seek a common identity that is associated with online communities. Online identities are comprised of the same beliefs, attitudes, and behaviors that drive relevant consumer actions and emotional experiences.

The advantage social media adds to CRM is that two-way communication can occur instantaneously. Immediate feedback can be gathered to answer any questions or concerns a consumer may have or to validate how well the business is doing in meeting the needs of the customers as previously discussed with e WOM. The goal of social CRM is to facilitate mutually beneficial and value-driven experiences between the company and the customer.

Social media communication does not replace face to-face contact because that is an advantage small businesses will continue to have. Rather,

social media is an extension and another touch point to influence customers. The online communities are centered on the product or brand and allow for an open flow of communication with the interested parties. The communication shared in the online communities is informal and constant with the goal of generating value for both the customer and the business . Community-based involvement may assist in avoiding a failed product launch and provide critical innovation ideas.

М. М.Рустамова - ассистент Ферганский Политехнический институт

МЕТОДЫ ВЫЯВЛЕНИЯ ПРОБЛЕМ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РАЗВИТИИ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА.

Аннотация: В этой статье рассматриваются вопросы маркетинговых исследований в развитии реального сектора которые сталкиваются с двумя типами проблем: проблемами управления маркетингом и проблемами маркетинговых исследований.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, реальная проблема, управление маркетингом, маркетинговая деятельность, проблемы, содержание целей, исследования, специфические типы информации

Annotatsiya: Ushbu maqolada real sektorni rivojlantirishda ikki turdagi muammolarga duch keladigan marketing tadqiqotlari masalalari ko'rib chiqiladi: marketingni boshqarish muammolari va marketing tadqiqotlari muammolari.

Kalit soʻzlar: marketing tadqiqotlari, real muammo, marketingni boshqarish, marketing faoliyati, muammolari, maqsad mazmuni, tadqiqot, ma'lum turdagi ma'lumotlar

Annotation: This article discusses the issues of marketing research in the development of the real sector that are faced with two types of problems: marketing management problems and marketing research problems.

Key words: marketing research, real problem, marketing management, marketing activities, problems, goal content, research, specific types of information

Ясное, четкое изложение проблем и пути совершенствования маркетинговых исследований в развитии реального сектора является ключом к проведению успешного маркетингового исследования. Зачастую клиенты маркетинговых фирм сами не знают своих проблем. Они констатируют, что объем продаж падает, рыночная доля уменьшается, но это только симптомы, а важно выявить причины их проявления.[1]Классической ситуацией является случай, когда маркетинговое исследование не адресовано реальной проблеме. Чтобы избежать подобной ситуации, необходимо исследовать все возможные причины появившихся симптомов. Часто в этих целях проводится разведочное исследование.

При проведении маркетинговых исследований в развитии реального сектора сталкиваются с двумя типами проблем: проблемами управления маркетингом и проблемами маркетинговых исследований. Проблемы маркетинговых исследований определяются требованиями предоставления руководителям и специалистам по маркетингу соответствующей, точной и непредвзятой информации, необходимой для решения проблем управления маркетинговой деятельностью.[2]

Очевидно, что проблемы управления маркетингом являются критическими, потому что без их корректного определения будет сложно выявить проблемы маркетинговых исследований. А это может привести к дальнейшим нежелательным последствиям в ходе их проведения.

В процессе выявления проблем управления маркетингом в развитии реального сектора можно выделить следующие восемь этапов.

1. Получение базовых знаний о компании, ее продуктах и рынках.
2. Ознакомление с ситуацией, в которой находится лицо, принимающее решение (ЛПР), с его целями и ресурсами.
3. Прояснение симптомов проблемы.
4. Выявление предполагаемых причин возникновения проблемы (базовых проблем).
5. Определение действий по смягчению проявления проблемы.
6. Определение ожидаемых последствий этих действий.
7. Выявление предположений руководителя относительно этих последствий.
8. Оценка адекватности имеющейся информации.

Что касается формулирования проблем маркетинговых исследований, то можно рекомендовать проведение этих работ в три этапа:

1. Выбор и четкое определение содержания параметров, подлежащих исследованию.
2. Определение взаимосвязей.
3. Выбор модели.

Далее необходимо рассмотреть взаимосвязи между различными параметрами. Например, обычно снижение цены приводит к росту объема продаж и наоборот.[3] Взаимосвязи устанавливаются на основе знаний и предположений сотрудников маркетинговых служб, а также специалистов, проводящих маркетинговые исследования.

По сути дела определение параметров и их взаимосвязей, исходя из понимаемой логики, приводит к созданию модели. Можно в качестве первого приближения воспользоваться уже существующими моделями. В результате разрабатывается модель возможных причин возникшей проблемы, ориентированная на нужды потребителей, выбор решений и оценку их последствий. Эти модели могут быть как сложными, так и простыми.

После разработки модели исследователь формулирует свои формальные предложения о проведении маркетинговых исследований, включающие формулирование проблем управления маркетингом,

определение целей и метода проведения маркетинговых исследований, направленного на их достижение.

Научно-теоретическое предложение и рекомендации. Цели должны быть ясно и четко сформулированы, быть достаточно детальными, должна существовать возможность их измерения и оценки уровня их достижения.

При постановке целей маркетинговых исследований в развитии реального сектора задается вопрос: «Какая информация необходима для решения данной проблемы?» Ответ на этот вопрос определяет содержание целей исследования. Таким образом, ключевым аспектом определения целей исследования является выявление специфических типов информации, полезной менеджерам при решении проблем управления маркетингом.

Процедура выявления проблем включает формирование каталога проблем и его структуризацию. Наиболее сложно - формирование каталога проблем (отредактированного неупорядоченного перечня проблем). В основу этого процесса кладется экспертный метод, который включает: выбор формы опроса экспертов, определение структуры и численности экспертной группы, разработку методики опроса, проведение опроса, составление списка проблем, экспертизу проблем. К экспертному опросу привлекаются руководители и специалисты, глубоко знающие как проблемы организации в целом, так и проблемы маркетинга.

Цели маркетинговых исследований вытекают из выявленных проблем, достижение этих целей позволяет получить информацию, необходимую для решения этих проблем. Они характеризуют тот информационный вакуум, который должен быть ликвидирован для предоставления менеджерам возможности решать маркетинговые проблемы. Список целей, согласованных с менеджером, включает обычно несколько наименований.

Цели должны быть ясно и четко сформулированы, быть достаточно детальными, должна существовать возможность их измерения и оценки уровня их достижения.

При постановке целей маркетинговых исследований задается вопрос: «Какая информация необходима для решения данной проблемы?» Ответ на этот вопрос определяет содержание целей исследования. Таким образом, ключевым аспектом определения целей исследования является выявление специфических типов информации, полезной менеджерам при решении проблем управления маркетингом.

F.E.Jomonqulova-Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti, t.f.n

M.Q.Nizomov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi

TA'LIM TIZIMIDA MALAKALI KADRLARNI YETISHTIRIB BERISHDAGI O'ZGARTIRISHLAR TAHLILI.

Annotatsiya: Ushbu maqolada malakali kadrlarni tayyorlash va ularning bilimi, saviyasini oshirish, yurtimizni gullab yashnashi uchun barcha imkoniyatlardan unumli foydalanib, dunyo miqyosidagi o'qitish tizimidan yuqori o'rinlarga olib chiqish haqida yuritilgan.

Kalit so'zlar: ta'lim, tarbiya, bilim, ko'nikma, malaka, o'quv mashg'uloti, ta'rif, sistema, DTS, fan dastri, munozara, seminar, sinov, test, amaliy mashg'ulot, laboratoriya, pedagogik texnologiya, axborot texnologiya va boshqalar.

Annotation: This article focuses on the training and training of qualified staff, making the most of the opportunity for our country to flourish and to bring it to the forefront of world-class education.

Keywords: education, upbringing, knowledge, skills, training, definition, system, DTS, science program, discussion, seminar, test, practice laboratory, pedagogical technology, information technology, etc.

Аннотация: В этой статье основное внимание уделяется обучению и подготовке квалифицированных кадров, которые позволяют нашей стране процветать и выводить ее на передовые рубежи образования мирового уровня.

Ключевые слова: образование, воспитание, знания, умения, навыки, обучение, определение, система, DTS, научная программа, дискуссия, семинар, тест.

Hozirgi kunda Respublikamizda malakali kadrlarga bo'lgan talab yanada ko'payib bormoqda, biroq aksiga olib yurtimizda malakali kadrlarning saviyasi, bilimi, mantiqiy fikrlash qobiliyatlari juda ham past desak mubolag'a bo'lmaydi. Kadrlarni yetishtirish jarayonidagi bu xato va kamchiliklarni o'rganib chiqib, xatolarimizdan tegishli xulosalar chiqarib, kamchiliklarimizni to'ldirgan holda yetuk va malakali xodimlar tayyorlab, vatanimizni rivojlangan mamlakatlar safiga qo'shilishiga o'z hissamizni qo'shishimiz lozim.

Shu o'rinda kadrlarimizning malakasini oshirish uchun qanday o'zgartirishlar kiritilishi kerak? – degan savol tug'uladi.

Dastlab, O'rta ta'limdan O'liy ta'limga o'tishdagi, ya'ni DTM testlarini shaffof va haqqoniy bo'lib o'tishini ta'minlash va o'quvchi yoshlarning fikrlash doirasini, fanlardan qanchalik darajada bilimga ega ekanligini, o'zimizning milliy tilimiz bo'lmish ona tilimizda savodxonligi qay darajada ekanligini tekshirish, hamda xorijiy tillarni bilish darajasini belgilovchi ballar tizimida bo'lishini ta'minlash kerak.

Oliy o'quv yurtiga qabul qilingandan so'ng, bo'lajak kadrlarga quyidagicha imkoniyatlar yaratilish lozim deb o'ylayman:

- avvalambor ikkinchi mutaxassislik tilini tanlashi;

- birinchi va ikkinchi bosqichda darslar o'zbek tilida olib borilib, o'quvchilarning tillarni yaxshi o'zlashtirishini ta'minlash;
- uchinchi bosqichda o'zlari tanlagan birinchi mutaxassislik tillarida darslar olib borilishini ta'minlash;
- to'rtinchi bosqichda esa o'zlari tanlagan ikkinchi mutaxassislik tillarida darslar olib borilishini ta'minlash;
- xorijiy davlatlarga chiqish, ya'ni grantlar sonini oshirish va boshqa rivojlangan yoki rivojlanayotgan mamlakatlarda kuzatilayotgan o'zgarishlarni ko'rib, o'rganib kelib mamlakatimizni ham shu mamlakatlar safiga qo'shish.

Shu o'rinda:

- professor-o'qituvchilarning bilim saviyasini, xorijiy tillarni va AKT(Axborot-kommunikatsion texnologiya) larini bilish darajasini tekshirib borish;
- o'qituvchilarning mutaxassislik fanidan tashqari bo'lgan yondosh fanlardan bilish darajasini tekshirish;
- xorijiy til o'qituvchilarining mutaxassislik fanidan bilish darajasi;
- mutaxassisligi bo'lmagan o'qituvchilarning xorijiy tillardan bilish darajasi (Ingliz tilidan ILETS 5.5-6 ball va boshqa xorijiy tillarga ham joriy etish);
- AKT(Axborot-kommunikatsion texnologiya)lar ya'ni komp'yuter savodxonligini tekshirish.

Oliy ta'limda har bir auditoriyalarda:

- ikkitadan to'rttagacha (ma'ruzaxonada) kuzatuv kameralari bo'lishi;
- kuzatuv kameralarni kuzatuvchi mas'ul xodimlar jamoasini shakllantirish;
- har bir xonada bittadan komp'yuter bo'lishi va elektron jurnallarni shakllantirish;
- professor-o'qituvchilarning talabalar bilan ishlash jarayonida psixologik salohiyatini hamda pedagogik mahoratini birinchi o'ringa qo'yish.

Mutaxassis tayyorlash zahiralarga yangi innovatsion texnologiyalari va tizimlarini tadqiq etish natijasida yangi tizim mutaxasisi yoki mutaxassisning yangi shaklini hosil qilinadi, sifati esa o'zgaradi. Yetkazib berilgan mutaxassis va bu mutaxassisni yetkazib berish esa pedagogik mahorat xizmati deyiladi⁵¹.

Pedagogik mahorat xizmati - foydalanuvchiga mutaxassis mahsulotini taqdim etish yoki qabul qilishdir⁵².

Mutaxassis tayyorlashning foydaliligi nuqtai nazaridan sifat xususiyatlari:

⁵¹ Ishmuhammedov R. Innovatsion texnologiyalar yordamida ta'lim samaradorligini oshirish yo'llari. - T.: Nizomiy nomidagi TDPU, 2005.

⁵² Ishmuhammedov R. Abdulkodirov A. Pardaev A. Ta'limda innovatsion texnologiyalar (ta'lim muassasalari pedagog-o'qituvchilari uchun amaliy tavsiyalar).-T.: Iste'dod, 2008.- 180 b.

- To'liqlik. Mutaxasis tayorlashning to'laqonliligi inson faoliyatining u yoki bu tomonlarining miqdoriy va sifat parametrlarini aniq belgilash hamda mos qarorlarni ishlab chiqarishda ifodalaniladi.
- Ishonchlilik qabul qilinadigan qarorlar samaradorligi saqlanadigan etib kelgan va natijaviy mutaxasisda muayyan darajada buzilishlarga yo'l qo'yadi.
- Mutaxasis tayorlashni qabul qilishning bemalolligi vaqt birligida ma'lumotlarni qabul qilish tezligi bilan belgiladi.
- Ma'lumotlarning dolzarbliligi muayyan vaqt mobaynida aniq vazifani amalga oshirish uchun yaroqliligini ifodalaydi.
- O'z vaqtidaligi mutaxasisga qulay yoki belgilangan vaqtda yangi texnologiyaning kelib tushishini anglatadi. Bu talabni buzish bo'lajak kadrlarni qadrsizlantiradi.
- Aniqlilik uning to'g'riligini, taminot darajasini anglatadi.
- Tezkorlik vaqt o'tgach mutaxasis tayorlashning eskirishi va dolzarbliligini yo'qotishini aks ettiradi.

Oliy o'quv yurtlarida:

- o'quvchi yoshlar bilan ishlash jamoasi va psixoliklarni shakllantirish, kelajakda to'g'ri yo'lni tanlay olishga imkon yaratish;
- yoshlar ittifoqi va shunga o'xshash bir qancha tashkilotlarni ko'paytirish ishlarini olib borishni ko'rib chiqish;
- biznes treninglar, xorijiy o'qituvchilar va investorlar bilan bo'ladigan konferensiyalarni tashkil etish;
- o'quvchi yoshlarni bandlikga jalb etadigan mashg'ulotlarni tashkil etish (zakovat, aqliy hujumlar, keys-trening va shunga o'xshash mashg'ulotlar).

Yuqorida aytilgan fikrlar va takliflardan shularni xulosa qilamizki, ba'zi rivojlangan mamlakatlar XX asrning o'rtalaridayoq amalga oshirgan ta'lim siyosati bugungi kunda o'z dolzarbligini ko'rsatmoqda. Oliy ta'limda urchib ketgan korrupsiya balosi ko'plab yetishtirib chiqargan kadrlarimiz korrupsiya o'chog'ida o'tin bo'lishiga olib keldi. Ta'lim siyosatini to'g'ri olib borish, vazirliklar faoliyatini barqarorlashtirish hamda joylarda targ'ibot va tashviqot ishlarini olib borish muhim ahamiyatga egadir. Ta'lim tizimida yuz berayotgan bugungi kundagi tub o'zgarishlar, albatta, tahsinga sazovordir.

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT FUNCTIONS

Annotation: The article discusses the concept of a CRM system, discloses the functions customer relationship management.

Key words: customer relationship, business, functions, efficiency, CRM systems

Аннотация: Мақоллада CRM тизими kontseptsiyasi muhokama qilinadi, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish funktsiyalari ochib beriladi.

Kalit so'zlar: mijozlar bilan munosabatlar, biznes, funktsiyalar, samaradorlik, CRM tizimlari.

Аннотация: В статье рассматривается понятие CRM-системы, раскрываются функции управления взаимоотношениями с клиентами.

Ключевые слова: взаимоотношения с клиентами, бизнес, функции, эффективность, CRM-системы

CRM? What is it? CRM - customer oriented system interaction with consumers, based on the capabilities of IT. Nowadays, the success of firms is determined by how well companies are developed in relationships with consumers. To achieve long-term relationships with clients need to first revise the methodological basics in managing within any organization.

One of the main indicators of the effective financial activity of the enterprise is the company's ability to frequently increase loyalty, satisfaction and keep "with you" regular customers, and not market share, as they used to think. In a market where the customer comes first, CRM will always use demanded and important. The task of CRM is to increase and retain customers – in marketing, sales, service and maintenance, independent of the channel through which there is an interaction with the client.

Relationship management means attracting new customers, increase regular customers, make loyal customers your agents (partners). This scheme is applied in any market: they attract new buyers, make them permanent, then they themselves create a network of recruiting agents.

Customer Relationship Management (CRM) is a strategy to attract and customer management, aimed at optimizing their value in the long term perspective. CRM applications do all sorts of actionable management relationships with customers, provided that the company has a specific goal, strategy and culture.

CRM is a strategy based on the use of fresh management and information technology, through which the company accumulates knowledge about customers to build mutually beneficial relationships with them. It's auspicious affects the increase in profits, as new customers appear and old ones remain. The key objective of customer relationship management is to increase the effectiveness of business processes that are aimed at attracting and retaining buyers. In the area of the client base, such important sub-items of tasks can be

distinguished, as an assessment of the potential and other characteristics, based on available, assignment to the client a certain group of importance based on ABC analysis.

Customer Relationship Management Functions At the initial stage, CRM makes it possible to discover potential customers by sending information about products, analyze needs and forecast customer behavior through research and surveys. Post-transaction customer service management improvement of planning and control processes for the delivery of goods, ensuring feedback connections.

We can distinguish such main functions as:

- operational, that is, quick access to the necessary information in contact with customer during sales;

- analytical, that is, they study data about the company, about its history relationships;

- the function of cooperation, it implies the interest of the consumer in company life.

Let's take a look at some statistics. Mainly to attract new customers costs much more than retaining existing ones. A satisfied and satisfied customer will tell 5 friends about a good purchase, and dissatisfied minimum - 8-10. If we increase the share of retained customers by 5%, then profit increases by about 50-100%.

Increasing customer focus is a driver of profit growth, and comprehensive analysis information about customers allows you to identify and differentiate the characteristics of different groups potential customers that the company would like to attract. In a dynamic market, you need new methods of operational segmentation of the customer base. Using the potential of CRM systems will improve the entire process of campaigning and use a productive approach target marketing.

CRM systems in enterprises should be a mandatory part of the overall information system. Because in order to attract a new customer, an enterprise will spend 5-10 times more than he will try to keep a permanent one. The idea of a business focused on learning about customers is known and used very for a long time. The very first prototypes of CRM systems were scribe books. To date, CRM-systems take 2nd place in business technology in terms of the world. They are second only to strategic planning, which is the most popular management tool.

With customer relationship management features at the initial stages, we can already discover potential customers, forecast.

Analyzing the functions of CRM, we can come to the conclusion that the achievement of the set goals and objectives in the field of customer relationship management is impossible without coordinated work of all departments of the company, such as production, marketing sales, personnel department, logistics

department in this situation, the system is determined by the core of a corporate strategy for working with clients on the basis of which others divisions of the company builds its policy as a result, the client becomes a center for rallying the interests of various departments and focuses and corporate investment.

Ш.Ж.Маматкулова-Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти доценти
Д.Эгамқулов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти талабаси

КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИК КОРХОНАЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Аннотация: Мақолада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетингни қўллаш, маркетинг стратегиясидан фойдаланиш йўллари кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: тадбиркорлик, кичик бизнес, маркетинг, стратегия, рақобат.

Аннотация: В статье показано применение маркетинга в малом бизнесе и частном предпринимательстве, способы использования маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: предпринимательство, малый бизнес, маркетинг, стратегия, конкуренция.

Annotation: The article shows the use of marketing in small business and private entrepreneurship, ways to use marketing strategies.

Key words: entrepreneurship, small business, marketing, strategy, competition.

Республикамиз иқтисодиётининг устувор соҳаси бўлган кичик бизнеснинг ривожланиши, мамлакатимиз ижтимоий – иқтисодий соҳаларидаги кўплаб вазифаларнинг ҳал этилиши омилидир. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришга кенг йўл очилганлиги бугун мамлакат иқтисодиётининг жадал ривожланишини таъминламоқда. Мамлакатимизни модернизация қилиш шароитида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг аҳамияти ошиб бормоқда. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг мамлакатимиз ялпи ички маҳсулот ишлаб чиқаришдаги улуши йилдан-йилга ортиб бормоқда. Бугунги кунда улар томонидан кўплаб замонавий ишлаб чиқариш, сервис ҳамда бошқа турдаги хизмат кўрсатиш объектлари ишга туширилиши натижасида аҳолининг турмуш даражаси яхшиланиб, маҳалла ва қишлоқларимиз обод бўлмоқда. Шу боис кейинги йилларда мазкур соҳани янада ривожлантириш мақсадида қатор янгиликлар, имконият ва имтиёзлар яратилмоқда. Конъюнктураси тез ўзгарувчан бозорларда қатнашувчи, бизнес оламига эндигина кириб келаётган кичик бизнес корхоналарининг ривожланиши, бевосита хўжалик фаолиятининг самарадорлигига боғлиқ бўлиб, бунга маркетинг фаолияти ҳам муҳим таъсир кўрсатади. Маркетинг назариясига кўра, истеъмолчига таъсир этувчи омиллар бошқариладиган ва бошқарилмайдиган гуруҳларга бўлинади. Маркетологлар бошқариладиган

омиллардан фойдаланилган ҳолда, харидорларнинг онгига таъсир этиш натижасида истеъмолчиларда айнан шу товарни харид қилишга мойилликни шакллантиради. Демак, инсон эҳтиёжи ташқи омилларга берулавчан, айниқса маркетинг мажмуасининг элементларига таъсирчандир. Масалан, тикувчилик маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи кичик ёки хусусий корхоналарда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг нархини ва таннархини ўзгартирмаган ҳолда моделни, кўшимча безаклар бериш натижасида харидорларни тезроқ жалб этиш мумкин. Бунда нарх омили ўзгармаса ҳам, талаб ҳажми ошади. Ушбу ҳолатда маркетинг комплексининг маҳсулот элементиға ўзгантириш киритилишининг ўзиёқ харидорларға ушбу товарға бўлган қизиқишни кучайтиради ва ўз-ўзидан бозорда сотиладиган маҳсулотнинг ҳажми ошади. Шунинг учун ишлаб чиқариш дастурида маҳсулот турларини режалаштиришда маркетинг тадқиқотларига алоҳида эътибор қаратиш лозим. Бозор иқтисодиёти шароитида маркетингнинг функцияси – талаб ва таклиф мувозанатини сезиларли мувофиқлаштириш борасида эркин ва рақобатли алмашиш фаолиятини ташкил этиш имкониятларини яратишдан иборат. Тадбиркорлик кичик бизнес корхоналарини ишлаб чиқарилаётган қайси товарни истеъмолчи сотиб олмоқчи эканлигини маркетинг ёрдамида аниқланиши сотувчи сифатида истеъмолчиға қайси товар унинг истеъмол талабини қондира олади, қайси хизмат турини кўрсатиш истеъмолчи истаги эканлигини билиш лозим. Бозорда маҳсулот сотилиш ҳажмининг ошиши маркетинг самарасини ифодалайди. Маркетинг самараси – бу ишлаб чиқарувчи ёки сотувчининг маркетинг тадбирлари натижаси бўлиб, у савдо ҳажмининг ўсиши, фойда, бозор улуши каби кўрсаткичларда ўлчанади. Демак, маркетинг тадбирлари натижасида умумий фойдадаги ва савдо ҳажмидаги самарани ўзгантириш мумкин. Маркетинг самарасининг унга эришиш учун сарфланган маблағларға нисбати – маркетинг тадбирларининг иқтисодий самарадорлигини келтириб чиқаради. Истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини аниқлаш ва ўрганиш, товар ва хизматларни, эҳтиёжларни қоплаш учун мослаштириш, уларнинг рекламаси билан шуғулланиш, шунингдек уларни керакли миқдорда етказиб бериш маркетингнинг асосий вазифасидир. Маркетинг фаолиятининг тамойиллари ва асосларини билиш тадбиркорлик ишларида хавф-хатарни камайтиришға, мавжуд шароиту, вазиятларнинг энг мақбулини танлаб олишға, ишлаб чиқаришнинг ва сотувнинг маҳсулот сифати юқори бўлгани ҳолда фойда бериб туришини таъминлашға, турли гуруҳлардаги харидорлар учун тўғри келадиган баҳоларни билишға ёрдам беради.

