ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС
ИНСТИТУТИ

“ТАРМОҚЛАР ИҚТИСОДИЁТИ” КАФЕДРАСИ

«ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ТАРКИБИЙ ЎЗГАРИШЛАРНИ АМАЛГА ОШИРИШ: МУАММО ВА ЕЧИМЛАР»

МАВЗУСИДАГИ РЕСПУБЛИКА АНЪАНАВИЙ ИЛМИЙ-АМАЛИЙ КОНФЕРЕНЦИЯСИ

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ

(II-қисм)
(2021 йил 15 май куни)

САМАРҚАНД - 2021

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

«ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ТАРКИБИЙ ЎЗГАРИШЛАРНИ АМАЛГА ОШИРИШ: МУАММО ВА ЕЧИМЛАР»

мавзусидаги республика анъанавий илмий-амалий конференцияси

МАТЕРИАЛЛАРИ

(II-қисм)

(2021 йил 15 май куни)

САМАРҚАНД – 2021

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хизмат кўрсатиш соҳасида таркибий ўзгаришларни амалга ошириш: муаммо ва ечимлар. / 2021 йил 15 май куни. Республика анъанавий илмий-амалий конференцияси материаллари. Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 222 бет.

Тўплам Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Ўқув-услубий Кенгашининг 2021 йил _____- сонли йиғилишининг қарори билан чоп этишга тавсия этилган.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчи:
З.К.Рахимов –Тармоқлар иқтисодиёти кафедраси ассистенти

Нашр учун масъуллар:
З.С.Артиков – PhD, доц., в.б..
С.А.Исхакова – PhD, доц., в.б..
Р.Ж.Курбанова – PhD, катта ўқитувчи.
З.К.Рахимов – ассистент.
Л.У.Махмудов – ассистент.
А.П.Хазратов – ассистент.

Саҳифаловчи: Рахимов Зафар Комилович

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида хизмат кўрсатиш соҳасини стратегик ривожлантириш тенденцияси ва истиқболлари, соҳанинг алоҳида тармоқлари самарадорлигини ошириш муаммоларига оид масалалар ёритилган. Унда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг назарий ва методологик муаммолари, мазкур соҳада менежмент, маркетинг ва молиявий муносабатлар, бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил ва аудитни такомиллаштириш, туризм соҳасини ривожлантириш, рақобатбардош кадрларни тайёрлашни такомиллаштириш ва шулар орқали иқтисодиётни инновацион модернизациялаш масалаларини ҳал қилиш бўйича илмий-назарий ва амалий тавсияларга бой мақолалар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, таянч докторантура, докторантура, мустақил изланувчилар ва соҳа мутахассисларига мўлжалланган.

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

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2021

1-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ЖАРАЁНИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШ ЗАРУРАТИ

О.Д. Хамракулова – к.э.н., доцент
кафедры «Банковское дело» СамИЭС

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СФЕРЫ УСЛУГ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: модернизация экономики Узбекистана во многом связана с развитием сферы сервиса, в работе показаны проблемы сервиса и рекомендации по их решению в восстановительный период после пандемии коронавируса.

Ключевые слова: модернизация, экономическая модернизация, сфера услуг, пандемия, реформирование экономики.

Аннотация: O'zbekiston iqtisodiyotini modernizatsiya qilish ko'p jihatdan xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi bilan bog'liq bo'lib, ishda servis muammolari va koronavirus pandemiyasidan keyin tiklanish davrida ularni hal qilish bo'yicha tavsiyalar ko'rsatilgan.

Калит сузлар: modernizatsiya, iqtisodiy modernizatsiya, xizmat ko'rsatish sohasi, pandemiya, iqtisodiy islohot

Abstracts: the modernization of the economy of Uzbekistan is largely associated with the development of the service sector, the work shows the problems of service and recommendations for their solution in the recovery period after the coronavirus pandemic

Keywords: modernization, economic modernization, service sector, pandemic, economic reform.

Поступательное развитие рыночной экономики Узбекистана несомненно связано с модернизацией. В экономической литературе проблемами модернизации занимается теория модернизации, которая рассматривается в 3-х значениях: а) как внутреннее развитие стран Западной Европы и Северной Америки, относящееся к европейскому Новому времени; б) догоняющая модернизация, которую практикуют страны, не относящиеся к странам первой группы, но стремящиеся их догнать; в) процессы эволюционного развития наиболее модернизированных обществ (Западная Европа и Северная Америка), то есть модернизация как постоянный процесс, осуществляющийся посредством проведения реформ и инноваций, что сегодня означает переход к постиндустриальному обществу. Модернизированное общество имеет комплекс взаимосвязанных черт, которые часто рассматриваются как отдельные процессы экономической, политической, социальной и культурной модернизации.

Экономическая модернизация предусматривает интенсификацию процесса экономического воспроизводства, которая достигается благодаря

росту дифференциации труда, энергетического оборудования производства, превращения науки в производственную (экономическую) силу и развития рационального управления производством. Модернизация стала фактором создания экономических форм и институтов, способствующих развитию и доминированию товарно-денежных отношений в производстве, потреблении и принуждении к труду, что привело к развитию капитализма. Это, в свою очередь, повлекло развитие и распространение рыночных отношений, формирование и развитие национальных и транснациональных рынков. Использование достижений науки в бизнесе способствовало научно-технической революции и превращению науки в одну из важных производственных сил. Экономическая модернизация также предполагает постоянное совершенствование методов управления экономикой и производственных технологий, что способствовало появлению рациональной бюрократии, менеджмента и экономической наук.

Такой небольшой обзор по категориям модернизации, в частности, экономической модернизации нам был необходим, для того, чтобы показать, что экономическая модернизация – это главное условие становления инновационной экономики Узбекистана. В этой связи, нам хотелось бы рассмотреть проблемы дальнейшего развития в стране сферы сервиса, что играет немаловажную роль в экономике Узбекистана.

Сфера услуг может обеспечивать работой большое число людей, в связи с чем восстановление и расширение деятельности предприятий и самозанятых в сфере услуг может в значительной степени содействовать решению проблемы занятости населения. В Узбекистане на сферу услуг приходятся 35% ВВП, и в данной сфере работают 40% занятого населения. Для сравнения: доля сектора услуг в ВВП в России составляет 68%, Казахстане – 64%, Беларусии – 59%, Южной Кореи – 60%. Кроме этого, 75% создаваемых новых рабочих мест в Южной Кореи приходятся на сферу услуг.[1].

В последнее время приняты ряд документов, таких как Стратегия действий развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы, а также Стратегия инновационного развития Республики Узбекистан на 2019-2021 годы, Стратегии инвестиционной политики РУ до 2025 года, в которых определены необходимость, условия и перспективы развития нашей страны. [2]

До 2030 г. сфера услуг вступит в новый постиндустриальный этап развития, в ВВП и занятости населения будет преобладать сфера услуг. Постепенно, к 2030 г. сфера услуг займет доминирующее положение, будет отмечаться переход сферы услуг в фазу постиндустриального развития или «сервисную экономику» («экономику услуг»), валовый внутренний продукт страны будет увеличиваться за счет развития сферы услуг, ее доля в экономике республики к 2030 г. составит более 45% [3].

Пандемия коронавируса продемонстрировала, как важна политика социальной устойчивости, так и политика экономического роста. Основой эффективного антикризисного управления в условиях эпидемиологического кризиса стала готовность человечества к солидарности: народы и правительства

сделали важный выбор между экономическим ростом, получением дохода и сохранением здоровой жизни людей.

Основной фактор снижения экономического роста и доходов населения - влияние закрытия предприятий или сокращение расходов на непродовольственные товары и услуги в результате масштабного локдауна предприятий розничной торговли, общепита и сферы услуг, а также изменение потребительских предпочтений населения, выражающееся в росте склонности к сбережениям .Предварительная оценка изменения сокращения расходов на услуги и непродовольственные товары в результате масштабного локдауна показала, что темп роста потребительского спроса в результате масштабных карантинных мер может снизить объемы потребления непродовольственных товаров и услуг на 10-15%. А поскольку доля непотребительских товаров и сферы услуг составляет около 50% в структуре потребительских расходов, то общее снижение емкости потребительского рынка (объема потребительских расходов населения) может составить до 7%от текущих объемов потребления.

Однако здесь также будет необходимо учесть возможности возмещения неудовлетворенного в период карантина потребительского спроса после отмены карантина (в части оказания услуг и продаж непродовольственных товаров), принятые меры поддержки населения и оказания бесплатной медицинской помощи и продовольственной поддержки уязвимых слоев населения, выдачи кредитов предприятиям частного сектора на выплату заработных плат за счет средств государственного бюджета и различных благотворительных фондов, переход на дистанционное оказание услуг. В результате потенциальное снижение расходов может составить меньшую величину (3 % от текущих потребительских расходов).

В Узбекистане был создан Антикризисный фонд при Министерстве финансов Республики Узбекистан в объеме 10 триллионов сумов в целях обеспечения макроэкономической стабильности, бесперебойной работы отраслей и сфер экономики, эффективной социальной поддержки населения в период противодействия распространению коронавирусной инфекции и других глобальных рисков, недопущения резкого снижения доходов населения страны.

Необходимо отметить, что с наступлением 2021 года еще нет полной победы над коронавирусом (появляются новые штампы этой инфекции), поэтому сегодня приняты ряд новых мер государственного управления экономикой, в частности по ускоренному развитию сферы услуг: Послание президента Узбекистана Шавката Мирзиёева обеим палатам Олий Мажлиса от 29.12.20; Государственная программа «Год поддержки молодежи и укрепления здоровья населения». На её реализацию направят 29,5 трлн сумов, 2,6 млрд долларов и 57,3 млн евро. (в 2020 году — 18,2 трлн сумов и 10,3 млрд долларов).[4]. В этой связи, мы считаем:

- во-первых, правительство находится на правильном пути, при котором принимаются кардинальные меры по восстановлению экономики в целом, в частности, сферы услуг;

- во-вторых, мы считаем, что необходимо создать гибкий экономический механизм, который бы способствовал без волокиты восстанавливать те виды услуг, которые сильно сбросили свои темпы из-за пандемии. Это касается необходимости использования новых видов услуг банковских, туристических, услуг информационных технологий, развитие которых резко было замедлено.

Так, правительство Узбекистана выделило более одного триллиона сумов кредитных ресурсов на проекты в сфере услуг и внутреннего туризма в посткризисный период. Реализация потенциала сферы услуг позволит создать 160 тысяч, а развитие смежных с внутренним туризмом видов услуг дополнительно 200 тысяч новых рабочих мест [4];

- в третьих, решать проблемы качественной подготовки специалистов сферы услуг на всех уровнях, начиная с со среднеспециальных образовательных учреждений, кончая высшим и послевузовским образованием; человеческий фактор в этой связи играет очень важное значение в развитии сферы сервиса. Таким образом, необходимо отметить, что комплексный подход к модернизации экономики Узбекистана во многом будет связан с решением проблем сферы сервиса.

Список использованной литературы:

1. 1.www.sputnik.uz
2. Указ Президента РУ «О стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019-2021 годы.», Государственная программа по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годы в «Год развития науки, просвещения и цифровой экономики»- Народное слово, 22.09.2018. Стратегия инвестиционной политики Узбекистана до 2025 года., www.uza.uz
3. Концепция комплексного социально-экономического развития Респукблики Узбекистан до 2030 года.- www.uza.uz
4. 4 www.gazeta.uz

Shukurov Ikrom Abdurashitovich
“Oliy matematika” kafedrasi assistenti

CHIZIQLI TENGLAMALAR SISTEMASINI YECHISHNING GAUSS USULINI IQTISODIYOTGA QO’LLASH

Annotatsiya: Chiziqli tenglamalar sistemasini yechishning Gauss usuli iqtisodiyotni matematik modellashtirish va ularning yechimlarini topishda qulaylik yaratadi.

Tayanch iboralar: Chiziqli tenglamalar sistemasini yechishning Gauss usuli, chiziqli tenglamalar sistemasini yechishning Gauss – Jordan modifikatsiyasi, chiziqli tenglamalar sistemasining bazis yechimlari.

Bu ishda chiziqli tenglamalar sistemasini yechishning Gauss usulini iqtisodiyotga qo'llanilishi tadbiq etamiz. n noma 'lumli n ta chiziqli tenglamalar sistemasi berilgan bo' lsin.

$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + ... + a_{1n}x_n = b_1, \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + ... + a_{2n}x_n = b_2, \\ ..... \\ a_{n1}x_1 + a_{n2}x_2 + ... + a_{nn}x_n = b_n. \end{cases} \quad (1)$$

n noma'lumli *n* ta chiziqli tenglamalar sistemasini Gauss usuli bilan yechish ikki bosqichda (dastlab chapdan o'ngga, so'ngra o'ngdan chapga qarab) amalga oshiriladi.

1-bosqichda (1) sistemani uchburchak ko'rinishga keltirishdan iborat. Buning uchun, $a_{11} \neq 0$ deb (agar $a_{11} = 0$ bo'lsa, 1-tenglamani $a_{i1} \neq 0$ bo'lgan *i*-tenglama bilan o'rin almashtiriladi) birinchi tenglamaning chap va o'ng tomonia_{11} ga bo'linadi. So'ngra, (1) tenglama -$\frac{a_{i1}}{a_{11}}$ ga ko'paytirilib, *i*-tenglamaga qo'shiladi.

Bunda, sistemaning 2-tenglamasidan boshlab x_1 noma'lum yo'qotiladi. Bu jarayonni *n-1* marotaba takrorlab quyidagi uchburchaksimon sistema hosil qilinadi:

$$\begin{cases} x_1 + a_{12}x_2 + a_{13}x_3 + ... + a_{1n}x_n = b_1, \\ x_2 + a_{23}x_3 + ... + a_{2n}x_n = b_2, \\ ..... \\ a_{nn}x_n = b_n. \end{cases}$$

2-bocqich oxirgi sistemani yechishdan iborat. Bunda, dastlab sistemaning oxirgi tenglamasidan x_n topilib, undan oldingi tenglamaga qo'yiladi va undan x_{n-1} topiladi. Shu jarayon davom ettirilib, nihoyat 1-tenglamadan x_1 topiladi. Sistema Gauss usuli bilan yechilganda uchburchaksimon shaklga kelsa u yagona yechimga ega bo'ladi. Agar sistema trapetsiyasimon shaklga kelsa u cheksiz ko'p yechimga ega bo'ladi yoki yechimga ega bo'lmaydi. Tenglamalar sistemasini yechishning Gauss usuli noma'lumni birin ketin yo'qotish usuli deb ham ataladi. Bu jarayonni kattaroq teglamalar sistemasiga qo'llash mumkin, chunki bu juda samarali, kompyuter dasturi uchun boshlanish nuqtasidir. Iqtisodiyotning ishlab chiqarish sohasiga doir bo'lgan qandolat mahsulotlarini ishlab chiqarish sohasiga qo'llashni ko'rib o'tamiz.

Korxona uch xildagi xomashyoni ishlatib, uch turdagi mahsulot ishlab chiqaradi. Ishlab chiqarish xarakteristikalari jadvalda berilgan.

Xom ashyo turlari	Mahsulot turlari bo'yicha xomashyo sarflari			Xom ashyo zaxirasi
	1	2	3	
1	5	12	3	20
2	2	6	8	16
3	9	7	4	20

Berilgan xom ashyo zahirasini ishlatib, mahsulot turlari bo'yicha ishlab chiqarish hajmini aniqlaymiz.

Ishlab chiqarilishi kerak bo’lgan mahsulotlar hajmini mos ravishda x_1,x_2,x_3 lar bilan belgilaymiz. 1-tur mahsulotga, 1-xil xom ashyo, bittasi uchun sarfi 5 birlik bo’lganligi uchun $5x_1$ 1-tur mahsulot ishlab chiqarish uchun ketgan 1-xil xom ashyoning sarfini bildiradi. Xuddi shunday 2, 3-tur mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun ketgan 1-xil xom ashyo sarflari mos ravishda $12x_2$, $3x_3$ bo'lib, uning uchun quyidagi tenglama o ’rinli bo 'ladi;

$$5x_1+12x_2+3x_3=20.$$

Yuqoridagiga o’xshash 2, 3-xil xomashyolar uchun

$$2x_1+6x_2+8x_3=16,$$
$$9x_1+7x_2+4x_3=20$$

tenglamalar hosil bo'ladi. Demak, masala shartlarida quyidagi uch noma'lumli uchta chiziqli tenglamalar sistemasini hosil qilamiz:

$$\begin{cases} 5x_1+12x_2+3x_3=20, \\ 2x_1+6x_2+8x_3=16, \\ 9x_1+7x_2+4x_3=20. \end{cases}$$

Bu masalaning matematik modeli uch noma'lumli uchta tenglamalar sistemasidan iborat bo'ladi. Bu masala tenglamalar sistemasining yechimini topish bilan yechiladi. Bunday tenglamalar sistemasini yechishda Gauss usulidan foydalanamiz.

$$\begin{cases} 5x_1+12x_2+3x_3=20, \\ 2x_1+6x_2+8x_3=16, \\ 9x_1+7x_2+4x_3=20. \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} 5x_1+12x_2+3x_3=20, \\ \frac{6}{5}x_2+\frac{34}{5}x_3=8, \\ -\frac{73}{5}x_2-\frac{7}{5}x_3=20. \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} 5x_1+12x_2+3x_3=20, \\ 6x_2+34x_3=40, \\ -\frac{1220}{3}x_3=-\frac{1220}{3}. \end{cases} \Rightarrow$$

$$\begin{cases} 5x_1+12x_2+3x_3=20, \\ 6x_2+34x_3=40, \\ x_3=1. \end{cases} \Rightarrow x_1=1,\ x_2=1,\ x_3=1.$$

Demak, , $x_1=1,\ x_2=1,\ x_3=1.$

Iqtisodiy masalalaning chiziqli tenglamalar sistemasi yordamida ifodalanadigan modellarida odatda noma'lumlar soni tenglamalar sonidan katta bo'ladi. Bu holat bir tomondan erkli o'zgaruvchilarni tanlash hisobiga bizga qo'shimcha erkinlik beradi. Biroq, sistema yechimlari cheksiz ko'p bo'lgani sabab mumkin bo'lgan barcha holatlarni ko'rish mumkin bo'lmay qoladi va buning oqibatida iqtisodiy jihatdan optimal yechimni topishning imkoniyati bo'lmaydi.

Xulosa o’rnida aytib o’tish joizki, chiziqli tenglamalar sistemasini yechishning Gauss usulini iqtisdoiyotga keng ko’lamda tatbiq qilib, yuksakroq natijalarni ko’zlash kerak. Chiziqli tenglamalar sistemasini yechishning bundan tashqari bir qancha usullari nafaqat ishlab chiqarishda, balki turizm sohasiga ham qo’llash mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. M.Hoy, J.Livernois et.al. Mathematics for Economics. The MIT Press, London&Cambridge, 2011. 285-286 p.

2. *Mike Rosser. Basic Mathematics for Economists. Taylor & Francis group, London and New York 2003.*

3. *Vassilis C. Mavron and Timothy N. Phillips. Elements of Mathematics for Economics and Finance. Springer, London, 2007.*

З.К. Рахимов – преподаватель кафедры
«Отраслевой экономики» СамИЭС
И.К. Зохидов – студент группы ТДВ-119 СамИЭС

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Аннотация: *Ушбу мақола корхоналарда замонавий менежмент ва маркетинг тенденцияларининг ўрни ва аҳамиятини ёритиб беради. Маълумотлар муаллифларнинг кузатишлари ҳамда чет эл адабиётларини таҳлил этиш асосида тузилди.*

Калит сўзлар: *Маркетинг, менежмент, ресурс, кадрлар, менежер, меҳнат унумдорлиги, ташкилотлар, корхона, интернет технологиялар.*

Аннотация: *В данной статье освещено роль и важность современных тенденции менеджмента и маркетинга в предприятиях. Данные составлены на основе авторских наблюдений и анализа зарубежной литературы.*

Ключевые слова: *Маркетинг, менеджмент, ресурс, кадр, руководитель, производительность труда, организации, предприятие, интернет технологии.*

Annotation: *This article highlights the role and importance of modern trends in management and marketing in enterprises. The data are compiled on the basis of author's observations and analysis of foreign literature.*

Key words: *Marketing, management, resource, personnel, manager, labor productivity, organizations, enterprise, Internet technologies.*

В современной теории менеджмента много говорят о том, что люди – это одна из главных составляющих в успехе компаний, один из ее ресурсов. В компаниях современный подход к инновационному развитию требует особый подход к менеджменту и маркетингу.