Кичик бизнес корхоналарида маркетингни қўллаш, айниқса маркетинг стратегияларини тадбиқ этиш муҳим аҳамият касб этади. Маркетинг стратегияси корхоналар имкониятларини бозордаги ҳолатға

мувофиқлаштириш, қўйилган мақсадларга эришишнинг комплекс воситаларини белгилашдан иборатдир. Маркетинг стратегиясининг вазифаси корхонанинг барча фаолият турларини ривожлантириш, кўпайтириш ва самарадорлигини таъминлаш йўналишларини мунтазам аниқлаш ва қайта мўлжаллашга қаратилган. Қуйида корхоналар танлаши мумкин бўлган асосий маркетинг стратегияларини кўриб чиқамиз:

Бозорларни ривожлантириш стратегияси. Унинг мақсади – мавжуд товарларнинг янги бозорларга киритиш йўли орқали сотиш ҳажмини ўстиришдир.

Товарлар орқали ривожланиш стратегиялари. У корхона фаолият юритувчи бозорларга мўлжалланган янги ёки сифати яхшиланган товарларни ишлаб чиқиш ҳисобига сотишни ўстиришга йўналтирилган. Бу стратегия товарнинг функциялари ва характеристикалари сонини ошириш ҳамда бунинг ҳисобига бозорни кенгайтириш, турли сифат даражадаги товарларнинг янги моделлари ёки вариантларини ишлаб чиқиш, товар хусусиятини янгилаш орқали намоён бўлади.

Бозорга кириб бориш стратегияси. Бунда мавжуд бозорларда сотиш ҳажмини оширишга ҳаракат қилинади. Унга турли усуллар орқали эришиш мумкин, яъни: бирламчи талабни ривожлантириш; ўз бозор улушини ошириш; бошқа бозорларни қўлга киритиш; ўзини бозордаги ҳолатини ҳимоя йўли орқали тиклаш; товар сифатини яхшилаш, яъни товарнинг ўз функцияларини хусусиятлар йиғиндиси ёки тўплами сифатида бажарилишини яхшилаш; ташқи воситалардан фойдаланган ҳолда мавжуд товарлар гаммасини тўлдириш ёки кенгайтириш; товарларни ишлаб чиқариш ёки сотиш харажатларини пасайтириш учун товарлар турларини модификациялаш.

Интеграцион стратегия фирма ишлаб чиқариш ва сотиш занжирида ўзи учун стратегик муҳим бўлган бўғинларни назорат қилиб бориб, ўз самарадорлигини ошира олганида оқланиши мумкин. Бунда “олдинга” ва “орқага” бўлган интеграцияларни ҳамда горизонтал интеграцияни фарқлаш керак бўлади:

-“Орқага” бўлган интеграция стратегиялари- таъминотнинг стратегик жиҳатдан муҳим манбаини ҳимоя қилиш ва янги технологияни ўрганиш учун фойдаланилади.

-“Олдинга” бўлган интеграция стратегиялари сотиш каналлари устидан назоратни таъминлаш мақсадида фойдаланилади.

“Горизонтал” интеграция стратегиясининг мақсади – муайян рақобатчиларни топиш ёки уларни назорат йўли билан фирма ҳолатини кучайтиришдир.

Диверсификация орқали ўсиш стратегияси – фирма ўзи фаолият юритган саноат занжири доирасидан ташқарига чиққан ҳолда технологик

ёки тижорат режасида бўлган фаолиятларни тўлдирувчи янги фаолият турларини излайди.

Рақобатчилик стратегиялари – рақобатчиларни таҳлил қилиш фирманинг энг хавфли рақобатчиларига нисбатан қандай рақобат афзалликларини қўллаш имконини аниқлаш.

Хулоса қилиб айтганда, иқтисодиётни модернизациялаш шароитида кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарида маркетинг стратегияларини қўллаш, уларнинг даромадлигини ошириш орқали рақобатбардошлигини таъминлашга қаратилган.

V ШЎЪБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ БАНК – МОЛИЯВИЙ ТИЗИМИ ОРҚАЛИ ОШИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ”

З.С.Артиков- Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институти PhD

Т.Б.Юнусов Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис Институти МИ-220 гуруҳ магистри

МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТГА ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ ЖАЛБ ЭТИШНИНГ ҲУҚУҚИЙ- ИНСТИТУЦИОНАЛ АСОСЛАРИ

Аннотация: Мақолада мамлакатимизда олиб борилаётган туб иқтисодий ўзгаришлар жараёнида иқтисодий тараққиётини барқарорлаштириш, ишлаб чиқариш ва экспорт салоҳиятини кенгайтириш, миллий иқтисодиётимизни жаҳон иқтисодий тизимига интеграциялашувини таъминлашда хорижий инвестицияларни жалб этишнинг ҳуқуқий-институционал асослари келтирилиб, муаллиф фикр-мулоҳозалари келтириб ўтилган.

Калит сўзлар: инвестиция, хорижий инвестиция, инвестицион лойиҳаларни молиялаштириш, инвестицион ресурслар, инвестицион жозибadorлик, иқтисодий интеграциялашув.

Аннотация: В статье представлены правовые и институциональные основы привлечения иностранных инвестиций для стабилизации экономического развития, расширения производственного и экспортного потенциала, обеспечения интеграции нашей национальной экономики в мирохозяйственную систему в процессе коренных экономических преобразований в стране.

Ключевые слова: инвестиции, иностранные инвестиции, финансирование инвестиционных проектов, инвестиционные ресурсы, инвестиционная привлекательность, экономическая интеграция.

Annotation: The article presents the legal and institutional framework for attracting foreign investment to stabilize economic development, expand production and export potential, ensure the integration of our national economy into the world economic system in the process of fundamental economic transformations in the country.

Key words: investments, foreign investments, financing of investment projects, investment resources, investment attractiveness, economic integration.

Ҳозирги кунда республикамиз ҳукумати томонидан маҳаллий ишлаб чиқарувчиларни қўллаб-қувватлаш, аҳолини иш билан таъминлаш ва ижтимоий жиҳатдан ҳимоялашга йўналтирилган алоҳида ҳаракатлар билан бир қаторда хорижий инвестицияларни жалб этиш борасида ҳам бир қатор чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Жумладан, хорижий инвестицияларни миллий иқтисодиётимизга жалб этиш ва улар ёрдамида ташкил этиладиган корхоналарнинг фаолиятини йўлга қўйиш юқорида

айтиб ўтилган долзарб вазифаларнинг ечимини излаш йўлида қилинадиган муҳим ишлар жумласига киради.

Мамлакатимизнинг барқарор иқтисодий ўсишини, ишлаб чиқариш ва экспорт салоҳиятини мустаҳкамлаш ва кенгайтиришни, миллий иқтисодиётимизни жаҳон хўжалиги тизимига интеграциялашувини таъминлашга, тадбиркорлик субъектлари ҳамда инвесторларга зарур кафолатларни яратиб беришга хизмат қилувчи муҳим лойиҳаларнинг ишлаб чиқиши ва амалга оширилиши, зарур норматив-ҳуқуқий базанинг яратилиши кутилган натижаларни бермоқда.

Бугунги кунга келиб республикада хорижий сармоядорларнинг мамлакатимиз ҳудудларида фаолият юритишига доир зарур қонунчилик базаси яратилган. Жумладан, 2019 йилда Ўзбекистон Республикасининг «Хорижий инвестициялар тўғрисида»ги ва «Хорижий инвесторларнинг ҳуқуқлари кафолатлари ва ҳимоялаш чоралари тўғрисида»⁵³ги Қонунларига киритилган қўшимча ва ўзгаришлар қабул қилинган бўлиб, улар мамлакатимизда хорижий инвесторлар ва улар иштирокидаги корхоналар фаолиятини тартибга солувчи қонуний-меъёрий ҳужжатларнинг қабул қилиниши фикримизнинг асосидир.

Хорижий инвесторлар учун Ўзбекистонда турли шаклларда инвестицияларни амалга ошириш имконияти яратилган. Ўзбекистон Республикасининг «Хорижий инвестициялар тўғрисида»ги Қонунининг 6-моддасига асосан чет эллик инвесторлар Ўзбекистон Республикаси ҳудудида чет эл инвестициялари иштирокидаги корхоналар ташкил этишлари ҳамда Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари билан ўзларига берилган барча ҳуқуқлар, кафолатлар ва имтиёزلардан фойдаланишлари мумкин.

Барчамизга маълумки, ҳар қандай инвестор ўз капитал қўйилмаларининг ишончлилиги ва самарадорлиги юқори бўлишидан манфаатдордир. Шунинг учун инвестицион жараёнларни бошқариш инвестициялаш объектларининг эгалари ва инвесторларнинг объектив манфаатларини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилса, кўзланган самарага эришилади. Бу борада мамлакатимизда чет-эллик инвесторларнинг Ўзбекистонда олган даромадларини қайтадан инвестиция сифатида киритиш бўйича ҳеч қандай чекловлар йўқ, чет-эллик инвесторнинг даромади, унинг хоҳишига кўра, ҳар қандай шаклда ишлатилиши мумкин.

Мамлакатимизнинг инвестициявий жозибадорлигини янада яхшилашга йўналтирилган бир қатор қўшимча муҳим қонун ҳужжатлари ва ҳуқуқий нормалар қабул қилинди. Иқтисодиётга хорижий инвестицияларни жалб қилиш ва уни рағбатлантириш борасида кўплаб иқтисодчи олимлар тадқиқот олиб боришган ва ўз муаллифлик

⁵³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори, 29.04.2019 йилдаги ПҚ-4300-сон.

ёндашувларини билдиришган. Улардан бири А.Юсупов фикрига кўра: “Ҳозирги даврда жаҳон инвестицияси муҳотида кескин ўзгаришлар юзага келаётган бир шароитда молиявий ресурслар халқаро ҳаракати янги хусусият касб этмоқда. Бундан кўриниб турибдики, бугунги кунда хорижий инвестициялар бутун дунё мамлакатлари томонидан юксак иқтисодий тараққиётга эришишнинг муҳим омили сифатида қараб келинмоқда”⁵⁴ деб таъкидлаган.

Шунингдек, чет эл инвестициялари иштирокидаги корхона уни таъсис этиш йўли билан ёки мавжуд (фаолият юритиб турган) корхонада иштирок этиш улушини (пайини, акцияларини) ёхуд бундай корхонани бутунлай, шу жумладан хусусийлаштириш жараёнида чет эллик инвестор томонидан сотиб олиниши натижасида ташкил этилиши мумкин. Таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, хорижий инвесторлар Ўзбекистон бозорига кириб келишида ишлаб турган корхонани сотиб олиш амалиёти кўпроқ хусусийлаштириш жараёни билан боғлиқ бўлиб, айрим ҳолларда эса бозорда юқори мавқега (шу жумладан, телекоммуникация, кимё саноати ва қурилиш материаллари каби соҳаларда) эга бўлган корхоналарга инвестиция қилиш билан боғлиқ. Чет эл инвестициялари иштирокидаги корхоналарни давлат рўйхатига олиш Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги томонидан амалга оширилади.

Хорижий инвестициялар иштирокида ташкил этилган корхоналар ўз ҳақ-ҳуқуқларини ҳимояланишига хизмат қилувчи механизмдан оқилона ва ўринли фойдаланишмоқда. Бу эса, ўз навбатида, чет эл инвестицияларини жалб қилиш учун мамлакатимизда қулай шарт-шароитлар яратилганидан, давлатимиз томонидан бу соҳага жиддий эътибор берилётганидан далолатдир.

Республикаимизда инвестицион сиёсатни амалга ошириш мақсадида ҳар йили инвестицион дастур қабул қилинади. Жумладан, иқтисодиётда таркибий ўзгаришларни янада чуқурлаштириш, устувор тармоқларга инвестициялар киритиш, корхоналарнинг инвестицион фаолиятини жадаллаштириш, модернизация қилиш ва технологик жиҳатдан қайта қурулантириш дастурларини амалга оширишга хорижий инвестицияларни, энг аввало, тўғридан-тўғри инвестицияларни кенг жалб қилиш, улардан самарали фойдаланиш, янги иш ўринлари яратиш ва шулар асосида республикаимиз иқтисодиётини барқарор ва бир маромда ривожлантиришни таъминлашга қаратилган “Ўзбекистон Республикасининг 2021 йилги Инвестиция дастури тўғрисида”ги Президент Қарори қабул қилинди.

⁵⁴ А.Юсупов. Хорижий инвестициялар – корхоналар иқтисодий тараққиёт омили. /Ж. Бозор, пул ва кредит. 2014, №11.

Мамлакатимиз Президенти томонидан 2021 йил 7 апрелда “Ўзбекистон Республикасида инвестиция иқлими ва ишбилармонлик муҳитини янада такомиллаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони ҳамда 15 апрелда “Тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш ва давлат хизматларини кўрсатиш билан боғлиқ тартиботларни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори қабул қилинди.

Президент Фармонида ишбилармонлик муҳитини янада такомиллаштириш, максимал даражада қулай инвестиция иқлимини яратиш, давлат ва хўжалик бошқаруви органлари фаолиятининг очиқ-ойдинлигини кучайтириш, шу асосда тадбиркорлик фаолиятини юритиш шароитларини тубдан яхшилаш, янги иш жойларини барпо этиш ва иқтисодиётнинг хусусий секторида аҳоли бандлигини ошириш чоралари кўзда тутилган.

Ушбу ҳужжат билан 2021-2026 йилларда инвестиция иқлими ва ишбилармонлик муҳитини янада яхшилаш, тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришни рағбатлантириш самарадорлигини оширишга оид қўшимча чора-тадбирлар дастури тасдиқланди. Унда олти йўналишдаги вазифалар белгиланган.

Бундан ташқари, Фармонга кўра, жорий йилнинг 1 июнидан давлат ва хўжалик бошқаруви ҳамда маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг расмий веб-сайтларида чоп этилмаган уларнинг тадбиркорлик субъектлари билан ўзаро муносабатларини тартибга соладиган меъёрий-ҳуқуқий ва бошқа ҳужжатлар талабларини бузиш ҳолатлари учун тадбиркорлик субъектларига жавобгарлик чораларини қўллаш тақиқланади. Ҳужжатда жорий йилнинг 1 июлидан бошлаб қурилиш материаллари саноати, енгил саноат ва озиқ-овқат саноатида фаолият олиб бораётган кичик корхоналар ходимларининг йиллик ўртача сони икки баробарга оширилиб, икки юз нафаргача бўлиши ҳам белгиланган.

Миллий иқтисодиётни ривожлантиришда хорижий инвестицияларнинг аҳамияти бениҳоят катта бўлиб, у қуйидагилар билан изоҳланади:

- биринчидан, хорижий инвестициялар ишлаб чиқаришга замонавий техника ва технологияларни жорий этиб, экспортга мўлжалланган маҳсулотларни ишлаб чиқаришни ривожлантиради;

- иккинчидан, импорт ўрнини босувчи товар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш ва бунинг учун хорижий инвестицияларни иқтисодиётнинг устувор соҳаларига йўналтириш ва пировардида аҳолининг меъёрадаги турмуш даражасини таъминлаш имконини яратади;

- учинчидан, кичик бизнесни ривожлантириш ва қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришини жадаллаштириш орқали ўсиб бораётган аҳолини иш жойлари билан таъминлайди;

- тўртинчидан, корхоналарнинг эскирган ишлаб чиқариш қувватларини, моддий-техник базасини янгилайди ва техник қайта қуроллантиради;

Инвестиция лойиҳалари, аввало, устувор тармоқларга, яъни нефть ва химия саноати, транспорт, энергетика, ер ости қазилма бойликларини ишлаб чиқаришга, қурилиш, телекоммуникация тармоқларига, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқаришга ва уларни кенг қайта ишлашга, туризм соҳасини ривожлантиришга қаратилиши лозим.

Бугунги кунда хорижий инвестицияларни янада кенгроқ миқёсда жалб қилиш, хорижий инвесторларни ўз маблағларини мамлакат иқтисодиёти учун сарфлашга қизиқтириш мақсадида қонун асосида улар учун имтиёзли молиявий шароитлар яратилган, жумладан:

- кўрилган зарарларни қопланиши учун кафолатлар;
- солиққа тортиш тизимида уларга оид белгиланган имтиёзлар;
- хорижий инвесторлар капиталини сақланиши учун кафолатлар;

- фойда ва даромадларни хорижга олиб чиқиб кетишнинг эркинлиги;

- миллий сўмда ва чет эл валютасида олинган фойдаларни ўтказиш ва олиб чиқиб кетиш имконияти;

- божхона имтиёзларининг мавжудлиги;
- хорижий инвесторларнинг мулклари ва уларнинг ўзларини хавф-хатарлардан суғуртавий муҳофаза қилиш тизимини яратилганлигидир.

Б.Ш.Хусанов – Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис институти профессори, в.б.

И.К.Жураев – Самарканд Иқтисодиёт ва Сервис институти МДМ 121 гуруҳ магистранти

МАҲАЛЛИЙ БЮДЖЕТЛАРНИ ХАРАЖАТЛАРИНИ БЮДЖЕТЛАРАРО ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация:Мақола Ўзбекистонда маҳаллий бюджет даромадлари ва харажатларини мувофиқлаштириш, маҳаллий бюджетнинг ҳудудларининг ривожланишидаги аҳамияти ҳақида сўз боради.

Калит сўзлар: маҳаллий бюджет, даромад, харажат, смета, ижтимоий соҳа.

Аннотация: В статье рассматривается координация доходов и расходов местных бюджетов в Узбекистане, роль местных бюджетов в развитии регионов.

Ключевые слова: местный бюджет, доходы, расходы, смета, социальная сфера.

Annotation: The article discusses the coordination of revenues and expenditures of local budgets in Uzbekistan, the role of local budgets in the development of regions.

Key words: local budget, revenues, expenses, budget, social sphere.

Маҳаллий бюджетлар ҳукуматнинг иқтисодий-ижтимоий сиёсатини амалга оширишда катта маъқега эга. Масалан, у маҳаллий молия органларининг бюджет ижросидан манфаатдорлигини оширишга ва шунинг асосида бюджет харажатларини тўғри ва оқилона тарзда сарфланишига ва бюджет тушумларининг янги манбаларини қидириб топишга рағбатлантиришни таъминлашга қаратилган.

Маҳаллий бюджет барча мамлакатларда маҳаллий солиқлар ва йиғимлардан ташкил топади. Аммо у умумдават иқтисодий ва ижтимоий вазифаларини амалга оширишда, биринчи навбатда, ижтимоий инфраструктурани сақлаш ва ривожлантиришга сарфланади.

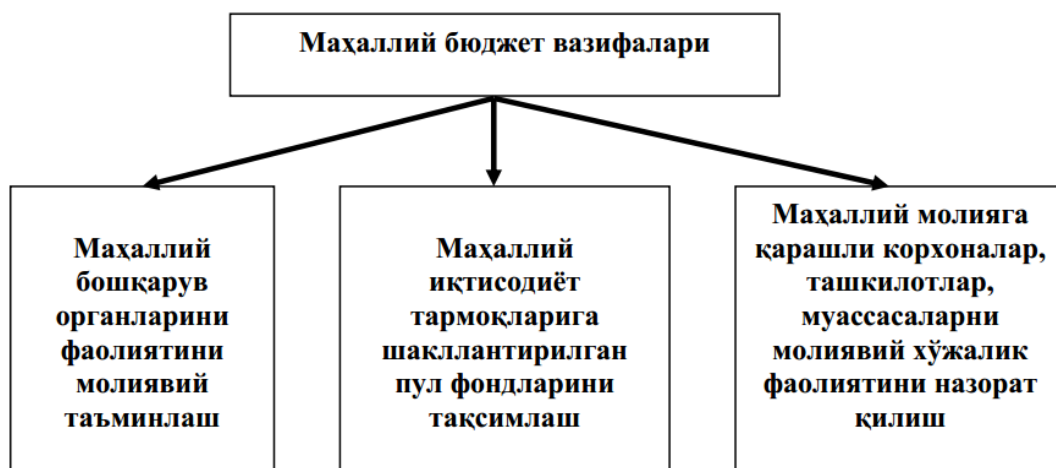
Ўзбекистонда маҳаллий бюджет даромадлари ва харажатларини мувофиқлаштириш ҳозирги бозор иқтисодиётига ўтиш даврида республика ва унинг ҳудудларининг ривожланишида муҳим аҳамият касб этади. Марказлаштирилган режалаштириш тизимидан бозор иқтисодиётига ўтиш биринчи навбатда бошқарув тизими таркибини ўзгартиришни ва бу жараёнлар давомида маҳаллий бошқарув органларининг ролини ошириб боришни талаб этади.

Маҳаллий бюджетнинг яхлитлиги туфайли республика ўз тасарруфига пул ресурсларининг ягона марказлаштирилган жамғармасига олади, уни бюджет тизимининг фақат бирор- бир бўғинига тақдим этиш мумкин эмас.

Маҳаллий бюджетлар тизими маҳаллий эҳтиёжларни тўлароқ ҳисобга олиш ва уларни давлат марказлаштирилган тартибда амалга оширадиган чора-тадбирлар билан тўғри мувофиқлаштириш имконини беради.

Шунинг учун маҳаллий ҳокимият органлари маҳаллий бюджетга даромадлар келиб туришини ва ресурслардан мақсадли фойдаланишдан манфаатдорлар, чунки жойларда иқтисодиёт ва маданиятнинг ўсиш суръатлари маҳаллий захираларни сафарбар этишга, маблағларни режали сарфлашга доир ишларни ташкил этишга бевосита боғлиқ бўлиб, бу эса, ўз навбатида, Ўзбекистон Республикасининг давлат бюджетини муваффақиятли бажаришга имкон яратади.

Ўзбекистон Республикаси бюджет тизимининг ҳар бир бўғини у ёки бу ижтимоий эҳтиёжларни қондириш учун мўлжалланган турли пул жамғармаларини ташкил этиш, тақсимлаш ва улардан фойдаланишга қаратилган ўзига хос вазифаларни бажаради (3-чизмага қаранг).



3-чизма. Маҳаллий бюджетларнинг вазифалари

Маҳаллий бюджет харажатларини даромадларига мос баланслаштириш, молиявий харажатларни ташкил қилиш учун хизмат қилади. Бу эса давлат молиявий сиёсатининг бош мақсадидир. Албатта, ушбу ишларни амалга ошириш асосан маҳаллий бюджетлар маблағлари ҳисобига амалга оширилади.

Маҳаллий бюджет харажатларини бошқариш эса маҳаллий иқтисодиётнинг предметиға нисбатан, яъни маҳаллий ҳокимиятга тобе корхона ва объектлар рўйхати билан эмас, балки ҳал қилинадиган вазифалар ёки бажариладиган функциялар рўйхати билан белгиланади. Мазкур хизматларнинг маҳаллий хусусиятидан келиб чиқиб, улар маҳаллий хизматлар деб аталади. Уй-жой коммунал, транспорт ва ижтимоий-маданий хизматлар мажмуи, жамоат тартибини сақлаш, ободончилик масалалари, шаҳар ва туманлар ҳудудида экологик мувозанат ва тозаликни таъминлаш маҳаллий хизматлар жумласига киради. Бундай ёндашувдан келиб чиқиб, маҳаллий иқтисодиёт- бу аҳолиға хизматлар кўрсатиш иқтисодиёти деб хулоса чиқариш мумкин. Ҳудудлардаги маҳаллий бюджетнинг аҳамияти эса унинг бажарадиган вазифалари орқали намоён бўлади. Маҳаллий бюджетлар қуйидаги вазифаларни бажаради:

- ҳудудий бошқарув органлари фаолиятини молиявий таъминлайдиган пул фондларини шакллантиради;
- мазкур минтақанинг халқ хўжалиги тармоқлари ўртасида бу фондларни тақсимлайди ва ишлатади;
- маҳаллий ҳокимият органларига бўйсунадиган корхоналар, ташкилотлар, муассасаларнинг молиявий хўжалик фаолиятини назорат қилади.

Хулоса ўрнида шуни айтиш жоизки, бюджет маблағларини тежаш орқали заҳирани излаб топишда бюджет хизматларининг бевосита

харажатларини бошқариш, яъни хизмат кўрсатиш жараёни билан боғлиқ харажатлар ва хизматларни етказиб беришни амалга ошириш билан боғлиқ бошқарув харажатларига ажратиш мақсадга мувофиқ. Маҳаллий бюджет харажатлари потенциални мустаҳкамлаш мақсадида қонуний тарзда нафақат маҳаллий солиқ ва тўловларнинг таркибини аниқ белгилаб қўйиш, балки республика аҳамиятидаги давлат солиқдарининг маҳаллий бюджетлар даромадларидаги улушлари динамикасини таҳлил қилиш ва янада такомиллаштириш ҳам зарур.

О.Д.-Хамракулова - и.о. профессор Самаркандского института экономики и сервиса

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РЕАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: В работе рассмотрены теоретические аспекты инвестиционного климата в реальном секторе экономики Узбекистана, а также предложены рекомендации по данному вопросу.

Ключевые слова: реальный сектор экономики, инвестиции, инвестиционный климат, рыночный механизм хозяйствования, методы оценки, факторы инвестиционного климата.

Annotatsiya: Maqolada O‘zbekiston iqtisodiyotining real sektoridagi investitsiya muhitining nazariy jihatlari ko‘rib chiqiladi, shuningdek, ushbu masala bo‘yicha tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: iqtisodiyotning real sektori, investisiyalar, investitsion muhit, boshqaruvning bozor mexanizmi, baholash usullari, investisiya muhiti omillari.

Abstract: The paper considers the theoretical aspects of the investment climate in the real sector of the economy of Uzbekistan, and also offers recommendations on this issue.

Key words: real sector of the economy, investments, investment climate, market mechanism of management, assessment methods, investment climate factors

Определяя приоритетные направления реформ, проводимых в Узбекистане, направленных на повышение благосостояние народа, важное место в развитии реальной экономики занимают проблемы повышения инвестиционной привлекательности, инвестиционного климата, что тесно со стабилизации социально-экономического положения в народном хозяйстве с перспективой последующего экономического роста. В Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы отмечается необходимость «ускоренного развития национальной экономики и обеспечение высоких темпов роста». В этой связи, заслуживает внимание исследование проблем инвестирования в реальный сектор экономики.

Современная экономика выступает в качестве очень обширной сферы. В ней исследователи и авторы выделяют два крупных и наиболее значимых сектора: реальный и финансовый сектора экономики. Реальный сектор –

также структурированное образование. В него входят сразу несколько экономических отраслей, каждая из которых занимается несколькими видами продукции: материальной продукцией и нематериальной. В реальном секторе экономической сферы также осуществляется производство, распределение, обмен и потребление, которые являются четырьмя основополагающими экономического развития и удовлетворения потребностей, которые возникают в обществе.

Всю экономическую систему можно изобразить в виде сложного кругооборота продукции и услуг, а с другой стороны – в виде всей совокупности располагающих в этом секторе денежных ресурсов. Активизация инвестиционного процесса в секторе реальной экономики должна проходить по четким инвестиционным программам и проектам. Отбор проектов для инвестирования должен производиться по критерию - максимум эффективности при наименьших затратах и времени.

Актуальность изучения проблем реального сектора экономики возрастает в связи с тем, что здесь необходимо решение проблем привлечения и повышения эффективности инвестиций. Инвестирование может преследовать следующие цели: модернизация, либо расширение производственной деятельности; создание или повышение эффективности производственной инфраструктуры; формирование запасов или резервов; развитие научной деятельности; модернизация социальной инфраструктуры; повышение квалификации наемных работников и так далее.

Инвестиции могут быть реализованы в виде новых более совершенных технологий, либо оборудования, способных увеличить производительность труда и оборачиваемость денежных средств. «Основными факторами роста ВВП в 2018-2030 гг. являются обеспечение роста реальных объемов промышленности в 2,3 раза (увеличение доли в ВВП от 26,3% в 2018 г. до 33,3% в 2030 г.), строительных работ в 2,1 раза (от 5,7% до 6,4%) и сферы услуг в 2,1 раза (от 35,6% до 39,3%) и соответственно снижение доли сельского хозяйства в 1,8 раза (с 32,4% до 21%). Рост производственного потенциала экономики обеспечит увеличение объемов экспорта в 3 раза. Для обеспечения экономического роста потребуются увеличить объемы капитальных вложений – 3,1 раза, прямых иностранных инвестиций – 7,0 раз.[2]

Однако необходимо отметить, что достижение таких высоких показателей во многом связано с повышением инвестиционного климата в стране.

Инвестиционный климат - это весьма сложное многомерное понятие. Оценка различных составляющих инвестиционного климата позволяет определить уровень инвестиционного риска, целесообразность и

привлекательность осуществления вложений. Тенденции регионального развития привели к кардинальным изменениям привычной картины инвестиционного поля и предпочтений инвесторов. Глобальный экономический кризис, вызванный пандемией заставил инвесторов переосмыслить приоритеты как с точки зрения оценки рисков, так и с точки зрения потенциала регионов.

К первой группе факторов, определяющих инвестиционный климат, относятся правовые, в том числе стабильность, прозрачность и предсказуемость в отношении допуска на рынок и функционирования зарубежных инвестиций, особенностей национального режима или режима наибольшего благоприятствования, формы государственных гарантий зарубежным инвесторам (в том числе защита от возможной национализации собственности). Эти факторы служат предварительным критерием оценки инвестиционного климата принимающей страны.

Вторая группа - макроэкономические факторы, играющие наиболее существенную роль. К ним относятся следующие:

- емкость рынка принимающей страны, определяемая объемом ВВП в целом и объемом этого показателя на душу населения;

- уровень политического риска страны, который зависит от политической стабильности и демократического характера ее политической системы. Первый из этих показателей определяется устойчивостью правительства и состоянием экономики с точки зрения ожиданий населения. Вторым показателем определяется уровень дальнейшей демократизации в развитии общества с точки зрения расширения гражданских свобод и основных прав человека;

- конвертацией национальной валюты, что позитивно влияет на привлечение инвестиций в стране.

Третья группа факторов, определяющих инвестиционный климат страны, - географические и природно-климатические; они особенно важны при вложении инвестиций в добывающие отрасли и сельское хозяйство.

Четвертая группа факторов - предпринимательский климат страны. Для деятельности зарубежных инвесторов важны такие составляющие предпринимательского климата, как уровень издержек, специфика налоговой системы и размер налоговых ставок, система финансовых льгот, уровень развития производственной инфраструктуры, квалификация рабочей силы и т.д.

МИВТ республики, проведя анализ инвестиций и внешнеторговой деятельности в 2021 году, определило приоритетные задачи на 2022 год, где основное внимание уделяется росту объема экспорта страны, вовлечения новых предприятий в экспортную деятельность.

В это связи, большое значение имеет создание условий по активизации инвестиционной привлекательности в экономике

Узбекистана. Узбекистан планирует в 2022-2024 годах реализовать инвестиционные проекты на сумму около \$52,15 млрд. Об этом говорится в проекте постановления президента об инвестиционной программе Узбекистана на 2022–2024 годы, опубликованном Министерством инвестиций и внешней торговли.

Согласно документу, в 2022 году Узбекистан планирует осуществить проекты на сумму \$16,57 млрд., из которых \$6 млрд. – прямые иностранные инвестиции. При этом, проекты на сумму \$7,51 млрд. будут реализованы в сфере геологии, энергетике, промышленности и ее базовых отраслях. Узбекистан планирует реализовать проекты на сумму \$17,34 млрд. в 2023 году. Объем прямых иностранных инвестиций составит \$7,06 млрд. Как и в 2022 году, большая часть средств (\$9,24 млрд.) будет направлено в геологию, энергетику и промышленность. В 2024 году планируется реализовать проекты на \$18,2 млрд. При этом, ожидается, что будет освоено прямые иностранные инвестиции на сумму \$7,73 млрд.

Поскольку рейтинговые агентства являются так же субъектами какой-либо страны, существует вероятность учета собственных геополитических интересов при выведении итоговой оценки.

На объективность оценки инвестиционного климата существенное влияние оказывает методика расчёта итогового показателя. Существуют два основополагающих подхода. К первому относят фундаментальный или математический метод расчёта оценки инвестиционного климата. Данная методика позволяет вывести оценку, рассчитанную на основе количественных показателей, характеризующих инвестиционный потенциал страны. Данные показатели выступают в качестве количественного индикатора экономического и финансового состояния страны. К таким фундаментальным и неоспоримым показателям можно отнести, например, ВВП страны, курс национальной валюты или ключевые ставки по налогам.

Второй подход характеризуют экспертные оценки. Данный вид методики опирается на мнение авторитетных экспертов, или усредненную выборку, состоящую из мнения нескольких экспертов. Полученный результат посредством опроса экспертов выражается в количественной оценке, чаще всего в рейтинге.

Сравнивая две вышеуказанных методики, нельзя игнорировать как преимущества, так и недостатки каждой из них. Естественно, что наиболее объективной оценкой является оценка, рассчитанная на основе фундаментальных показателей и, желательно, что бы эти показатели публиковались в международных информационных источниках, чтобы инвестор мог проверить, насколько достоверно и точно рассчитывается показатель оценки инвестиционного климата страны. Поэтому, методика расчёта показателя должна быть максимально открытой.

Выбор той или иной страны для инвестирования заключается в сравнении оценок инвестиционного климата с другими странами. Поэтому инвестору, в качестве конечного продукта исчислений интересен рейтинг, по которому можно сравнить потенциальную страну инвестирования со странами, представляющими альтернативу.

Сегодня Узбекистан осуществляет активные реформы, добившись улучшений в трех из десяти областей, оцениваемых в докладе «Ведение бизнеса», включая международную торговлю, защиту миноритарных инвесторов и налогообложение.

Международные индексы оценки инвестиционного климата в большей части ориентированы на инвестиционную привлекательность. При этом, показатели и используемые подходы изменяются от индекса к индексу. Поэтому стране требуется рассчитывать свой собственный индекс оценки инвестиционного климата, который бы основывался на мировой статистике и позволял выявить слабые и сильные стороны для позиционирования себя на мировой арене и улучшений инвестиционной среды внутри страны.

Подводя итог вышеизложенному, необходимо отметить следующее:

- при всей сложности инвестиционного процесса, определяющую роль занимает изучение факторов и методов инвестиционного климата;

- автор придерживается мнения, что инвестиционный климат включает следующие факторы: правовые, макроэкономические, географические, предпринимательские, роль которых непомерно велика в инвестиционном процессе;

- в тоже время, можно использовать другой подход к характеристике инвестиционного климата: экономические условия, государственная инвестиционная политика, а также прочие составляющие;

- в мировой практике используются рейтинги инвестиционного климата разных стран, проводимых такими международными журналами как «Euromoney», «Fortune», «The Economist», а также прочие престижные издания, которые определили инвестиционную привлекательность Узбекистана, показав его возможности, успехи и недостатки за последнее время, но при этом необходимо отметить, что у нашей страны еще нет собственного индекса оценки инвестиционной привлекательности, что является сдерживающим фактором в развитии экономики.

- наладить систему критериев инвестиционного климата для всех хозяйственных субъектов независимо от форм собственности ; расширить условия для привлечения инвестиций в сферу разработки и внедрения

инновационных идей и технологий, совершенствование нормативно-правовой базы, обеспечивающей их дальнейшее развитие.

Т.Пардаев- Божхона институти доценти, и.ф.н.

А.Бекмуродов-Божхона институти 4- курс курсанти

ХАЛҚАРО ИҚТИСОДИЙ ИНТЕГРАЦИОН ЖАРАЁНЛАРГА МИЛЛИЙ БОЖХОНА ТЎЛОВЛАРИ ТИЗИМИНИ МУВОФИҚЛАШТИРИШ.

Аннотация:Мазкур мақолада халқаро иқтисодий интеграцион жараёнларга миллий божхона тўловларини мувофиқлаштириш орқали реал сектор соҳасида барқарор ўсиш суръатларини таъминлашга эришган ҳолда аҳоли бандлиги, фаровонлиги, яшаш сифати ва даражасини юксалтириш йўлидаги муаммолар ва уларнинг ечимлари хусусида сўз юриталади.

Калит сўзлар:Иқтисодий интеграция, божхона тўловлари, кўшилган қиймат солиғи, ташқи иқтисодий фаолият, акциз солиғи

Аннотация: В данной статье рассматриваются проблемы и пути их решения по повышению занятости, благосостояния, качества жизни и уровня жизни в реальном секторе за счет достижения устойчивого роста в реальном секторе за счет согласования национальных таможенных пошлин в международных экономических интеграционных процессах.

Ключевые слова: экономическая интеграция, таможенные пошлины, налог на добавленную стоимость, внешнеэкономическая деятельность, акциз.

Annotation: This article discusses the problems and their solutions to improve employment, welfare, quality of life and living standards in the real sector by achieving sustainable growth in the real sector through the coordination of national customs duties in international economic integration processes. z runs.

Keywords: Economic integration, customs duties, value added tax, foreign economic activity, excise tax

Бозор иқтисодиётида давлат ўз иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш ва миллий манфаатларини ҳимоя қилиш мақсадида ташқи иқтисодий фаолиятни тартибга солиди. Ҳар бир давлат ташқи савдони тартибга солишда турли хил усул ва воситалардан фойдаланади, лекин унинг кўлами, шакли, аниқ мақсад ва вазифалари ҳар бир мамлакат томонидан замонавий дунёдаги вазият ва давлатнинг ташқи ва ички сиёсатидан келиб чиқиб белгиланади.

Дунё мамлакатларида ташқи савдо мамлакатдаги иқтисодий, ижтимоий ва сиёсий муаммолар ва дунёдаги вазиятга қараб маълум даражада давлат томонидан тартибга солинади. Ҳар қандай давлат ўз манфаатларини, ички ишлаб чиқарувчилар манфаатларини ҳимоя қилишга интилади, бинобарин, протекционизм сиёсатидан манфаатдор. Савдо сиёсати тариф ва нотариф тартибга солиш воситалари ва турли хил

битимлар миллий ишлаб чиқарувчиларни ҳимоя қилиш механизмларидан ҳисобланади.

Ҳозирги замонавий дунё мамлакатлари халқаро савдони тартибга солиш, чеклаш, қўллаб-қувватлаш ёки бошқача таъсир кўрсатиш мақсадида ўз ташқи иқтисодий сиёсатини шакллантиради.

Мамлакатимиз Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис палаталари қўшма мажлисидаги «Янги Ўзбекистон тараққиёт стратегияси асосида демократик ислохотлар йўлини қаътий давом эттирамиз» номли маърузасида, мамлакатимиз тараққиёт стратегияси доирасида амалга ошириладиган энг устувор вазифалар ҳақида қисқача тўхталиб, “Учинчидан, миллий иқтисодиётни, унинг ўсиш суръатларини замон талаблари даражасида ривожлантириш устувор вазифаларимиздан биридир” деб белгилаб берди.

Ташқи иқтисодий фаолиятни божхона тўловлари билан тартибга солиш орқали ташқи савдони самарали таркибини таъминлаш, ички товарларни ишлаб чиқарувчиларни чет элнинг носоғлом рақобатидан ҳимоялаш, давлат бюджети даромадлар қисмини шакллантириш каби вазифалар бажарилади.

Божхона тўловлари тизимидан давлат ташқи иқтисодий фаолиятни тартибга солиш мақсадида фойдаланади, божхона тўловларининг ягона, мақсадли тизимини яратиш ва уларни давлатнинг божхона чегарасидан ўтувчи товарларга қўллаш орқали амалга оширилади.

Ҳар бир давлат ўз иқтисодиётини ҳар томонлама ривожлантириш, дунё хўжалигига интеграциялашув жараёнларини ҳисобга олиб, ташқи иқтисодий фаолиятни тартибга солишда турли хил воситалардан фойдаланади ва уларни қўллашни доимий равишда такомиллаштириб боради. Ташқи иқтисодий фаолиятни тартибга солиш давлат воситалари таркибида божхона тўловлари асосий ўринни эгаллайди. Божхона тўлоалари ва уларнинг ставкаларини миқдри ташқи савдосини ривожланиш ҳолатига бевосита таъсир этади.

Хусусан, бугунги кунда иқтисодиётни глобаллашуви шароитида Ўзбекистонда ташқи иқтисодий фаолиятни тартибга солишда қўлланиладиган божхона тўловларини такомиллаштириш далзарб масалалардан биридир.

Божхона тўловларининг моҳияти ва уларни қўллаш бўйича дунё олимлари турлича тариф берган. Жумладан:

В.Ю.Жуковец — “Божхона тўловлари деганда, товарларни божхона иттифоқининг божхона чегараси орқали олиб ўтишда божхона органларига мажбурий равишда, шахс томонидан тўланиши керак бўлган барча тўловларнинг йиғиндиси тушунилади.

С. В. Халиповнинг нуқтаи-назари бўйича, “Божхона тўловларига, ундирилиши Россия Федерацияси божхона органлари ваколатларига киритилган солиқлар ва йиғимлардир.

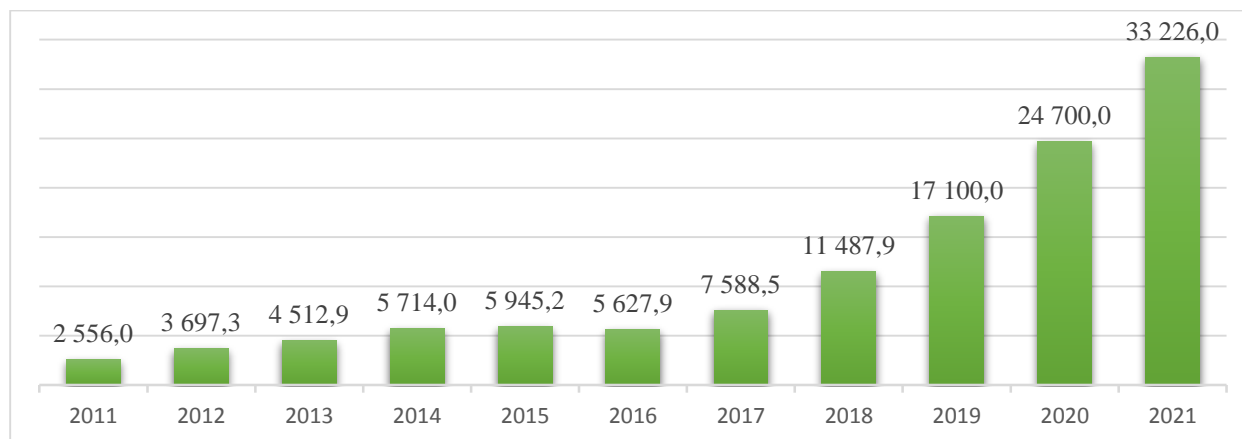
О.Ю.Бакаев, божхона тўловларига — белгиланган тартибда божхона органлари томонидан йиғиладиган ва товарларни божхона иттифоқининг божхона чегараси орқали олиб ўтишда тўланадиган солиқ ва бюджетга тушадиган солиқ ва солиқдан ташқари тушумлар вазифасини бажарадиган мажбурий тўловлар деб, ўз таърифини беради .

Умуман олганда, божхона тўловлари - божхона чегараси орқали ташқи иқтисодий фаолият субъектлари томонидан товарлар олиб ўтилганда ундириладиган мажбурий тўлов бўлиб, товарлар олиб ўтишнинг асосий шарти ҳисобланади.

Ташқи иқтисодий фаолият қатнашчиларига бу йўналишда қулайликлар яратилиши натижасида ундирилган божхона тўловларининг миқдори ҳам йилдан — йилга ошмоқда. Таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, бу кўрсаткич 2012-2021 йилларда 9,2 мартага ошган.

1-диаграмма

Ўзбекистон Республикаси божхона органлари томонидан 2010-2021 йилларда ундирилган божхона тўловлари динамикаси. (Млрд.сўмда)



Манба: ДБҚ маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

Божхона тўловларини ўсишига: импорт товарларининг ҳажмини кўпайиши, товарларнинг божхона қийматини аниқланиши такомиллашаётганлиги, божхона тўловлари ставкаларини ўзгариши, эркин алмаштириладиган валюта курсининг ўзгариши, божхона тўловлари бўйича имтиёزلарни камаётганлиги, божхона соҳасида автоматлаштирилган ахборот тизимидан самарали фойдаланилаётганлиги, божхона соҳаси бўйича меъерий-ҳуқуқий базани такомиллашаётганлиги

каби асосий омиллар таъсир этган.

2021 йилда жами божхона тўловлари таркибида: қўшилган қиймат солиғи 83,6 фоизни, импорт божхона божи 16,1 фоизни, акциз солиғи 0.1 фоизни, бошқа тўловлар 0,2 фоизни ташкил этган. 2014 йилда бу кўрсаткичлар мос равишда 56,1, 23,4, 17,1 ва 3,4 фоиз бўлган. Юқоридаги йилларда қўшилган қиймат солиғи 27,5 фоизга, импорт божхона божи 7,3 кўпайган ва аксинча акциз солиғи 17,0 фоизга, бошқа тўловлар 3,2 фоизга камайганлигини кўришимиз мумкин

Дунё мамлакатларида, уларнинг ривожланиш даражасига кўра турли даражадаги божхона божлари ставкалари қўлланилади. Таъкидлаш жоизки, Жаҳон савдо ташкилотига аъзо бўлиш даврида белгиланган божхона божлари арифметик ўртача ставкаси Корея Республикасида 16,5 фоизни, Исроилда 22,0 фоиз, Индонезияда 37,1 фоиз, Норвегияда 20,1 фоиз, Ҳиндистонда 48,5 фоиз, Исландияда 24 фоиз ва Марокашда 41,3 фоизни ташкил қилган. Шу билан бирга, “ноль” божхона божи ставкаси ҳозирги вақтда Европа иттифоқида 16,7 фоиз товарларга нисбатан, Ҳиндистонда 2,1 фоиз, Евроосиё иқтисодий иттифоқида 15,8 фоиз, Туркияда 37,5 фоиз товарларга нисбатан қўлланилади, Эрон Республикасида эса “ноль” божхона божи ставкаси умуман қўлланилмайди.

Мамлакатимизда божхона божлари арифметик ўртача ставкаси 8,02 фоизни ва “ноль” божхона божи ставкаси 39,34 фоизни ташкил этади.

Дунёда ҚҚСнинг юқори ставкаси Венгрия, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Польша, Португалия, Финляндия, Швеция давлатларида, яъни 20 фоиздан юқорини ташкил этади.

Дунёнинг айрим мамлакатларида АҚШ, Куба, Қатар, Гонконг, Сан-Марино, Ватикан ва Макао мамлакатларида ҚҚС қўлланилмайди.

Ҳозирги кунда жаҳон тажрибасида қўшилган қиймат солиғининг ставкалари, жумладан: Қозоғистон ва Қирғизистонда – 12 фоиз, Туркменистонда – 15 фоиз, Тожикистонда – 18 фоиз, Хитойда – 13 фоиз, Сингапурда – 5 фоиз ва Корея Республикасида – 10 фоизни ташкил этаётган бўлса, Ўзбекистонда ҚҚСнинг ставкаси 15 фоизни ташкил этади.

Австралия, Ветнам, Доминикан Республикаси, Камбоджа, Ливан, Малайзия, БАА, Парагвай, Сингапур, Таиланд, Швейцария, Корея Республикаси давлатларида 10 ва ундан кам фоизни ташкил этади. [6]

Россия Федерациясида ҚҚС нинг 3 хил ставкаси бугунги кунда амалда:

- 0 % ли ставка мамлакатдан экспорт бўлаётган товарларга нисбатан қўлланилади;

- 10 % ли ставка алоҳида истеъмол товарлари, болалар ва тиббиёт учун мўлжалланган товарларга нисбатан қўлланилади;

- 20 % ли ставка қолган барча товарларга нисбатан қўлланилади.