В зарубежных экономически развитых странах организации уделяют много времени к изучению каждого нового сотрудника. Для этого, самого начала работы руководство компании прививает сотрудникам дух самостоятельности потому что, люди должны понимать, почему они работают, а не о том, что именно нужно делать. Необходимо организовать работу так, что бы каждый сотрудник четко понимал, что работает в своих интересах, а не в рамках правил.

Работники организаций должны понимать, что его действия необходимы для всей организации, для руководителя и для людей, с которыми нужно работать. Осознание пользы своих действий способствует повышению производительности труда. Так же необходимо строить работу так, что бы люди могли мыслить, принимать решения, развиваться. Каждый сотрудник

должен владеть необходимой для работы информацией. При необходимости, нужно взаимодействовать с окружающими, спрашивать, если что-то вызывает затруднения в процессе работы.[1] Это необходимо что бы лучше выполнить задание или проект. Таким образом, возможность принимать решения, искать информацию, взаимодействовать с окружающей средой позволяет сотрудникам работать более качественно. Такой подход повышает заинтересованность людей в труде. Каждый должен ощущать свою значимость и необходимость своего труда для всего предприятия.

В то же время, нужно поощрять хороших сотрудников. Так можно заинтересовать свой коллектив работать и стать лучше, выделиться от остальных и показать высококачественную работу, что является основным фактором качественной производительности труда.

В наше время, почти в любой сфере существует довольно тесная конкурентность. По этому, кроме качественных маркетинговых стратегий нужно принять правильный подход в управлении персоналом. В торговых организациях Японии уделяют много времени к каждому сотруднику. В выборе каждого сотрудника торговые организации уделяют внимание на внешность, образование, на уровень информирования разных видов товаров и самое главное к повышению квалификации сотрудников и их тестировании. В то же время, что бы сотрудники дорожали своей работой, предприниматели поощряют хорошей заработной платой или же другими видами оплат труда.

Кроме управления персоналом, организации стараются работать и оказывать высококачественные услуги. Для этого, нужно понимать, что есть качество и какой подход нужен для покупателя.

Обычно, многие организации, что бы оценить свой труд и выявить свои минусы проводят социальные опросы в среде своих покупателей (пользователей). Для этого, организации уделяли много времени для опроса, уделялись отдельные сотрудники для проведений социальных опросов. Современное развитие IT (Интернет технологии) дают огромные привилегии, что бы качественно и быстро узнать, что именно нужно потребителю. Такие информации ценны тем, что организации могут получать информацию в электронном виде и развивать те стороны, которые потребителю не нравятся.

IT (Интернет технологии) – новая ступень развития цифровой экономики. Интернет маркетинг даёт огромные возможности в развитии организаций. Особенно, если новое предприятие, которое только входит в конкурентную среду с помощью интернет маркетинга может сэкономить огромные средства, которое требуется для реклам нового товара или услуг. С помощью IT (Интернет технологии) можно выпускать более подробную информацию (видео, аудио, надписи) и сразу узнавать комментарии от пользователей (потребителей), что даёт возможность принимать правильный подход к развитию предпринимательство.

[1] https://natalibrilenova.ru/esse-po-menedzhmentu/

Заключение: В организациях менеджмент играет основную роль в управление персоналом. Правильно управление персоналом даёт огромные возможности достичь высокий уровень производительности труда.

Говоря о маркетинге, в современном рынке, где есть огромная конкурентность нужно правильно выбирать стратегию развития предпринимательство. Это даёт возможность развивать предприятие и иметь своих потребителей.

Список литератур:

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

З.К. Рахимов – СамИСИ “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси ўқитувчиси
М.А. Абдивохидов – СамИСИ магистри
И.К. Зохидов – СамИСИ талабаси

САВДО ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ОРҚАЛИ АҲОЛИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИНИ ОШИРИШ

Аннотация: *Мақолада савдо хизматларини ривожлантириш орқали аҳоли турмуш даражасини оширишнинг назарий жиҳатлари ёритиб берилган. Маълумотлар муаллифларнинг кузатишлари ҳамда чет эл адабиётларини таҳлил этиш асосида тузилди.*

Калит сўзлар: *Савдо, модернизация, инновация, сервис, корхона, хизмат кўрсатиш, қўллаб қувватлаш, дастур.*

Аннотация: *В статье рассмотрены теоретические аспекты повышения уровня жизни населения за счет развития торговых услуг. Данные основаны на авторских наблюдениях и анализе зарубежной литературы.*

Ключевые слова: *торговля, модернизация, инновации, сервис, предприятие, оказание услуг, поддержка, приложение.*

Annotation: *The article discusses the theoretical aspects of improving the standard of living of the population through the development of trade services. The data are based on the author's observations and analysis of foreign literature.*

Key words: *trade, modernization, innovation, service, enterprise, service provision, support, application.*

Савдо − истеъмол товарлари бозорининг асосий сегменти ҳисобланади. У жисмоний ва юридик шахсларга хизмат кўрсатади. Унинг воситасида аҳоли ҳамда корхона, ташкилот ва муассасалар у ёки бу товарларга бўлган талаб-эҳтиёжларини қондиради. Бу ерда сотувчилар билан истеъмолчилар ўртасида олди-сотди муносабатлари юз беради: пул эгаси товар олса, товар эгаси пул олади.

Савдо товарларни шахсий истеъмол учун, ташкилотларга, корхоналарга, жамоа истеъмоли ва хўжалик эҳтиёжлари учун муассасаларга сотишни ўз ичига олади.

Товар ишлаб чиқаришнинг ривожланиши савдонинг ихтисослашиши ва пул муомаларини вужудга келишига асос бўлди. Шунинг учун хам иқтисодиёт хар қандай жамиятнинг моддий асоси бўлиб, маълум бир тарихий тараққиёт даврига тўғри келадиган ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва товар-пул муносабатларини ўз ичига олади.

Иқтисодий ўзгаришларнинг ҳозирги босқичида савдо хизматлари сифатини ошириш учун қулай шароитларни яратиш ҳисобланади. Савдо хизматлари сифати – бу, савдо корхонасида истеъмолчиларга тақдим этилаётган асосий ва ёрдамчи хизматлар даражасини ифодалайдиган кўрсаткичлар йиғиндисидир.

Савдо хизмати сифатини аниқлаш тармоқ ходимлари учун катта аҳамиятга эга. Унинг асосида корхона раҳбарлари, имкониятларни аниқлашади ва ўз фаолиятларини яхшилаш чораларини кўришади.

“Бозорда товарларни сотиш муаммосининг кун тартибига қўйилиши, “сотувчи бозоридан” “харидор бозорига” ўтиш кундалик эҳтиёж товарлари чакана савдосида янги босқичга ўтишни тақозо этди. У “Супермаркет” туридаги дўкон, яъни ўта янги бозор, савдони ташкил этишни ўз зиммасига олади. “Супермаркет” савдо майдони 400 кв. метрдан кўп бўлган ва асосан универсал ассортиментли озиқ-овқатлар ҳамда улар билан бирга сотиб олинадиган ноозиқ-овқат товарлари билан савдонинг энг ривожланган усулларини қўлловчи, фақат ўз-ўзига хизмат, янги техника ва технология асосида ишни ташкил этувчи дўкон ҳисобланади. У асосан катта қишлоқларда ва шаҳарларда ташкил этилади”[2].

Шуни таъкидлаш лозимки, кейинги йилларда мамлакатимизда маълум бир товар билан савдо қилувчи ихтисослашган (махсус) дўконлар кўпаймоқда. “Махсус дўконлар давр талаби билан кўпроқ шаҳарларда ташкил этилмоқда. Улар товар гуруҳига ва хизмат қилиш усулига қараб фарқланади. Масалан, “Хўжалик моллари”, “Маданий моллар”, “Нон”, “Сут”, “Уй-рўзғор моллари”, “Спорт”, “Турист”, “Автомобиль” ва бошқа турда ташкил этилади. Чакана савдо тармоқларининг бош вазифаси аҳолига товар ва хизматларни харид қилишлари учун зарур қулайликлар яратишдан иборат”[3].

Аҳоли турмуш даражасининг ошиши учун савдо корхоналарида хизмат кўрсатишни сўнгги босқичга чиқариш зарурияти туғилмоқда. Бунинг учун,

[2] Солиев А. Маркетинг. Бозоршунослик. − Т.: “ART-FLEX”, 2008, 290 бет.
[3] Ўша манба, 290 бет.

савдо корхоналарида истеъмолчилар учун барча турдаги шарт-шароитларни яратиш лозим. Айниқса, истеъмолчиларга хушмуомила бўлиш, истеъмол товарлари ассортиментини кенгайтириш, электрон тўловни кенг жорий этиш, доимий мижозларга чегирмалар беришга ўхшаш стратегияларни қўллаш савдо корхоналари фаолиятини янада ривожлантиришга имкон беради.

Қандай товар сотишдан қатъий назар, истеъмолчилар учун савдо жараёнида корхона томонидан барча шароитларнинг яхшиланиши **биринчидан**, корхона имиджини оширади, истеъмолчиларни ўзига ром қилади, **иккинчидан**, республикамизнинг барча ҳудудларида замонавий супермаркетларнинг ташкил этилиши орқали янги иш ўринлари очилади, **учинчидан,** сифатли ва янги товарларни излаб топиш учун истеъмолчиларнинг вақти тежалади.

Хизматлар сифатига қўйиладиган талаб доимий мутлақ бўлмайди. Аҳолининг, айниқса ўрта синфга мансуб инсонларнинг, моддий фаровонлиги ҳамда маданий даражаси ўсиб бормоқда. Бундай шароитда уларнинг сифатли товарлар харид қилишга ва сифатли савдо хизматларига бўлган талаби ҳам ортиб боради.

Хулоса қилиб айтганда, савдо сервисининг ривожланиши аҳолига хизмат кўрсатишда барча томонлама қулайликлар яратади. Замонавий савдо дўкон “Супермаркет”ларнинг кўпайиши товарларни бир жойда реализация қилиш учун имкон беради ва истеъмолчиларнинг ўзларига керакли бўлган товарларни излашда вақтларини тежайди. Бундан ташқари, барча савдо дўконларида электрон тўловларнинг барчаси мавжудлиги аҳоли учун қулай бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Солиев А. Маркетинг. Бозоршунослик. − Т.: “ART-FLEX”, 2008, 290 бет.
2. “Иқтисодиётда таркибий ўзгаришларни изчил давом эттириш шароитида савдо хизматлари сифатини ошириш истиқболлари (Самарқанд вилояти мисолида)” Магистрлик диссертацияси. З.К.Рахимов. – Самарқанд. 2017 й.
3. http://ziyonet.uz/ru

Хайдаров З. Ш. к.э.н. и.о. доцент кафедры “Банковское дело” СамИЭС.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СПЕЦИФИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ И ФАКТОРОВ ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРОЦЕСС ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУРНАРОДНЫХ ТРЕБОВАНИЙ И СТАНДАРТОВ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

Annotasiya. Maqolada O'zbekiston respublikasi tijorat banklarida xalqaro talablar va standartlarni amalga joriy qilish jarayonining o`ziga xos xususiyatlari va

ta`sir qiluvchi omillarni aniqlash va bank va moliyaviy xizmatlarni rivojlantirish istiqbollarini ko`satib berilgan.

Kalit so'zlar: tijorat banki, tavakkalchilik, Bazel qo'mitasining xalqaro talablari va standartlari, konservatsiya bufer kapitali, kontrtsiklik bufer kapitali.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы касающееся определение специфических региональных особенностей и факторов влияющих на внедрение международных требований и стандартов в управление активами и пассивами коммерческих банков и перспективы развития банковских и финансовых услуг.

Ключевые слова: коммерческий банк, актив, риск, международные требования и стандарты Базельского комитета, “консервационный буфер” капитала, “контр циклический буфер” капитала

Annotation. The article identifies the specifics and factors influencing the implementation of international requirements and standards in commercial banks of the Republic of Uzbekistan and the prospects for the development of banking and financial services.

Keywords: commercial bank, risk, international requirements and standards of the Basel Committee, conservation buffer capital, countercyclical buffer capital.

Введение. На современном этапе развития экономики развивающихся стран возрастают проблемы управления активами и пассивами коммерческих банков с учетом международных требований и стандартов. Эффективное внедрение этих международных показателей возможно при определение и учете специфических особенностей состояния банковской деятельности и факторов влияющих на указанный процесс. В настоящее время в Республики Узбекистан поэтапно осуществляется процесс либерализации экономики, в целом и в частности в банковском секторе. Актуальность данной проблемы озадачены в Постановлении Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему развитию и повышению устойчивости национальной банковской системы»[15].

Анализ литературы по теме. Проблемы управления активами и пассивами коммерческих банков Республики Узбекистан иследованы в монографиях Амонова А. А.[2] и Абдуллаевой С. А.[3].

Одноко, указанные исследования были проведены до перехода экономики Узбекистана на условиях либерилизации.(сентябрь 2017 г)[1]. Поэтому в этих исследованиях не могли быть учтены новые явления и тенденции в развития экономики страны, особенно в банковском секторе, а именно не были учтены специфические особенности и факторы влияющие на процесс внедрения международных требований и стандартов в управление активами и пассивами коммерческих банков Республики Узбекистан и перспективы развития банковских и финансовых услуг.

Методы исследования. При изложении данной статьи были использованы методы анализа, сравнительный метод, нормативные методы,

методы средних чисел, индексные методы, индуктивные и дедуктивные методы, методы абстракции и конкретики.

Анализ и результаты. Инфраструктурные системы, обслуживающие субъектов рыночных отношений, можно разделить на следующие группы: производственная инфраструктура; инфраструктура торговли и услуг; услуги оказываемые банковскими и финансовыми инфраструктурами; инфраструктура для оказание социальных услуг; услуги информационно - технологической и коммуникационной инфраструктуры.

Инфраструктура финансовых услуг Республики Узбекистан, а также банковского сектора значительно изменилась за последние пять лет в соответствии с международными требованиями и стандартами и их роль в экономике значительно возросла. В банковском секторе Узбекистана Правительство поэтапно внедряет инновационные методы международного рейтинга и этот процесс имеет свои особенности и специфические факторы влияющие на данный процесс. Коммерческие банки имеют свою специфику по управлению активами, пассивами и надзору разработанную Базельским комитетом в 1988 году и внедренную на практику поэтапно начиная с 1993 года. (В 1974 году в государстве Швейцария в городе Базель был организован при “Международном расчетном банке” “Комитет Базеля” по банковскому надзору.) Согласно Международному стандарту (Базеля I) капиталы коммерческих банков делятся на две части: капитал I уровня (основной капитал) и капитал II уровня (добавочный капитал). Задачи этих показателей являются оценка достаточности капитала и проявляется в следующем: отражение реального уровня капитала; ограничивает увеличение объема кредита при минимальном уровне капитала; дает возможность учесть уровень риска забалансовых операций.

Недостаток показателя достаточности капитала по Базелю I заклю-чается в том, что он ориентирован исключительно на кредитный риск, активы недостаточно дифференцированы по уровню рисков (не учтен рыночный риск) и требования по созданию резервов для определенных видов рисковых операций занижены.[6] В июле 1997 года Базельский комитет внес поправки в требования к достаточности капитала коммерческих банков для оценки адекватности капитала и рыночных рисков при управлении активами и пассивами коммерческих банков и с 2000 года начал внедрить новое соглашение (Базель II) на основе целевых установок.

Требования Базель II применяются к следующим видам рисков : риски связанные с процентными ставками, риски связанные с портфелем торговых операций (ценные бумаги); валютный риск; товарные риски, возникающий при купле-продаже драгоценных металлов. Мировой финансово-экономический кризис, начавшийся в 2008 году, заставил Базельский комитет ужесточить требования к банковскому капиталу. В результате разработано новое соглашение, известное как Базель III , которое вступило в силу с 15 сентября 2010 года.

Это новое соглашение не отменяет Базель II, а дополняет его. Основные требования и особенности Базель III используемые при управлении активами и пассивами коммерческих банков следующие: коммерческие банки, не соблюдающие новые требования Комитета, должны будут сокращать сумму премиальных выплат и дивидендов; увеличены требования к уровню акционерного капитала, если указанные требования составляли 2% от суммы активов рассчитанные учетом рисков до уплаты налогов, то данный показатель установлен на уровне 4,5% от указанной суммы активов после уплаты налогов; увеличены минимальные требования к достаточности капитала I уровня, что увеличены за период с 2013 год по 2019 год с действующего 4,5 % до уровня 6 %; внедрен защитный "консервационный буфер" капитала, который состоит из дополнительного резерва равного 2,5% от уровня капитала первого уровня, общее требование к капиталу I уровня за период 2015- 2019 года составил (4,5 % + 2,5%) 7%; внедрен показатель "контрциклический буфер" капитала банка, который исчисляется в объеме 0-2,5% от собственного капитала банка и способствует резкому сокрашению объема кредита; в период 2013-2017 года внедрен показатель отношение собственного капитала к привлеченному капиталу, который вводится в целях определения уровня риска, который составляет 3 процента от суммы капитала I уровня[7].

Задачей данного научного исследование заключается в том, что в ней осуществлено определение специфических региональных особенностей и факторов влияющих на внедрение международных требований и стандартов в управление активами и пассивами коммерческих банков и перспективы развития банковских и финансовых услуг.

1. Внедрение международного требования и стандартов Базеля III началось на два года позже, а именно с 1 января 2015 года, чем в европейских банках с 1 января 2013 года. Основанием для этого является решение Президента Республики Узбекистан [4].

Согласно этому документу в 2011– 2015 годах необходимо было пройти подготовительный этап перехода коммерческих банков к международным требованиям Базель III.

2. Согласно решению Правительство Узбекистана коммерческие банки должны были увеличивать свой уставный капитал ежегодно на 20%. Коммерческие банки реализовали эту задачу за счет следующих источников: путем рекапитализации дивидентов акционеров банка; путем продажи выпущенных акций коммерческих банков на Республиканской фондовой бирже. Привлекательность этих выпущенных банковских акций заключается в том, что их дивидендная ставка (25-30%) выше, чем средний процент краткосрочных депозитов (18-19%) банков. Уровень достаточности капитала в коммерческих банках Узбекистана почти в три раза выше (23%) установленной международной нормы (8%), что с учетом ряд других факторов, обеспечило Узбекистану получение стабильного суверенного рейтинга в декабре 2018 года.[8]

3. На основании рекомендаций Базельского комитета расчет норматива достаточности регулятивного капитала был введен в 2004 году с добавлением показателя рыночного риска к требованиям Базель I. Центральный банк Республики Узбекистан увеличил дополнительно уровень достаточности нормативного капитала (при этом не были приняты в счет риски процентной ставки и инвестиции) и установил минимальный коэффициент достаточности капитала на уровне 10% вместо установленного международного уровня 8% и поэтапно увеличил этот показатель до уровне 14,5% (на 1 января 2019 года.)

Причина такого подхода заключается в том, что при наличии достаточного резерва капитала в процессе увеличения банковского риска можно поддерживать стабильное банковское финансовое состояние, а это способствует снижению фактора банковского риска.

4. Основываясь на требованиях Базеля III Центральный банк Узбекистана для коммерческих банков рассчитал дополнительно к коэффициенту достаточного капитала операционный риск и кредитный риск, а из рыночного риска при расчетах взять только валютный риск (процентный и инвестиционный риск не были учтены при расчетах).

Для коммерческих банков Узбекистана не введены эти коэффициенты риска при расчетах, т.к рынок ценных бумаг и рынок процентных ставок в Узбекистане не развит в соответствии с международными требованиями. В 2018 году объем ценных бумаг в Узбекистане составил 1,3 процента от валового внутреннего продукта. Для Европы этот показатель составляет 50-60%. Из 27 триллионов кредитов, выданных в Республике Узбекистан в 2018 году, только 21% объема кредита были выданы свободно самими коммерческими банками, остальные 79% объема кредитов были выданы в соответствии с решениями Правительства Узбекистана[5].

Одним из требований Базель III является достаточность акционерного капитала. Целевая установка этого нормативного показателя осуществлена следующим образом. Коммерческий банк должен увелечить собственный капитал не за счет повышения уровня процентных ставок, а за счет увеличения собственного капитала. Базельский комитет увеличил коэффициент достаточности акционерного капитала с 2 до 4,5% на основе вышеуказанного подхода плюс добавил коэффициент в размере 2,5% в качестве резерва “консервационный буфер” капитала. Таким образом коэффициент достаточности капитала банка был установлен на уровне 7%.