Германиянида ҚҚС нинг 2 хил ставкаси бугунги кунда амалда:

1. Китоблар ва озиқ – овқат товарларига 7 % ли ставка қўлланилади.

2. 19 % ли ставка қолган барча товарларга нисбатан қўлланилади.

Шунингдек, Германия давлатида Европа Иттифоқида кирмаган давлатлардан келган фуқоролар томонидан товарларни сотиб олиб, мамлакатдан олиб чиқиладиганда товарлардан ундирилган қўшилган қиймат солиғи қайтариб берилди.

Ҳозирги пайтда мамлакатимизда халқаро иқтисодий интеграцион жараёнларга миллий божхона тўловлари тизимини қўллашни оптималлаштириш жараёнида қуйидаги тамоилларни ҳисобга олиш зарур ҳисобланади:

-ташқи иқтисодий фаолиятни божхона тўловлари билан тартибга солиш тизимини такомиллаштиришда илғор хорижий тажриба, халқаро принциплар ва нормаларни қўллаш;

-маҳаллий ишлаб чиқарувчиларни республикада ишлаб чиқарилмайдиган, экспортга йўналтирилган маҳсулот ишлаб чиқаришда фойдаланиладиган хом ашё ва материаллар билан таъминлаш учун шарт-шароитлар яратиш;

-янги ишлаб чиқаришларни ташкил этиш мақсадида замонавий технологик ускуналар ва техникаларни олиб кириш учун қулайликлар яратиш;

-божхона расмийлаштирувида ташқи иқтисодий фаолиятнинг товар номенклатура коди бўйича яқин бўлган товарларни божхона тўловлари ставкаларини унификация қилиш;

-тўғридан-тўғри чет эл инвестицияларини жалб қилишни рағбатлантириш;

-акциз солиғига тортиладиган товарларга акциз солиғи ставкаларини унификация қилиш, уни инсон соғлиғи ва атроф-муҳит учун зарарли бўлган товарларга нисбатан қўллаш.

Хулоса қилиб айтганда, ташқи савдони самарали ривожланишида божхона тўловлари ижобий таъсир этиб, иқтисодиётда таркибий ўзгаришларга олиб келмоқда.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, дунёдаги глобал ўзгаришлар шароитида, мамлакатимизда ташқи савдони янада самарали ривожлантиришда божхона тўловларини қўллашни такомиллаштириш бўйича қуйидагиларни таклиф этаман:

- Мамлакатимизда божхона божлари арифметик ўртача ставкасини 8,02 фоиздан 12,0 фоизга кўтариш ва товарларга “ноль” божхона божи ставкасини 39,34 фоиздан 18,0-20,0 фоизга тушириш таклиф этилади. Бу эса ташқи савдо айланмасини мақбуллаштиради ва божхона тўловларини ошишига олиб келади.

- Кўшилган қиймат солиғи ставкасини 15-фоиздан 12 фоизга тушириш ва ҚҚСдан бериладиган имтиёзларни бекор қилиб, унинг ўрнига Германия ва Россия тажрибалари асосида ижтимоий-иқтисодий жихатдан муҳим товарларга ҚҚСни табақалаштириш тавсия этилади.

Юқоридаги хулоса ва таклифларни инобатга олган ҳолда Халқаро иқтисодий интеграцион жараёнларга миллий божхона тўловлари тизимини мувофиқлаштириш, мамлакатимизда ташқи савдони янада самарали ривожлантиришга ва миллий иқтисодни жаҳон иқтисодий тизимига интеграциялашувиغا хизмат қилади ҳамда давлат бюджети даромадлар қисмини ошишига олиб келади.

Z.Yarkulov – Samarqand iqtisodiyot va servis institute MMR-120 guruh magistranti

BANKLAR FAOLIYATIDA MARKETING KOMMUNIKASIYALARINI RIVOJLANTIRISH

Annotasiya: tijorat banklari o'rtasida shakllanayotgan raqobatda har bir bankning bank xizmatlari bozoridagi o'rni, xizmatlarga bo'lgan talabni shakllantirish, bank haqidagi ijobiy fikrlarga ega bo'lish marketing kommunikasiyalari orqali amalga oshadi. Mazkur tezisda banklar faoliyatida marketing kommunikasiyalarining o'rni va uni rivojlantirish masalalari ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: tijorat banklar, marketing kommunikasiyalari, reklama, sotishni rag'batlantirish, to'g'ridan-to'g'ri marketing, jamoatchilik bilan aloqalar.

Аннотация: Роль каждого банка на рынке банковских услуг в конкуренции между коммерческими банками, формирование спроса на услуги, приобретение положительных отзывов о банке осуществляется посредством маркетинговых коммуникаций. В данной статье рассматривается роль маркетинговых коммуникаций в деятельности банков и вопросы их развития.

Ключевые слова: коммерческие банки, маркетинговые коммуникации, реклама, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, связи с общественностью.

Annotation: The role of each bank in the market of banking services in the competition between commercial banks, the formation of demand for services, the acquisition of positive feedback about the bank is carried out through marketing communications. This article discusses the role of marketing communications in the activities of banks and issues of its development.

Keywords: commercial banks, marketing communications, advertising, sales promotion, direct marketing, public relations.

Bugungi kunda O'zbekistonning xalqaro integrasiyaga intilishi ichki moliya bozorining xaridor bozori sifatida shakllanishiga hissa qo'shmoqda. Tijorat banklari o'rtasida raqobat keskinlashmoqda. Tijorat banklarining raqobatbardosh mavqeyini mustahkamlash va rentabillik darajasini oshirish

uchun mijozlarni jalb qilish va bank xizmatlarini siljitish jarayonlarini kuchaytirish zarur.

Bank marketingning o'ziga xos xususiyatlari va uning mazmunini hisobga olgan holda shuni ta'kidlash mumkinki, bank sektorida marketingdan foydalanishni taqozo etadigan eng muhim omillar quyidagilar hisoblanadi:

1. Bank raqobatining globallashuvi.
2. Banklar bilan raqobatlashadigan nobank institutlarining paydo bo'lishi.
3. Bank sanoatining o'zini diversifikatsiya qilish.
4. Axborot texnologiyalari va aloqa vositalarini rivojlantirish.
5. Bank tizimida, shuningdek, banklar va nobank tashkilotlar o'rtasida mablag' jalb qilish sohasida ham, xizmatlar ko'rsatishda ham raqobatning kuchayishi.

6. Bank xizmatlari bozorida narxlar raqobatini davlat tomonidan tartibga solish bilan bog'liq cheklovlar va zararni yo'qotish nuqtasi.

Mahsulotlarni (xizmatlarni) siljitish kompleksi bank mahsuloti (xizmati), narx va marketing siyosatini ishlab chiqish tizimlari bilan bir qatorda bank marketingi kompleksining tartibga solinadigan omillari sohasiga kiradi. Bundan tashqari, umumiy marketing strategiyalari doirasida marketing kommunikasiya strategiyalari ishlab chiqiladi. Bank real va potentsial mijozlar, turli moliya institutlar va aloqa auditoriyasi oldida o'z mahsulotlari (xizmatlari)ning qulay imidjini yaratish va qo'llab-quvvatlashdan manfaatdor.

Bank mahsulotini (xizmatini) siljitish marketingning kommunikativ funksiyasidir. Biroq, rag'batlantirish nafaqat kommunikasiya yoki ma'lumot almashish, balki mijozni moliyaviy xizmat uchun bankka murojaat qilish zarurligiga ishonitirish uchun maqsadli aloqa harakatlaridir. Shuning uchun reklama bankning strategik maqsadlariga erishish uchun marketing vositalarining arsenalida markaziy o'rinlardan birini egallaydi va marketing strategiyasini yaratish bosqichida ham, umuman bank marketingini boshqarishda ham eng katta e'tiborga loyiqdir.

Bank mahsulotini (xizmatlarini) bozorga chiqarish siyosatini (strategiyasini) ishlab chiqish, eng avvalo, ushbu bozorda uning kommunikasiya siyosatini belgilashni nazarda tutadi. Bankning kommunikativ siyosati (mahsulotni siljitish) - bu bankning joriy mijozlari, bo'lajak mijozlari va umuman aholi bilan ularni bank xizmatlarini sotib olishga rag'batlantirishga qaratilgan axborot o'zaro aloqasi vositalari va usullari tizimi.

Bankdagi marketing kommunikatsiyalari tizimining asosiy elementlari quyidagilardan iborat:

- reklama;
- sotishni rag'batlantirish;
- to'g'ridan-to'g'ri marketing;
- jamoatchilik bilan aloqalar (PR).

Bank xizmatlariga bo'lgan talabni shakllantirishda reklamaning o'rnini hal qiluvchi ahamiyatga ega. Bank reklamasini (bank reklamasini) to'g'ri yo'lga qo'yish bank mahsulotlari (xizmatlari), ularning afzalliklari, xususiyatlari, sifati, foydalanish usullari, taqdim etish shartlari va joylari to'g'risidagi ma'lumotlarni mijozlarga etkazish bo'yicha chora-tadbirlar majmuini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. Banklarga nisbatan reklama har doim ikki tomonlama xususiyatga ega: axborotli va ishonarli.

Bankdagi reklamaning maqsadi - iste'molchilar e'tiborini muayyan mahsulot (xizmat)ga jalb qilish va uni sotib olishning eng to'g'ri yo'lini ko'rsatish, yangi mahsulotga nisbatan potentsial talabni yaratish va uni haqiqiy talabga aylantirishdan iborat. Qolaversa, mijozlar ongida bank nomi va imidjini doimo saqlab qolish asosiy maqsad hisoblanadi.

Bankdagi reklamaning asosiy vazifasi mijozga o'z xizmatlarini ushbu bankka ishonib topshirish orqali oladigan foydani ko'rsatishdan iborat. Bundan tashqari, reklama mijozlarga xizmat ko'rsatishda banklar o'rtasidagi farqlarni ko'rsatishga intiladi. Bank mahsulotlari (xizmatlari) reklamasining o'ziga xosligi uning funktsiyalarida ifodalanadi:

- kommunikativ funktsiya nafaqat xaridorlarni xizmatlar ko'rsatish joyi va vaqti to'g'risida oldindan xabardor qilish, balki ularning mahsulot assortimentini aniq ko'rsatish zaruratida namoyon bo'ladi;

- reklama bank mahsulotlarini (xizmatlarini) xarid qilish bo'yicha qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir etuvchi eng kuchli vosita ekanligi bilan bog'liq psixologik funktsiya;

- iste'molning ratsionalizatorlik funktsiyasi potentsial iste'molchilarga xizmat ko'rsatishda hal qilinadigan muammolar majmuasi, uning xususiyatlari va sifati haqida har tomonlama ma'lumot berishda ifodalanadi;

- iste'molchiga sodiqlik va xayrixohlik, maqsadli murojaatlar va mijozlar oldida o'z obro'siga ehtiyotkorlik bilan munosabatda bo'lish tamoyiliga rioya qilgan holda ijobiy jamoatchilik fikrini shakllantirish.

Marketing kommunikasiyasining yana bir muhim elementi sotishni rag'batlantirish hisoblanadi. Sotishni rag'batlantirish - bu sotish hajmini oshirishga (iste'molchi talabini rag'batlantirish, tovarlarni tarqatish va sotish jarayonini tezlashtirish) qaratilgan marketing tadbirlari majmui. Menejerlar va mijozlar o'rtasidagi shaxsiy aloqalar, yuqori reytingli bankda xizmat ko'rsatishning nufuzli elementlari bilan bog'liq bo'lgan narx (chegirmalar, maxsus narxlar, sovrinlar, sovg'alar) va narx bilan bog'liq bo'lmagan sotishni rag'batlantirishni shakllari farqlanadi.

Sotishni rag'batlantirish bank tomonidan uchta asosiy yo'nalishda amalga oshirilishi mumkin:

1. Iste'molchilarni (mijozlarni) rag'batlantirish - shaxsiy savdolar, doimiy mijozlar uchun chegirmalar, bank mijozlari o'rtasida lotereyalar va boshqalar.

2. Bank xodimlarini rag'batlantirish - pul mukofotlari, sovg'alar, qo'shimcha ta'tillar va boshqalar.

3. Bank mahsulotlarini (xizmatlarini) rag'batlantirish amalga oshiriladigan vositachilarni rag'batlantirish - qo'shma reklama, maxsus chegirma tizimlari va boshqalar.

Bankdagi marketing kommunikasiyalarida to'g'ridan-to'g'ri marketing muhim o'rin egallaydi. Bankdagi to'g'ridan-to'g'ri marketing chegirmalar, kuponlar va sovg'alardan muvaffaqiyatli foydalanadi. Turli tanlovlarda ishtirok etishni taklif qiladi. To'g'ridan-to'g'ri marketingda ushbu faoliyatning maqsadi sotishni rag'batlantirish tadbirlarini o'tkazishga qaraganda ancha kengroqdir. To'g'ridan-to'g'ri marketing muayyan harakatda ishtirok etganlar bilan keyingi ishlashni nazarda tutadi, ya'ni, fikr-mulohazalarni taqdim etadi. Ushbu tadbirlar maqsadli va tanlab olingan bo'lib, maqsadli auditoriyani aniq belgilash, ushbu odamlarning namunasini shakllantirish va ularga malakali murojaat qilish imkonini beradi. Savdoni rag'batlantirish vazifasi esa mahsulotga bir zumda e'tiborni jalb qilishdir.

Bankning to'g'ridan-to'g'ri marketing faoliyatiga quyidagilar kiradi:

– to'g'ridan-to'g'ri reklama (shaxsan taqdim etilgan reklama materiallari, mijozlar bilan shaxsiy munosabatlar, ommaviy nutq, referallardan foydalanish);

– pochta ro'yxatlari (to'g'ridan-to'g'ri pochta) - reklama materiallarini pochta orqali aniq potentsial mijozlarga maqsadli tarqatish;

– telefon marketingi – bank mahsulotini (xizmatini) iste'molchiga (call-markazlarga) to'g'ridan-to'g'ri sotish uchun telefon va telekommunikatsiya texnologiyalaridan ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimlari bilan birgalikda foydalanish;

– telemarketing - faqat tijorat va reklama ma'lumotlarini uzatish uchun mo'ljallangan maxsus tijorat telekanallaridan foydalanishni o'z ichiga oladi; shuningdek, teskari aloqa reklamasi - iste'molchining tezkor fikr-mulohazalarini o'z ichiga olgan televizordagi reklama;

– SMS jo'natmalari – mobil foydalanuvchilarga reklama xabarlarini maqsadli jo'natish, ko'pincha reklama xabari bepul pochta ro'yxatlariga (ob-havo, munajjimlar bashorati, plakatlar va boshqalar) qo'shiladi.

To'g'ridan-to'g'ri marketing shaxsiy sotish bilan bog'liq bo'lib, u bank va iste'molchi o'rtasidagi individual aloqa kanallaridan (aloqa) foydalanishni o'z ichiga oladi. Bu bank filialida yoki mijoz bilan maslahat va xizmatlar ko'rsatish bilan bog'liq shaxsiy muloqot, telefon suhbatlari, shaxsiy menejerning iste'molchi bilan pochta va Internet aloqalari (elektron pochta va boshqalar) bilan amalga oshadi.

Jamoatchilik bilan aloqalarni (PR) o'rnatish va qo'llab-quvvatlash bo'yicha ishlar - bu bankning o'zi uchun muhim bo'lgan tashqi muhit sektorlari bilan o'zaro ta'sir qilish orqali o'z faoliyatiga ijobiy munosabatni shakllantirishga qaratilgan sa'y-harakatlari (choralari) majmuidir. Reklama faoliyati bozorlar

bilan chegaralangan bo'lsa-da, jamoatchilik bilan aloqalar bundan tashqariga chiqadi. U hokimiyat va boshqaruv, ommaviy axborot vositalari va ular orqali - keng jamoatchilik, maqsadli iste'molchilar o'rtasidagi fikr yetakchilari bilan qulay munosabatlar o'rnatish va rivojlantirish bo'yicha faoliyatni qamrab oladi. Jamoatchilik bilan aloqalar xayriya, homiylik va boshqalarni o'z ichiga oladi. Jamoatchilik bilan ishlashning mohiyati, amerikalik mutaxassislarning majoziy ifodasi bilan aytganda, "do'stlar va hamfikrlarni yaratish biznesidir".

Bankdagi jamoatchilik bilan aloqalar faoliyati bankning o'z faoliyatiga xayrixoh munosabatda bo'lish uchun uning atrofidagi sub'ektlar (maqsadli auditoriya, davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari, ommaviy axborot vositalari va boshqalar) bilan o'zaro tushunishni rivojlantirishga qaratilgan maqsadli faoliyatini o'z ichiga oladi. U barcha sub'ektlarga bankning mahsulotlari (xizmatlari) haqida to'liq ma'lumotni, vaziyatni tahlil qilishni va ayrim sub'ektlarning bank faoliyatiga munosabati imkoniyatlarini prognozlashni o'z ichiga oladi. Ushbu faoliyat tashqi muhitga ham, bankning o'ziga ham yo'naltirilishi mumkin.

Raqobatli sharoitlarda tijorat banklari o'zlarining xizmatlariga talabni shakllantirish, bozorda o'z o'rniga ega bo'lish, mijozlar sonini oshirish, bank mahsulot va xizmatlariga barqaror talabni saqlab qolishda marketing kommunikasiyalaridan foydalanadi. Marketing kommunikasiyalarini banklarda rivojlantirish uchun shu bilimga ega mutaxassislar shtatini shakllantirish lozim.

VII SHŪ'BA. “РЕАЛ СЕКТОРДА СЕРВИС ТИЗИМИ ХИЗМАТЛАРИНИНГ СИФАТИ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ”

С.Р.Джумлатова- и.о.д. к.э.н., Самаркандского института
экономики и сервиса

ОСОБЕННОСТИ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: В данной статье рассматриваются проблемы, связанные с развитием цифровой экономики в Узбекистане. Обоснована актуальность цифровизации экономики в современных условиях и объяснено, почему цифровая экономика так важна при проведении реформ в Узбекистане. Анализируются процессы, происходящие в жизни Узбекистана, с учетом цифровизации экономики, и делается авторский вывод по данной проблеме.

Ключевые слова: цифровая экономика, информационные технологии, развитие, интернет, информация, Узбекистан.

Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bilan bog'liq muammolar muhokama qilinadi. Iqtisodiyotni raqamlashtirishning zamonaviy sharoitda dolzarbligi asoslab berildi va nima uchun raqamli iqtisodiyot O'zbekistonda islohotlarni amalga oshirishda muhim ahamiyatga ega ekanligi tushuntirildi. O'zbekiston hayotida ro'y berayotgan jarayonlar iqtisodiyotni raqamlashtirishni hisobga olgan holda tahlil qilinib, bu borada mualliflik xulosasi keltirildi.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, axborot texnologiyalari, rivojlanish, internet, axborot, O'zbekiston.

Annotation: This article discusses the problems associated with the development of the digital economy in Uzbekistan. The relevance of the digitalization of the economy in modern conditions is substantiated and it is explained why the digital economy is so important in carrying out reforms in Uzbekistan. The processes taking place in the life of Uzbekistan are analyzed, taking into account the digitalization of the economy, and the author's conclusion is made on this issue.

Keywords: digital economy, information technology, development, internet, information, Uzbekistan.

В настоящее время развитие цифровой экономики является приоритетом для увеличения возможностей каждой страны, поэтому использование существующих возможностей использования цифровых технологий в экономическом развитии каждой страны считается актуальным вопросом современности

Важность реформ в сфере формирования и развития цифровой экономики заключалась и в том, что 2020 год в Узбекистане объявлен «Годом развития науки, образования и цифровой экономики» и реформ во

всех сферах, направленных на построение нового Узбекистана. решительно продолжались в нашей стране.

Этот процесс на протяжении длительного периода определяет масштабы развития экономики и общества, приводит к кардинальным изменениям в жизни людей. Именно формирование цифровой экономики было одним из приоритетных направлений для большинства стран – экономических лидеров, в том числе США, Великобритании, Германии, Японии и др. В настоящее время область информационных технологий развивается очень быстро и тем самым меняет нашу жизнь. Следует отметить, что сегодня люди не представляют своей жизни без компьютера, телефона, интернета. Информационные технологии не только помогают и упрощают нашу жизнь, но в то же время позволяют экономить время и деньги, защищать нашу жизнь.

Все вышеизложенное обосновывает актуальность реформ в сфере формирования и развития цифровой экономики в Узбекистане в современных условиях. В чем преимущества процессов цифровизации? Цифровизация позволяет стандартизировать достоверность информации, возможность ее проверки, обеспечение большей прозрачности и возможности получения большего количества информации, низкую стоимость заявок и возможность быстро обеспечить соответствие спросу и предложению.

Экономическое и социальное развитие Узбекистана сегодня связано со степенью цифровизации, определяющей конкурентоспособность на мировой арене. Учитывая опыт мировых экономических лидеров, в последние годы проводимые в Узбекистане реформы сопровождались активным внедрением в процесс современных информационно-коммуникационных технологий. В ближайшем будущем именно эффективное использование новых цифровых технологий будет определять международную конкурентоспособность как отдельных компаний, так и целых стран, формирующих инфраструктуру и правовую среду цифровизации.

Одним из основных условий масштабных государственных инвестиций во внедрение цифровых технологий является оценка вклада соответствующей деятельности в экономический рост с точки зрения соотношения затрат и результатов. Независимо от сценария экономического развития, необходимы гарантии достаточной окупаемости таких инвестиций для обоснования целесообразности их осуществления.

С учетом проводимых в нашей республике реформ в области цифровизации уже созданы интегрированные информационные системы для оказания интерактивных услуг в сфере госзакупок, проложено более 25,6 тыс. км волоконно-оптических линий связи. Более 67 процентов населения страны или 22,5 миллиона пользователей имеют доступ к

Всемирной информационной сети Интернет, а количество пользователей мобильной связи третьего и четвертого поколения превысило 16 миллионов абонентов.

Доля цифровой экономики в ВВП Узбекистана составляет 2,2%. При этом средним оптимальным показателем считается 7-8%, например, в Великобритании это 12,4%, Южной Кореи - 8%, Китае - 6,9%, Индии - 5,6%, а в России - 2,8%. %, Казахстан - 3,9%. В соответствии с проектом Концепции развития системы электронного правительства Республики Узбекистан к 2025 году планируется увеличить долю услуг ИКТ в ВВП до 5,0%, а к 2030 году до 10%.

Исходя из актуальности данной проблемы, государство принимает масштабные меры по развитию цифрового сектора экономики, внедрению систем электронного документооборота, развитию электронных платежей и совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере электронной коммерции.

В заключение хотелось бы отметить, что в нашей стране планируется создать Комиссию по координации развития цифровой экономики, которая разработает концепцию развития «Цифрового Узбекистана» до 2030 года. Дальнейшее развитие телекоммуникационной инфраструктуры, обеспечение населения качественной мобильной связью, широкополосным доступом в Интернет. В первую очередь необходимо полностью цифровизировать сферы строительства, энергетики, сельского и водного хозяйства, транспорта, геологии, кадастра, здравоохранения, образования, архивов. При этом система «Электронное правительство», программы и проекты, реализуемые в ее рамках, должны быть подвергнуты критическому осмыслению, а все организационные и институциональные вопросы должны быть комплексно решены. Это позволит нам в будущем реализовывать инновационные проекты, которые основаны на государственно-частном партнерстве в сфере цифровой экономики и ориентированы на поддержку производства современных программных продуктов.

А.Н.Холиқулов—Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти доценти,
и.ф.н

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИДА СЕРВИС ФАОЛИЯТИ МАДАНИЯТИ САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада сервис фаолияти маданияти, Хизмат кўрсатиш корхоналари сервис маданияти тушунчаларига такомиллашган таъриф ишлаб чиқилган, ҳамда Хизмат кўрсатиш корхоналари сервис сифатини оширишда, унинг фаолиятида сервис маданиятининг барча турларини муттасил ошириб ва такомиллаштириб бориш йўллари келтирилган.

Калит сўзлар: Сервис, сервис фаолияти маданияти, хизмат кўрсатиш корхоналари сервис маданияти, сервис сифати.