5. Уровень достаточности капитала I уровня для коммерческих банков в соответствии с требованиями Базель установлен на уровне 4,5% от уровня активов расчитанных с учетом риска. Центральный Банк Узбекистана установил данный показатель для коммерческих банков на уровне 5%. Защитная «буферная консервация» капитала установлена на уровне 2,5% от капитала I уровня как дополнительный резерв. Таким образом, Центральный Банк Узбекистана с 1 января 2015 года для коммерческих банков установил данный показатель на уровне (5%+2,5%) 7,5% процентов и поэтапно довел его по состоянию 1 января 2019 года на уровне 11 процентов.

В сентябре 2010 года были приняты требования Базель III. Начиная с 1 января 2013 года комерческие банки поэтапно начали переходит к этим требованиям. 1 января 2019 года было обеспечено полный переход к международным требованиям, переходной период составил 6 лет. Центральному банку Узбекистана было дано три года времени для полного перехода коммерческих банков к этим требованиям, а именно переход начался с 1 января 2015 года и 1 января 2019 года на эти международные требования были полностью переведены все коммерческие банки Узбекистана.

6. Достаточность капитала банка зависит от оценки уровня риска банка и необходимо создать для этих рисков дополнительные резервы. Этот подход был причиной включения в коэффициент достаточности капитала банка дополнительные резервы, чтобы банк не ставил своей целью получение большей прибыли от своих клиентов при низкой их кредитоспособности.

Со стороны Центрального банка Узбекистана коэффициент достаточности регулятивного капитала и дополнительные резервы к ним для коммерческих банков установлены с 1 января 2015 года в размере (8%+2,5% =) 10,5%, с 1 января 2016 года -11,5 процентов, с 1 января 2017 года 12,5 процентов, с 1 января 2018 года 13,5 процентов и с 1 января 2019 года -14,5 процентов.[9] Центральные банки стран-членов Базельского комитета начали переводит свои коммерческие банки с 1 января 2019 года на коэффициент достаточности капитала с учетом дополнительных резервов к ним, который был установлен для них на международном уровне 10,5 процента.

7. Центральный банк Узбекистана начиная с 2016 года начал поэтапно повыщать показатель покрытия ликвидности (LCR) для коммерческих банков и с 1 января 2018 года установил базовый уровень покрытия ликвидности (LCR) на уровне 100%, а с 1 января 2018 года ввел коэффициент чистого стабильного финансирования (NFSR) на уровне 100%. Причиной перехода коммерческих банков на эти международные требования и стандартов Базель III является то, что при равном уровне коэффициента достаточности капитала банки не ставили своей целю получение большой прибыли от своих клиентов при низкой их кредитоспособности. Поэтому к коэффициенту достаточности капитала добавили дополнительные резервы учтывающие на ряду с кредитным риском, операционные и рыночные риски. Таким образом, внедрение высокого международного требования и стандартов в коммерческих банках будут способствовать устойчивому росту банковских услуг, достижение эффективности, безопасности и привлекательности в банковской деятельности.

Предложения и рекомендации. В Узбекистане не развит рынок процентных ставок и ценных бумаг, поэтому при расчетах достаточности регулятивного капитала коммерческих банков не учитываются следующие международные показатели:

1. Риски рынков процентных ставок;
2. Риска рынка ценных бумаг.

С сентября 2017 года в связи с либерилизацией экономики Узбекистана необходимо при расчетах достаточности капитала коммерческих банков учесть следующие показатели;

1. Риск рынков процентных ставок;
2. Риск рынков ценных бумаг.

Указанные нововведения приведут в целом к снижению банковских рисков и к финансовой стабильности банков, а также будет способствовать выхода коммерческих банков Узбекистана на международный финансовый рынок и решению проблемы ликвидности этих банков в условиях инвестиционной активности в экономике страны.

Использованная литература:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 12 сентября 2017 года № ПП-3270 «О мерах по дальнейшему развитию и повышению устойчивости национальной банковской системы».
2. Амонов А.А. Управление активами и пассивами коммерческих банков. Монография. Т .; Экономика и финансы, 2016; -160 с.
3. Абдуллаева С.А. Проблемы укрепления платежеспособности банков. Монография. Т.; Экономика финансов, 2016; -136 с.
4. Указ Президента Республики Узбекистан от 26 ноября 2010 года № ПП-1438 «О дальнейшем реформировании и повышении устойчивости финансово-банковской системы республики в 2011-2015 годах и достижении высоких международных рейтинговых показателей».
5. Банковский вестник, № 43, 2018
6. Базельский комитет по банковскому надзору. Международная Конвергенция Оценка Капитала и Стандарты Капитала. Базель, 2002; -425 с.
7. http://www.cbr.ru/publ/Gud/ar_2013.pdf
8. Сборник нормативных документов по реформированию банковской системы Республики Узбекистан и регулированию деятельности коммерческих банков. –Ташкент: Узбекистан, 2016.
9. Положения о требованиях адекватности капитала коммерческих банков, зарегистрировано МЮ РУз за №2693 от 06.06.2015 г.

Маматкулова Ш.Ж-СамИСИ доценти
И. Муталибова-СамИСИ магистранти
Э. Рахматуллаев –СамИСИ магистранти

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА МАҲАЛЛИЙ КОРХОНАЛАРДА ТОВАР СИЁСАТИНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада муаллифлар томонидан инновацион иқтисодиёт шароитида маҳаллий корхоналарда товар сиёсатини такомиллаштириш йўллари ёритиб берилган.

Калит сўзлар: Товар сиёсати, инновация, иқтисодиёт, рақобат, ассортимент.

Аннотация: В статье авторы описывают пути совершенствования товарной политики местных предприятий в условиях инновационной экономики.

Ключевые слова: Бренд-политика, инновация, экономика, конкуренция, ассортимент.

Annotation: In this article, the authors describe ways to improve commodity policy in local enterprises in an innovative economy.

Keywords: brand policy, innovation, economy, competition, assortment.

Президентимиз Ш.М.Мирзиёевнинг парламентга Мурожаатномасида яқин беш йилликда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш, фаол ички ва ташқи сиёсат олиб бориш, жамият ҳаётининг барча соҳаларида ислоҳотлар самарадорлиги, аввало халқимиз фаровонлиги ва турмуш шароитининг яхшиланиши билан белгиланиши ҳақида сўз юритилади. Республика миллий иқтисодиётини шакллантириш ва унинг барқарорлигини таъминлаш мамлакатда ўтказилаётган иқтисодий ислоҳотлар ва белгиланган устувор йўналишларни ҳаётга тадбиқ этиш натижасида амалга оширилмоқда. Ўзбекистон Республикасида ислоҳотларнинг ривожланиши кўплаб корхоналарнинг фаолият юритишига сабаб бўлади. Уларнинг сони ҳам, ишлаб чиқаришдаги ўрни ҳам кун сайин ошиб бормоқда. Шу сабабли корхоналарнинг самарадорлигини ошириш, ички бозорни тўйинтиришда замонавий бозор механизмларини қўллаш ҳозирги даврнинг долзарб масаласига айланмоқда. Мамлакатимиз иқтисодиётида шиддат билан бўлаётган ўзгаришлар, саноат ишлаб чиқаришда чуқур таркибий ўзгартиришлар, модернизация ва диверсификация ишларини жадал амалга оширилиши натижасида тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажми ошиб бормоқда. Бу эса ўз навбатида, маҳаллий тайёр маҳсулотларимизни ички ва ташқи бозорларда самарали сотилишини ташкил этиш, янги бозорларга чиқиш, бозор ҳолатини ўрганиш, ўзимизда ишлаб чиқарилган маҳсулотлотларнинг рақобатбардошлигини ошириш, истеъмолчиларга ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ҳақида ўз вақтида ахборот бериш каби ишларни самарали ташкил этилишини талаб этмоқда. Бажарилиши лозим бўлган ишларнинг барчаси маркетинг фаолияти билан бевосита боғлиқдир.

Инновация-бу фан ютуқлари ва илғор тажрибадан фойдаланиш, ижтимоий ишлаб чиқаришни такомиллаштириш ва ривожлантириш жараёнлари, янги истеъмол хусусиятларига эга бўлган маҳсулотларини (товар, маҳсулот, техника, технология, бошқа ташкилий шакл ва воситалар)шакллантириш, амалиётга жорий этишга асосланган инвестицион ва ижодий фаолиятнинг моддийлашган якуний натижаси бўлиб, бозор ва ижтимоий эҳтиёжларнинг қондирилишига кўмаклашади, харажатларни иқтисод қилади ва инсонларнинг турли хил ҳаёт ва фаолият соҳаларида турлича самара беришини таъминлайди. фаолият корхонани истеъмолчилар талаб ва

эҳтиёжларига жавоб берадиган, корхонанинг иқтисодий салоҳиятини ошишини таъминлайдиган маҳсулотларни яратиш ва ишлаб чиқариш йўли билан ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга мўлжалланишини кўзда тутади.

Иқтисодиёт тармоқларида инновацион технологияларнинг имкониятларидан тўла фойдаланиш ҳамда инвестицияларни амалиётга кенг жалб этиш орқали иқтисодий самарадорликка эришиш мумкин. Иқтисодиёт тармоқларида иқтисодиётни модернизациялаш, диверсификациялаш ҳамда таркибий ўзгартиришлар, иқтисодиётни ривожланишини таъминловчи янги илмий асосланган ғоя ва янги инновацион лойиҳалар амалга оширилишини таъминловчи технология , тизимлар ривожланишини бошқариш, инновацион маҳсулот ишлаб чиқариш билан бозорни тўлдириш иқтисодиётнинг устувор вазифаларидан ҳисобланади. Бугунги кунда аҳолини иш билан бандлигини таъминлаш, бозорни арзон ва сифатли маҳсулотлар билан тўлдириш , иқтисодиёт тармоқлари соҳасига инвестицияларни киритиш, модернизациялаш жараёнини чуқурлаштириш, юксак технологиялар ва инновацияларни жорий этиш олдимиздаги асосий вазифалардан биридир. Иқтисодиёт тармоқларини эркин бозор иқтисодиёти қонунлари талаби даражасида барқарор ривожлантириш учун тармоқларда хўжалик юритишнинг турли мулк ва мулкчилик шаклларини ва тадбиркорлик шаклларини барпо этишнинг зарурлиги, сифати, моддий-техника ресурслари, фан-техника тараққиёти, инновацион технологиялар ва улардан самарали фойдаланиш, инвестициялар бўйича давлатнинг сиёсати, корхоналарнинг даромадларини кўпайтириш йўлларини асослаб бериш мақсадга мувофиқдир. Инновацион сиёсат корхонани истеъмолчилар талаб ва эҳтиёжларига жавоб берадиган, корхонанинг иқтисодий салоҳиятини ошишини таъминлайдиган маҳсулотларни яратиш ва ишлаб чиқариш йўли билан ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга мўлжалланишини кўзда тутади. Бугунги кунда ишлаб чиқарилган маҳсулот маълум талабларга жавоб бериши лозим: техник-иқтисодий тайёрлаш технологияси, ишончлилик ва узоқ вақт давомида ишлатилиши, мўлжалланган мақсадга мос келиши, экологик, эстетик, эргономик. Янги маҳсулотларни ишлаб чиқариш аввало маркетинг ахборотларини йиғиш, таҳлил қилиш, тавсияларни ишлаб чиқишга олиб келади. Бу барча илмий-техника ишланмаларини батафсил ўрганиш қуйидаги асосий масалаларни ҳал қилишни кўзда тутади:

- ўхшаши бўлмаган, бутунлай янги маҳсулот ишлаб чиқариш;
- бозорда ва унинг сегментларида ўхшашлик ва тижорат муваффақиятларига эга, корхона учун янги маҳсулот турларини ишлаб чиқиш.

Илмий-техник сиёсат бозор ривожланишининг истиқболларини, ресурсларни хўжалик фаолиятининг истиқболли йўналишларига жамлаш имкониятини баҳолаши керак. Фан ва техниканинг ривожланиши корхона томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг истиқболли такомиллашуви ва янгиланишини таъминлаши керак, бу ўз навбатида биринчи ўринга илмий-тадқиқот тажриба-конструкторлик ишларни ташкил қилиш ва ўтказиш, маҳсулотни ўзлаштириш ва уни оммавий ишлаб чиқаришга тадбиқ этиш

масалаларини илгари суради. Шу нуқтаи назардан ишлаб чиқаришда инновацион фаолиятда тадқиқотлар олиб боришнинг назария ва услубларини яратиш, уларни амалга оширишнинг йўллари ва усулларини ишлаб чиқиш бугунги куннинг муҳим вазифаларидан ҳисобланиб инновацион фаолликни оширишга эътиборни қаратади.

Ишлаб чиқарилаётган маҳсулотни техник янгилашга мўлжаллаш қуйидаги масаларни ҳал қилишни кўзда тутади: маҳсулотни замонавийлаштиришни такомиллаштириш, унинг ўрамини, сервисини ўзгартириш, рақиб фирмаларга нисбатан устунликка эришишини таъминлаш. Корхоналарнинг товар ҳаётий даврини такомиллаштириш учун биринчи навбатда маҳсулот сифати ва ассортиментини яхшилаш, товар сотувини тўғри ташкил этиш, янги техника-технологияни қўллаш,хом-ашё таъминотини тўғри ташкил этиш ва ассортимент сиёсатини шакллантириш лозим.

Ассортимент сиёсатини қуйидаги йўналишларда олиб бориш мақсадга мувофиқдир:

- такомиллаштириш ва замонавийлаштиришни талаб қиладиган янги маҳсулот ва такомиллаштириш ва замонавийлаштиришни талаб қилмайдиган эскирган маҳсулот ўртасидаги нисбатларни тадқиқотини ўтказиш;
- ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар навларини сифат ва миқдор кўрсаткичларида белгилаш;
- янги моделлар сонини аниқлаш;
- барча ишлаб чиқарилаётган янги ассортимент турлари бўйича товарнинг яшаш даврини аниқлаш.

Ассортимент сиёсати маҳсулот яшаш даврини аста-секинлик билан ўрганишни ва маҳсулотни замонавийлаштириш ва такомиллаштириш бўйича қарорларни вақтида қабул қилиш, янгисини тадбиқ этиш, эски маҳсулотни ишлаб чиқаришдан олиб ташлашни кўзда тутади. Маҳаллий корхоналар ассортимент сиёсатини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш билан мунтазам шуғулланиши керак.Ўзбекистон Республикасида фаолият кўрсатадиган барча корхоналарнинг барқарор ривожланишида рақобат курашига бардош бера олиши, доимий мижозлрга эга бўлиши, бозорда ўзининг мавқеини сақлаб қолиши, ишлаб чиқараётган товарларининг бозорга қараб янги маркаларини яратиши ва юқори фойда олиши учун маркетинг воситаларидан фойдаланишлари шарт.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ 4947-сон “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси ” тўғрисидаги 4947-сонли Фармони.
2. Gary Armstrong. Philip Kotler. Michael Marker. Marketing in introduction. England, 2016, paperback: 720 pages, Pearson.
3. Эргашходжаева Ш.Д.Қосимова М.С.Маркетинг.Т.ТДИУ, 2016.-202б.

Н.Б. Яҳёхонов – СамИСИ таянч докторанти

ХИЗМАТЛАР СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: мақолада хизматлар соҳасини ривожлантиришда инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш ва унинг бугунги кундаги аҳамияти асосланган. Шунингдек, маркетинг технологияларининг ўзига хос жиҳатлари, назарий ва амалий масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: инновацион маркетинг, инновацион маркетинг технологиялари, рақамли маркетинг, интернет маркетинг, маркетинг тадқиқотлари, сегмент.

Бугунги кунда рақамли иқтисодиёт шароитида замонавий жамият пайдо бўлмоқда. Замонавий жамиятда виртуал муҳит, гибрид дунё ва интернет муҳим рол ўйнайди. XXI асрда дунё бўйлаб ҳар бир уй ва деярли ҳар бир телефон интернетга кириш имконига эга бўлганлиги сабабли, истеъмолчиларнинг юксалиб бораётган эҳтиёжларини максимал даражада самарали қондириш, улар билан ҳамкорлик ва тескари алоқани ўрнатишда маркетинг, рақамли маркетинг, инновацион маркетинг, мерчендайзинг, аутсорсинг ва бошқа инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш долзарб масалага айланган.

2017-2021 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида“...кўрсатилаётган хизматлар таркибини, энг аввало, уларнинг замонавий юқори технологик турлари ҳисобига тубдан ўзгартириш...” [4] масаласи алоҳида белгиланган. Ушбу вазифа хизмат кўрсатиш соҳасига инновацион маркетинг технологияларини жорий этиш заруратини белгилайди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябр куни “Рақамли Ўзбекистон — 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6079-сонли Фармони[5] қабул қилиниши мамалакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришда модернизация ва диверсификацияни амалга ошириш, инновацияларни жорий этишга қаратилган ислоҳатлар натижасида хизмат кўрсатиш соҳасини янги босқичга кўтарди.

Хизматлар соҳасининг ривожланиши ҳозирги замон иқтисодиётида муҳим аҳамият касб этади. Иқтисодиётда хизматлар ўсишининг асосий омилларини илмий билимлар, номоддий шаклдаги тўпламлар, ахборот технологиялари ва тадбиркорлик фаолияти интеграцияси каби омиллар ташкил этади. Иқтисодиётнинг ушбу сектори турли хил фаолият турларини ўз ичига олиб, ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга ёрдам беради. Ушбу фаолиятнинг якуний натижаси тайёр маҳсулот эмас, балки кўрсатилган хизматлардир. Хизматлар нафақат корхоналарга, балки жисмоний шахслар – якуний истеъмолчиларга ҳам кўрсатилиши мумкин.

[4] Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон фармони

[5] https://lex.uz/docs/5030957

Хизматлар соҳаси – бу корхоналар, ташкилотлар, шунингдек жисмоний шахслар томонидан кўрсатиладиган турли хил турдаги хизматлар ишлаб чиқаришни ўз ичига олган умумлаштирилган тоифадир. Ушбу соҳани кўпинча ривожланган замонавий инфратузилма туфайли саноатдан кейинги иқтисодий тузилма тарзида кўрилади. Ҳозирги кунда интеллектуал инсон меҳнати ўзига хос ривожланиш ва аҳамият касб этмоқда, унинг бўлиниши махсус илмий тайёргарликни, кўп сонли иш ўринларини, одамларнинг биргаликдаги саъй-ҳаракатларини юқори даражадаги интеграциялашувни ва ижтимоий фаровонликни оширишни талаб қиладиган кўплаб мутахассислик ва касбларни яратмоқда. Ушбу тенденсиялар хизматлар соҳаси ва бошқарув билан бевосита боғлиқ бўлиб, инсон фаолиятининг бошқа соҳаларига нисбатан унинг жадал ўсишини белгилайди. Иқтисодиётнинг саноат ва қишлоқ хўжалигига нисбатан юқори даромади унга хос хусусиятдир. Шу билан бирга, хизматлар рўйхати доимий равишда кенгайиб бормоқда. 2020-йил 1 январ ҳолатига мамлакатимиздада жами фаолият кўрсатаётган корхона ва ташкилотлар сони 398,1 мингтага етди[6].

Хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожлантириш, хизматларнинг янги турлари ва ассортиментини кенгайтириш, янги бозорларни ўзлаштириш, айниқса ташқи бозорларга чиқишда маркетинг технологияларининг аҳамияти беқиёсдир. Хизматларга бўлган талаб, ички ва ташқи бозорлар конъюнктурасини ўрганиш, хизматларни потенциал истеъмолчиларга самарали силжитишда инновоцион маркетинг технологияларидан фойдаланиш долзарб масалалардан бирига айланган.

Хизмат кўрсатишни ташкил этишдан олдин, мавжуд ва потенциал талабни, бозор конъюнктурасини ўрганиш муҳим масалалардан ҳисобланади. Бунда маркетингни энг муҳим технологияларидан маркетинг тадқиқотларидан фойдаланилади. Хизматларни бозорга йўналтиришда маркетинг тадқиқотлари қуйидагиларга қаратилади:

- юқори қўшимча қийматга эга бўлган хизматларни экспорт қилишни кенгайтириш;
- мақсадли бозорларни танлаш ва савдо алоқаларини ривожлантириш;
- ташқи бозорлар конъюнктурасини ўрганиш асосида катта ҳажмдаги хизматларни яратишни янада ривожлантириш;
- сотув каналларини, сотув тармоқларини шакллантириш, талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлантириш кабиларни ўрганиш.

Хизмат кўрсатишдаги модернизациялар, етказиб бериш шартларининг ўзгариши, аҳолининг харид қувватининг ошиши, янги хизмат турлари, янги бозор сегментларининг пайдо бўлишига олиб келмоқда.