Аннотация: В данной статье дается усовершенствованное определение понятия культуры обслуживания, культуры обслуживания предприятий сферы услуг, а также пути непрерывного повышения и совершенствования всех видов культуры обслуживания при повышении качества обслуживания предприятий сферы услуг.

Ключевые слова: Сервис, культура сервисной деятельности, культура обслуживания сервисных предприятий, качество обслуживания.

Abstract: This article provides an improved definition of the concept of service culture, service culture of service enterprises, as well as ways to continuously increase and improve all types of service culture in improving the quality of service of service enterprises.

Key words: Service, culture of service activity, service culture of service enterprises, service quality.

Ҳақиқатда сервис бир кишига кўрсатилади. Бир киши дунёнинг турли мамлакатлар вакиллари бўлиши мумкин. Ушбу шахс қаерда бўлса ўзига хос ва мос хизматдан баҳраманд бўлишни тақозо қилади. Шу туфайли хизмат маданияти жуда юқори ва ҳаммага мос бўлиши учун у дунё миқёсида эришилган ютуқ ва тажрибаларни умумлаштирган ва ўзида мужассам этган бўлишлари лозимдир.

Ушбу назарий қарашлардан келиб чиқадиган бўлсак, сервис фаолияти маданиятига қуйидагича таъриф бериш мумкин. Сервис фаолияти маданияти дейилганда, унинг истеъмолчиларига қулай бўлган, бу борадаги миллий ва умуминсоний қадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсатиш жараёнининг мажмуи тушунилади. Кўриниб турибдики, сервис бевосита унинг истеъмолчиларига (инсонлар, корхона ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар, жамият ва давлат) қаратилган. Уларнинг сервисга бўлган талабини фақат қондирибгина қолмасдан, уларга юқори савияда хизмат қилиш орқали, уларнинг барча талабларини ҳар томонлама қондирган ҳолда ижро этилиши тушунилади. Булар, жамиятнинг иқтисодий ва ижтимоий барқарорлигини таъминлашда сервис

хизматларининг ҳам ўзига хос ўрни борлиги тўғрисида тегишли, хулоса қилишимиз учун асос бўлади.

Буларнинг ҳаммаси хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси фаолияти маданиятининг муҳим қисми бўлиб ҳисобланади. Аммо ҳар қандай фаолият сингари сервис фаолияти ҳам доимий равишда такомиллашиб, ҳаётимизга мослашиб боради. Шу туфайли ушбу соҳани ҳам доимий равишда модернизация қилиб боришга тўғри келади. Бугунги кун талабидан келиб чиққан ҳолда хизмат кўрсатиш корхоналари сервисига қуйидагича таъриф бериш мумкин. Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти деганда унинг хизмат кўрсатиш корхоналари мижозларига қулай бўлган, уларни қаноатлантирадиган, миллий ва умуминсоний кадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар хизматларининг мажмуи тушунилади.

Ушбу таърифни назарий жиҳатдан шу билан асослаш мумкинки, биринчидан, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти бевосита мижозларга кўрсатиладиган хизматлар қулай бўлиши лозим. Зеро, кўрсатиладиган хизмат маданияти, энг аввало, қулайликни таъминлашини тақозо қилади. Иккинчидан, ҳар қандай хизмат мижозларни қаноатлантирадиган, уларнинг кўнглига мос, кайфиятини кўтарадиган бўлиши лозим. Учинчидан, ҳар қандай кўрсатиладиган хизматларда миллий ва умуминсоний кадриятлар уйғунлашган ва уларга таянган бўлиши керак. Тўртинчидан, кўрсатиладиган хизматлар инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда амалга оширилиши лозим. Бешинчидан эса, сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар томонидан кўрсатилган хизматларининг мажмуи бўлмоғи лозим. Кўриниб турибдики, юқоридаги таъриф ушбу талабларнинг ҳаммасига жавоб беради.

Шу билан бирга таъкидлаш жоизки, сервис фаолияти ва унга қўйилган талаблар, хусусан, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти доимий равишда такомиллашиб бориши лозим бўлган жараёндир. Шу туфайли мазкур таърифда тарих, бугунги ҳолат ва миллат истиқболи ўз ифодасини топган.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси сифатини оширишда, унинг фаолиятида сервис маданиятининг барча турларини муттасил ошириб ва такомиллаштириб бориш лозимдир. Аммо унга эришишнинг турли бевосита ва билвосита йўллари мавжуд. Бизнинг фикримизча, унга эришиш учун қуйидаги табирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

Биринчидан, давлат томонидан инсонларнинг юқори сифат даражасида яшашини таъминлашга қаратилган тадбирларни такомиллаштириб бориши, одамларнинг иқтисодий аҳволининг яхшиланиши ва улар учун яратиладиган сервис хизматини ривожлантириш

чораларининг ҳукуматнинг муттасил эътиборида бўлиши. Бу ҳолат хизмат кўрсатиш корхоналарида ҳам сервис хизмати маданиятини ошириш имкониятини беради.

Иккинчидан, сервис фаолияти маданиятини ўзида мужассам этган сервисга оид фанларнинг мавжудлигини таъминлаш ва уларнинг реал ҳаётимизни яхшилашдаги ўрнини кучайтириш ҳамда бу борада кўплаб оммавий ахборот воситаларида чиқишлар қилиб, сервиснинг мазмун-моҳиятини оммага, кенг жамоатчиликка тушунтириш ишларини олиб бориш.

Сервиснинг мазмун-моҳиятини ва уни амалга оширишнинг механизмларини, юқори сифатга эришиш йўллари ҳам оммавий ахборот воситаларида кўплаб ёритишга эришиш лозимдир. Одамлар ва мутахассислар маданиятнинг нималигини билмасалар, уни амалга оширишни ҳам табиий ҳолда билмайдилар.

Учинчидан, инсонлар онгида сервис фаолияти маданиятининг шаклланиши, яъни инсонлар онгида ғоялар, қарашлар, ҳис-туйғулар, фикрлар, кайфиятлар тизимининг шаклланиши ва уларнинг яшаш тарзига айланишига эришиш лозимдир. Бу тадбирнинг амалга оширилишига ҳам мунтазам ва тизимли ёндошилган ҳолда олиб бориш керак бўлади. Ҳар бир ишни виждонан ҳис қилсагина унинг сифатини ва самарадорлигини оширишга чин дилдан киришади. Бу ҳолат хизмат кўрсатиш корхоналари сервисини маданиятини оширишга ҳам бевосита боғлиқдир.

Тўртинчидан, миллий ва умуминсоний жабҳаларда илгарги эришилган сервис фаолияти маданияти бўйича кенг тажриба ва ютуқларни умумлаштириш, уларни бугунги ҳаётимизга жорий қилинишига эришиш ва улардан самарали фойдаланиш йўллари ишлаб чиқиш даркор. Бу борада хизмат кўрсатиш корхоналари сервисининг сифатини ошириш масаласи ҳам асосий ўринлардан бири сифатида баҳоланади. Бу ҳам хизмат кўрсатиш корхоналари маданиятининг ошиши учун асосий омиллардандир.

Бешинчидан, мамлакатда сервис фаолияти маданиятини баҳолаш, рағбатлантириш бўйича меъёрий ҳужжатларнинг ишлаб чиқилишига ва уларнинг ҳаётда беками-кўст ишлашини таъминлаш механизмининг мавжудлигига эришиш, бунда давлат билан нодавлат тузилмаларининг роли ва мажбуриятларини ошириш керак. Хизмат кўрсатиш корхоналари сервисини сифатини оширишга рағбат учун нодавлат мулкига эга бўлган хўжалик юритувчи субъект кимлардандир мурувват кутишига ҳожат бўлмайди. Агар қайси хизмат кўрсатиш корхоналарида сервис хизмати сифати юқори даражада яхши йўлга қўйилган бўлса, ўша хизмат кўрсатиш корхонаси рақобатбардош бўлади, мос равишда, иқтисодий имконияти ҳам муттасил ошиб боради. Бу сервис маданиятининг кўтарилиши учун ҳам катта имкониятдир.

Олтинчидан, одамларнинг сервис фаолияти маданиятини баҳолайдиган мезонларни билиши ва уларда мазкур мезонларни талаб қиладиган савиянинг мавжудлигини шакллантириш, сервисга эътиборни қаратиш ҳар бир кишининг кундалик ҳаёт тарзига айланишини таъминлаш. Бу ўта мураккаб ва узоқ вақтни талаб қиладиган жараён. Шу туфайли хизмат кўрсатиш корхоналари сервис сифатини оширишга қаратилган дунёқараш, умумий миллий дунёқарашнинг ўзгариши билан бирга олиб борилади. Чунки, инсон тафаккуридаги ва онгидаги ўзгаришни айри ҳолда амалга ошириб бўлмаганлиги туфайли, умумий маданий савия паст бўлиб, хизмат кўрсатиш корхоналари сервисини юқорига кўтариб бўлмайди. Чунки, барча иқтисодий-ижтимоий жараёнлар бир-бири билан узвий боғлиқ ҳолда амалга оширилади.

Еттинчидан, сервис фаолиятининг сертификацияланганлиги ва лицензия зарур бўлган ҳолларда у билан таъминланиш даражасининг йўлга қўйилишига эришиш ва шулар асосида фаолият кўрсатишга сервис билан шуғулланувчи ходимларнинг ва истеъмолчиларнинг кўникмасининг ҳосил бўлишини таъминлаш муқаррар. Аммо хизмат кўрсатиш корхоналари сервис алоҳида лицензияланадиган фаолият эмас. Бироқ, ҳар бир хизмат кўрсатиш корхонаси рақобат майдонида ўз хизматининг рақобатбардошлигини таъминлаши лозим. Бунинг учун у сервис сифатини ошириш учун юқори маданият билан бирга, унинг нархини барқарор ушлаб туриш орқали ҳам эришиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервис фаолияти бўйича юқори сифатга эришиш учун, сервис фаолиятини таҳлил қилиш учун уни ўлчайдиган кўрсаткичларни ишлаб чиқишни тақозо қилади. Аммо хизмат кўрсатиш корхоналари сервис маданиятини характерловчи кўрсаткичлар тизими ишлаб чиқилмаган. Одатда ушбу кўрсаткичлар бир томондан мазкур субъектлар хизматининг сифатини характерлайдиган маданий тушунчаларни қамраб олса ва иккинчи томондан, унинг рақобатбардошлигини таъминлашга қаратилган бўлиши лозим.

Агар шу нуқтаи назардан қарайдиган бўлсак, хизмат кўрсатиш корхоналари сервис маданиятини баҳолаш учун кўрсаткичлар тизимини икки гуруҳга бўлган ҳолда ишлаб чиқишни тақозо қилади. Биринчиси, ўлчанадиган ҳисоботлардан ва ҳисоб маълумотларидан олиш мумкин бўлган кўрсаткичлар ва иккинчиси, ҳисобланиши мумкин бўлмайдиган, лекин ёзма, оғзаки тарзда аниқланадиган кўрсаткичлар.

Мазкур кўрсаткичлар у ёки бу жиҳати билан муҳимдир. Уларнинг бирортасини инкор қилиб бўлмайди. Масалан, тежамли хизмат тури бўлиши мумкин, аммо у истеъмолчига (мижозга) унчалик қулайлик туғдирмаса, бундай ҳолатда ушбу хизматнинг тежамкорлигидан ҳам воз кечилади ва харидорга, яъни истеъмолчига маъқул бўлган хизмат тури танланади ва таклиф қилинади.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервисининг маданияти ҳам доимий ва барқарор эмас. Ҳар сафар унинг сифат даражаси турлича бўлиши мумкин. Аммо маданиятсиз хизмат мижозларни қочиради, субъектнинг нуфузини туширади. Шу туфайли хизмат маданияти масаласини доимий равишда назорат қилиб туриш лозим бўлади.

Ишлаб чиқариш корхоналарида яратилган маҳсулотни назорат қилиш учун махсус техник назорат бўлими фаолият кўрсатади. Аммо хизматнинг жуда кўп турлари борки, уни бирор нарса билан ўлчаш қийин. Шу туфайли хизматни назорат қилиш учун уни кўрсатилаётган паллада кузатиш керак бўлади. Амалиётда бунинг имконияти чекланган. Чунки шундай назорат турини амалга ошириш лозим бўлса, ҳар бир хизмат кўрсатувчига биттадан назоратчи қўйишга тўғри келади. Шу туфайли, биринчи галда ҳар бир ходим ўзини - ўзи назорат қиладиган малакага ва савияга эга бўлиши лозим. Акс ҳолда, билиб-билмасдан жуда кўп нуқсонларга йўл қўйилиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси сифатини назорат қилишда қуйидаги назорат турларини амалга ошириш мумкин:

- танлаб назоратни амалга ошириш;
- истеъмолчига (мижозга, харидорга) сервис сифати бўйича анкета тарқатиб, уларнинг жавобларига асосланиш;
- истеъмолчилар (мижозлар, харидорлар) билан сервис сифатини текширишни раҳбариятнинг вақти-вақти билан оғзаки сўров ўтказиш йўли билан амалга ошириш.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданиятини аниқлаш ва уни доимий равишда такомиллаштириб бориш учун мазкур субъектда махсус ижодий гуруҳ бўлишини тақозо қиладди. Ушбу гуруҳ ҳар ҳафтанинг бир кунида сервис сифати билан боғлиқ масалаларни муҳокама қилиб, тегишли хулосалар чиқариб, уни такомиллаштириш масаласи бўйича тегишли тавсиялар ишлаб чиқмоғи ва уларни навбатдаги ҳафтадан бошлаб амалиётга жорий қилмоғи лозим. Чунки ҳозирги шароитда ҳар куни барча соҳаларда рўй бераётганлиги сингари хизмат соҳасида ҳам, унинг янги-янги турлари кундалик ҳаётимизга кириб келмоқда. Бу янгиликлар асосан фан ва техниканинг ривожланиши билан боғлиқ. Масалан мустақилликгача уяли телефон мамлакатимиз учун эртак бўлган бўлса, бугунги кунда у кундалик ҳаётимизнинг ажралмас қисмига айланиб қолди. Худди шундай ҳолатни компьютер техникаси бўйича ҳам айтиш мумкин. Булардан фойдалангандан кейин, уларга хизмат қиладиган ва таъмирлайдиган хизматнинг янги турлари ҳам пайдо бўлади. Бундай жараёндан орқада қолиш бугунги рақобат шароитида кўп нарсалардан ютқазиб қўйишлари мумкин.

К. Ф. Нигматуллина - студентка 4 курса экономического факультета ИУЭФ Казанский (Приволжский) Федеральный университет

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье осуществлен анализ процесса цифровизации современного образования. Актуальность исследования определяется особой ролью образования в жизни современного общества, ориентирующегося на принципы и ценности постиндустриальной эпохи. От эффективности функционирования системы образования во многом зависит качество человеческого потенциала, готовность людей противостоять природным и социальным вызовам. В процессе совершенствования национального образования с каждым годом все большую роль приобретают современные технологии, внедрение которых способствует модернизации и развитию образования, а также повышению качества подготовки будущих специалистов и сближению образования с наукой. В то же время такие технологии требуют пересмотра существующих подходов к образовательной деятельности, а также анализа их влияния на общество и отдельные социальные группы. В связи с этим изучение вопросов цифровизации образования и ее социальных последствий представляется весьма актуальным направлением научных исследований. Цель данного исследования заключается в выявлении основных проблем и определении перспектив цифровизации в сфере образования.

Ключевые слова: цифровизация образования; цифровая трансформация образования; цифровые технологии в образовании; электронное обучение; дистанционное обучение.

Annotasiya. Maqolada zamonaviy ta'limni raqamlashtirish jarayoni tahlil qilinadi. Tadqiqotning dolzarbligi postindustrial davr tamoyillari va qadriyatlaridan kelib chiqqan holda zamonaviy jamiyat hayotidagi ta'limning alohida roli bilan belgilanadi. Inson salohiyatining sifati, odamlarning tabiiy va ijtimoiy qiyinchiliklarga dosh berishga tayyorligi ko'p jihatdan ta'lim tizimi faoliyati samaradorligiga bog'liq. Milliy ta'limni takomillashtirish jarayonida har yili zamonaviy texnologiyalarning ahamiyati ortib bormoqda, ularning joriy etilishi ta'limni modernizatsiya va rivojlantirish, shuningdek, bo'lajak mutaxassislarini tayyorlash sifatini oshirish va ta'limni fanga yaqinlashtirishga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, bunday texnologiyalar ta'lim faoliyatiga mavjud yondashuvlarni qayta ko'rib chiqishni, shuningdek ularning jamiyat va alohida ijtimoiy guruhlarga ta'sirini tahlil qilishni talab qiladi. Shu munosabat bilan ta'limni raqamlashtirish va uning ijtimoiy oqibatlarini o'rganish ilmiy tadqiqotning juda dolzarb yo'nalishi bo'lib ko'rinadi. Ushbu tadqiqotning maqsadi ta'lim sohasidagi asosiy muammolarni aniqlash va raqamlashtirish istiqbollarini aniqlashdan iborat.

Kalit so'zlar: ta'limni raqamlashtirish; ta'limning raqamli transformatsiyasi; ta'limda raqamli texnologiyalar; elektron ta'lim; Masofaviy ta'lim.

Annotation: The article analyzes the process of digitalization of modern education. The relevance of the research is determined by the special role of education in the life of modern society, guided by the principles and values of the post-industrial era. The quality of human potential, people's readiness to withstand natural and social challenges largely depends on the effectiveness of the functioning of the education system. In the process of improving national education, modern technologies are becoming increasingly important every year, the introduction of which contributes to the modernization and development of education, as well

as improving the quality of training of future specialists and bringing education closer to science. At the same time, such technologies require a revision of existing approaches to educational activities, as well as an analysis of their impact on society and individual social groups. In this regard, the study of the issues of digitalization of education and its social consequences seems to be a very relevant area of scientific research. The purpose of this study is to identify the main problems and determine the prospects for digitalization in the field of education.

Keywords: digitalization of education; digital transformation of education; digital technologies in education; e-learning; distance learning.

Пандемия COVID-19 затронула практически все страны мира и все сферы общественной жизни. Не стала исключением и система образования, которая оказалась совсем не готова к трансформации. Действенным способом предотвращения распространения коронавирусной инфекции оказалась социальная изоляция. В результате этой меры в апреле 2020 года частично или полностью закрылись все образовательные учреждения и свыше 1,52 млрд. учащихся (около 87 % всех учащихся в мире) оказались отрезанными от своих школ, колледжей и университетов. [6] Все участники системы образования (государство, преподаватели и учащиеся) были вынуждены адаптироваться к новым условиям обучения и спешно выстраивать различные форматы удаленного взаимодействия.

Перестраивать систему образования необходимо было в кратчайшие сроки, однако единого мнения по осуществлению данного процесса у специалистов не было. Это связано с тем, что до пандемии COVID-19 не было представления о том, каким должно быть образование в “цифровую эпоху”, насколько востребована его перестройка на электронную основу и как сильно технологические новации смогут повлиять на процесс приобретения знаний.

В связи с этим при переходе на дистанционный формат система образования столкнулась с серьезными проблемами. Наиболее распространенным препятствием стало неравенство. Мы часто думаем, что цифровизация образовательной деятельности принесет «цифровое равенство» благодаря преимуществу доступа к технологиям без ограничений в пространстве и времени. Однако это также может усугубить неравенство в доступе к образованию между регионами и учащимися с разным социально-экономическим положением. Учащимся, не имеющим доступа к хорошей телекоммуникационной инфраструктуре в горных или сельских районах, будет трудно получить доступ к высококачественному образованию, а также к базовому образованию как к важным ресурсам для учебы. Учащиеся с ограниченными возможностями (нарушениями слуха или зрения или нарушениями подвижности, которые мешают работе или

управлению оборудованием) также подвергаются большому риску столкнуться с цифровым неравенством.

Еще одна серьезная проблема- это технологические ограничения. Цифровая трансформация требует новой технологической инфраструктуры, нового оборудования как для учащихся, так и для непосредственных преподавателей, учебных заведений и регулирующих органов. Аппаратные устройства поставляются с программными приложениями, платформами для всей образовательной и управленческой деятельности всех уровней. Если применение ИТ в образовании в основном относится к отдельным программам, цифровая трансформация требует, чтобы все эти отдельные вещи были совместимы и взаимосвязаны, интегрированы и доступны на одной платформе. Однако лишь небольшое количество учащихся обеспечены необходимым оборудованием и свободным выходом в Интернет, а у большинства учеников нет возможности приобрести столь дорогостоящую технику.

Также остро стоит проблема социального взаимодействия учащихся. Социальная энергия физического класса может помочь в обучении: люди обмениваются идеями друг с другом, объединяются в группы, поддерживают друг друга и просто общаются. В онлайн-обучении же сложно уловить динамику личного общения, в следствии чего, ученики будут недополучать общение со сверстниками.

В попытках преодоления возникающих трудностей правительства и профессиональные организации, представители деловых кругов в разных странах объединяют усилия для выстраивания образовательного процесса при помощи всех доступных средств, пытаясь буквально “на ходу” снизить градус усилившегося цифрового неравенства. [3] Для этого используются как специализированная инфраструктура цифрового обучения, так и некоторые “повседневные” электронные сервисы, получившие широкое распространение в последние годы.

В России приступили к реализации масштабного проекта по созданию единой цифровой образовательной среды. Для достижения этой цели уже в ближайшее время власти планируют повысить общий уровень материально-технического оснащения образовательных учреждений (включая обеспечение школ необходимым оборудованием и доступом к высокоскоростному интернету), осуществить систематизацию доступных в электронном виде учебных ресурсов, а также построить в стране разветвленную инфраструктуру цифрового обучения. [5] По замыслу разработчиков, такие меры позволят не только повысить качество и безопасность использования различных электронных учебников и учебных сервисов, но и обеспечить соответствие их содержания требованиям действующих государственных образовательных стандартов. Для этого Министерством просвещения РФ готовится запуск государственной

информационной системы “Моя школа”. [4] Данная система будет собирать информацию обо всех школах страны и ключевых показателях их работы, аккумулировать полученные сведения в едином информационном пространстве и обрабатывать их при помощи технологий искусственного интеллекта.

Вне всяких сомнений коронавирус показал, что в складывающихся условиях доступность широкополосной связи и навыки использования ИКТ приобретают важное социальное и экономическое значение. Эти два условия не только позволяют смягчить экономические последствия пандемии, но и способствуют распространению информации, необходимой для сохранения здоровья, обеспечивают возможности находящимся в изоляции работникам трудиться, а их детям продолжать обучение. В то же время опыт пандемии высветил серьезные ограничения в отношении перспективы перестройки образования на электронную основу, причем для каждого уровня образования эти ограничения оказались уникальными.

М. Э.Эрдонов- Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ассистенти

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯСИ

Аннотация: Ушбу мақолада хизматлар соҳасини келажакда янада жадал суръатлар билан юксалтириш, қишлоқ жойларида аҳолига хизматлар кўрсатиш соҳасини ривожлантириш борасида ҳали фойдаланилмаган имкониятлар жуда кўп ва бу ҳол уларни ишга солиш заруриятини кучайтиради.

Калит сўзлар: миллий иқтисодиётдаги , хизматлар, реал даромадлар, динамикаси, Сервис, тадбиркор.

Annotation: In this article, there are many untapped opportunities for the development of the service sector in rural areas, which will increase the need to use them.

Keywords: national economy, services, real incomes, dynamics, service, entrepreneur.

Аннотация: В данной статье много неиспользованных возможностей развития сферы услуг в сельской местности, что повысит потребность в их использовании.

Ключевые слова: национальная экономика, услуги, реальные доходы, динамика, услуга, предприниматель.

Хизмат кўрсатиш соҳасини келажакда янада жадал суръатлар билан юксалтириш, унинг миллий иқтисодиётдаги мавқеини мустаҳкамлаш, аҳоли бандлигини ва унинг реал даромадларини оширишнинг асосий омилларидан бирига айлантириш учун ушбу соҳанинг бугунги ҳолатини ҳамда ривожланиш тенденцияларини чуқур таҳлил қилишни тақозо этади. Республикамиз олимларининг тадқиқот ишларида хизматлар соҳасининг

ҳолати ва ривожланиш тенденцияларини тадқиқи асосан макроиқтисодий кўрсаткичлар ёрдамида таҳлил қилинган. Айниқса, хизмат кўрсатиш соҳаси ялпи ички маҳсулотининг ўсиш суръати, хизмат кўрсатиш соҳасида банд аҳолининг иқтисодиётда банд аҳоли сонигаги улуши ҳамда соҳани муайян тармоқлари ривожланишини ифодалаб берадиган муҳим кўрсаткичлар ёрдамида таҳлил этилган. Ушбу кўрсаткичлар ёрдамида таҳлил этилиши, хизмат кўрсатиш соҳасида муайян муаммони аниқ ҳолатини аниқлашда ундаги ўзгаришларни ўрганишда ва ечимини топишда муҳим рол ўйнайди. Аммо биз Ўзбекистонда хизматлар соҳасини юқори суръатларда ривожлантириш йўллари аниқлашда ёрдам берадиган ва уни таққослашда имкон берадиган кўрсаткичлардан фойдаланиб уларнинг тенденцияларини таҳлил қилсак мақсадга мувофиқ бўлади.

Бизнингча, хизмат кўрсатиш соҳасининг ҳолати ва ривожланиш тенденцияларини ифодаловчи энг муҳим асосий кўрсаткичлар таркибига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- хизматларнинг умумий ва аҳоли жон бошига тўғри келадиган ҳажми;
- ЯИМ таркибида хизмат кўрсатиш соҳасининг улуши;
- аҳоли истеъмол харажатлари таркибида хизмат кўрсатиш соҳасининг улуши;
- экспорт товарлари таркибида хизматларнинг улуши;
- хизмат кўрсатиш соҳасига сарфланган инвестицияларнинг ялпи инвестициялардаги улуши;

2.1-жадвал

2010-2018 йилларда Ўзбекистон Республикаси бўйича хизматлар соҳаси асосий кўрсаткичларининг динамикаси⁵⁵

Кўрсаткичлар	Йиллар					2020 йилни 2013 йилга нисбатан ўзгариши(+;-)
	2013	2016	2017	2018	2020	
Хизматлар ҳажми, млрд. сўм	53650,2	92536,0	118811,0	150889,8	219 978,5	+ 4.1 марта
Хизмат кўрсатиш	107,8	109,3	108,2	108,9	108.8	х

1. <https://stat.uz/uz/432-analiticheskie-materialy-uz/2027-o-zbekiston-respublikasida-xizmatlar-sohasining-rivojlanishi>

соҳасининг ўсиш суръатлари, фоизда						
Аҳоли жон бошига кўрсатилган хизматлар ҳажми, минг сўм.	1774,0	2905,6	3668,3	4578,5	6110,5	+3.4 марта

Хизматлар соҳасини ривожлантириш дастурининг асосий вазифалари ва йўналишларини амалга ошириш жараёнида, 2020 йилда 2013 йилга нисбатан хизматлари ҳажми 4.1 мартага ошиб, 219 978,5 млрд сўмни ташкил этди. Аҳоли жон бошига кўрсатилган хизматлар ҳажми мазкур даврда 4.1 мартага ошди, яъни 166328 млрд сўмга кўпайди.

Аҳоли истеъмол харажатлари таркиби асосан, озиқ-овқат маҳсулотларига, ноозиқ-овқат маҳсулотларига ва хизматларга ажратилган харажатлардан иборат. Ўтказилган таҳлиллар аҳоли истеъмол харажатлари таркибида ижобий силжишлар мавжудлигини кўрсатди. Мамлакат аҳолиси истеъмол харажатлари таркибида хизматларга сарфланган харажатлар улушининг кўпайиб бориши ушбу мамлакат аҳолисининг турмуш даражаси яхшиланиб бораётганлигидан далолат беради. Таҳлил натижалари мустақиллик йилларида Ўзбекистонда ушбу кўрсаткич ўсиш тенденциясига эга эканлигини кўрсатди. 2010 йилда мамлакатда аҳоли истеъмол харажатлари таркибида хизматларнинг улуши 16,5 фоизни ташкил этган бўлса, 2020 йилга келиб ушбу кўрсаткич 22,0 фоизни ташкил этди, яъни 5,5 пунктга ошди.

2.4-жадвал

Аҳолининг истеъмол харажатлари таркиби⁵⁶, фоизда

№	Маҳсулотлар номи	Йиллар						2020 йилни 2010 йилга нисбатан ўзгариши (+;-)
		2010	2013	2014	2015	2017	2020	
1	Истеъмол харажатлари	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	X
2	Озиқ-овқат маҳсулотлари	58,8	54,5	54,2	54,8	40,3	34,3	-24,5
3	Ноозиқ-овқат маҳсулотлари	24,7	29,1	29,4	28,7	42,7	45,7	+21,0
4	Хизматлар соҳаси	16,5	16,4	16,4	16,5	17,0	22,0	+5,5

⁵⁶ Ўзбекистонда ижтимоий ва ривожланиш ва турмуш даражаси. Т.: 2018 й. 68-69 бетлар.

2.4-жадвал маълумотлари аҳоли истеъмол харажатлари таркибида хизматлар улушининг ортиб бораётганини кўрсатапти. Иқтисодиётда аҳоли истеъмол харажатлари таркибида хизматлар улушининг кўпайишини ижобий баҳолаш мумкин. Аммо, бу кўрсаткич ҳали ривожланган мамлакатлар даражасидан (ривожланган мамлакатларда 50-60 фоиз) анча паст ва бу ҳолат хизмат кўрсатиш соҳасида ишга солинмаган катта имкониятлари мавжудлигини кўрсатади.

Хизматлар соҳасининг ҳолати ва ривожланиш тенденцияларини ифодаловчи Мамлакат экспорт таркиби бўйича таҳлили ҳам иқтисодиётни таркибий жиҳатдан қандай ривожланаётганлигини билиш мумкин. мамлакат экспорт таркиби асосан пахта толаси, озиқ-овқат маҳсулотлари, кимй ва ундан тайёрланадиган маҳсулотлар, энергия манбалари ва нефть маҳсулотлари, қора ва рангли металллар, машина ва асбоб-ускуналар ҳамда хизматлардан иборат.

Аҳолига пулли хизматлар ҳудудий таркибининг таҳлили қишлоқ жойларда ҳам хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш даражаси пастлигини кўрсатди. Қишлоқларда хизмат кўрсатиш соҳасини, айниқса унинг замонавий тармоқларини жадал ривожлантириш, соҳани қишлоқ иқтисодиёти тараққиётининг ижтимоий ишлаб чиқаришда банд бўлмаган меҳнатга лаёқатли аҳолини иш билан таъминлаш, қишлоқлардаги аҳоли даромадларини кўпайтириш ва турмуш фаровонлигини оширишнинг муҳим омилига айлантиришда Ҳаракатлар стратегиясида белгиланган чора-тадбирлар муҳим рол ўйнайди. Ҳаракатлар стратегиясида хизмат кўрсатиш соҳасининг қишлоқларда янги иш ўринларини яратиш, қишлоқ аҳолисининг ижтимоий фойдали меҳнатда банд бўлишини таъминлашда катта эътибор берилган. Тахминий ҳисоб-китоблар қишлоқ жойлардаги хизмат кўрсатиш соҳасини нисбатан жадал ривожлантириш йўли билан уларни шаҳардаги хизматлар даражасига яқинлаштириш орқали қишлоқ жойларда кўшимча равишда 1600-1800 минг янги иш ўринларини вужудга келтириш мумкинлигини кўрсатди. Қишлоқ жойларида шахсий автомобиллар, маиший ускуналар сонининг ортиши уларга сервис хизмати кўрсатиш ва таъмирлаш бўйича хизматларнинг кескин ошишига олиб келади. Алоқа (айниқса, уяли алоқа) ва ахборотлаштириш хизматларини кўрсатиш ҳажми кескин ўсмоқда. Молия хизматлари, транспорт хизматлари кўрсатишда катта ижобий ўзгаришлар мавжуд. Лекин, қишлоқ жойларида аҳолига хизматлар кўрсатиш соҳасини ривожлантириш борасида ҳали фойдаланилмаган имкониятлар жуда кўп ва бу ҳол уларни ишга солиш заруриятини кучайтиради.

J.E.Rustamov - Samarqand iqtisodiyot va servis instituti katta o'qituvchisi

ONLINE TAKSI HIZMATINI YANGI TEXNOLOGIYALAR BILAN TAKOMILLSHITISH ORQALI AHOLINI TASHISH HIZMATINI YUKSALTIRISH

Аннотация: Ушбу мақолада минтақа иқтисодийотини ривожлантиришда туризм соҳасининг роли кўрсатиб берилган. Шунингдек, минтақада туризм соҳасининг ҳозирги ҳолати таҳлил қилиниб, уни истиқболда ривожлантириш бўйича хулоса, таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: минтақа, ҳудуд, комплекс, туризм, сайёҳ, омил, туристик инфратузилма, экотуризм, рекреацион туризм, агротуризм.

Аннотация: В статье показаны роль сферы туризм в экономическом развитии региона. А также, анализировано нынешнее состояние сферы туризм в регионе, даны выводы, предложения и рекомендации по дальнейшему развитию этой сферы.

Ключевые слова: регион, регион, комплекс, туризм, туризм, фактор, туристическая инфраструктура, экотуризм, рекреационный туризм, агротуризм.

Abstract: In this article the role of tourism sector on development of the economy of the region is shown. And also, the current condition of tourism sector of the region is analysed, conclusions, suggestions and recommendations are given for further development of this sector.

Key words: region, region, complex, tourism, tourism, factor, tourism infrastructure, ecotourism, recreational tourism, agrotourism.

Hozirgi zamon talabi barcha sohalarda zamonaviy innovatsion texnologiyalardan foydalangan holda tezkor sifatli xizmat ko'rsatishni talab qilmoqda. Chet davlatlarida ishlatilayotgan zamonaviy xizmat ko'rsatish turlarini o'zimizni mintaqa moslab takomillashtirib joriy qilish xizmat ko'rsatish sohasidagi eng muhim muammolardan biri hisoblanadi. Shu jumladan aholining transport vositalari xizmatidan foydalanishni takomillashtirish, zamonaviy yo'llarini ishlab chiqish. Hozirgi kunda aholiga yo'lovchi tashish xizmatini taklif qilayotgan ko'plab korxonalar mavjud bo'lib, ularni ko'pchiligi ananaviy yo'll asosida xizmat ko'rsatmoqda. Xizmat ko'rsatishni takomillashtirishning yangi tezkor va sifatli kam xarajat muhimi avtomatlashtirilgan texnologiyasini ularda joriy qilish ko'plab yangi imkoniyatlarni yaratadi.

Ushbu ishda teskor taksi xizmatini joriy qilishni avtomatlashtirish yo'llaridan birini qarab chiqamiz. Avvalo bunday xizmatlar rivojlangan davlatlarda qanday darajada ekanligini ko'raylik. Bu tizim angliya, ispaniya, portugaliyada 100% joriy qilingan. Bolgariya, germaniya, rossiyada esa 97.7% joriy qilingan. Gollandiyada 50.3%, Norvegiyada 8.2% ko'rishimiz

Язык	Переведено	Слова	Нечетко	Проверки	
Болгарский	97.7%	98.6%	1.5%	0	Перевод
Голландский	50.3%	32.8%	1.5%	0	Перевод
Английский	100.0%	100.0%	0.0%	0	
Немецкий	97.7%	98.8%	0.0%	11	Перевод
Norwegian Bokmål	8.2%	2.9%	0.0%	0	Перевод
Portuguese (Brazil)	100.0%	100.0%	0.0%	0	
Русский	97.7%	98.6%	1.5%	0	Перевод
Испанский	100.0%	100.0%	0.0%	0	

■ - Хорошие переводы ■ - Переводы с непройденной проверкой ■ - Нечеткий перевод

mumkin (1-rasm). Bu raqamlar ularda xizmat ko`rsatish sohasining sifati yuqoriligini ko`rsatib beradi.

Bu esa turistlarni jalb qilishda ularning davlatning xizmat ko`rsatish sohasi yuqori ekanligidan bu davlatga ishonchni oshiradi. Chet davlar fuqarolari mahalliy tilni bilmasdan turib ham taksi zakaz qilishi, narxni bilishi, ishonchni kafolatlanganligiga, erkin sayyohat qila olishi imkoniyatlarini beradi. Bu nafaqat chet el turislari uchun qulaylik yaratadi, balki o`zimizning mahalliy aholiga ham sifatli xizmat qilish imkoniyatini beradi. Bundan ko`rinib turibdiki, bu xizmat aholiga, shu bilan birga turistlarga tezkor xizmat ko`rsatishni ta`minab berish bilan birga, aholi va turistlar uchun arzon xizmat vositasi ham bo`la oladi. Shu bilan birga bu xizmat to`liq joriy qilish aholi va turistlar uchun kafolat bo`lib xizmat qiladi.

Bundan tashqari bu xizmat aholi va turistlarning vaqtini tejash va ularni rejalashtirgan vaqtlaridan unumli foydalanish imkoniyat bilan birga yurgan yo`llarining trektoriyalarini bilish imkoniyatini yaratadi. Tizimda shu bilan birga xizmat ko`rsatuvchi shahsga baho berish bu orqali esa xizmat ko`rsatishni nazorat qilish imkoniyatini yaratib beradi. Xizmat ko`rsatish darajasi past bo`lgan taksilarga o`z o`zidan murojat kamayishini keltirib chiqaradi. Nazorat turlarining biri sifatida esa biz bu tizimda haydovchi tezligini aniqlash uni sustkashliklarini ko`rib chiqish imkoniyatini keltirishimiz mumkin. Bu nazorat bilan birga sifatni o`z o`zida oshishi imkoniyatini yaratadi. Ya`ni haydovchi qancha sifatli xizmat qilsa unga shuncha yuqori reyting beriladi, qancha past xizmat ko`rsatsa shuncha past reyting beriladi. Buni boshqa klentlar tomonidan ko`rish imkoniyati mavjud. Klentlar eng yuqori reytingga ega bo`lgan haydovchini buyurtma berishi va reyting o`zgarishlarini online ko`rish imkoniyati mavjud. Reytingda baholash faqat tizimni o`zi emas, klentlarning baholashi ham inobatga olinadi. Tizim to`liq avtomatlashgan holda ishlashi, tizimni hech kim bosharmasligi uning o`zi to`liq hisob kitob jarayonini bajarishi, xisobotlar berish tizim imkoniyatini ya`nada oshiradi. Bu esa tizimning yuqori samardorlikda ishlash imkoniyatini yaratadi.

Bu xizmatni avzalliklarni ko`pligiga qaramasdan o`zimizda juda sekin yo`lga qo`yilmoqda. Bunga sabab esa bu xizmatni yo`lga qo`yishda bir qancha muammolardir. Birinchidan holi aholi bunga tayyor emasligi bo`lsa, ikkinchidan bu tizimning marketingidir. Bu tizimni ya`na bir kamchilik sifatida tizimning ishlash prinsipini keltirish mumkin. Tizim to`liq avtomatlashgan holda ishlashidir. Bu tizimni yo`lga qo`yish uchun avvalo taksilarga mahsus datchik-pryomniklar o`rnatilgan bo`lishi yoki taksi haydovchilarida maxsus andoroid qurilma ega bo`lishi shartligi yo bo`lmasa maxsus aparat ishlab chiqishni talab qilishidir. Biz bu muammolarni yechimi sifatida esa online mobil ilova ko`rishimiz mumkin. Bunda yana bir muammoga duch kelamiz. Bu internet. Shu sabab ham tizimni yaratishda kam trafik yeydigan holda yaratishga harakat

qilinmoqda va bunda mahsus algoritmlar ishlatimoqda. Buda axborotni junatishni kam miqdor hajm qilib olish yo`llari qaralmoqda.

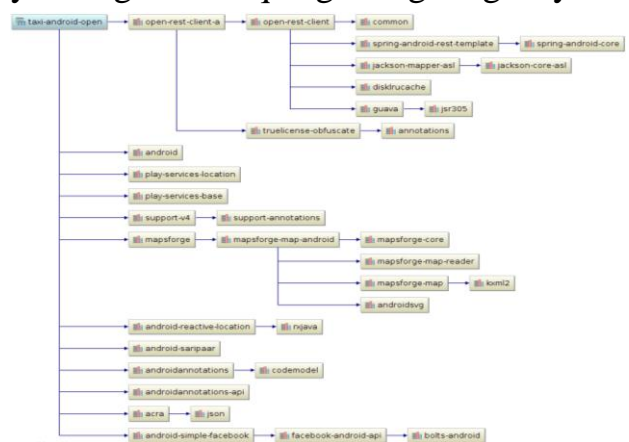
Tizimning umumiy ish prinsipi esa qo`yidagicha: Tizim 4 qisimdan tashkil topgan bo`lib: baholash va reyting qismi, haydovchi va klent zakaz qismi, online trekroiya qismi, server va nazorat qismi.

Tizimning haydovchi va klent qismi umumiy strukturasi 2-rasmda keltirilgan. Baholash va reyting qismida biz klentdan olingan va tizimda o`zi avtomatik qo`ygan bahoni o`rtaacha qiymatini olib, reytingini chiqaramiz. Klent qo`ygan baho “-5”..”0”..”5” tizimida baholanadi. Agar “-“ tizim bo`lsa, reyting pastga tushadi. Tizimni o`zini baholashi esa avtomatik qo`yilib o`rtacha ketgan vaqt, o`rtacha tezlik, tezlik oshmaganligi kabi kreteriyalar asosida o`rtacha qiymat olinadi.

Online trekroiya qismida klent buyurtirilgan taks qaerga kelganligini yoki hozir yo`lni qaysi qismida ekanligini ko`rishi mumkin. Bu tizim eng soda shaklda yuklangan GPRS adreslash va adreslangan nuqta koordinatasini ko`rsatish orqali amalga oshiriladi.

Server va nazorat qismida barcha uchala qismdagi holat baholashni olib borilayotgani, taksini yurgan trekroiya va hisobotlar keltiriladi. Bu esa oson nazorat qilish imkoniyatini beradi.

Tizimning haydovchi va klent zakaz qismi bu yerda klent taksi zakaz qilishi va unga hizmat ko`rsatilib bo`lingandan keyin baho berish mumkin. Tizimning server qismi va nazorat qismi ko`rinishi qo`yidagicha



AVTOBUS TURI	YO`NALISH	O`RINDIQ SONI	NARXI	VAQTI
SamiArto	Samarqand-Bulungur	25	2000	10:00
SamiArto	Samarqand-Bulungur	25	2000	12:00
SamiArto	Samarqand-Bulungur	25	2000	08:00
SamiArto	Samarqand-Bulungur	25	2000	14:00
SamiArto	Samarqand-Bulungur	14	2000	16:00
SamiArto	Samarqand-Bulungur	14	2000	18:00
SamiArto	Bulungur-Samarqand	14	2000	07:00
SamiArto	Bulungur-Samarqand	14	2000	09:00
SamiArto	Bulungur-Samarqand	25	2000	11:00
SamiArto	Bulungur-Samarqand	14	2000	13:00
SamiArto	Bulungur-Samarqand	14	2000	15:00



Filter [Yo'nalish qo'shish](#)

AVTOBUS TURI	YO'NALISH	O'RINDIQ SONI	NARXI	VAQTI	ACTION
SamAvto	Samarqand-Bulungur	25	2000	10:00	edit delete
SamAvto	Samarqand-Bulungur	25	2000	12:00	edit delete
SamAvto	Samarqand-Bulungur	25	2000	08:00	edit delete
SamAvto	Samarqand-Bulungur	25	2000	14:00	edit delete
SamAvto	Samarqand-Bulungur	14	2000	16:00	edit delete
SamAvto	Samarqand-Bulungur	14	2000	18:00	edit delete
SamAvto	Bulungur-Samarqand	14	2000	07:00	edit delete
SamAvto	Bulungur-Samarqand	14	2000	09:00	edit delete
SamAvto	Bulungur-Samarqand	25	2000	11:00	edit delete
SamAvto	Bulungur-Samarqand	14	2000	13:00	edit delete
SamAvto	Bulungur-Samarqand	14	2000	15:00	edit delete

Tizimning Online trektroiya qismi o`z navbatida shu ko`rinishga ega. Tizim ishga tushirish nafaqat turizm rivojlanishiga iqtisodiy samarador bo`lgan korxonalarni vujudga kelishiga va yuqori unumdorlik ko`rsatishiga olib keladi.

С.М.Арсланбеков-Тошкент давлат транспорт университети
доцент, т.ф.н.

Ф.С. Турсунов Тошкент давлат транспорт университети талабаси

ЎЗБЕКИСТОННИНГ ИНТЕГРАЦИОН ЖАРАЁНЛАРДАГИ ИШТИРОКИДА ЛОГИСТИКАНИ АҲАМИЯТИ

Аннотация: Хар қандай давлат хоҳ кичик хоҳ катта бўлсин, иқтисодий интеграциясиз ривожланиши тез бормайди. Буни кўпгина давлатлар ўз тажрибаларида исботлашди. Иқтисодий интеграцияни ривожлантиришга қаратилган Ўзбекистон Республикаси сиёсати ҳам иқтисодиёти юксак даражада ривожланишига эришишга қаратилган.

Таянч иборалар: интеграция, рақобат, логистика, иқтисодий ҳамкорлик

Аннотация: Ни одна страна, будь то маленькая или большая, не может развиваться без экономической интеграции. Многие страны доказали это на собственном опыте. Политика Республики Узбекистан, направленная на развитие экономической интеграции, также направлена на достижение высокого уровня экономического развития.

Основные термины: интеграция, конкуренция, логистика, экономическое сотрудничество

Аннотация: No country, whether small or large, can develop without economic integration. Many countries have proven this on their own experience. The policy of the

Republic of Uzbekistan aimed at developing economic integration is also aimed at achieving a high level of economic development..

Basic terms: integration, competition, logistics, economic cooperation.

Республикамизнинг жахон ҳамжамиятида фаол иштирок этиши ва Ўзбекистоннинг миллий манфаатларига мос келадиган кўп томонлама сиёсат юритиши давлатимизнинг жахон хўжалигида тутган ўрнини мустахкамлашнинг муҳим шартидир.

Эндиликда Ўзбекистон ташқи сиёсат майдонида борган сари муносиб ўрин эгалламоқда. Биз ўйган кўпгина амалий қадамлар Ўзбекистоннинг халқаро ҳамжамиятда узоқ муддат мобайнида яратувчилик фаолияти билан шуҳулланиш истиқболига мўлжаллангандир.

Бошқа давлатлар билан бўладиган иқтисодий интеграция давлатнинг хар хил эҳтиёжларини қондириш ва самарадорлигини оширишнинг муқим омили ҳисобланади ва фан-техника тараққиётини жадаллаштиришга, миллатлар ва элатларнинг яқинлашувиغا, аҳолининг турмуш даражасини оширишга ёрдам беради.

Хар қандай давлат хох кичик хох катта бўлсин, иқтисодий интеграциясиз ривожланиши тез бормади. Буни кўпгина давлатлар ўз тажрибаларида исботлашди. Иқтисодий интеграцияни ривожлантиришга қаратилган Ўзбекистон Республикаси сиёсати ҳам иқтисодиёти юксак даражада ривожланишига эришишга қаратилган. Иқтисодий интеграция иқтисодиётга бевосита қуйидаги натижаларга эриш имкониятини беради: товарлар, капиталлар, хизматлар эркин ҳаракат қилади; рақобат кучаяди; ишлаб чиқариш кучлари ривожланади; ишлаб чиқариш самарадорлиги ортади; сифатли ва арзон товарлар ишлаб чиқарилади; истеъмолчиларнинг талаби ортиб боради; таклиф қилинадиган товарлар номенклатураси кўпаяди; халқаро логистика ривожланади; бозорларнинг ривожланган шакллари пайдо бўлади ва умумий бозорлар ташкил қилинади; ишсизлик даражаси пасаяди; миллий иқтисодиётдаги фарқлар йўқолиб боради; янги кучли умумий иқтисодиёт шаклланади; миллий иқтисодиёт ривожланиб боради; энг муҳими кишилар ҳаёти фаровонлиги ошади ва х.к.

Бу натижаларга эришиш учун Ўзбекистон Республикаси Марказий Осиё, МДХ давлатлари, ривожланган ва ривожланаётган қолаверса, Европа Иттифоқи давлатлари билан ҳамкорликка эришишга ҳаракат қилиши керак.