Харидорларнинг у ёки бу хизматга бўлган талаблари доимий равишда ўзгариб бормоқда. Бундай ўзгаришларни ҳар бир хизмат кўрсатувчи субъектлар ҳисобга олиши керак ва ўз ассортимент сиёсатини шунга қараб ўзгартириши

[6] https://stat.uz/uploads/docs/xizmatlar_dekabr_uz.pdf

талаб қилинади. Хизмат кўрсатувчи субъектларнинг ассортимент сиёсатига қуйидаги омиллар таъсир қилади:

1. Корхонада маркетинг фаолиятининг йўлга қўйилиш даражаси ва ундаги мақсадли маркетинг ҳолати.
2. Хизматлар соҳаси бозор конъюнктураси.
3. Товарлар (хизматлар) ҳаётий даври босқичларининг хусусиятлари.

Ассортимент сиёсатини тўғри ҳал қилишда маркетингни муҳим технологияларидан бозорни сегментлашдан оқилона фойдаланиш ва уни амалда тадбиқ этишнинг аҳамияти беқиёсдир. Бу тадбирларга қуйидагилар киради:

- бозорни сегментлаш (истеъмолчиларни гуруҳларга ажратиш, ҳир бир гуруҳ учун алоҳида хизмат турларини лойиҳалаш ва таклиф этиш);
- мақсадли сегментни танлаш;
- хизматларни мақсадли бозор сегментида позициялаш (мавқиелаштириш).

Хизматлар соҳаси бозорини сегментлашдан мақсад:

1. бозорда бугун ва келажак учун корхонанинг тўлов қобилияти доирасида ўз харидорларини топиш;
2. харидорлар таркибидан эҳтиёжлари рақобатчилар томонидан яхшироқ қондириладиган харидорларни ажратиб олиш;
3. эҳтиёжлари корхона томонидан бошқаларга нисбатан яхшироқ қондирилган харидорларга эътиборни кучайтириш.

Бозорни сегментлаш учун географик, демографик, психографик ва хулқ-атвор кўрсаткичлардан фойдаланилади. Хизмат кўрсатувчи субъектлар фаолиятини бутун бозор бўйича ёки бозорнинг корхонага мос келадиган бир нечта сегментида олиб бориши мумкин. Бундай бозор ёки сегментлар мақсадли бозор дейилади.

Бозорни сегментлашнинг мукаммал ва самарали бўлиши учун қуйидаги шартларга мувофиқ келиши талаб қилинади:

- Шакллантирилган сегментлар корхонанинг маркетинг фаоллигига сезгирлик бўйича бир-биридан фарқ қилиш ва дифференциал реакция (муносабат билдириши) қилиши керак.
- Сегментлар етарли даражада катта бўлиши, яъни корхонанинг рентабеллик даражасини таъминлаши лозим.
- Сегментлар ўлчовга эга бўлиши, яъни харидорларнинг харид имкониятларини баҳолай олиши лозим.
- Сегментлардан амалий ишда фойдалана олишнинг мумкинлиги, яъни ушбу сегментда шу сегмент учун таклиф этилган маҳсулотларни максимал миқдорда сотишнинг имкониятлари.

Сегментларни шакллантириш ва уларни таҳлил қилишдан кейин муҳим вазифа мақсадли бозорни аниқлашдир. Мақсадли бозорни аниқлашда харидорлар билан ўрнатиладиган муносабатлар асосий ўринни эгаллайди.

Бугунги кунда хизматлар соҳасини ривожланишида анъанавий маркетинг технологиялари билан биргаликда инновацион маркетинг технологияларининг

ҳам аҳамияти ортиб бормоқда. Жумладан, хизматларни яратиш ва уни бозорга йўналтиришда бенчмаркетинг, мерчендайзинг, аутсорсинг, брендмаркетинг, интернет маркетинг, рақамли маркетинг каби инновацион маркетинг воситаларининг аҳамияти тобора ортиб бормоқда.

Ҳозирги вақтда истеъмолчига қаратилган юқори эътибор, нарх самарадорлиги ва харидор ҳамда сотувчи орасидаги юқори интерактив тезлик каби сабабларга биноан инновацион маркетинг воситалари анъанавий маркетингдан устунлик қилмоқда. Истеъмолчи ва бизнес секторларининг эътибори анъанавий маркетинг медиа воситалари бўлмиш телевизор, радио, босма нашриётларга қараганда инновацион маркетинг медиа воситалари интернет, смартфонлар, симсиз алоқа воситалари ва тезкор қидирув қурилмаларига кўпроқ қаратилмоқда.

Хулоса ўрнида шуни айтиш жоизки, хизматлар соҳасининг ривожланишида маркетинг технологиялари истеъмолчилар эҳтиёжларини чуқурроқ ўрганиш, истеъмолчиларнинг хизматларга бўлган хоҳиш-истакларини, хулқ-атворларини ва ҳис-туйғуларини билиш, хизматлар тўғрисида истеъмолчиларни батафсил маълумот билан таъминлаш орқали истеъмолчиларни хизматларни сотиб олишга ундаш, уларни экспортини ривожлантириш, ички ва ташқи бозор конъюнктурасидан келиб чиқиб нархларни шакллантириш, сотув каналларини лойиҳалаш, янги хизматларни шакллантириш, истеъмолчилар билан тескари алоқани таъминлаш орқали доимий истеъмолчилар сонини кўпайтириб боришга эришишда кўмаклашади.

Абдуазизов Илхомжон Абдуазизович,
Магистр 1 курса
Джульматова Светлана Рахматовна
доцент кафедры “Отраслевая экономика”
Самаркандского института “Экономики и сервиса”

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ

Всестороннее развитие сферы услуг является актуальным вопросом обеспечения устойчивого развития экономики, эффективной занятости и повышения уровня жизни населения. Практика показала, что в настоящее время для воздействия на экономический рост развитые и развивающиеся страны ставят первостепенную задачу ускоренного развития сферы услуг. Сфера услуг охватывает все слои населения и затрагивает практически все социально-экономические процессы, проходящие в обществе, что обуславливает актуальность и значимость данного вопроса.

Президент страны Ш.М. Мирзиёев, говоря о роли и значении данной сферы, подчеркнул: – «Важнейшим резервом и фактором устойчивого роста экономики является сфера услуг. Как показывает мировой опыт, именно эта сфера сегодня занимает доминирующее положение в формировании ВВП, обеспечении занятости населения, роста благосостояния людей».

На начальном этапе (1991–2000 гг.) реформирования национальной экономики – в период проведения первоначальных реформ, связанных с переходом к рыночной экономике и созданием основ национальной государственности – в республике при низких темпах роста ВВП наблюдался определенный рост объемов производства услуг. Так, 1991-2000 годы доля сферы услуг в ВВП страны возросла с 33,8% до 37,0% . Необходимо отметить, что структура рынка услуг формировалась в основном за счет традиционных видов, таких как торговля и общественное питание, транспорт, жилищно-коммунальные и бытовые услуги.

С принятием законов «Об аудиторской деятельности», «О страховании», «О банках и банковской деятельности», «О связи», «Об информатизации», наряду с увеличением объемов услуг, качественно изменились отраслевая и рыночная составляющие услуг, получили развитие новые виды услуг рыночного характера.

На втором этапе (2001–2010 гг.) реформирования национальной экономики – в период активной модернизации и демократического обновления страны, углубления рыночных реформ и структурных изменений – сфера услуг стала важнейшим фактором экономического роста, повышения занятости и доходов населения. За анализируемый период сформировалась тенденция опережающего роста услуг по сравнению с ВВП, в результате чего возрос вклада данной отрасли в экономику страны. Если в 2000 г. доля сферы услуг в ВВП составила 37,0%, то в 2020 г. – 49,0 %.

В этот период на рынке услуг проявили себя такие крупные отрасли, как: торговля и общепит, транспорт и связь, коммунальные услуги, финансы и др. Услуги, ранее предоставлявшиеся в большей степени государством (нерыночные), постепенно приобретали рыночный характер.

В результате реализации национальных программ реконструкции и развития телекоммуникационной сети, компьютеризации и информационных технологий отмечается опережающее развитие беспроводной телефонной связи, таксофонной связи, пунктов коллективного доступа к сетям Интернет, услуг эфирно-кабельного телевидения и рост числа абонентов сотовой связи. Значительно расширились объемы более качественных услуг, позволяющих охватить связью все больше отдаленных населенных пунктов и повысить уровень телефонизации. Увеличился спектр основных видов услуг телефонной связи, появляются новые, сопряженные дополнительныеуслуги.

Доклад Президента страны Ш.М. Мирзиёев «Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране» явился фундаментом перехода на новый уровень.

На третьем этапе (2001–2010 гг.) Наряду с формированием демократического и гражданского общества, в Концепции определены приоритетные направления углубления экономических реформ, в том числе сферы услуг.

Реализация комплексных мер по диверсификации и структурным преобразованиям в экономике страны обеспечила повышение доли услуг в

валовом внутреннем продукте до 49,5%[1] в 2020 г. (рисунок 1). Опережающими темпами развивались современные высокотехнологичные и рыночные виды услуг – информационно-коммуникационные, банковские, страховые, лизинговые, туристско-экскурсионные и другие.

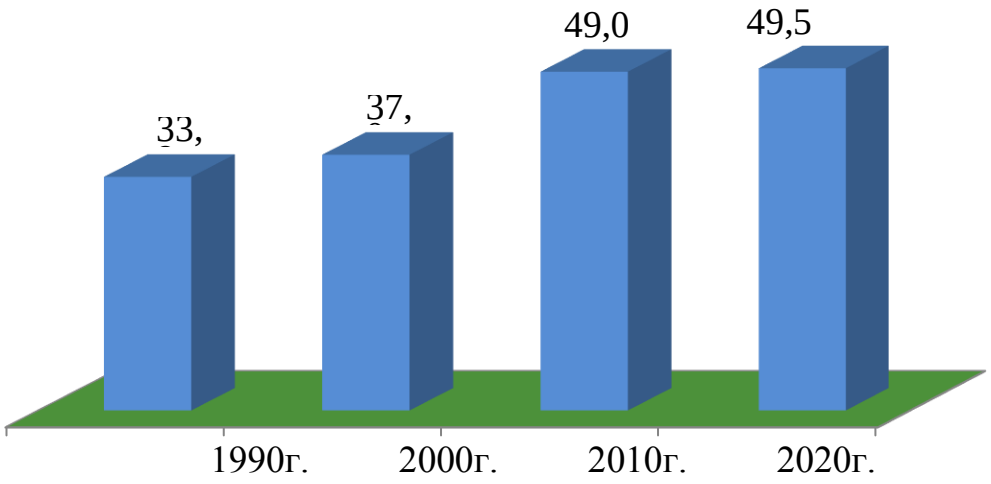


Рис. 1. Доля сферы услуг в ВВП, %
Источник. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике

Следует отметить, что стабильный рост сферы услуг, в свою очередь, оказывает определяющее воздействие на уровень занятости населения. На сегодняшний день сфера услуг охватывает порядка 45-48% занятого в экономике населения. Структурный анализ занятости в сфере услуг показал, что наибольшую долю занимают социально значимые отрасли, такие как образование, культура, искусство и наука, торговля и общественное питание, здравоохранение ит.д.

Для обеспечения дальнейшего ускоренного развития сферы услуг, создания современного рынка услуг, формирования рациональной структуры производства и потребления услуг, обеспечения повышения уровня и качества жизни населения в Узбекистане реализуется Программа развития сферы услуг на 2019–2023 годы, в рамках которой в настоящее время принимаются развернутые меры по обеспечению исполнения задач. На наш взгляд, неукоснительное выполнение данной программы позволит не только обеспечить сбалансированное развитие и диверсификацию деятельности предприятий сферы этой отрасли, но и повысить конкурентоспособность и качество предоставляемых ими услуг.

Список использованной литературы

1. Мирзиёев Ш.М. Критический анализ, жесткая дисциплина и персональная ответственность должны стать повседневной нормой в деятельности каждого руководителя // Народное слово, 16 января2017г.
2. Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 816с.

3. Райзберг Б.А. Современный социоэкономическийсловарь.
4. Б.А. Райзберг. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 629 с.
5. Основные тенденции развития сферы услуг в Узбекистане // Молодой ученый. — 2016. — №11. — С.791-793.

Гулнора Мардиевна Шадиева – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти тармоқлар иқтисодиёти кафедраси профессори, иқтисодиёт фанлари доктори.
Тогаева Дилноза Азаматовна - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти тармоқлар иқтисодиёти магистри

ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ҚИШЛОҚ ЖОЙЛАРИДА КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада иқтисодиётни модернизациялаш шароитида қишлоқ жойларида кичик бизнес ва оилавий тадбиркорликнинг жамият тараққиётидаги ўрни очиб берилган. Бунда бугунги кунда ўта долзарб бўлган масалалардан бири бўлган кичик бизнес оилавий тадбиркорлик орқали оила фаровонлиги, яшаш даражаси ва сифати оширишдаги ўрни, оила аъзолари бандлиги таъминланшдаги роли, қишлоқ жойларида ишлаш учун малакали кадрлар тайёрлаш ва мунтазам равишда уларнинг малакасини ошириш, давлатга солиқ тушуми кўпайиши, аҳолининг камбағаллик даражаси камайтириш ва ўзини ўзи иш билан таъминлаш тамойили асосида кўплаб янги иш ўринлари яратишдаги аҳамияти очиб берилган.

Калит сўзлар: давлат рўйхатидан ўтказиш, кичик бизнес ва тадбиркорлик, оила, оилавий тадбиркорлик, фаровонлик, яшаш сифати, яшаш даражаси, ўзини ўзи банд қилиш, оила хўжалиги иқтисодиёти, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш.

Аннотация: в статье раскрывается роль малого бизнеса и семейного предпринимательства в развитии общества на селе в контексте модернизации экономики. Бунда объяснила роль малого бизнеса, одного из наиболее актуальных вопросов на сегодняшний день, в повышении благосостояния семьи, уровня и качества жизни через семейное предпринимательство, роль членов семьи в обеспечении занятости, подготовке квалифицированных кадров для работы в сельской местности и их профессиональном развитии на регулярной основе, увеличении налоговых поступлений в бюджет, важности населения в создании рабочих мест.

Ключевые слова: государственная регистрация, малый бизнес и предпринимательство, семья, семейное предпринимательство, благосостояние, качество жизни, уровень жизни, самозанятость, экономика управления семьей, Производство, Сервис.

Кириш

Сўнгги йилларда аҳолининг кенг қатламини тадбиркорликка жалб қилиш ва уларнинг даромад манбаларини кенгайтиришга қаратилган “Ҳар бир оила – тадбиркор”, “Ёшлар келажагимиз” ва бошқа ижтимоий дастурлар доирасида жами 13 триллион сўмдан зиёд имтиёзли кредитлар ажратилиб, 600 мингдан зиёд оилаларни қамраб олишга эришилди. [1] Мазкур дастурлар ҳудудларда аҳолининг тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиши, унинг турмуш тарзини яхшилаш ва иш билан бандлигини ошириш учун туртки бўлиб хизмат қилмоқда. Шу билан бирга, орттирилган тажриба ҳамда халқаро амалиёт комплекс ва ўзаро бир-бирини тўлдирувчи кредит олиш имкониятидан иборат бўлган яхлит тизимни шакллантиришни тақозо этмоқда. Иқтисодиётни модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини ошириш шароитида хизмат кўрсатиш соҳасида кичик бизнес ва оилавий тадбиркорлик тузилмалари фаолияти самарадорлигини ошириш бугунги кунда мамлакат иқтисодиёти олдида турган муҳим масалалардан биридир. Хусусан, мулкчиликнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучи деб эътироф этилаётган хизмат кўрсатиш соҳасидаги тадбиркорлик тузилмалари фаолияти самарадорлигини оширишнинг истиқболини белгилаш, ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш ва шу соҳада илмий жиҳатдан асосланган таклиф ва амалий тавсиялар ишлаб чиқиш ўта муҳимдир. Чунки иқтисодиётни модернизациялаш шароитида, иқтисодиётни янада эркинлаштиришда кичик бизнес ва оилавий тадбиркорлик тузилмалари фаолиятини ривожлантириш, унинг натижасида аҳоли бандлигини таъминлаш каби долзарб муаммоларни ҳал қилишга эришилмокда.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили

Кичик бизнес ва оилавий тадбиркорликнинг иқтисодиётдаги роли ва уни ривожлантиришнинг фундаментал масалалари кўплаб хорижлик олимлар томонидан ўрганилган, жумладан, А.В.Чаянов [3], Г.Беккер [4], Дж.М.Кейнс[5], И.Шумпетер[6], А.Смит[7] Календжян С. О. и Волков Д. А. (2011). [8] (ва бошқалар) каби олимлар тадқиқотларида илмий-амалий жиҳатдан ўрганилган.

Мамлакатимизда ҳам иқтисодчи олимлардан кичик бизнес ва оилавий тадбиркорликни ривожлантириш масалалари билан М.К. Пардаев [9], А.Ўлмасов[10], Ҳ.П.Абулқосимов[11], А.А.Қулматов[12], С.С.Ғуломов [13], Т.Мамадвалиев [14] Ү.Д. Ахмедов[15], Б.Беркинов[16], Р.Х.Ҳусанов[17], О.М. Пардаева[18], Ш.О.Қувондиқов[19] кабилар шуғулланиб келмоқдалар. Шуни алоҳида айтиш лозимки, республикамизда бугунги шаклланаётган иқтисодиёт бутунлай бир янги йўналишда олиб борилмоқда. Бунга сабаб мамлакатимиз иқтисодиётинг ўзига хос хусусиятларидир. Бугунги кунда хизмат кўрсатиш соҳасида кичик бизнес ва оилавий тадбиркорликнинг айнан шу ҳолати мазкур соҳада чуқур илмий тадқиқотларни олиб бориш заруратини келтириб чиқармоқда. Бу эса мазкур мавзунинг яна бир бор долзарб масалаларга бағишланганлигидан далолатдир.

Тадқиқот методологияси.

Кичик бизнес ва оилавий дунё олимлари ва иқтисодчилари томонидан олиб борилаётган тадиқодларни ўрганиш, маълумотларни тўплаш, тўпланган

маълумотларни таҳлил қилиш, синтезлаш, мантиқий фикрлаш каби иқтисодий тадқиқот усулларидан кенг фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик иқтисодиётни ривожлантириш, аҳоли бандлиги ва даромадларини оширишда муҳим омилдир. Үшбу соҳа вакилларини ҳар тарафлама қўллаб-қувватлаш мақсадида охирги йилларда Президентнинг элликдан ортиқ фармон ва қарорлари қабул қилинди. 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. Тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш бўйича вакил (Бизнес-омбудсман) лавозими жорий қилинди.Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев «Бизнинг яна бир муҳим вазифамиз – кичик бизнес ва тадбиркорлик соҳасини қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш, мамлакатимиз иқтисодий қудратини, юртимизда тинчлик ва барқарорлик, ижтимоий тотувликни мустаҳкамлашдан, бу соҳа улушини янада ошириш учун қулай шартшароитлар яратиб беришдан иборат... Шунинг учун бундан кейин тадбиркорликни ривожлантиришга тўсқинлик қилиш – давлат сиёсатига, Президент сиёсатига тўсқинлик қилиш, деб баҳоланади»[7], деб таъкидлаб ўтган.

Расмий маълумотларга кўра, 2020- йилнинг январ-июни ойларида янги ташкил этилган кичик корхона ва микрофирмаларнинг ҳудудлар бўйича қуйидагича бўлган (Жадвал 1):

Ҳудудлар бўйича янги ташкил этилган кичик корхона ва микрофирмалар, бирликда [2]

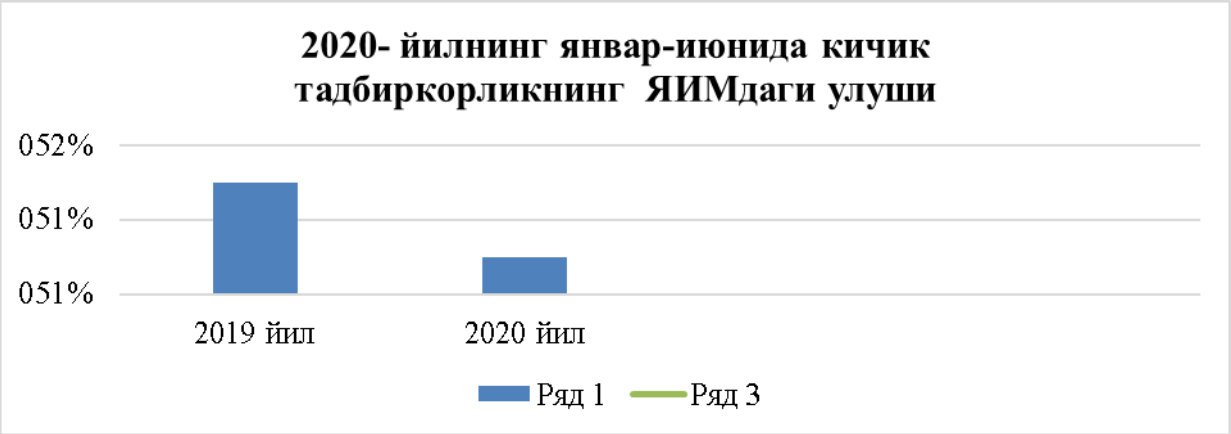
Жадвал 1

	2019- yil yanvar-iyun	**2020- yil yanvar-iyun**	**Farqi (+;-)**
Ўзбекистон Республикаси	54 007	46 564	-7 443
Қорақалпоғистон Республикаси	2 306	1 887	-419
вилоятлар:			
Андижон	3 248	4 508	1 260
Бухоро	3 750	2 586	-1 164
Жиззах	2 326	1 934	-392
Қашқадарё	3 067	2 532	-535
Навоий	2 972	2 636	-336

[7] Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. / Шавкат Мирзиёевнинг Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқи. // http://uza.uz/oz/politics/erkin-va-farovondemokratik-zbekiston-davlatini-mard-va-olizh-14- 12-2016

Наманган	3 444	3 184	-260
Самарқанд	4 806	4 049	-757
Сурхондарё	2 825	4 906	2 081
Сирдарё	1 524	1 783	259
Тошкент	5 229	3 991	-1 238
Фарғона	4 622	2 721	-1 901
Хоразм	3 125	2 839	-286
Тошкент ш.	10 763	7 008	-3 755

Жадвалда келтирилган маълумотларга кўра 2020- йилнинг январ-июнида янги ташкил этилган кичик корхона ва микрофирмаларнинг ҳудудлар бўйича энг кўпи Тошкент шаҳрида – 7008 та, Сурхондарё вилоятида – 4906 та, Андижон вилоятида – 4508 та, Самарқанд вилоятида – 4049 та, Тошкент вилоятида – 3991 та ва Наманган вилоятида – 3184 тани ташкил этган. Шунингдек, энг паст кўрсаткич Сирдарё вилоятида – 1783 тани ташкил этган. 2020- йилнинг январ-июнида кичик тадбиркорликнинг ЯИМдаги улуши 51,3 % ни ташкил этган 2019 - йилнинг январ-июнида бу кўрсаткич 51,5 % ни ташкил қилган. ЯИМнинг ўтган йилга нисбатан пасайиши йирик корхоналар улушининг ошиши билан изоҳланади. **(диаграмма 1)**



Кароновирус пандемияси шароитида Ўзбекистонда кичик бизнес сектори товар ва хизматларнинг ярмидан кўпини ишлаб чиқариши ва ишчи кучининг тўртдан уч қисмини банд қилиб турганлиги билан аҳамиятли. 2019 йилда кичик тадбиркорликнинг ЯИМдаги улуши **56,5%**ни ташкил қилган. 2020 йилнинг январь-март ойларида эса бу кўрсаткич **46%**ни ташкил этган. Ҳудудлар бўйича кичик тадбиркорликнинг ялпи ҳудудий маҳсулотдаги улуши 2019 йилда энг кўп **Жиззах (84,1%)**, **Наманган (79,2%)**, **Сурхондарё (78,2%)**, **Самарқанд (77,5%)** ва **Бухоро (75,7%)** вилоятларида кузатилди. Ҳар 1000 аҳолига нисбатан олганда эса энг юқори кўрсаткич Тошкент шаҳрида (**28,8 та**), Навоий вилоятида (**18,1 та**), Сирдарё вилоятида (**17,9 та**), Жиззах вилоятида (**15,6 та**), Тошкент ва Бухоро вилоятларида (**14,9 та**), Фарғона вилояти (**12,2 та**) кузатилди[8].

[8] https://review.uz/oz/post/koronavirus-pandemiyasi-koproq-qaysi-sohaga-salbiy-tasir-korsatadi

Ушбу кўрсаткични ривожланган мамлакатлар билан таққослайдиган бўлсак, кичик бизнеснинг ЯИМдаги улуши Францияда 62 фоизни, Италияда 60 фоизни, Японияда 5 фоизни, Германияда 54 фоизни, Буюк Британияда 53 фоизни, АҚШда 52 фоизни, Қозоғистонда 25,6 фоизни, Россияда 20,0 фоизни ташкил этади. Кичик бизнес соҳасига тааллуқлилигининг мезонлари ҳар бир мамлакатда турличадир.

Масалан, АҚШда ходимлар сони 100 кишигача ҳамда йиллик айланмаси ҳажми 3 млндан 12 миллион АҚШ долларигача бўлган

субъектлар кичик бизнес субъектлари ҳисобланади. Ходимлар сони 100 дан 500 кишигачабўлган субъектлар эса ўрта бизнес субъектлари деб юритилади[9] Шунингдек, Россияда кичик бизнес субъектларига ходимлар сони 100 кишигача ҳамда йиллик тушум ҳажми 400,0 миллион рублгача бўлган субъектлар тааллуқли бўлади.

2020 йил 1 январь ҳолатига кичик корхона ва микрофирмалар сони 334 767 тани ташкил этди. Бу эса ўтган йилнинг шу даврига нисбатан 27,3 %га кўпдир. Фаолият кўрсатаётган кичик корхона ва микрофирмаларнинг энг кўпи Тошкент шаҳри (74 108 та), Тошкент (32 602 та), Фарғона (29 300 та) ва Самарқанд (25 643 та) вилоятлари ҳиссасига тўғри келади. Энг ками Сирдарё (11 026 та), Жиззах (14 011 та), Навоий (14 885 та), Сурхондарё (15 509 та) вилоятлари ҳамда Қорақалпоғистон Республикаси (14 677 та) ҳиссаларига тўғри келади

Маълумки, республикада меҳнатга лаёқатли аҳолининг 65 фоизидан ортиқ қисми қишлоқларда яшайди. Бу қишлоқ жойларда тадбиркорликнинг ривожи учун жуда катта имкониятлар мавжудлигини кўрсатади. Шу билан бир қаторда, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришида банд бўлган ортиқча ишчи кучларини хизмат кўрсатиш, қайта ишлаш ва шу каби йўналишларга қайта тақсимлаш керак. Қишлоқда тадбиркорликни, унинг кичик бизнес шаклларини ривожлантириш билан боғлиқ турли бошқарув поғоналарида ташкилий иқтисодий масалаларни ҳал этиш устувор масалалар қаторига киради. Бу мақсадларни амалга ошириш учун мамлакатимиз миқёсида қуйидаги масалаларни ҳал қилиш лозим:

Биринчидан, иқтисодиётни модернизациялаш шароитида қишлоқ жойларида ишлаш учун малакали кадрлар тайёрлаш ва мунтазам равишда уларнинг малакасини ошириш;

Иккинчидан, республиканинг барча ҳудудларда ҳақиқий тадбиркорлик муҳитини яратиш;

Учинчидан, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий жиҳатдан қўллаб қувватлаш чораларини мунтазам такомиллаштириб бориш;

Тўртинчидан, кичик бизнес ва тадбиркорликнинг меърий -ҳуқуқий базасини янада такомиллаштириш;

Бешинчидан, қишлоқ жойларида ташкил этилаётган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни технологик жиҳозлар билан таъминлашни қўллаб-қувватлаш;

[9] http://stat.uz/press-sluzhba/novosti-gks/1428-o-zbekiston-respublikasida-kichik-biznes-va-xususiy-tadbirkorlikning-rivojlanishi

Олтинчидан, ислоҳотлар натижаларини оммавий ахборот воситалари орқали кенг оммага етказиш.

АДАБИЁТЛАР:

1. Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. / Шавкат Мирзиёевнинг Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқи. // http://uza.uz/oz/politics/erkin-va-farovondemokratik-zbekiston-davlatini-mard-va-olizh-14- 12-2016
1. Ўзбекистон республикаси президентининг қарори 13.10.2020 й. n ПҚ-4862 “Аҳолини тадбиркорликка жалб қилиш тизимини такомиллаштириш ва тадбиркорликни ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”.
2. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари

СамИСИ ўқитувчиси Коссе Рулен Бекирович.

МАМЛАКАТИМИЗ ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

Аннотация: *Туристик ҳизматлар, табиатга эҳтиёткорона тежаб таъсир этишга, саломатликни сақлаш йўлида, инсонларни узоқ йиллар фаолият кўрсатиш каби таъсуротларини ҳосил қилади.*

Калит сўзлар: *Экология, ватанпарварлик, маънавий бойлик, иқтисодий интилиш, рақамли инновация, саломатлик.*

Аннотация: *В статье описано оказивание туристических услуг оберигать природу использавать природу для оздоровления организма человека, укреплять здоровья поколения и осмысления мышления человечества.*

Ключевые слова: ***Экология, патриотизм, Духовное богатство экономическая стримительность, цифровая инноватция, здоровье.***

Annotation: *Tourism services make effecting cautiously environment, the way of keeping health, people’s activity in many years.*

Keyvords: *Ecology, patriotism, spiritual wealth, economic aspiration, digital innovation, health.*

Ўзбекистонда туризимни ривожланишига берилаётган эътибор мустақилликкга эришган даврдан бошлаб кенг миқиёсида ривожланмоқда. Мамлакатимизда туризм фаолияти иқтисодий тараққиётининг ривожланиши этибори жуда кенг ривожланиб бормрқда. Туризимни ривожлантириш учун зарур ташкилий худудий иқтисодий шароитлар яратилиши ва давлат тамонидан тегишли хуқуқий хужжатлар тасдиқланиб замонавий талаблар асосида ривожлантириш зарур. Туризм хизмати кўрсатишнинг иқтисодий ўсишни ва

унинг ахоли ўртасида кенг тағиб этилиши сифат жиҳатидан жахон андозаларига тенг равишда ривожланишини таъминлаш иқтисодиётнинг ўсишида туризм тармоғининг кенг оммалашишига замин бўлади. Ўтказилган илмий-амалий сўров ва тадқиқотлар натижасида юртимизга туристларнинг келиши 80-фоизидан ошиб кетгани илмий асосланган. Самарқанд, Бухоро, Тошкент, Хива шахарларига туристларни келиб кетиш фоизи бошқа шахарларга қараганда анча юқоридир. Юқоридаги кўрсаткичлардан келиб чиқиб Вазирлар маҳкамаси хар бир вилоят хокимлари рахбарлигида вилоятларда туризимни ривожлантиришни тартибга солувчи чора-тадбирлар режаси тузилди. Кузатишлар шуни кўрсатдики Ўзбекистон худудида туризимни ривожлантириш ва ундан фойдаланиш юқори даражада амалга ошириб келинмокда деб бўлмайди. Вилоятлардаги мавжут туристиу ресурслар тўлиғича ўрганиб тадбиқ этилди деб айта олмаймиз. Вилоятларда туризимни ривожланиб кетиши бир текисда ва барқарор ривожлантириш юзасидан аниқ чора-тадбирлар тузилган бўлсада муамолар етарлича. Бунинг асосий сабаби туристик ресурслардан тўлиқ фойдалана олинмаётканидадир.

Шундай экан туристик саёҳат, туризм фани мазмунида шаклланиб келган бўлсада, унинг мазмуни, мавжуд ва кейинги йилларда эълон қилинган адабиётлар таҳлилига кўра, улар табиатга эҳтиёткорона, тежаб таъсир этиш, саломатликни сақлаш йўлида саёҳатга чиқиш, ҳаво алмаштириш тадбирларидан кўра, кўпроқ, иқтисодий фойда олиш масалаларини илгари сурган ва тарғибот қилган. Шундай экан экологик саёҳатчиларда юксак маънавий бойлик ва ватанпарварликни тарғибот қилиш асосий мақсад қилиб қўйилган.

Бу соҳадаги таклифларимиз қўйидагича ўз ифодасини топган.

- Экологик муҳофаза қилинадиган ҳудудга яқин бўлган туман қишлоқлари аҳолисининг табиятга бўлган мехрини ошириш.
- Экологик табиатни билиш ва унга эҳтиёткорона, тежаб, муносабатда бўлишни, маҳаллий халқ маданиятига, биологик ва маданий хилма-хилликка ижобий муносабатни рағбатлантириш.
- Экологик туризимни ички туризм шаклида оммалаштириш.

Бундай вазифаларни Республикамиз ҳудудида амалга ошириш ҳозирги хамда келажак авлодларга соф табиат манзаралари ва бойликларини мерос қилиб қолдиришда, Она ер ҳаётининг мангулигини таъминлашда муҳим аҳамиятга эга бўлиб қолиши мақсадага муофиқдир.

Туристик саёҳатлар жисмоний маданиятнинг ўзига хос воситаларидан бири бўлиб, у ахоли ва ёш авлодни табиатга меҳр-муҳаббат руҳида тарбиялашдан ташқари, уларни меҳнатсевар ва ватанпарвар, ростгўйлик, садоқат, ўзаро ишонч, табиатга меҳр-муҳаббат руҳида тарбиялашда ҳам катта ёрдам бўлади. Шунингдек, экологик саёҳатлар жараёнида ўқувчи-ёшлар онгида мардлик, жасурлик, чидамлилик, кучлилик, кескин вазиятларда зарур қарорга келиш каби руҳий ва жисмоний сифатларни ҳам тарбиялаш имконияти жуда кенг. Республикамизда ҳали яхши ўрганилмаган, инсон оёғи етмаган жойлар жуда кўп. Туристик саёҳатлар ва уларни ташкил қилиш, ўтказиш бўйича республикамизда катта тажриба тўпланган. Бугунги кунда бу тажрибаларни

янада ривожлантириш, уни замонавий даражага кўтариш зарурияти туғилди. Шу сабабдан барча санаторий–курорт муассасаларида, дам олиш уйлари ва туристик марказларда жисмоний тарбия моддий базаси ҳамда якка тартибда ва гуруҳ бўлиб ўтказиладиган жисмоний тарбия-соғломлаштириш машғулотлари учун шарт-шароит яратилади, деб алоҳида таъкидлаб айтиш мумкун. Бунинг боиси шундаки, туристик саёҳатлар соғломлаштирувчи жисмоний тарбия воситаларининг муҳим таркибий қисмидир.

Хулоса қилиб айтканимизда экологик саёхатларни амалга оширишда қўйдаги худудий бўлиммаларда ёки босқичларда амалга ошириш зарур.

1. Юртимизда халқаро туризимни ривожлантириш.
2. Миллий қадриятларимизни эъзозлаб миллий туризимни ривожлантириш.
3. Юртимизда минтақавий туризимни риважлантириш.
4. Юртимизда махаллий туризимни ривожлантириш.
5. Юртимизда ичкий туризимни ривожлантириш орқали иқтисодиётни оширишга қўшилган хсса деб хисоблашимиз мумкун.

Улашев Х.А. – к.э.н. старший преподаватель СамИЭС.
Усманов Ф.Ш. – студент группы ИК -219.

АНАЛИЗ МОДЕЛИ ОЛИГОПОЛИИ СО СГОВОРОМ ФОРХАЙМЕРА

Аннотация: *Данная статья посвящена рассмотрению модели ценового лидерства доминирующей фирмы на отраслевом рынке — модели Форхаймера. Рассмотрены условия равновесия от эффекта масштаба и абсолютного преимущества лидера и последователей в олигополии.*

Ключевые слова: *олигополия, модель со соговором, модель Форхаймера, эффект масштаба, эффект абсолютного преимущества.*

Abstract: *This article is devoted to the consideration of the price leadership model of the dominant firm in the industry market - the Forheimer model. The conditions of equilibrium from economies of scale and absolute advantages of the leader and followers in the oligopoly are considered.*

Key words: *oligopoly, collusive model, Forheimer's model, economies of scale, absolute advantage effect.*

Annotatsiya. *Ushbu maqola sanoat bozorida dominant firmaning narxlar bo'yicha etakchi modeli - Forgeymer modelini ko'rib chiqishga bag'ishlangan. Oligopoliyadagi etakchi va izdoshlarining miqyosli iqtisodiyotidan mutanosiblik shartlari va mutlaq ustunliklari ko'rib chiqiladi.*

Kalit so'zlar: *oligopoliya, kelishilgan model, Forgeymer modeli, masshtab iqtisodlari, mutlaq ustunlik effekti.*

Определение Модели: Пусть на рынке однородного товара со спросом $Q = Q_D(p)$ действует фирма, претендующая на ценовое лидерство, и n фирм конкурентного окружения. Лидер (обозначенный нулевым номером) предлагает

последователям продавать продукцию по цене p, превышающей издержки. Фирмы последователи, опасающиеся ценовой войны, принимают предложение, а оптимальные объемы производства определяют исходя из максимизации собственной прибыли:

$$q_i^*(p) = \arg\max_{q_i} \pi_i(p, q_i) = \arg\max_{q_i} (pq_i - TC_i(q_i)), \quad i = 1,...n.$$

Заметим, что вышеприведенное условие эквивалентно нахождению qi*(p) из равенства

$$p = MC_i(q_i) = TC_i'(q_i), \quad i = 1,...n.$$

В совокупности все последователи будут производить продукцию в объеме $\sum(q_i^*(\text{p}))$. Тогда на долю лидера выпадает остаточный спрос.

$$Q_{ост}(p) = Q_D(p) - \sum(q_i^*(p)).$$

Лидер выбирает оптимальную цену исходя из максимизации прибыли на остаточном спросе:

$$p^* = \arg\max_p (pQ_{ост}(p) - TC_0(Q_{ост}(p))).$$

Сделаем два замечания относительно представленной модели. Вопервых, необходимым условием получения такого решения является знание фирмой-лидером функции рыночного спроса и функций предложения фирм-конкурентов. Во-вторых, функции предельных издержек всех конкурентов должны иметь возрастающий участок (участок убывающей отдачи от масштаба). В противном случае возможно существенное расширение предложения конкурентов и фактический захват рынка ими.

В краткосрочном периоде указанная стратегия позволяет доминирующей фирме получать положительную прибыль, однако если предположить возможность входа на рынок новых фирм-последователей, проблема ценообразования становится не такой простой. У доминирующей фирмы появляется необходимость выбора, по крайней мере между двумя альтернативами:

1. Не обращая внимания на возможность входа в отрасль новых фирм-последователей, максимизировать прибыль.
2. Устанавливать низкую цену, устраняющую стимулы входа в отрасль.

Рассмотрим первую возможность. Если доминирующая фирма назначает высокую цену, которая позволяет конкурентным фирмам получать экономическую прибыль, то у конкурентных фирм будут стимулы расширять объем выпуска. Кроме того, новые фирмы, привлеченные положительной прибылью в отрасли, войдут на рынок. В результате предложение товара увеличится, кривая остаточного спроса доминирующей фирмы переместится влево, доля доминирующей фирмы на рынке будет уменьшаться, сокращая рыночную власть фирмы. Такая ценовая политика высоких цен доминирующей фирмы носит название «самоубийственной».

Величина потерь доминирующей фирмы, возникающих из-за следования «самоубийственной» ценовой политике, зависит от того, насколько

существенны ее преимущества в издержках. Если доминирующая фирма преимуществом в издержках не обладает, в долгосрочном периоде она может быть вытеснена из отрасли фирмами-последователями. В этом состоит одно из главных ограничений монопольной власти на рынке доминирующей фирмы в конкурентном окружении, действующее в долгосрочном периоде.