Ўзбекистон дунё хўжалиги тизимига кириб борар экан, унинг халқаро иқтисодий алоқалари узоқ ва яқин хорижий мамлакатлари билан тараққий этмоқда, бунда халқаро логистикани ривожлантириш асосий омиллардан биридир.

Ўзбекистонинг МДХ ва Иқтисодий Ҳамкорлик Ташкилоти каби интеграция уюшмаларида иштирок этиши мамлакатимизнинг дунё миқёсидаги обрў эътиборини янада орттиради.

Ўзбекистон Республикаси аъзо бўлиб кирган энг мухим бирлашмалардан бири - Мустақил Давлатлар ҳамдўстлиги (МДХ) бўлиб, у 1991 йил декабрда тузилган. Хозир МДХ га Озарбайжон Республикаси, Арманистон Республикаси, Белорусь Республикаси, Қозоғистон Республикаси, Тожикистон Республикаси, Қирғизистон Республикаси, Молдова Республикаси, Россия Федерацияси, Туркменистон Республикаси, Ўзбекистон Республикаси ва Украина киради.

Ўзбекистон собик Иттифоқ республикалари билан алоқаларга катта аҳамият бериб, аввал бошдоноқ Мустақил давлатлар ҳамдўстлигини тузиш ғоясини қўллаб-қувватлади. Бундай ҳамкорликка ҳамдўстлик мамлакатларининг худудий яқинлиги ва иқтисодий жихатдан боғланганлиги эмас, балки чуқур тарихий, маданий ва маънавий алоқалар, катта тарихий давр мобайнида халқларимизнинг тақдири муштараклиги ҳам асос бўлмоқда.

ҳамдўстлик мақсадлари қуйидагилар:

- демократик ҳуқуқий давлатлар тузиш, улар ўртасидаги муносабатлар давлат мустақиллигини ва суверен тенгликни ўзаро тан олиш ва хурматлаш, ўз тақдирини ўзи белгилаш ҳуқуқи, тенг ҳуқуқлилик ва ички ишларга аралашмаслик, ҳар қандай тазйиқлардан воз кечиш, низоларни тинч йўл билан ҳал этиш, инсон ҳуқуқлари ва эркинликларини, шу жумладан кичик миллатлар ҳуқуқларини хурмат қилиш, мажбуриятларини ва бошқа умум тан олинган халқаро ҳуқуқ тамойиллари ва нормаларини ҳалол бажариш асосида ривожланади;

- бир-бирларини худудий бутунлигини ва мавжуд чегаралар бузилмаслигини тан олиш ва хурмат қилиш;

- чуқур тарихий илдизларга эга бўлган халқларнинг туб манфаатларини ҳамда қўшничилик ва ўзаро манфаатли ҳамкорлик муносабатларини мустаҳкамлаш;

- фуқаролараро ва миллатлараро тотувликни сақлаш.

Айни вақтда Ўзбекистон Республикасининг МДХга аъзолиги унга бир қатор муҳим вазифаларни миллат, иқтисодиёт манфаатларига мувофиқ ҳал этиш имконини беради:

- ишлаб чиқаришни, аҳоли таъминотини (аввало озиқ-овқат билан) қўллаб-қувватлашни таъминловчи кўламда кооператив хўжалик алоқаларини ривожлантириш ва такомиллаштириш;

- МДХнинг бир қатор товарларини бозорда, айниқса анъанавий маҳсулотларни сотиш соҳасида етакчи мавқени сақлаш, бунда логистикани ривожлантириш;

- собиқ иттифоқчи республикалар эга бўлган хом-ашё ресурсларидан фойдаланиш;

- Ўзбекистоннинг учинчи мамлакатларга экспорт-импорт товар

оқимиға хизмат кўрсатувчи транспорт коммуникацияларидан кафолатли ва хатарсиз фойдаланиш.

Ўзбекистоннинг МДҲ мамлакатлари билан иқтисодий ҳамкорлиги механизмини такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари иқтисодий эркинлаштириш, уни бозор тамойилларига изчиллик билан ўтказиш, хўжалик тузилмасини қайта қуришдан иборат умумий йўл билан белгиланади.

VIII SHŪBA. “REAL SEKTOR SOҲASINI SHAKLLANTIIRISHDA RAQAMLAŠTIRISH MUAMMOLARI VA ULARNING EČIMLARI”

B.Ya. Yangiboyev – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti professori v.b.,
i.f.d.,

J. Esanov - Samarqand iqtisodiyot va servis instituti 2 - bosqich talabasi

RAQAMLI IQTISODIYOT VA UNI JORIY ETISHDAGI MUAMMOLAR.

Annotatsiya: maqolada raqamli iqtisodiyotning O'zbekiston iqtisodiyotidagi o'rni va qay darajada rivojlanayotganligi hamda bu yo'ldagi muammolar, shuningdek, O'zbekistondagi raqobat siyosatining mohiyatini yoritib berishga harakat qilingan.

Kalit so'zlar: intensiv, axborot-kommunikatsiya, raqamli texnologiyalar, kiber hujum, raqamli qullik, monopoliya, innovatsion vazifa.

Аннотация: в статье уделено особое внимание на роль и масштабы цифровой технологии в экономике Узбекистана, а также проблемы, с которыми она сталкивается, а также характер конкурентной политики в Узбекистане.

Ключевые слова: интенсив, информационно – коммуникационные технологии, цифровые технологии, кибератака, цифровое рабство, монополия, инновационная задача.

Abstract: the article tries to highlight the role and extent of the digital economy, as well as the problems in this way, and the essence of the competitive policy in the economy of Uzbekistan.

Keywords: intensive, information and communication, digital technology, cyber attack, digital slavery, monopoly, innovative task.

So'ngi yillarda "raqamli iqtisodiyot" tushunchasi juda ko'p marta qo'llanilib kelinmoqda. Darhaqiqat, ko'plab rivojlangan mamlakatlarda raqamli iqtisodiyot ularning rivojlanish omillariga sezilarli darajada ta'sir o'tkazgan, chunki. har qanday mamlakat taraqqiyotida raqamli iqtisodiyot muhim rol o'ynaydi.

Raqamli iqtisodiyot tushunchasi nisbatan uzoq bo'lmagan vaqtda, 1995 yili Massachusetts Universitetining olimi Nikolas Negroponte tomonidan aniqlab berilgan. Olim axborot - kommunikatsiya texnologiyalarini intensiv rivojlanishi ortidan eski iqtisodiyotdan yangi iqtisodiyotga o'tishda, qanday o'zgarishlar ro'y berishi mumkinligini tushuntirib o'tgan[2].

Raqamli iqtisodiyot - bu xo'jalik faoliyatini yuritish bo'lib, bunda ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishdagi asosiy raqamlar ko'rinshidagi ma'lumotlar bo'lib, katta hajmdagi axborotlarni qayta ishlash va shu qayta ishlash natijalarini tahlil qilish yordamida har xil turdagi ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, ishlar bajarish, texnologiyalar, qurilmalar, saqlash, mahsulotlarni yetkazib berishda oldingi tizimdan samaraliroq yechimlar tadbiq qilishidir.

Boshqacha qilib aytganda, raqamli iqtisodiyot bu onlayn xizmatlar ko'rsatish, elektron tulovlarni amalga oshirish, internet savdo va boshqa turdagi sohalarda raqamli kompyuter texnologiyalarini rivojlanishi bilan bog'langan faoliyatdir[3].

Asosan raqamli iqtisodiyotni rivojlanishining asosiy elementi sifatida elektron tijorat, internet - banking, elektron tulovlar, internet reklama va shu bilan birga, internet o'yinlari ko'riladi.

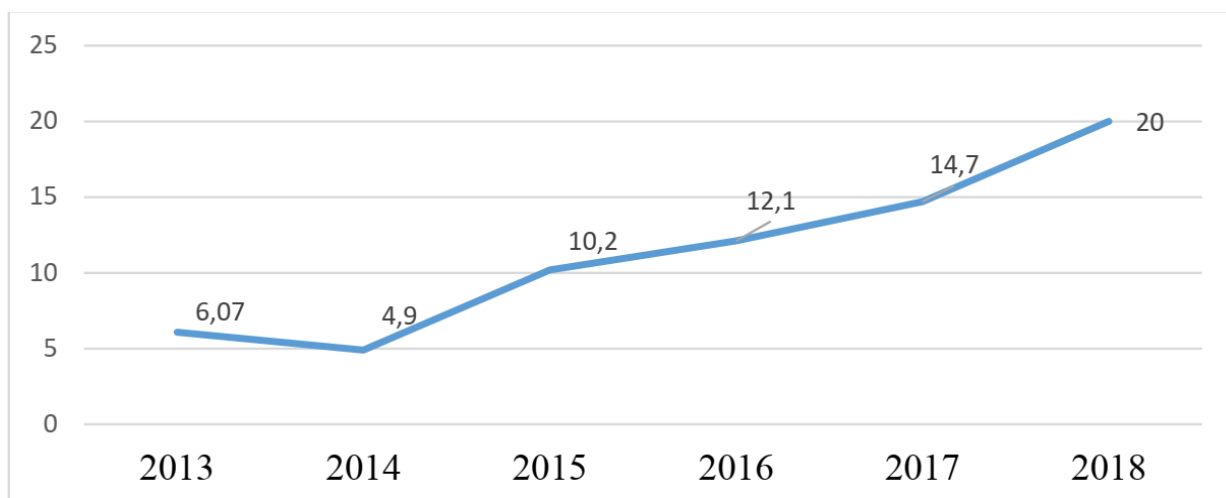
Albatta, axborot - kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi, zamonaviy texnologiyalarning hayotimizga tadbiq etilishi har bir inson hayotida ko'plab ijobiy imkoniyatlar yaratishi qachonlardir o'z isbotini topgan.

Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi ortidan insonlar o'ziga kerakli xizmatlardan tezroq foydalanishi, internet orqali o'zlariga kerakli mahsulotlarni arzon sotib olishi bilan ko'plab pul mablag'larini tejashlari mumkin. Masalan, biron bir kitobni elektron ko'rinishida sotib olish insonga shu kitobni chop etilgan ko'rinishidagi nusxasini sotib olishga qaraganda ancha arzonga tushishi mumkin. Yoki bo'lmasa so'ngi paytlarda sezilarli darajada rivojlanib borayotgan oddiy iste'molchining o'zi ham iste'olchi sifatida uyidan chiqmagan holda onlayn savdo - sotiq bilan shug'ullanish imkoniyatlari kengaymoqda.

Raqamli iqtisodiyotning ijobiy tomonlari bilan bir qatorda, uning keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan ayrim kamchiliklari ham bo'lishi mumkin, jumladan kiber hujum xavfi, shaxsiy ma'lumotlar himoyasi bilan bog'liq muammolar, "raqamli qullik" (millionlab insonlar ma'lumotlaridan keyinchalik ularni o'zlarini tutishini boshqarish uchun foydalanish), ishsizlikning oshishi, axborot texnologiyalarini rivojlantirish va uni tadbiq qilinishi ortidan bir qancha sohalar va kasblar yo'q bo'lib ketishi mumkin va shu kabi boshqa muammolar[3].

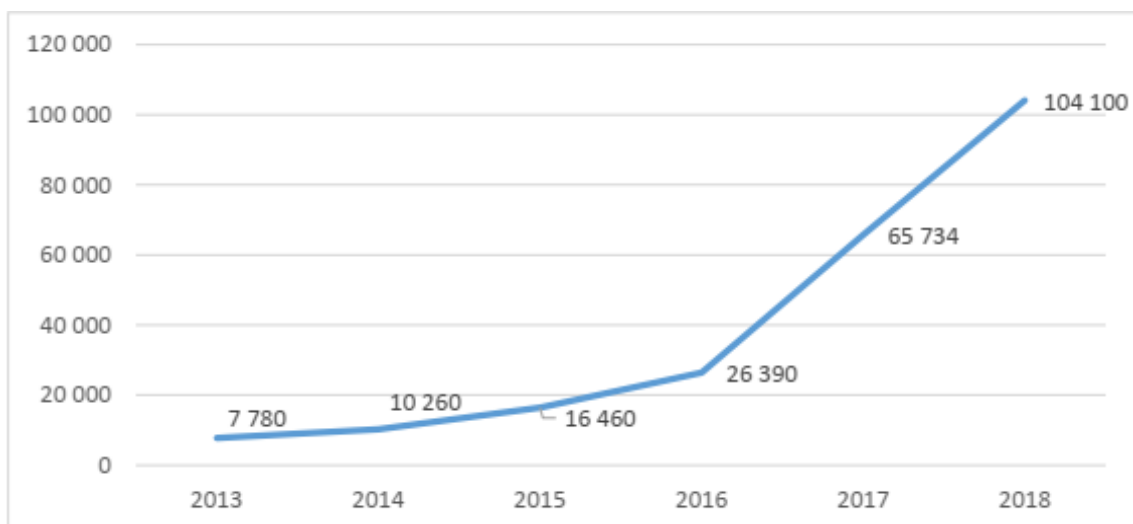
O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni joriy qilish bilan bog'liq bo'lgan muhim yunalishlaridan biri bo'lgan internet tarmog'idan foydalanuvchilarning umumiy soni 2018 yilda 20 million nafardan oshgan. Bu ko'rsakich 2017 yil boshiga nisbatan 36% ga ko'pligini ko'rsatadi. Mobil internet foidalanuvchilarning soni esa 3,504 millionga yetdi (1-rasm).

1-rasm. Internet foydalanuvchilarning umumiy soni (mln)[1].



1-rasm ma'lumotlarida 2018 yil boshida mamlakatimizdagi internet foydalanuvchilari soni 20 million nafarni tashkil qilganligi aks ettirilgan, shuning bilan birga 2018 yil davomida foydalanuvchilar soni 5,3 millionga oshgan (o'sish 36%). O'zbekistondagi xalqaro tarmoqlardagi umumiy internetdan foydalanish tezligi 104,1 Gbit/s ni tashkil qildi va yil davomida ushbu ko'rsatkichning o'sishi 58% dan ko'proqni tashkil qildi (2-rasm).

2 - rasm. Xalqaro tarmoqlarga umumiy ulanish tezligi (Mbit/s)[1].



Shuningdek, O'zbekistondagi provayderlar uchun Internet xizmatlariga (tashqi kanal 1 Mbit/s AQSh dollarida) narxlar o'zgarishi to'g'risidagi ma'lumotlar taqdim qilingan bo'lib, unga ko'ra 2017 yilda 1 Mbit / s narxi 76,6 AQSh dollaridan 30,2 dollargacha tushgan, ya'ni o'tgan davrga nisbatan ikki yarim martadan ko'proqqa kamaygan. Biroq, 2017 yil sentyabr oyidan boshlab, O'zbekistonda valyuta bozorining erkinlashtirilishi munosabati bilan AQSh dollaridagi qiymati bozor kursi bo'yicha hisob - kitob qilinmoqda.

Dunyo mamlakatlari kabi O'zbekistonda ham raqamli iqtisodiyot rivojlanmoqda, oziq-ovqat mahsulotlari va taomlariga buyurtma berishimiz, ularni uyimizgacha yetkazib berish imkoniyatlari yaratilgan va bundan foydalanuvchilar soni yildan – yilga oshib bormosda.

Shuni ham ta'kidlab o'tish kerakki, O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotning holati mamlakatimiz potensialiga nisbatan bir necha barobar sekinroq rivojlanmoda. Demoqchimizki, imkoniyatlar yetarli, kerakli resurslar mavjud, lekin ularga nisbatan rivojlanishimiz nisbatan sustroq.

Mamlakatimizning raqamli iqtisodiyotga o'tish bilan bog'liq jarayonlarning holatidan kelib chiqqan holda va **xulosa** sifatida quyidagilarni ko'rsatib o'tishni joiz, deb topdik:

- ko'plab sohalarda monopoliyalarning sezilarli ta'siri;
- internet tezligining pastligi va uning sifatining talabga to'la javob bermayotganligi;
- axborot texnologiyalari sohasida qonunchilik ko'chi ta'sirining zamondan orqada qolayotganligi;
- fuqarolarda kompyuter savodxonligining talab darajasida emasligi;
- axborot texnologiyalari bo'yicha mutaxassislarning yetishmasligi yoki ularning ayrim sabablarga ko'ra boshqa mamlakatlarga ko'chib ketayotganligi;
- axborot madaniyati va axborot gigiyenasining nisbatan pastligi;
- axborot texnologiyalari xavfsizligining yaxshi himoyalanganligi;
- boshqaruv organlarida sohani tushunadigan mutaxassislarning kamligi yoki ba'zilarida ularning umuman yo'qligi;
- ilm - fan va ayniqsa aniq fanlarning rivojlanishi sustligi yoki rivojlanishdan to'xtab qolganligi.

Yuqorida keltirilgan muammolar bosqicha - bosqich, tizimli, dunyo tajribasidan kelib chiqqan holda hal etilsa, O'zbekiston ham raqamli iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlardan biriga aylanadi, deb hisoblaymiz.

Г.Б. Хасанова - ассистент кафедры Межфакультетские дисциплины Джизакского филиала Национального университета Узбекистана

Х. Андакулова - студентка Джизакского филиала Казанского федерального университета

ЦИФРОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация. Состояние реального сектора определяется многими факторами, среди которых одно из ведущих мест занимает макроэкономическое положение. Использование высококвалифицированных специалистов во всех сферах деятельности,

в том числе в реальном секторе экономики предполагает их подготовку в условиях цифрового образования.

Ключевые слова: реал сектор, цифровая экономика, модернизация

Annotatsiya. Real sektorning holati ko'plab omillar bilan belgilanadi, ular orasida makroiqtisodiy pozitsiya yetakchi o'rinlardan birini egallaydi. Faoliyatning barcha yo'nalishlarida, jumladan, iqtisodiyotning real sektorida yuqori malakali mutaxassislardan foydalanish ularni raqamli ta'lim sharoitida tayyorlashni nazarda tutadi.

Калитли сўзлар: реал сектор, рақамли иқтисодиёт, модернизация

Annotation. The state of the real sector is determined by many factors, among which one of the leading places is occupied by the macroeconomic position. The use of highly qualified specialists in all areas of activity, including in the real sector of the economy, involves their training in the context of digital education

Key words: real economy, digital economy, modernization

Реальный сектор объединяет промышленность, сельское хозяйство, строительство и транспорт. Состояние реального сектора определяется многими факторами, среди которых одно из ведущих мест занимает макроэкономическое положение.

Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему повышению финансовой устойчивости предприятий реального сектора экономики» предусматривает в том числе использование высококвалифицированных специалистов во всех сферах деятельности, в том числе в реальном секторе экономики, потому что в условиях глобализации экономики, ужесточения внутренней и внешней конкуренции, повышения риска предпринимательства, сложности принятия системных эффективных решений информационно - коммуникационные технологии и интернет создают благоприятные предпосылки для развития на качественно новом уровне всех отраслей экономики, и в частности, новые требования и подходы к образовательным процессам. Развитие цифровой экономики повышает благосостояние населения: создается широкий доступ к информации о рынках, товарах, услугах и знаниях и их ценах для оптимизации потребительского поведения потребителей на рынке, нивелирует преимущества крупного бизнеса по сравнению с мелким и средним бизнесом, улучшает условия проживания населения.

Сущность цифровой экономики характеризуется как многогранная человеческая деятельность, где знания, просвещение и цифровая информация выступают как основной фактор процесса производства. Необходимым ее пространством является современная информационная сфера, а информационно – коммуникационные технологии используются в качестве важнейшего фактора для оптимизации структуры и повышения

производительности труда. Развитие цифровой экономики означает вступление страны в новую эру развития, в эру постиндустриального общества, что открывает неограниченные возможности для демократического развития общества, совершенствования управления страной и экономикой.

Учитывая важность и потребность в цифровизации сфер деятельности и экономики в целом, 19 февраля 2018 года подписан Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5349 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан», 3 июля 2018 года принято Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-3832 «О мерах по дальнейшему совершенствованию сферы информационных технологий и коммуникаций» и 31 августа 2018 года Постановление Президента Республики Узбекистан ID-268 «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию и внедрению цифровой экономики в РУз».

В традиционной экономике процесс производства заключается в переработке предметов природы с помощью труда в полезные материальные блага или услуги, необходимые для удовлетворения нужд населения. В ней объектом переработки являются сырье, материалы, полуфабрикаты и т.д. Исходя из такой логики, можем утверждать, что в цифровой экономике объектом переработки являются научные идеи, цифры, данные, которые с помощью интеллектуального труда превращаются в полезную информацию или инновации, которые внедряются в производство.

В условиях формирования и функционирования цифровой экономики, происходит замена физического труда интеллектуальным, которая приводит к увеличению наукоемкости продукта, что сопровождается приращением добавочной потребительной стоимости в глобальной цепи формирования стоимости. Доказано, что на современном этапе процесса производства продукта в большей степени добавочная стоимость формируется на этапе генерации идеи, проектирования, дизайна и на конечной стадии, доведения продукта до потребителя (маркетинга, менеджмента и логистики). Поэтому в приращении добавочной стоимости роль информации и инновации огромна.

Принятая Государственная программа по реализации Стратегии развития Республики Узбекистан до 2035 года, является примером логической последовательности и системности проводимых демократических реформ, либерализации экономики, социально - экономического развития страны во имя благосостояния населения. Во исполнение Указа Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему совершенствованию сферы информационных технологий и коммуникаций» № УП-5349 от 19 февраля 2018 года, а также в целях создания условий по ускоренному развитию в республике цифровой

экономики, современных информационных технологий в системе государственного управления, а также обеспечения информационной безопасности образована Комиссия по координации развития цифровой экономики в Республике Узбекистан, основными задачами которой является:

- координация развития и модернизации телекоммуникационной инфраструктуры, технологий сетей связи, рынка мобильной связи, иных современных телекоммуникационных услуг;

- содействие внедрению современных электронных услуг в системе государственного управления и отраслях экономики, обеспечение стимулирования роста цифровой экономики, в том числе за счет создания благоприятных условий для развития электронной коммерции и рынка программных продуктов;

- подготовка предложений по созданию благоприятных условий для развития национального сегмента сети Интернет, формирования современных информационных ресурсов, цифрового медиаконтента, в том числе за счет организационной, материально-технической и финансовой их поддержки;

- координация проектов по внедрению интеллектуальных систем управления городской и региональной инфраструктурой, включая жилищно-коммунальное обслуживание, транспортную логистику, систем безопасного и умного города;

- создание условий для подготовки квалифицированных кадров и повышения навыков работ по использованию современных информационно-коммуникационных технологий.

Ключевыми вызовами настоящего времени являются:

- Необходимость трудоустройства 20,7 млн человек трудоспособного возраста в 2035 г.;

- Нехватка инженерного и управленческого кадрового резерва для инновационного развития экономики;

- Неофициальный уровень безработицы (35%) в несколько раз превышает официальный (8%);

- Почти треть трудоспособного населения страны находится на заработках за границей;

- Отсутствует взаимосвязь между профилирующими вузами по прикладным наукам и сферами экономики

В связи с вышеизложенным, ключевые выводы:

- Недостаточный уровень образования, сдерживает инновационное развитие в Узбекистане;

- объем инвестиций в сферу образования в 10 раз ниже, чем в развитых странах;

- Все это осложняется низкими заработными платами учителей (в 30 раз ниже, чем у преподавателей в развитых странах);
- Слабая материально-техническая база и нехватка компьютерных классов.

Цифровая экономика занимает в национальной экономике около 3% процентов в ВВП и динамичное ее развитие в этом и последующих годах создаст устойчивые дополнительные рабочие места. Реализация заданий этого года повысит вклад цифровой экономики в ВВП и к 2030 году.

D.A.Xudoyberganova - Fargʻona politexnika instituti oʻqituvchisi

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA QISHLOQ XOʻJALIGI SOHASINI RIVOJLANTIRISH MASALALARI

Annotatsiya: Maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida qishloq xoʻjaligi sohasini modernizatsiya qilish va jadal rivojlantirish shart-sharoitlari koʻrib chiqilgan. Mualliflar muammoni atroflicha yoritishni amalga oshirish nuqtai nazaridan oʻrganishadi. Tadqiqot doirasida tegishli tavsiyalar ishlab chiqilmoqda.