Формализуем модель Форхаймера для случая линейного спроса (1), одинаковых фирм-последователей и квадратичных издержек производства. Предположим, что

$$TC_i(q_i) = dq_i^2 + cq_i + f,\ i = 1,...n,\ d > 0,\ c > 0,\ f > 0.$$

Пусть также задана функция издержек ценового лидера

$$TC_0(q_0) = d_0 q_0^2 + c_0 q_0 + f_0,\ d_0 > 0,\ c_0 > 0,\ f_0 > 0.$$

При цене p оптимальный объем производства последователей составит

$$p = 2dq_i + c \ \Leftrightarrow\ q_i = (p - c)/2d\ .$$

Остаточный спрос ценового лидера окажется равен

$$q_0 = Q - nq_i = \frac{a-p}{b} - \frac{p-c}{2d}n = \left(\frac{a}{b} + \frac{nc}{2d}\right) - \left(\frac{1}{b} + \frac{n}{2d}\right)p,$$

Откуда легко получить

$$p = \frac{2ad + nbc}{2d + nb} - \frac{2bd}{2d + nb}q_0.$$

Выпишем максимизируемую функцию прибыли ценового лидера

$$\pi_0 = pq_0 - TC_0(q_0) = \frac{2ad + nbc}{2d + nb}q_0 - \frac{2bd}{2d + nb}q_0^2 - d_0 q_0^2 - c_0 q_0 - f_0 \to \max_{q_0}.$$

Приравняем производную к нулю

$$\left(2d_0 + \frac{4bd}{2d + nb}\right)q_0 = \frac{2ad + nbc}{2d + nb} + c_0,\quad q_0 = \frac{2d(a - c_0) + nb(c - c_0)}{4dd_0 + 2d_0 nb + 4bd}.$$

$$p = \frac{2ad + nbc}{2d + nb} - \frac{2bd}{2d + nb}q_0.$$

Подставим полученное выражение в для определении оптимальной цены. После ряда преобразований запишем следующую формулу:

$$p = c + \frac{a-c}{1 + \frac{nb}{2d} + \frac{b}{d_0}} + \frac{a-c}{\left(1 + \frac{nb}{2d}\right)\left(2 + \frac{2d_0}{b} + \frac{nd_0}{d}\right)} + \frac{c_0 - c}{2 + \frac{2d_0}{b} + \frac{nd_0}{d}}.$$

Если ввести обозначения

$$x = 1 + \frac{nb}{2d},\ y = 2 + \frac{2d_0}{b} + \frac{nd_0}{d},\ z = \frac{b}{d_0},$$

то выражение p примет вид

$$p = c + \frac{a-c}{x+z} + \frac{a-c}{xy} + \frac{c_0 - c}{y}.$$

Вход последователей ожидается до тех пор, пока будет сохраняться положительная прибыль, т.е.

$$\pi_i(n) = pq_i - TC_i(q_i) =$$
$$= \left(c + \frac{a-c}{x+z} + \frac{a-c}{xy} + \frac{c_0 - c}{y}\right)\frac{p-c}{2d} - d\left(\frac{p-c}{2d}\right)^2 - c\frac{p-c}{2d} - f \geq 0.$$

Ниже рассмотрим численный пример для понимания сущности модели.

Пусть спрос задан выражением Q = 1200 – p (тыс.шт), а издержки производства фирм – последователей – $Tci(qi) = 5q_i^2+300q_i+2000$ (тыс.усл.единиц). Пусть фирма-лидер характеризуется более медленным ростом предельных издержек $TC_0(q_0) = q^2_0+300q_0+2000$ (тыс.усл.единиц).Если на рынке окажется 5 конкурентов, лидер устанавливает цену p = 780 (усл.единиц.) и производит продукцию в объеме (тыс.шт.), получая прибыль q_0 = 180 (тыс.шт), получая прибыль Π_0 = 52000 (тыс. усл. единиц).Последователи производят продукцию в объеме q_i = 48(тыс. шт), получая прибыли Π_i = 9520 (тыс. усл.единиц).

Положительные прибыли привлекают на рынок новых производителей, максимальное число которых равно 30. Тридцать первый последователь уводит прибыли всех фирм, кроме лидера, в отрицательную область. Прибыли лидера существенно сокращаются с ростом числа последователей, однако остаются положительными. Сведем сложившиеся на рынке цены, объемы продаж и прибыли в зависимости от числа конкурентов

Таблица 1. Зависимость экономических показателей от числа фирм – последователей.

n	p	q_i	q_0	Q	Π_i	Π_0
5	780	48	180	420	9520	52000
10	675	37.5	150	525	5301	31750
20	562.5	26.25	112.5	637.5	1445	14875
30	502.5	20.25	90	697.5	50	8125
31	498	19.8	88.24	702	-40	7684

Фирма-лидер может пользоваться как более медленным, чем у последователей, ростом предельных издержек $d_0 < d$ (в этом случае преимущества начинают сказываться при значительных объемах производства), так и их меньшей изначальной величиной $c_0 < c$. Однако если фирма не обладает конкурентными преимуществами, она рискует потерять все прибыли, если будет пускать на рынок конкурентов. При большом объеме продаж более выгодным является преимущество лидера от эффекта масштаба, однако при существенном сокращении спроса лучше обладать абсолютными преимуществами.

Сведем информацию о сложившихся на рынке ценах, максимальном числе последователей, объемах продаж и прибылях для разобранного примера в случае исходного спроса, половинного спроса, спроса, составляющего одну пятую и одну пятнадцатую от исходного. В таблицах 2–5 представлены ситуации преимущества лидера от эффекта масштаба (d_0 =1), абсолютного преимущества в издержках (c_0 = 200), двойного преимущества (d_0 =1, c_0 = 200) и отсутствия конкурентных преимуществ (d_0 = d =5, c_0 = c = 300).

Таблица 2. Зависимость экономических показателей для $d_0 = 1$, $c_0 = 300$ (преимущество лидера от эффекта масштаба)

Показатель	n	p	q_i	q_0	Q	Пi	П0
Q	30	502,5	20,3	90	697,5	50	8125
Q/2	13	505,4	20,5	80,4	347,3	109	8045
Q/5	4	506,3	20,6	56,3	138,8	127	6438
Q/15	1	505,7	20,6	25,7	46,3	116	2629

Таблица 3. Зависимость экономических показателей для $d_0 = 5$, $c_0 = 200$ (абсолютное преимущество лидера)

Показатель	n	p	q_i	q_0	Q	Пi	П0
Q	33	502,4	20,2	29,6	697,6	49	2571
Q/2	16	500,6	20,1	28,7	349,7	12	2509
Q/5	5	517,5	21,8	27,8	136,5	364	2960
Q/15	1	534,6	23,5	20,9	44,4	50	2809

Таблица 4. Зависимость экономических показателей для $d_0 = 1$, $c_0 = 200$ (двойное преимущество лидера)

Показатель	n	p	q_i	q_0	Q	Пi	П0
Q	28	501,8	20,2	133,3	698,2	35	20456
Q/2	11	507,9	20,8	117,3	346,0	162	20362
Q/5	3	506,7	20,7	76,7	138,7	136	15633
Q/15	0	731,3	-	31,3	31,3	-	13625

Таблица 5 . Зависимость экономических показателей для $d_0 = 5$, $c_0 = 300$ (отсутствие конкурентных преимуществ лидера)

Показатель	n	p	q_i	q_0	Q	Пi	П0
Q	34	500,1	20,0	19,6	699,9	2	1
Q/2	16	505,0	20,5	19,6	347,5	101	96
Q/5	6	502,5	20,3	18,0	139,5	50	25
Q/15	1	561,8	26,2	16,4	42,5	1427	945

Рассмотрев четыре вышеприведенные ситуации мы можем сделать вывод что, в модели Форхаймера условие абсолютного преимущества фирм при $d_0 = 5$, $c_0 = 200$ является оптимальным выбором для олигополистов в случае исходного спроса. Заметим, что в этом условие количество олигополистов составляет 33 , а прибыль составляет 49 условных единиц. Можно ввести одно замечание что, в зависимости от объема спроса каждый из приведенных выше сочетаний имеет свое преимущество. Следовательно, в зависимости от различного спроса сложившегося на рынке , олигополисты выбирая стратегию Форхаймера, могут выбирать для себя благоприятную ситуацию преимущества лидера.

Список использованной литературы:

1. Вурос А.Д., Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. – М.: ТЕИС, 2000.
2. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. – М.: Магистр, 1998. 5
3. Gelman J., Salop S. Judo Economics: Capacity Limitation and Coupon

Mamatov S.A. TDIU 2-kurs magistranti
Anvarova D.A. Webster universiteti
magistranti (Samarqand filiali)

HUDUDIY TURISTIK KLASTER – TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING SAMARALI MEXANIZMI SIFATIDA (IQTISODIYOTNI MODERNIZATSIYALASH JARAYONIDA XIZMAT KO`RSATISH SOHASINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH ZARURATI)

Annotatsiya: "Turizm — iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri. Mavjud imkoniyatlardan samarali foydalangan holda, ushbu tarmoqni yanada takomillashtirish zarur, buni davrning o'zi taqozo etmoqda." 10 Hozirgi kunda iqtisodiyotni rivojlantirishni asosiy masalalaridan biri bu , turizmni rivojlantirish masalasidir. Shunga ko’ra yurtimizda turizmni rivojlantirishda jadal ishlar olib borilmoqda. Jahon sayyohlik ma’lumotiga ko`ra 2018 yilda 2 yil oldin taxmin qilinganidek xalqaro sayyohlik tashrifi soni 1.4 mlrdga yetdi. O`sha yili ham ketma-ket 7 yil ichida turizm eksportining o`sishi 4 % dan kam bo`lmadi, shu yillarda tovar eksporti esa 3% lik o`sish qayd etgan. Ushbu o`sishni hisobga olgan holda 2030 yilga borib xalqaro sayyohlar soni 1.8 mlrdga yetishi taxmin qilinmoqda. Ma’lum qilinishicha, 2019-yil davomida O‘zbekistonga 6 748 500 nafar sayyoh tashrif buyurgan, 2018-yilda esa bu ko‘rsatkich 5 346 200 kishini tashkil qilgan. 2019-yil yakuniga ko‘ra, turistik xizmatlar eksporti ko‘rsatkichi 1 mlrd 313 mln AQSh dollarini tashkil qilib, 2018-yilga nisbatan (2018-yilda 1 mlrd 041 mln) 26,1 foizga o‘sish qayd etildi.11

Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish uchun qulay imkoniyatlar va shart-sharoitlar yuzaga kelayotganligi, turizmning respublika iqtisodiyotiga yanada integratsiyalashuvi, mamlakat iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etadi. Jahon iqtisodiyoti tajribalaridan ma’lumki, turizm sohasi mamlakat byudjeti uchun zarur bo‘lgan valyuta tushumini ta’minlash, yangi ish joylarini vujudga keltirish va shu bilan birgalikda aholining turmush darajasini ko‘tarish uchun xizmat qiladi. Respublikamiz turizm sohasidagi imkoniyatlarining kattaligi bilan qo‘shni mamlakatlardan tubdan farq qiladi.

[10] Sh.Mirziyoyev
[11] https://www.xabar.uz/

O`zbekistonda turistik hududning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan yangicha nazariy yondashuvlarni ishlab chiqishga bo`lgan extiyoj dunyo tajribasini o`rganib chiqishni talab etmoqda. Bu borada to`plangan nazariy va amaliy tajribalarni taxlil qiladigan bo`lsak, innovatsion yondashuvlarga asoslangan hududiy klasterlar hudud raqobatbardoshligini oshirishning eng samarali shakllaridan biri hisoblanadi.

«Klaster» tushunchasi ingliz tilidan kelib chiqqan bo`lib, “popuk”, "bir shingil”, “to`p”, “to`plam” kabi ma’nolarini anglatadi. “Klaster” tushunchasini birinchi bo`lib fanga Garvard biznes maktabi professori Maykl Porter kiritgan. Porter e’tirof etishicha, «klaster - bu bir-biri bilan raqobatlashuvchi, lekin shu bilan birga butun klasterning raqobatbardoshligini ta’minlash maqsadida o`zaro xamkorlikda faoliyat yurituvchi, geografik jihatdan konsentratsiyalashgan tashkilotlarning o`zaro bog`langan guruxlari, ular faoliyatiga ixtisoslashgan xizmat ko`rsatish tashkilotlari, jihozlar yetkazib beruvchi tashkilotlar, ularga hamrox, tarmoq tashkilotlari, shuningdek, ularning faoliyati bilan bog`lik turli soha tashkilotlari (ilmiy-tadqiqot institutlari, OO`Ylari, standartlashtirish bo`yicha agentliklar, savdo uyushmalari va h.k.) va boshqa bir kator tashkilotlar guruhidir».

Klasterlarga xos bo`lgan xususiyatlar quyidagilar:

- klasterdagi tashkilotlar geografik hududda bir-biriga yaqin joylashganligi;
- samarali axborot tizimining shakllantirilganligi sababli klaster elementlari o`rtasida axborot almashuv tezligining yuqoriligi;
- biznesda sheriklar o`rtasida o`zaro ishonchning mavjudligi;
- tashkilotlar o`rtasida bir vaqtning o`zida sherikchilik va raqobatning mavjudligi xamda ushbu munosabatlarning o`zaro bog`liqligi;
- klasterni rivojlantirishga yo`naltirilgan investitsiyalarning bir vaqtning o`zida klasterda qatnashuvchi bir nechta tashkilotlarga samara keltirishi;
- innovatsion loyihalarni ishlab chiqish yo`lida biznes, ilm-fan va davlatning o`zaro xamkorligi;
- klasterga kirgan tashkilotlarning geografik jixatdan yaqin joylashganligi sababli hududdagi resurslar va xomashyolardan baravar foydalanishi tufayli transaksion xarajatlarning kamayishi xamda hududiy klasterlarda sinergetik samaraning vujudga kelishi natijasida hudud xamda butun mamlakat iqtisodiyotining sezilarli rivojlanishiga sabab bo`lishi.

Butun dunyoda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotidagi har qaysi sohani rivojlantirishda klasterdan foydalanib kelishmoqda va bu klasterlar iqtisodiyotda sezilarli ulushga ega, ishchilar soni yuqoriligi bilan ham ahamiyatlidir. Bir sohaga ixtisoslashgan klaster boshqa sohalarning rivojlanishiga sabab bo`ladi.

Misol uchun Kaliforniya vino turizm klasteri. Bu klaster 680 ta vino sotuchilar shuningdek minglab mustaqil uzum yetishtiruvchi fermerlarni o`z ichiga oladi. Har yil minglab turistlar shu yerdagi vinoni tatib ko`rish uchun tashrif buyuradilar. Jahonning ko`plab mamlakatlari klaster faoliyatini allaqachon amaliyotga joriy etishgan va shu orqali yuqori samaraga erishishgan. Rossiya ichki turizmni rivojlantirish uchun keng imkoniyatlarga ega. Boy va turli xil tabiiy va mamlakatning madaniy-tarixiy merosi rekreatsiya, dam olish, madaniy, tibbiy, diniy, ma'rifiy va

boshqa turistik maqsadlarga mo'ljallangan. WEF Travel & Tourismga muvofiq “Raqobatlilik hisoboti 2019" (Rossiya 39-o'rinni egallaydi (global ahamiyati) va 39-o'rinda (global ahamiyatga ega madaniy va tarixiy joylar mavjudligi) 140 mamlakatlar orasida. 2008 yilda Rossiya hukumati Rossiya Federatsiyasida Klaster siyosati kontseptsiyasini qabul qildi. Kontseptsiyaga muvofiq, klasterli yondashuv barqaror bo'lishi uchun sanoat va hududlarni rivojlantirish va ularning raqobatdoshligini oshirish vositasi sifatida asos bo'lib xizmat qiladi. Besh turdagi klasterlar, shu jumladan turizm klasterlari aniqlangan.

Turizm klasteri muayyan hududda markazlashgan turizmga bevosita yoki bilvosita aloqador tashkilotlar, institutlar, attraksionlar va turizm infratuzilmalaridan tashkil topgan. Turizm klasteri modelllarini dunyo olimlari har xilda bayon etadilar. Porterning “Diamond” modeli quyidagicha: tegishli va qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlar; ishlab chiqarish omillari; talablar shartlari; biznes strategiyasi, tuzilishi va raqobat; determinantlarning kombinatsiyasi

U turizm klasterining raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan siyosatni ishlab chiqishda davlatning rolini tan oladi va turizm mahsulotlarini va inson resurslarini rivojlantirishda tadqiqot, ta’lim, innovatsiyalar, universitetlarning strategik o'rnini yuqori baholadi. Porterning almaz kontseptsiyasidan foydalanib, Crouch va Ritchi (2000) raqobatbardoshlik modelini yaratdilar. Ular turizm raqobatbardoshligini oshirish uchun muhim bo`lgan 4 omilni topdilar. Ya’ni ular quyidagilar:

- belgilovchi omillar (joylashuv, xavfsizlik, narx);
- maqsadli boshqaruv (boshqaruv, marketing, menejment, axborot xizmatlari);
- asosiy manbalar va diqqatga sazovor joylar (jismoniy geografiya, madaniyat va tarix, tadbirlar, maxsus tadbirlar);

qo'llab-quvvatlovchi omillar va resurslar (infratuzilma, mavjud resurslar, imtiyozlar). Fereirra (2009) tomonidan taklif etilgan klasterning mintaqaviy raqobatbardoshlik modeli uchta asosiy interaktiv tizim qismlaridan iborat:

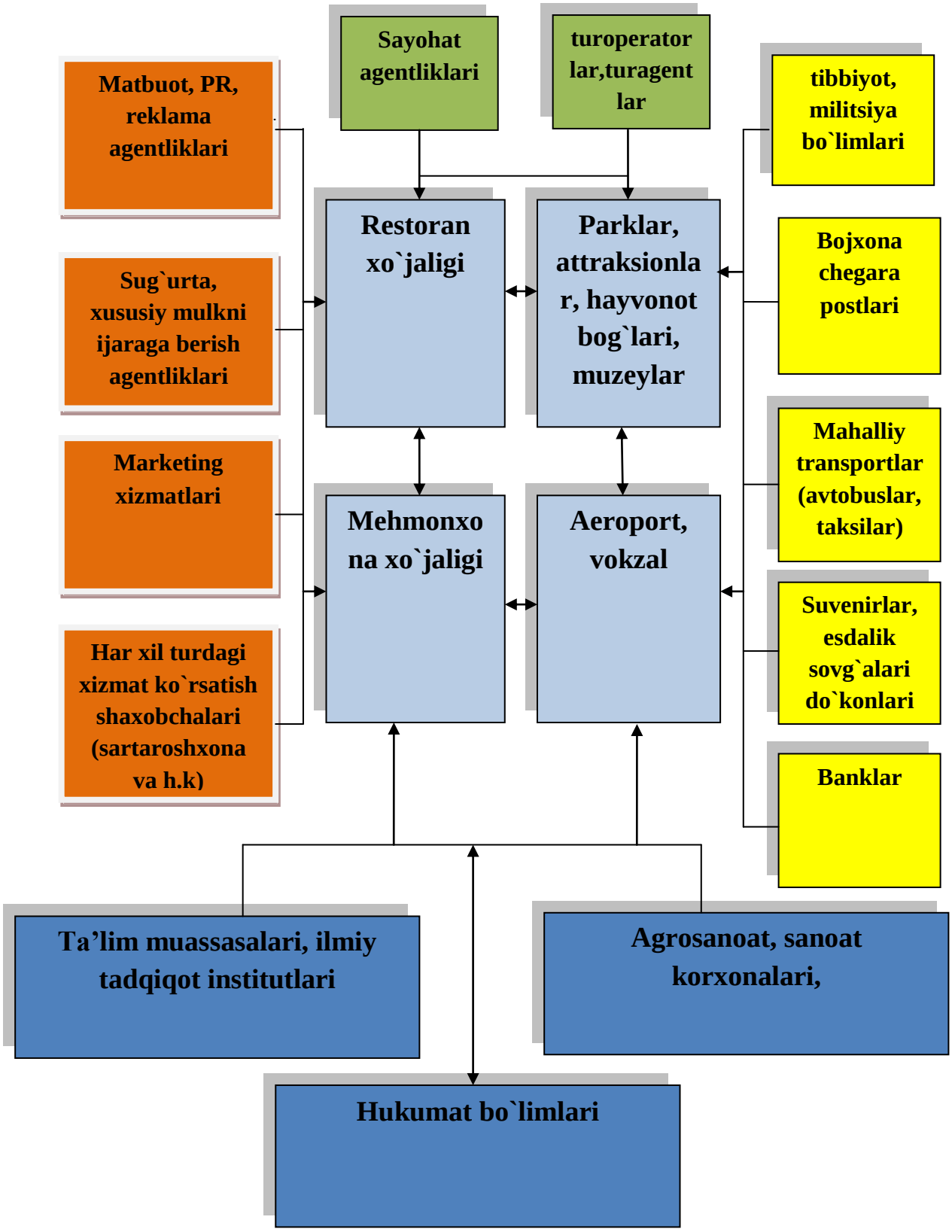
- turizm mahsulotlari (resurslar va diqqatga sazovor joylardan iborat);
- turistik joy;
- turizm klasteri.

Agar dastlabki ikki komponent bilan o'zaro bog'liqlik samarali bo'lsa, turizm klasteri samarali bo`ladi.

Hudud raqobatbardoshligini oshirishda klasterli yondashuvga asoslangan strategiyani amalga oshirishda, eng avvalalo, klasterda qatnashuvchi turli guruhlarning manfaatdorligini inobatga olish lozim, deb hisoblaymiz. Bu manfaatdorlikni shartli ravishda uch guruhga ajratish mumkin

Alohida hududlar yoki mamlakatlar raqobatbardoshligini oshirishda klasterli yondashuvlar borasida xorijiy tajribalarni o`rganib, xozirgi vaqtda amaliyotda ushbu yondashuvlarning aniq vosita va usullari ishlab chiqilmaganligini e’tirof etishimiz mumkin. Shuning uchun, bizning fikrimizcha, turistik klasterni shakllantirish borasida, xar bir hudud iqtisodiy tuzilmasidagi mavjud xususiyatlari va imkoniyatlarini inobatga olgan xolda, klasterli siyosatni ishlab chiqish maqsadga

muvofiq. Bu fikrdan kelib chiqqan xolda, biz O`zbekiston Respublikasi hududlari raqobatbardoshligini oshiruvchi quyigadagi turistik klaster tuzilmasini taklif etmoqchimiz (1- rasm).



1- rasm. Turistik klasterning tarkibiy tuzilmasi

Yaratilgan klasterning samarali ishlashi uchun quyidagilar muhim ahamiyatga ega:

- har bir a'zoning iqtisodiy raqobatdoshligini oshirish;
- turizmda umumiy brend yaratish, sayyohlik hududi sifatida mintaqaning milliy va xalqaro ko'rinishini kuchaytirish;
- turizmni rivojlantirish bo'yicha mintaqaviy strategiyani belgilash;
- turizmni ishlab chiqarish va integratsiyalashgan paketlarni sotish bo'yicha tadqiqotlar ishlab chiqish va innovatsiyalarni rag'batlantirish;
- mintaqadagi voqealar va urf-odatlarni rivojlangan tillarda namoyish qilish;
- tur marshrutlar va ekskursiyalarni aniqlash va targ'ib qilish;
- turizm sektorida kadrlar malakasini oshirish;
- xalqaro aloqalarni o`rnatish va rivojlantirish;
- mintaqaning barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun mahalliy hokimiyat organlari, mintaqaviy va markaziy tashkilotlar bilan hamkorlik qilish.

Shunday qilib, bizning fikrimizcha, turistik klaster - bu hududning rekreatsion salohiyatidan samarali foydalanish asosida hududiy turizm tizimining raqobatbardoshligini ta’minlash maqsadida turistik maxsulotni shakllantirish va realizatsiya qilishning texnologik jarayonida bevosita yoki bilvosita qatnashuvchi va davlat boshqaruv organlari, ta’lim muassasalari, ilmiy tadqiqot institutlari bilan o`zaro uzviy aloqada bo`lgan, geografik jihatdan yaqin joylashgan tashkilotlar xamda ularning o`zaro xamkorlikdagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlari majmuidan iborat ochiq iqtisodiy tizimdir.

Xulosa o`rnida shuni aytish mumkinki, turistik klasterni shakllantirish asosida klaster doirasidagi turli xamroh korxonalari o`rtasida turistik maxsulotni yaratish va realizatsiya qilishning barcha bosqichlarida zaruriy axborotlar erkin xarakatining ta’minlanganligi yotadi. O`zaro raqobat kurashida ustunlikka erishish maqsadida, ushbu korxonalarning mavjud axborotlardan o`z maqsadlarida yakka tarzda foydalanish istagi tadbirkorlik faoliyati sub’ektlari o`rtasida axborotlarning erkin harakatiga to`sqinlik qilishi mumkin. Ammo, bu tashkilotlarning o`zaro erkin axborot almashinuvi orqali, tashki raqobatchilarga nisbatan ustunlikka erishish imkoniyatini keltirib chikaruvchi sharoitlarning vujudga keltirilishi, ularning ichki bozordagi “raqobatbatga dosh bermaslik” kabi xavotirlaridan ustun turuvchi manfaatdorlikni keltirib chiqaradi.

Bizning fikrimizcha:

- turistik klaster doirasida uning barcha ishtirokchilari faoliyati haqida, hududning mavjud turistik ob’ektlari to`g`risidagi axborotlar majmuini qamrab olgan ma’lumotlar bazasining yaratilishi ma’lumotlar bazasini uzatish mexanizmining ishlab chiqilishi turistik klaster tarkibidagi turli tashkilotlar o`rtasida uzviy aloqalarni ta’minlovchi asosiy vosita bo`lib xizmat qiladi.

O’.R.Zubaydullayev – SamISI “Jismoniy madaniyat” kafedrasi o’qituvchisi
U.A. Rasulev, SamISI talabasi

TA’LIM OLUVCHILAR MUSTAQIL ISHLARINI TASHKIL ETISHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNING AHAMIYATI

Hozirgi kunda ta’lim jarayonida innavatsion texnologiyalarni, pedagogik va axborot texnologiyalarini o‘quv jarayonlarida qo‘llash bilan birgalikda inson psixikasining barqarorligi va chidamliligini oshirish maqsadida interfaol metodlarni qo‘llashga bo‘lgan intilish ham katta e’tibor talab qilmoqda. Interfaol metodlardan foydalanish ta’lim oluvchilarni faqat o‘qituvchilar tomonidan berilgan tayyor bilimlarnigina egallashga emas, balki o‘zlari ham mustaqil o‘rganishga, izlanishga, fikrlashga chorlaydi. Bundan asosiy maqsad ko‘nikma va malakalar asosida shaxsning bilish va shaxsiy qobiliyatini, aqliy kamolotini, mehnat faoliyatiga bo‘lgan munosabatini hamda dunyoqarashini takomillashtirishdan iborat.

Psixologiyada ilmiy jihatdan shu narsa tasdiqlanganki, inson o‘zidagi nuqsonlarni bartaraf qila oladigan, o‘zini-o‘zi takomillashtiradigan, o‘z bilimlarini mukammallashtira oladigan qobiliyatlarga ega hisoblanadi. Biroq (talaba) yoshlarimiz o‘z qobiliyatlarini yuqori darajada ilg‘ay olishmaydi. Bunga sabab (talaba) yoshlar tabiatdagi o‘z mikrodunyosini aniqlik bilan tasvirlab bersada, o‘zini-o‘zi bilishda har xil ijtimoiy holatlarda, o‘zini-o‘zi samarali boshqara olishda ba’zi bir muammolarga duch kelmoqda.

Talabalar asosan o‘zlarining mustaqil olgan bilimlaridan seminar va laboratoriya mashg‘ulotlarida foydalanadilar. Mustaqil ta’lim jarayonida talabalar darslikdan tashqari monografiyalarni, ilmiy risola va maqolalarni ham o‘qiydilar. Bulardan foydalanib ijodiy va ilmiy izlanuvchi, teran mustaqil fikrlashga ega bo‘lgan talabaga aylanish uchun quyidagilarga amal qilishlari lozim:

- darslik va o‘quv qo‘llanmalarni o‘rganishi;
- ma’ruzalar matnini o‘zlashtirishi;
- maxsus adabiyotlardan foydalanishi;
- olib borilayotgan jarayonni psixologik jihatdan kuzatib borishi;
- badiiy asarlarni estetik jihatdan tahlil qilishi;
- mustaqil ishlashni o‘rganishi va odat qilishi;
- nazariy va amaliy mashg‘ulotlarni mustaqil tahlil qilishlari kerak.

Talabaning mustaqil ishlash davomida mustaqil fikrga ega bo‘lishi o‘qituvchi-murabbiylarlar tomonidan bildirilgan munosabatlarga ham bog‘liq bo‘ladi. O‘qituvchi-murabbiylar talabalarga to‘g‘ri maslahat berib, ilmiy-ijodiy izlanish metodlari, vositalari, qonun-qoidalari bilan tanishtirib borishlari zarur. Shu bilan birgalikda talabalarga mustaqil fikr yuritish uchun imkoniyat berish, ularning turli-tuman fikrlarini qabul qilish, talabalarning o‘quv jarayonidagi faolligini ta’minlash, talabalarni mustaqil fikrlarini bayon qilish jarayonida kulgiga qolmasliklariga ishontirish, har bir talabaning mustaqil fikr yuritishiga qodir ekanligiga o‘zlarida ishonch hissini uyg‘otishlari lozim. Talabaning mustaqil fikrlash jarayonida talabada turli fikrlar paydo bo‘ladi. Agar talabalar o‘quv jarayonlarida faol ishtirok etsalar va

a’lo o‘zlashtirishlariga o‘zlarining ma’sulligini his qila olsalar, bu kutilgan natijani beradi.

Yana shuni aytishimiz mumkinki, talabalarning mustaqil ishlash jarayonlarida innovatsion texnologiyalardan foydalanishi ularning fikrlashlarini rivojlantiradi, fikriy bog‘liqlikni, mantiqni ta’minlaydi, talabalarning ilmiy salohiyatli bo‘lishlariga imkon yaratadi. Buning natijasida talabaning o‘ziga bo‘lgan ishonchi ortadi, oldiga qo‘yilgan muammoning yechimini topishga harakat qiladi.

“Mustaqil ta’lim” tushunchasi "Pedagogika fanidan izohli lug‘at"da “Olingan bilim, ko‘nikma va malakani mustahkamlash, qo‘shimcha materialni o‘rganish maqsadidagi o‘quv shakli” deb qaraladi. Ayni vaqtda ilmiy va o‘quv adabiyotlarda “Mustaqil ta’lim olish, “Mustaqil o‘qish”, "Mustaqil ish" tushunchalaridan sinonimlar sifatida foydalanilmoqda.

O‘rganilgan adabiyotlar tahlili asosida mustaqil ta’lim va mustaqil ishga quyidagicha ta’rif beramiz: **mustaqil ta’lim** - mutaxassis yordamida yoki yordamisiz biror vazifa (masala, muammo)ni mustaqil o‘rganish asosiga quriladigan o‘quv faoliyati jarayonidir.

Mustaqil ish esa ta’lim oluvchining fandan olgan bilim, ko‘nikma va malakalarini yanada kengaytirishga va takomillashtirishga qaratilgan faoliyat turi hisoblanadi.

Mustaqil ishlar didaktik maqsadi, vazifasi, murakkablik darajasi, kimga (individual yoki jamoa uchun) mo‘ljallanganligiga qarab, bir-biridan farq qiladi. Uning nazariy, amaliy, ilmiy, metodik va pedagogik asoslari tahlil qilinsa, samarali shakllari, vositalari tanlansa, ijobiy natijalarga erishish mumkin. Unda o‘tiladigan mavzuning amaliyot bilan uzviyligi, ilmiyligi va o‘quv materiallarining qiziqarliligi, mavzularning tizimliligi, topshiriq hamda vazifalarning ko‘p qirraliligi, o‘zaro bog’liqligi muhim o‘rin tutadi. Ammo eng asosiysi talabalarning mustaqil ravishda ta’lim olish faoliyatini tashkil etishda ularning intilish va qiziqishlariga e’tibor qaratish zarur.

Talabalarning o‘quv faoliyatini kuzatish davomida shu narsa aniqlandiki, ongli qiziqish mustaqil faoliyatga undovchi, havas uyg‘otuvchi kuch bo‘lib hisoblanadi.

Ongli qiziqish - mustaqil faoliyatning eng muhim ko‘rsatgichi, yuqori darajasidir. Bu esa fan o‘qituvchilari mahoratining darajasiga bog’liqligi sababli talabalarda u yoki bu fan yoki kasb mutaxassisligiga nisbatan qiziqishni shakllantiradi.

Mustaqil ta’limning alohida shakli Oliy ta’lim tizimida qo‘llanilayotgani Vazirlikning 2005 yil 21 fevral 34-sonli buyrug‘i bilan tasdiqlangan "Talaba mustaqil ishini tashkil etish, nazorat qilish va baholash tartibi to‘g‘risidagi namunaviy Nizom"i asosida tashkil qilingan talaba mustaqil ishlari (TMI) hisoblanadi. Nizomda TMI o‘quv rejasida muayyan fanni o‘zlashtirish uchun belgilangan o‘quv ishlarining ajralmas qismi hisoblanishi hamda uslubiy va axborot resurslari bilan ta’minlanishi, shuningdek, reyting tizimi asosida baholanishi ko‘rsatilgan.

Talabalar tomonidan bajariladigan mustaqil ishlar qanday maqsadga qaratilganiga ko‘ra bir necha turlarga ajratish mumkin:

Ulardan *birinchi turi* oldin o‘zlashtirilgan bilimlarni esga tushirish, mustahkamlash va tasavvurni boyitish hisoblanadi. Har qanday egallangan bilim qayta esga tushirilib, amalda tatbiq etib turilmasa, ayrim qismlari xotiradan ko‘tariladi, esdan chiqadi. Shuning uchun vaqti-vaqti bilan mustaqil o‘qish orqali xotirada mustahkamlanib borilishi foydalidir, ammo takrorlash jarayonida talabalarning mustaqil fikrlash qobiliyatlari rivojlanmaydi.

Ikkinchi turi bilish-izlanish shaklida amalga oshadi. Bunda talaba o‘qituvchi ma’lum qilgan nazariy bilimlarga suyangan holda yangi ma’lumotlarni o‘zlashtirishga, muammoli topshiriq va vaziyatlarga yechim topishga harakat qiladi. Talaba o‘zi uchun noma’lum bo‘lgan muammolarning yechimini topishda tahlil qilish, umumlashtirish, xulosalar chiqarish, taqqoslash kabi jihatlaridan foydalangan holda yangi bilimlarni o‘zlashtirib oladi. Hayotiy tajribalari ortadi, o‘zlarining ko‘rgan-kechirgan, his qilgan, oldin haqiqiy mohiyatiga e’tibor bermagan masalalarga yechim topadi.

Uchinchi turi bilimlarni amalda tatbiq etish bo‘yicha bajariladigan mustaqil ishlar. Bu turdagi ishlarda talabalar olgan bilimlarini hayot bilan, ishlab chiqarish amaliyoti bilan bog’laydilar. Tajriba-sinov tariqasida turli xil asbob-uskunalar, maketlar yasashi, kompyuter dasturlari tayyorlashi, oddiy texnik ixtirolar qilishi mumkin. Tabiiy va aniq fanlarda mustaqil ta’limning bu turidan ko‘p va samarali foydalaniladi.

To‘rtinchi turiga ilmiy-ijodiy harakterdagi ishlar bilan shug‘ullanishni kiritish mumkin. Ijtimoiy-gumanitar yo‘nalishdagi fanlardan bajariladigan ijodiy mustaqil ishlar ilmiyligi, badiiy obrazliligi, yangi g‘oyalarni ilgari surish va ularga erishish yechimlarini topishga yo‘naltirilganligi bilan ajralib turadi.

Odatda oliy hamda umumiy-o‘rta ta’limda talabalar mustaqil ishlarni bajarish jarayonida ko‘proq qo‘shimcha adabiyotlarga murojaat qiladi. Ko‘pgina talabalar uyga berilgan topshiriqlar ustida ishlaydilar, ma’ruzalar, referatlar tayyorlashda ilmiy-ommabop va davriy nashrlardan foydalanadilar. Bu esa mavjud axborot-resurs markazlari va tegishli portallar imkoniyatidan oqilona foydalanish, ularning zahiralarini yanada kengaytirib borishni talab etadi. Xulosa qilib aytish joizki, mustaqil ta’limning alohida shakli bo‘lgan talaba mustaqil ishlari axborot-resurs zahirasini "Ta’lim portal"larida tizimli holda joylashtirilishi hamda bu resurslardan talabalarning erkin foydalana olish imkoniyatlarini yaratilishi zamonaviy bilimlarni egallagan, izlanuvchan va yetuk mutaxassislar tayyorlash uchun eng asosiy omil bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbek pedagogikasi antologiyasi. 2 jildlik. 1-jild / Tuzuvchilar: K.Hoshimov, S.Ochil. – T.: O‘qituvchi, 1995. – 460 b.
2. Yusupov E. Inson kamolotining ma’naviy asoslari. –T.: Universitet, 2-2018. – 184 b.
3. Tolipov O‘.Q., Usmonboyeva M. Pedagogik texnologiyalarning tadbiqiy asoslari. – T.: Fan, 2013. – 247 b.

BIYHTU mustaqil izlanuvchi
Umurzakova Dilnoza Egamberdievna
SamDU tarmoqlar iqtisodiyotikafedrasi magistrantlari:
Kuldoshev Lazizjon SHarifovich
SHaripov Maksud Raxmatullaevich
Elmurodova Xulkar Karshievna

MAMLAKAT IQTISODIY XAVFSIZLIGINI TA'MINLASH,IQTISODIY RIVOJLANISHI GAROVIDIR

Bugungi kunda mamlakat iqtisodiyoti ijtimoiy-iqtisodiy jixatdan rivojlanishning yangi bosqichiga chiqib bormoqda. CHunki, olib borilayotgan isloxatlarning bosh maqsadi, O‘zbekiston Respublikasini har tomonlama, yani ham iqtisodiy ham ijtimoiy jihatdan barqaror rivojlanishini ta'minlash, jaxonning rivojlangan mamlakatlari qatoridan joy olish hisoblanadi.

Ushbu maqsadga erishishda iqtisodiy islohatlar bilan bir qatorda mamlakat xavfsizligini, ayniqsa iqtisodiy jihatdan xavfsizligini taminlash muxim rolo‘ynaydi.

Mamlakat milliy iqtisodiyotini turli tahdidlardan himoya qilish , jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy faoliyatining bir qancha sohalarining barqaror rivojlanishini taminlash, jumladan korrupsiya , hamda xufyona iqtisodiyot bilan bog‘liq bo‘lgan masalalarni o‘rganish, tadqiq etish va ularni oldini olish buyicha tavsiyalar ishlab chiqish, shuningdek, iqtisodiy, moliyaviy xavfsizlikni taminlash bugungi davrda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Malumki, iqtisodiy xavfsizlik milliy xavfsizlikning muhim elementi bo‘lib, global moliyaviy-iqtisodiy nobarqarorlik sharoitida iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlash masalasi har bir mamlakat uchun yanada dolzarb ahamiyat kasb etadi. Iqtisodiy xavfsizlik o‘z ichiga ijtimliy-iqtisodiy omillarni olib, iqtisodiy xavfsizlik ta'minlash sharoitida iqtisodiyotning o‘sishi hamda ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni tashqi omillarning ta'siridan qat'iy nazar xavfsizlikni ta'minlash vazifasini bajaradi.

“Iqtisodiy xavfsizlik” tushunchasi O‘zbekiston iqtisodiyotida yangi sohalardan biri hisoblanib, birinchi navbatda u mamlakatni iqtisodiy resurslarining xavfsizligini ta'minlashga qaratiladi. Mamlakatning tashqi davlatlar bilan iqtisodiy hamkorligi rivojlangan sari, mamlakatga chetdan kirib keluvchi import tovarlarining ham soni ortib boradi.

Bunda kirib kelayotgan har bir tovarning qonuniy ravishda mamlakat hududiga olib kirilayotganligi, aholining salomatligiga qay darajada ta'sir ko‘rsatishini bilish mamlakat uchun muhim sanaladi. Bu o‘z navbatida, mamlakatda iqtisodiy xavfsizlikka bo‘lgan ehtiyojni paydo qiladi. Mamlakatda bozor munosabatlarini rivojlantirishga qaratilgan iqtisodiy islohotlar sharoitida davlat xo‘jalik subektlari faoliyatining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashi va fuqarolarga ziyon keltirishiga yo‘l qo‘ymasligi kerak. Ushbu maqsadlarda davlat, e ng avvalo, tadbirkorlik muhitini yaxshilash, kichik va o‘rta biznesning mamlakat iqtisodiyotidagi ulushini ko‘paytirish, iqtisodiyot t armoqlarida raqobatbardoshlkni

rivojlantirish, er va ko‘chmas mulk bozorlarini shakllantirish bo‘yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqishi kerak bo‘ladi.

Iqtisodiy manfaatlarini himoya qilish davlatning siyosiy va iqtisodiy strategiyasi xavfsizlik konsepsiyasi asosida amalga oshiriladi.

U O‘zbekiston Respublikasining iqtisodiy manfaatlarini, milliy boyligini ichki va tashqi xavf-xatarlardan himoya qilishni ko‘zda tutadi. Ushbu konsepsiya bu boradagi siyosatni belgilab beruvchi asosiy hujjat hisoblanadi.

Konsepsiyaning asosiy vazifasi bu mamlakat iktisodiyotida faoliyat ko‘rsatayotgan yuridik shaxslar manfaatlarini himoya qilish bilan birgalikda mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish, uni qullab-quvvatlash hamda ularni tashqi ta’sirlardan himoya qilishdir.