Kalit soʻzlar: raqamli iqtisodiyot, qishloq xoʻjaligi, fermer xoʻjaligi, modernizatsiyalash, korxonalar rivojlanishi, meva-sabzavotchilik

Аннотация: В статье рассматриваются условия модернизации и ускоренного развития аграрного сектора в условиях цифровой экономики. Авторы исследуют проблему с точки зрения реализации комплексного охвата. В рамках исследования разрабатываются соответствующие рекомендации.

Ключевые слова: цифровая экономика, сельское хозяйство, фермерство, модернизация, развитие предпринимательства, садоводство, садоводство

Abstract: The article discusses the conditions for modernization and accelerated development of the agricultural sector in the digital economy. The authors explore the problem in terms of implementing comprehensive coverage. Appropriate recommendations are being developed as part of the study.

Keywords: *digital economy*, agriculture, farming, modernization, enterprise development, horticulture, gardening

Barchamizga ma'lumki, qishloq xoʻjaligi mamlakatimiz iqtisodiyotida yetakchi oʻrinni egallaydi. Mamlakatda ishlab chiqarilayotgan yalpi ichki mahsulotning salmoqli qismi shu sohada yetishtiriladi. Aholining 60 foizdan ortiq qismi qishloqda yashaydi. Shuning uchun sohani rivojlantirish masalasiga mamlakatimiz mustaqilligining dastlabki kunlaridanoq katta eʻtibor berila boshlandi, yaʼni qishloq xoʻjaligini rivojlantirish va uning samaradorligini oshirish maqsadida qator qonunlar, farmonlar va qarorlar qabul qilindi, natijada ushbu soha oʻz samarasini bera boshladi.

Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyot sharoitida qishloq xoʻjaligini, ayniqsa, chorvachilik, parrandachilik, bogʻdorchilikni rivojlantirish, bu borada yangi loyihalarni hayotga tatbiq etishga qaratilayotgan alohida eʻtibor oziq-

ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishni ko'paytirishga, aholi farovonligini ta'minlashga xizmat qilmoqda.

Mustaqillikdan so'ng qishloq xo'jaligini isloh qilish bo'yicha keng qamrovli ishlar amalga oshirildi. Ishlab chiqarishga fan-texnika yutuqlarini, yangi texnika va ilg'or texnologiyalarni joriy etish ishlari yildan-yilga jadallashmoqda. Aytaylik, 1990 yilda iste'mol uchun zarur bo'lgan g'allaning 82 foizi chetdan keltirilgan bo'lsa, ayni vaqtda yurtimizda ishlab chiqarishni rivojlantirish hisobidan aholining g'allaga bo'lgan ehtiyoji to'liq ta'minlanishiga erishildi. Istiqoldan keyin respublikamizning agrar tarmog'ida olib borilayotgan agroiqtisodiy islohotlarning amaliyotga tatbiq etilishi, xususan, yer resurslaridan samarali foydalanish tamoyillariga alohida e'tibor qaratilishi o'zining ijobiy natijalarini bermoqda. Bu borada mavjud sug'oriladigan va lalmi yerlardan unumli foydalanish, ularning tuproq unumdorligini saqlash, oshirish hamda maqsadli foydalanishni ta'minlashda ham yutuqlarga erishilmoqda.

Qishloq xo'jaligini rivojlantirish va uning raqobatbardoshligini oshirish mamlakat aholisining 60 foizidan ortiq qismi yashayotgan qishloqlarning farovonlik darajasini yuksaltirishda muhim omil bo'lmoqda. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarishni tashkil etishning klaster modeli keng joriy etilmoqda, natijada oxirgi yillarda paxta-to'qimachilik klasterlariga ajratilgan yer maydonlari hajmi mazkur ekin turi uchun ajratilgan qishloq xo'jaligi yerlarining 52 foizini tashkil etdi.

Shu bilan birga, qishloq xo'jaligini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashda samarali bozor mexanizmlarining mavjud emasligi tarmoqning raqobatbardoshligini oshirish imkonini bermayapti. Mamlakatda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashdan tortib, qayta ishlash va eksportdan qo'shimcha daromad olishgacha bo'lgan ko'plab muammolar qishloq xo'jaligini rivojlantirish bilan bog'liq. Shu sababli, davlat qishloq xo'jaligini tubdan isloh qilish, bozor mexanizmlarini joriy etish, zaxiralar va imkoniyatlardan to'liq foydalanish, ilmiy yondashuvga asoslangan ishlab chiqarishni tashkil etishga jiddiy e'tibor qaratmoqda. Bu boradagi eng dolzarb va istiqbolli vazifalar Prezidentning 2019 yil 23 oktyabrdagi farmoni bilan tasdiqlangan 2030 yilgacha qishloq xo'jaligini rivojlantirish strategiyasida belgilangan.

So'nggi yillarda mamlakatimizda qishloq xo'jaligi sohasini raqamlashtirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020 — 2030 yillarga mo'ljallangan strategiyasi qabul qilingani sohani tubdan isloh qilishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev tomonidan bog'dorchilik tarmog'i va issiqxona xo'jaliklarida boshqaruv tizimini yaxshilash, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning samarali mexanizmlarini joriy etish, qishloq xo'jaligida kooperatsiyani yo'lga qo'yish, zamonaviy resurs tejamkor texnologiyalar asosida yuqori sifatli, raqobatbardosh va eksportbop mahsulotlar ishlab

chiqarish hajmlarini oshirish, oziq-ovqat sanoatini jadal sur'atlarda rivojlantirish maqsadida qator farmon va qarorlar qabul qilindi. Shunga qaramasdan, jahon bozorida meva-sabzavot mahsulotlari savdosi 205 milliard dollarni tashkil etgan bir paytda, bizning ulushimiz bir foizga ham yetmayapti. Bunga erishish uchun ekin va navlarni to'g'ri tanlash, hosildorlik va daromadni kamida ikki-uch barobarga oshirish, isrofgarchiliklarni oldini olish, mahsulotlarni saqlash, logistika masalalari, eksportni to'g'ri tashkil etish lozim.

Bugun mamlakatimizda agrar sohada olib borilayotgan davlat siyosatidan ko'zlangan maqsad, avvalo xalqimiz manfaatlarini ifoda etish, aholimizning farovon turmush kechirishini ta'minlashdan iboratdir. Istiqlol o'zbek zaminiga, o'zbek dehqoniga cheksiz imkoniyatlarni bergani barobarida oldiga yerdan yanada unumli foydalanish, hosildor, daromadli ekin mahsulotlari yetishtirish, shu orqali iqtisodiyot barqarorligiga hissa qo'shish kabi dolzarb vazifalarni qo'ydi.

Ayni vaqtda ishlab chiqilayotgan 2019–2030 yillarda Qishloq xo'jaligini rivojlantirish milliy strategiyasi mazkur sohada Jahon banki Guruhi hamda boshqa xalqaro hamkorlar tomonidan qo'llab-quvvatlanishga tayyor bo'lgan islohotlarni amalga oshirish uchun asosiy hujjatga aylanishi lozim. Uning qabul qilinishi va keyinchalik hukumat tomonidan amalga oshirilishi yuqorida tilga olingan chaqiriqlarni mamlakatni rivojlantirish va O'zbekiston xalqi farovonligini oshirish uchun iqtisodiy imkoniyatlarga aylantirishga zamin yaratadi.

Н.З.Юлдашова – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг ўқитувчиси

Д.Хакимов - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг 2-босқич талабаси

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА АГРОСЕРВИСДА КЛАСТЕРЛАРНИНГ РИВОЖЛАНИШИ

Аннотация: мазкур мақолада мамлакатимизда ривожланаётган рақамли иқтисодиёт шароитида агросервисда кластерларнинг ривожланиши ва аҳамияти, ҳамда қишлоқ хўжалигида кластерларнинг афзалликлари ёритилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, кластер, агрокластер, агрокластерларнинг афзалликлари, агросервис.

Аннотация: в данной статье рассматривается развитие и значение кластеров в агросервисе в условиях развивающейся цифровой экономики нашей страны, а также преимущества кластеров в сельском хозяйстве.

Ключевые слова: цифровая экономика, кластер, агрокластер, преимущества агрокластеров, агросервис.

Abstract: this article discusses the development and importance of clusters in agroservice in the context of the developing digital economy in our country, as well as the advantages of clusters in agriculture

Keywords: digital economy, cluster, agrocluster, advantages of agroclusters, agroservice

Юртбошимиз Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлис Сенати ва Қонунчилик палатасига қилган Мурожаатномасида “2020 йил – Илм-маърифат ва рақамли иқтисодиёт йили” деб эълон қилинганди. Бошланган ишларнинг мантиқий давоми сифатида Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирларни тўғрисида”ги қарори қабул қилинди.⁵⁷

Ушбу қарор билан Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукумат соҳаларида ягона ваколатли орган этиб белгиланиб, Вазирлик қошида “Электрон ҳукумат лойиҳаларини бошқариш маркази”, ҳамда “Рақамли иқтисодиёт тадқиқотлари маркази” ташкил қилинди.

Рақамли иқтисодиёт шароитда, аграр соҳада бир нечта муаммоларни кўриб чиқишимиз керак: қишлоқ хўжаликда мавжуд ер ва сув ресурсларидан тежамли фойдаланиш, техника ва технологиялардан изчил фойдаланиш, меҳнат бозорини ташкил этиш, янги иш ўринларини шакллантириш, бозор инфратузилмасини тузиш, маҳсулотни қайта ишлаш, сақлаш ва сотиш механизмини ишлаб чиқиш, замонавий чет эл технологияларини амалиётда қўллаш, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспорт қилиш, керакли инвестицияларни жалб қилиш ҳисобига, маҳсулот ҳажмини ва сифатини ошириш, мавжуд имкониятлардан фойдаланилган ҳолда қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари рақобатбардошлигини таъминлаш ва ҳоказолар.

Аграр сектор иқтисодиётини ривожланиши бошқа соҳаларга қараганда катта аҳамият касб этади. Сабаби аграр соҳада инновация жараёнлари бошқа соҳаларга қараганда анча орқада. Мамлакатимизда қишлоқ хўжалик маҳсулотларини етиштиришда муаммоларининг мавжудлиги ва аграр соҳани ривожланиш стратегик аҳамиятининг ортиши, шу соҳада тўпланган ижобий тажрибаларни жаҳон хўжалигида амалда қўлланилиб келаётган сўнгги илмий-техник ривожланиш ютуқларидан фойдаланган ҳолда аграр соҳани молиявий таъминотни барқарорлаштириш шароитида тармоқда агрокластерларни янада ривожлантириш ҳозирда долзарб ҳисобланади.

Агрокластерларни яратиш – бу иқтисодиётимизнинг ривожлантиришнинг устувор йўналишлардан бири, ҳамда иқтисодий

⁵⁷Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. 28.04.2020й.

фаолиятнинг турли тармоқларида жаҳон бозорида замонавий ва рақобатбардош товарлар ва хизматларни ишлаб чиқариш усули сифатида тан олинмоқда.

Кўплаб маҳаллий ва хорижлик олимларнинг тадқиқотлари аграр соҳада агрокластерларнинг аҳамиятига ва ривожланишига қаратилган. Мамлакатимизда агрокластерларни ривожлантириш бўйича айтилган даврларда бу борада хорижий тажрибани ўрганиш муҳим аҳамият касб этади.

Аграр соҳада кластерларни шакллантириш ва ривожлантириш билан боғлиқ тадқиқотлар хорижлик олимлардан Буздалов И.Н., Скоч А., Стахова Л.В., Глотко А.В., Настин А.А. томонидан олиб борилган. Ушбу олимлар ўз тадқиқотларида қишлоқ хўжалигида агрокластерларнинг моҳиятини, турларини, ишлаш механизмларини чуқур ўрганишган ва шу соҳада агрокластерларнинг ривожланиш самарадорлигини ошириш бўйича турли хил фикрларни билдирганлар.

Мамлакатимизда аграр соҳада амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш ва қайта ишлашнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш, шу борада агрокластер ёндошуви асосида тизим самарадорлигини оширишнинг аҳамияти ортиб бормоқда. Лекин, аграр соҳада маҳсулотларни етиштириш, қайта ишлаш, сотиш жараёнларини замонавий усуллар орқали ривожлантириш, бу тизимда агрокластерларини ташкил этишнинг бозор тамойилларига мос келувчи ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш бўйича ҳал этилиши лозим бўлган масалалар мавжуд бўлиб, шу йўналишда тадқиқотлар олиб бориш муҳим ҳисобланади. Масалан, агрокластерларни мавжуд ер майдонлари ва маҳсулот ишлаб чиқариш турлари бўйича қуйидаги шаклларда ташкил этишимиз мумкин:

а) мустақил - тўлиқ жараёнда , яъни маҳсулотларни етиштириш, сақлаш, қайта ишлаш, сотиш бўйича ўзига ажратилган йирик ер майдонларига эга агрокластери;

б) тайёрлов - қайта ишлаш , яъни тайёр ёки қайта ишланган ҳолда экспорт қилиш мақсадида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини бошқа ишлаб чиқарувчилардан фақат шартнома асосида сотиб олувчи агрокластерлар;

в) аралаш - ер майдонларига эга шартнома асосида маҳсулот етиштирувчилардан қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотиб олувчи кластерлар.

Охириги йилларда аграр соҳада кластерларни шакллантириш ишлари жадаллашиб бормоқда. Масалан: мева-сабзавочилик кластерларини оладиган бўлсак, 2020 йилда мамлакатимиз ҳудудларида 87 мева-сабзавотчилик кластерлари ташкил қилинган:

**Мамлакатимизда мева-сабзавотчилик кластерларининг шаклланиши
кўрсаткичлари (2020й.)**

	Кластерлар сони	Жами мева-сабзавот майдони, гектар	Шу жумладан кластерга бириктирилган, гектар	Шундан			Жами ер майдонига нисбатан қамраб олиш, % да
				Кластерларда	Фермер хўжаликларида		
Жами	87	259983	78841	18322	7851	60519	30,2

жадвалга эътибор берсак, мамлакатимиз бўйича 2020 йилда мавжуд 259 983 гектар мева-сабзавот майдонининг 78 841 гектари ёки 30,2% кластерларга бириктирилган.

Рақамли иқтисодиёт шароитида қишлоқ хўжалигида агрокластерларга қулай замин яратилди. Масалан:

- агрокластерлар ҳақида кўпроқ ва тезроқ маълумот тайёрлайди ва таҳлил қилади;

- бир қатор тўловлар учун харажатлар камаяди;

- агрокластерларда коррупцияга чек қўйилади (рақамлар ҳамма нарсани муҳрлайди ва хотирада сақлайди);

- агрокластерларларнинг ривожланиш самарадорлиги ошади;

- харажатларнинг илғор техник-иқтисодий меъёрлари тизими яратилади;

- барча турдаги ресурслар учун тежамкорлик қулланиб ва исрофгарчиликка йўл қўйилмайди.

Иқтисодиётда кластерлар ички бозорнинг ўсиш нуқтаси ҳисобланади, чунки мамлакатнинг рақобатбардошлигининг ошиши бевосита кластерларнинг шаклланишига боғлиқ. Кластерни ташкил қилишда, унга киритилган барча саноат тармоқлари бир-бирини қўллаб-қувватлашади ва барча соҳалар фойда кўришади. Бошқа соҳалардан кириб келувчи янги ишлаб чиқарувчилар, соҳанинг инновацион ривожланишини тезлаштиради

МУНДАРИЖА

І ШҰЎБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИДА БАРҚАРОР ҰСИШ СУРЪАТЛАРИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК ЁНДАШУВЛАРИ”		
Р.Х.Эргашев	Қашқадарёда мева-сабзаводчилик маҳсулотлари кооперацияси ривожлантириш.....	4
К.С.Саушева	Фудшеринг как путь достижения целей устойчивого развития.....	9
А.Б.Қурбонов С. Жумаев	Ишсизлик муаммосини хал қилишнинг назарий жиҳатлари.....	15
А.Б.Қурбонов Ш.Х. Хасанов	Қишлоқ хўжагида тадбиркорликни ривожлантириш йўналишлари.....	20
А.Д.Равшанов А. Худоёров	Реал сектор корхоналарида хизмат кўрсатиш тармоқларининг мамлакат иқтисодиётдаги ўрни.....	25
Д.У. Холматов Ш.А.Аблазов	Возможности повышение конкурентоспособности экономики узбекистана в условиях глобализации.....	27
Хушвақов А. Б.	Камбағалликни аниқлашнинг назарий-услубий асослари.....	34
II ШҰЎБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИНИНГ АҲОЛИ БАНДЛИГИ, ФАРОВОНЛИГИ, ЯШАШ СИФАТИ ВА ДАРАЖАСИНИ ЮКСАЛТИРИШДАГИ РОЛИНИ ОШИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
С. Г. Абсалямова	Четвертая промышленная революция и ее влияние на изменение содержания труда и трудовых отношений.....	39
Ж.Р.Зайналов А. Ниёзов	Ижтимоий ҳимоя ягона реестри: хориж тажрибаси	43
Қ.Ж.Мирзаев Ш.Х. Халимов	Ўзбекистонда агробизнесни ривожлантириш масалалари.....	46
Г.М.Шадиева Б.Б. Садинова	Мамлакатимиз ҳудудларида фаол тадбиркорлик ва инновацион тадбиркорликни ривожлантириш йўллари...	49
С.А.Исхақова Х.Н.Абдуалимов	Олий таълим тизимида ўқитиш жараёнини модернизациялашнинг хорижий тажрибаси.	53
Д.Б. Ахтамов М.Каршиева	Тактике подготовки спортсменов применение современных информационных технологий.....	56

G.M. Shadiyeva Z.Sh.Isoqulov	Xalqaro tajriba asosida aholini kambag'allikdan chiqarilishi yo'llari.....	58
Г.М.Шадиева Ш.Иззатиллаев	Иновацион иқтисодиёт шароитида корхонада меҳнатга ҳақ тўлаш фондини режалаштириш муаммолар.....	62
I.A.Usmanov M.Sh. Komilova	O'zbekiston respublikasida mehnat resurslarining rivojlanish istiqbollari.....	65
Ч.М. Қаршиева С.А.Исхакова	Ўзбекистонда иновацион кластерларни шакллантириш истиқболлари.....	72
III ШҶББА. "РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИНИНГ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИ БИЛАН ИНТЕГРАЦИЯЛАШУВ ЖАРАЁНЛАРИДАГИ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛИ ЙЎНАЛИШЛАРИ"		
Ж.Р.Зайналов Ш.Каримова	Иновацион фаолиятни ривожлантириш шароитида туристик корхоналарида лойиҳаларни баҳолаш самарадорлигини ошириш муаммолари.....	75
З.И. Саттарова	Особенности проектирования индивидуальных туров.....	78
З.И.Абдуллаева	Определение теоретических основ понятия «гостиничный бизнес» и форм его организации.....	81
М.Мадатова	Mamlakat turizm industriasini rivojlantirish istiqbollari.....	84
С.Ш.Тўрабеков	Реал сектор соҳасидаги аҳоли бандлиги, фаровонлиги ва яшаш сифати ва даражасини юксалтиришда туризм хизматлари соҳасининг роли.....	87
Z. O. Raximov	Mehmondo'stlik industriasida oziq-ovqat xavfsizligi bo'yicha iste'molchilar mas'uliyatini oshirish masalalari.....	94
R.S. Amriddinova F.Sh. Malikova	In the digital age, suggestions for practicing foreign experience according to the comparison of excursions in san-fransisco and Uzbekistan...	96
Г. Шадиева М. Давронова	Туризмда рақобат муҳитининг таҳлили.....	101
Z. O. Raximov A. Y. Talibova	Real sektor sohasining turizm industriasini bilan integratsiyalashuv jarayonida ekskursiyon turizm hududlarini rivojlanishning muhim omilli sifatida.....	104
З.И. Саттарова	Опыт организации внутреннего туризма в	

	японии и возможности его использования в Узбекистане.....	106
IV ШЎБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА БОШҚАРУВ УСУЛЛАРИ ВА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ”		
М.Т.Алимова	Жанубий карея миллий инновацион тизимининг ўзига хос хусусиятлари.....	112
З.И.Усманова	Маркетинг – меҳмонхоналарда хизматлар билан боғлиқ масалаларни ҳал этишнинг замонавий ёндашуви сифатида.....	115
Р. М. Гайбуллаев	Марказий осие давлатларида исломий банк хизматларини жорий этишга ва уни ривожлантиришга қаратилган саъй-ҳаракатлар.....	118
L.T.Nazarova	Issues of improving effective management in real sector chemical industry enterprises archives-project topics.....	121
Ф. С.Гафурова	К вопросам управления бизнес процессами на промышленном предприятии.....	123
М.Е.Erdonov V.Suyunov	Real sektor sohasini rivojlantirishda marketing tadqiqotlarini takomillashtirish yo'llari.....	126
З.И.Абдуллаева	Методологические принципы теории управления в гостиничной индустрии.....	130
Sh.B. Turdiyeva	Improving the use of social marketing in customer relationship management.....	133
М. М.Рустамова	Методы выявления проблем и пути совершенствования маркетинговых исследований в развитии реального сектора..	137
F.E.Jomonqulova M.Q.Nizomov	Ta'lim tizimida malakali kadrlarni yetishtirib berishdagi o'zgartirishlar tahlili.....	140
Sh.B. Turdiyeva	Customer relationship management functions....	143
Ш.Ж.Маматкулова Д.Эгамкулов	Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарини ривожлантиришда маркетинг стратегиясидан фойдаланиш.....	145
V ШЎБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ БАНК – МОЛИЯВИЙ ТИЗИМИ ОРҚАЛИ ОШИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ”		
З.С.Артиков Т.Б.Юнусов	Миллий иқтисодиётга хорижий инвестицияларни жалб этишнинг ҳуқуқий-институционал асослари.....	149

Б.Ш.Хусанов И.К.Жураев	Махаллий бюджетларни харажатларини бюджетлараро такомиллаштириш масалалари.....	153
О.Д.- Хамракулова	Теоретические аспекты инвестиционного климата в реальной экономике Узбекистана.....	156
Т.Пардаев А.Бекмуродов	Халқаро иқтисодий интеграцион жараёнларга миллий божхона тўловлари тизимини мувофиқлаштириш.....	161
Z.Yarkulov	Banklar faoliyatida marketing kommunikasiyalarini rivojlantirish.....	166
VII ШЎЪБА. “РЕАЛ СЕКТОРДА СЕРВИС ТИЗИМИ ХИЗМАТЛАРИНИНГ СИФАТИ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ”		
С.Р.Джувльматов ва	Особенности реформирования цифровой экономики в Узбекистане.....	171
А.Н.Холиқулов	Хизмат кўрсатиш корхоналарида сервис фаолияти маданияти самарадорликни оширишнинг асосий йўналишлари.....	174
К. Ф. Нигматуллина	Цифровизация образования: проблемы и перспективы развития.....	179
М. Э.Эрдонов	Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш тенденцияси.....	182
J.E.Rustamov	Online taksi hizmatini yangi texnologiyalar bilan takomillshitish orqali aholini tashish hizmatini yuksaltirish.....	185
С.М.Арсланбеков Ф.С. Турсунов	Ўзбекистоннинг интеграцион жараёнлардаги иштирокида логистикани аҳамияти.....	189
VIII ШЎЪБА. “РЕАЛ СЕКТОР СОҲАСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА РАҚАМЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ЕЧИМЛАРИ”		
В.Ҳа. Yangiboyev J. Esanov	Raqamli iqtisodiyot va uni joriy etishdagi muammolar.....	193
Г.Б. Хасанова Х. Андакулова	Цифровое образование в целях повышения качества подготовки специалистов для реального сектора в Узбекистане.....	196
D.A.Xudoyberganova	Raqamli iqtisodiyot sharoitida qishloq xo'jaligi sohasini rivojlantirish masalalari.....	200

Н.З.Юлдашова Д.Хакимов	Рақамли иқтисодиёт шароитида агросервисда кластерларнинг ривожланиши	202
---------------------------	---	-----

2022 йил. Қоғоз бичими А5, 1/16
Офсет қоғози. “Times New Roman” гарнитураси
Босма табағи 13,25
Буюртма № 082С, Адади 20 нусха

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Босмахонасида чоп этилди
11.04.2022 й. LICENSE № 025316
REESTR № X-119112
Манзил: Шохрух кўчаси, 60-уй