Banklarning barqaror faoliyati uchun jamiyatning butun bir bank tizimiga bo‘lgan ishonchi yuqori bo‘lishi kerak. SHunda aholining bo‘sh turgan mablag‘lari, jamg‘arib boriladigan mablag‘lari aynan bank tomonidan saqlanadi. Natijada banklarda pul aylanmasi tezlashadi va ularning mustahkam barqaror holatini saqlanishiga erishiladi. Xorij mamlakatlarning bank tizimiga, xususan dunyo miqyosida eng mashhur hisoblangan SHvetsariya bank tizimini olib qaraydigan bo‘lsak. Bu bankning o‘ziga xos jihatlaridan biri, uning amaldagi soliq solish tizimi bilan bog‘liq emasligidadir, ya’ni bunda bank operatsiyalari natijasida kelib tushgan daromadlar omonatchilarga sof holda, hech qanday qo‘shimcha to‘lov undirmasdan etib boradi. Bundan tashqari depozit qutichalari ham yuqori darajada kodlashtirilgan tizimga e ga, hamda depozi egasining shaxsini tasdiqlovchi ma’lumotlar ham sir saqlanadi.

Bankdan foydalanuvchilarning huquqlari yuqori himoyalangan va bu o‘znavbatida ularning bankka bo‘lgan ishonchini mustahkamlashga zamin bo‘ladi. Bizning mamlakatimizda omonatlarning xavfsizligi biroz sust rivojlangan. Omonatga pul mablag‘larini qo‘ygan shaxs ertaga uni hech qanday yo‘qotishlarsiz olishiga ko‘zi etmaydi. SHuning hisobiga aholi qo‘lidagi jamg‘arib borish darajasi biroz yuqori ko‘rsatkichni ko‘rsatadi. Bank tizimini yanada takomillashtirish, jamiyatning ishonchini oshirish, ularning pul mablag‘lari hamda turli depozit qutichalarida saqlanadigan qimmatbaho buyumlarining xavfsizligini ta’minlash moliyaviy barqarorlikni mustahkamlashga xizmat qiladi. Bu esa o‘z navbatida iqtisodiy xavsizlikni ta’minlashda muhim omillardan biridir.

Iqtisodiy xavfsizlik o‘z navbatida, ma’lum bir usullar yordamida ta’minlanadi. SHaxs, jamiyat va davlat xavfsizligiga oid axborotlarni topish va jamlashda omilli analiz usulidan foydalaniladi. Iqtisodiy xavfizlikni omilli analizga asoslanmagan holda tadqiq e tib bo‘lmaydi, chunki iqtisodiy xavfsizlik ham bir tizim bo‘lib, u bir qator o‘zgaruvchi hodisalar bilan bog‘liq bo‘ladi. Iqtisodiy xavfsizlikni o‘rganishda «omilli matritsa» deb nomlanuvchi indikatorlar (ko‘rsatkichlar) bilan bog‘liqdir. « Omilli matritsa» analiz davomida aniqlangan omil va indikatorlarning o‘zaro bog‘liqlik darajasini xarakterlaydi. Omilli analizning asosiy maqsadi shaxs, jamiyat va davlat iqtisodiy xavfsizligini ta’minlaydigan umumiy qoidalarni ishlab chiqish va ularning mamlakatimiz iqtisodiyotini hamda ijtimoiy sohani rivojlantirish jarayonidagi kamchiliklar bilan uzviy bog‘lanishini ta’minlashdan iboratdir.

Umuman olganda, iqtisodiy xavfsizlik mamlakat xavfsizligi deb bejiz ta’kidlanmaydi. Aholi istemol qiladigan har bir mahsulot iste’mol darajasiga tayyor bo‘lishi bu o‘ta muhim hisoblanadi. CHunki iqtisodiy xavfsizligi qanchalik kuchli rivojlangan bo‘lsa, kirib kelayotgan tovarlar, yaratilayotgan mahsulotlar iste’molga yaroqli va sifatli bo‘ladi, jamiyat xavfsizligi ta’minlanadi, hamda yaroqsiz mahsulotlar tufayli yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan muammolardan himoya qilinad.

Aholi turmush darajasi va sifati iqtisodiy xavfsizlik o‘rni beqiyosdir . CHunki bu har qanday mamlakat iqtisodiyotni rivojlantirishga harakat qiladi, bu jarayon barcha aholi turmush darajasini yaxshilash hamda turmush sifatini oshirishga qaratilgan bo‘ladi.

Iqtisodiy rivojlanish va havfsizlik darajasining yuqori bo‘lishi bu aholi turmush farovonligini ta’minlashda muhim o‘rin tutadi. Iqtisodiy xavfsizlikga ta’sir qiluvchi ko‘rsatkichlardan biri bu inflyasiya hisoblanib, mamalakat iqtisodiy xavfsizligini ta’minlashda muhim ahamiyatga ega. CHunki, mamlakatda inflyasiya darajasi qancha yuqori bo‘lsa bu o‘z navbatida iqtisodiy rivojlanish jarayoniga ta’sir qiladi. Hamda iqtisodiy xavfsizlikni ta’minlashning pasayishiga olib keladi. Buning uchun monetar siyosatni to‘g‘ri yuritish, eksport darajasini import darajasidan oshirish, iqtisodiy rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqish, hamda tadbirkorlik faoliyatini qullab-quvvatlash orqali inflyasiya darajasini pasaytirishimiz mumkin. Olib borilgan tadqiqotlarimiz natijasida , quyidagi hulosaga keldik:

1. Iqtisodiy rivojlanish jarayonida uning xavfsizligini ta’minlashga ta’sir qiluvchi omillarni aniqlash hamdamavjud muammolarni bartaraf etish.
2. Iqtisodiy xavfsizlikni ta’minlashda yuqoridan pastga qarab emas, aksinchapastdan yuqoriga qarab sohalarni rivojlantirish.

Adabiyotlar:

1. Iqtisodiy xavfsizlikni rivojlantirish jarayonida “omilli matritsa” indikatorlarini keng jalb qilish orqali iqtisodiy havfsizlikni ta’minlash, shuningdek, mamlakatni iqtisodiy rivojlantirishda muhim ahamiyatga egadir.O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 29 dekabr 2020 yil Oliy majlisgamurojaatnomasi.
2. O‘zbekiston Respublikasini 2017-2021yillarda rivojlantirishning beshta ustuvor yunalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi .
3. I.S.Xotamov , M.K.Olimov , A.J.Ismoilov «Iqtisodiy xavfsizlik». Tosh. “Iqtisodiyot” 2019 yil.

А.А.Бектемиров – СамИСИ таянч докторанти

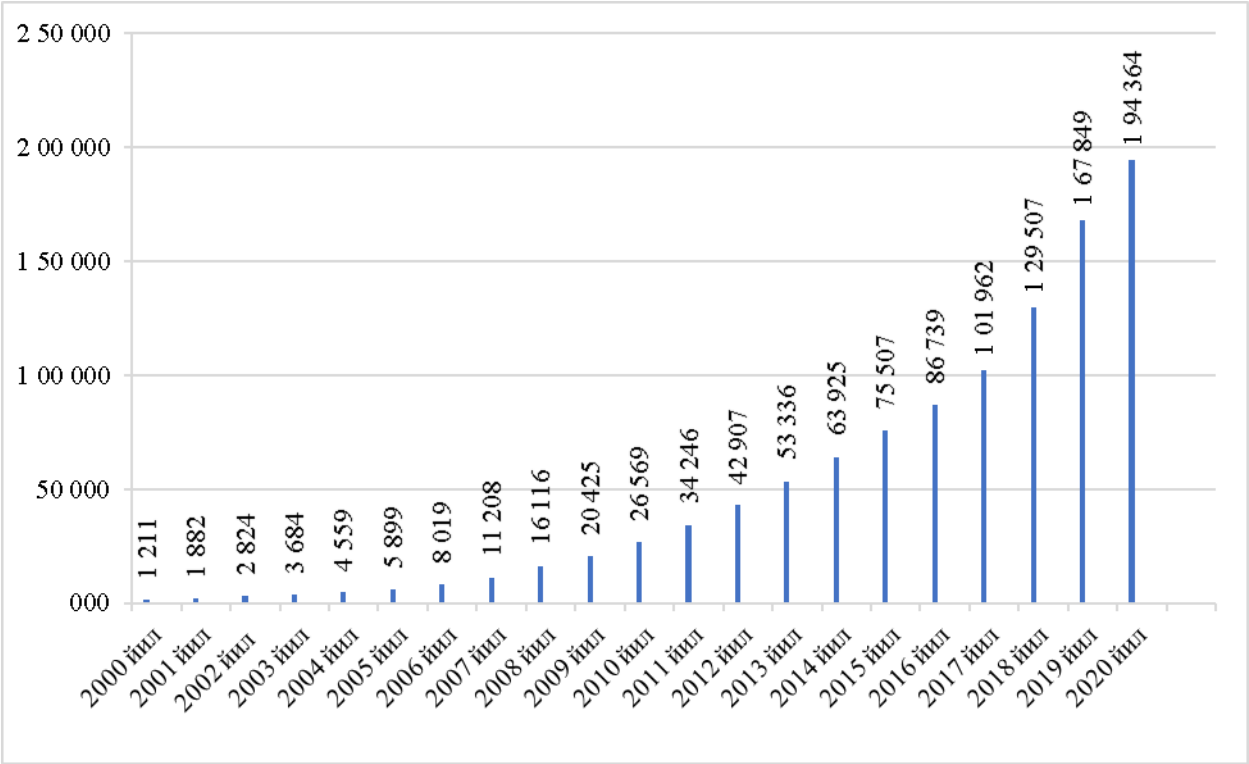
ХИЗМАТЛАР БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЖАРАЁНИДА ИННОВАЦИОН ХИЗМАТ ТУРЛАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ЙЎЛЛАРИ

Жамият тараққиётининг ҳозирги иқтисодий глобаллашув шароитида мамлакатларнинг ўзаро интеграциялашуви ва халқаро ихтисослашувнинг кучайиши ҳар бир миллий иқтисодиёт олдига тармоқларни модернизациялаш ва диверсификациялаш, рақамли технологияларни кенг жорий этиш, миллий

тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлаш ва уларнинг инновацион ёндошувларни рағбатлантириш, ишлаб чиқарилаётган товарлар ҳамда кўрсатилаётган хизматларнинг рақобатбардошлилигини ва сифатини ошириш каби вазифаларни қўймоқда. Шу нуқтаи назардан, мамлакатимизда ҳам миллий иқтисодиётни таркибий ўзгартириш, модернизация ва диверсификациялашни чуқурлаштириш, тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш, бандликни таъминлаш, аҳолининг даромади ва турмуш сифатини ошириш мақсадида кенг кўламли ижтимоий-иқтисодий ислоҳотлар амалга ошириб келинмоқда. Хусусан, 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясининг қабул қилиниши мамлакатимизда олиб борилаётган кенг кўламли ислоҳотларнинг натижадорлигини янада ошириш, давлат ва жамиятнинг барча жабҳаларини ривожлантириш ҳамда либераллаштиришда муҳум дастур бўлиб хизмат қилмоқда.

Жумладан, Ҳаракатлар стратегиясининг Таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диферсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш деб номланган 3.2. бандида белгилаб қўйилган: “хизматлар кўрсатиш соҳасини жадал ривожлантириш, ялпи ички маҳсулотни шакллантиришда хизматлар роли ва улушини ошириш, кўрсатилаётган хизматларнинг тузилмасини энг аввало хизматларнинг замонавий юқори технологик турлари ҳисобига тубдан ўзгартириш”[12]каби долзарб вазифаларнинг ҳаётга тадбиқ этиб келинаётганлиги натижасида барча соҳалар ва тармоқлар қаторида хизмат кўрсатиш соҳаси ҳам янада ривожланиб, миллий иқтисодиётимизнинг локоматив соҳасига айланиб бормоқда. Масалан, қуйидаги диаграммага эътибор берадиган бўлсак, унда давлатимиз томонидан амалга ошириб келаётган ишлар, яратилаётган шароитлар ва берилаётган имкониятлар натижасида мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотидаги хизмат кўрсатиш соҳасининг ҳажми 2000-2020 йиллар оралиғида 193152,6 млрд сўмга (ёки 2000 йилдаги 1210,9 млрд сўмдан 2020 йилдаги 194363,5 млрд. сўм) ошганлигини кўришимиз мумкин (*1-расм*).

[12] https://lex.uz/docs/3107036#3109146. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли Фармонига 1-илова.



1-расм. Ялпи ички маҳсулотдаги хизматлар ҳажми (жорий нархларда, млрд сўм)[13]

Дарҳақиқат, ушбу статистик маълумотлар давлатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш бўйича олиб борилаётган сиёсатнинг тўғри ва самарали амалга оширилаётганлигини кўрсатади.

Шу ўринда айтиб ўтиш лозимки, хизмат кўрсатиш соҳасида таълим хизматларининг улуши йилдан йилга ортиб бормоқда. Бунинг асосий сабабларидан бири, аҳолининг билим олишга ва касб-ҳунар ўрганишга бўлган интилишининг кучайиши натижасида таълим хизматлари кўрсатувчи корхона (муассаса)лар сонининг кўпайиб бораётганлигидир.

Барчамизга маълумки, мамлакатимиздаги таълим муассасалари (хусусан, олий таълим муассасалари)нинг асосий қисми пойтахт ва вилоятларнинг марказларида бўлганлиги сабабли таълим олишга интилаётганлар ҳам ушбу жойларга келишга ҳаракат қилишади ва бу ҳолатда уларнинг аксарият қисмида яшаш учун турар жой топиш муаммоси юзага келади. Шунингдек, сўнги йилларда олий таълим муассасаларида қабул ҳажмининг ортиб бораётганлиги ҳам талабаларнинг турар жой (ётоқхона)ларга бўлган эҳтиёжининг ошишига олиб келмоқда. Тўғри, давлатимиз томонидан олий таълим муассасаларига янги талабалар турар жойлари (ётоқхоналар) қуриш учун катта миқдорда маблағ ажиратилмоқда, аммо бу маблағ тўғри ва мақсадли сарфланишига кафолат йўқ. Бундан ташқари, бу ётоқхоналарда турли ўқув марказларда олий таълим муассасасига кириш учун таёрланаётган абитуриентлар ҳамда касб-ҳунар ўрганаётганлар жойлашишида чекловлар мавжуд. Бизнинг фикримизча, ушбу масалаларни тадбиркорлар томонидан хусусий “Талабалар ҳостел”ларини

[13]Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумоти. www.stat.uz.

ташкил этиш орқали ечиш мумкин. Бунингучун қуйидаги ишларни амалга ошириш лозим деб ҳисоблаймиз:

Биринчидан, қонун ва қонун ости ҳужжатларга хусусий ётоқхоналар, уларни ташкил этиш, юритиш ва фаолиятини тугатиш тўғрисида ҳуқуқий нормаларни киритиш ҳамда ушбу фаолиятни ижтимоий тадбиркорлик тури сифатида белгилаш;

Иккинчидан, тижорат банклари томонидан, бу каби ётоқхоналарни ташкил этиш учун узоқ муддатли ва имтиёзли кредит маблағлари ажратиш бунда тижорат банкларининг молиявий имкониятларидан келиб чиққан ҳолда қарз маблағ ёки унинг фоизини йилда ёки олти ойда бир марта тўлаш механизимини жорий этиш;

Учинчидан, маҳаллий ҳокимликлар томонидан бу каби ётоқхоналар ташкил этиш учун олий таълм муассасаларига яқин бўлган ҳудудлардан жой ажратиш тартибини белгилаш;

Тўртинчидан, олий таълим муассасаларининг талабалари, ўқув марказ ўқувчи (абитуриент)лари ва касб-ҳунар ўрганувчилар учун ётоқхона ташкил этиш катта даромад келтирувчи фаолият эмас. Негаки, кўп ҳолатда бу қатлам вакилларининг ҳаражатлари чегараланган бўлади. Шуни эътиборга олган ҳолда бу каби ётоқхоналарга солиқ имтиёзлари бериш (яъни бошланғич давирда фаолиятини мустаҳкам йўлга қўйиб олгунча солиқлардан озод қилиш, сўнг минимал миқдордаги солиқ тўловларини белгилаш) лозим;

Шу билан бирга, бугунги кунда кўплаб талабалар ва абитуриентлар хусусий хонадонларда ижарада туриши ҳаммамизга маълум. Хусусий хонадон эгаларини қонуний асосда якка тартибдаги тадбиркор сифатида руйҳатдан ўтказиш амалиётини такомиллаштириш ва улар фаолияти бўйича мунтазам мониторинг олиб бориш бугунги куннинг объектив заруратидир. Бу ўринда хусусий хонадон эгаларининг якка тартибдаги тадбиркорлик даромадларидан йилда бир мартта минимал миқдордаги солиқни тўлаш орқали фаолиятини юритишига замин яратиш лозим. Бу биринчидан, давлат бюджетига солиқ тушумларининг ортишига, иккинчидан, аҳолининг бандлик даражаси ошишига олиб келади.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, юқоридаги фикр-мулоҳазаларимиз ва билдирилган таклифларимиз янги ижтимоий тадбиркорлик тури сифатида хизмат кўрсатиш соҳасини янада ривожланишига, аҳоли бандлигини ошишига ва жамиятда юзага келаётган айни масаладаги муаммоларни ечишга хизмат қилади деб ўйлаймиз.

Usmonov B.Sh. - IRB-120-guruh talabasi
Norkulova D.Z - PhD, dots, v.b

O’Z O’ZIGA XIZMAT KO’RSATISHNING IQTISODIYOTGA TA’SIRI

Annotatsiya: Ushbu maqola, bugungi kunda jahonda va O’zbekistonda o’z o’ziga xizmat ko’rsatishning ahamiyati, ommalashishi, aholiga zarurligi va foydali

jihatlarini ko’rsatib beradi. Undan tashqari, maqolada bu sohani rivojlantirishga doir shaxsiy fikr va g‘oaylarimni bo‘lishganman. Maqolaning asosiy g‘oyasi o‘z o‘ziga xizmat, kelajak sohasi ekanini yoritishdan iborat.

Kalit so‘zlar: servis, terminal, mijoz, nasos, bankamat, tizim, jamiyat, to‘lov, karta, istemolchi, foydalanuvchi, kassa, ehtiyoj.

Annotation: This article shows the importance, popularity, need and benefits of self-service in the world and in Uzbekistan today. In addition, in the article I shared my personal thoughts and ideas on the development of this area. The main idea of the article is to highlight that self-service is the field of the future.

Keywords: service, terminal, customer, pump, ATM, system, society, payment, card, consumer, user, cashier, need.

Аннотация: Эта статья показывает важность, популярность, необходимость и преимущества самообслуживания в мире и в Узбекистане сегодня. Кроме того, в статье я поделился своими личными мыслями и идеями по развитию этого направления. Основная идея статьи - подчеркнуть, что самообслуживание - это область будущего.

Ключевые слова: услуга, терминал, клиент, помпа, банкомат, система, общество, платеж, карта, потребитель, пользователь, кассир, потребность.

Oxirgi yillarda o’z o’ziga xizmat ko’rsatishga bo’lgan talab ortib bormoqda. Aholi gavjum shaharlarda talab yuqoriligidan narxlarning ortishi va ko’p sonli foydalanuvchilarga xizmat ko’rsatishlarda kamchiliklarning kelib chiqayotganligi sababli, o’z o’ziga xizmat ko’rsatishga talab ortib bormoqda.

Misol uchun, xizmat ko’rsatish joylaridagi noqulayliklar haqida sanab o’tish maqsadga muvofiq:

- Navbatning ko’p bo’lishi va foydalanuvchilarning vaqt yo’qotishi;
- Rahbarlarning doimo ishchilarga ehtiyoj sezishi;
- Bazi xizmat ko’rsatish servislari malum vaqt davomida ishlashlari, yani, hamma ishdan chiqqanda ular yopiq bo’lishi;
- To’lov terminallari aksariyat joylarda yo;qligi sababli, faqat naqd puldan foydalanishga to’g’ri kelishi;

Shu va shu kabi turli noqulayliklarni oldini olish maqsadida o’z o’ziga xizmat ko’rsatish sohasini rivojlantirish kerak deb o’ylaymiz. Xo’sh biz taklif etayotgan sohaning ahamiyatli jihatlariga keladigan bo’lsak:

- Sizda hech qachon ishchilar bilan bog’liq muammo bo’lmaydi, chunki sizda xaridor bor ekan, ishchilar ham bor;
- Xaridorlarga istalgan turdagi to’lov uslublari taklif etiladi;
- Siz qo’shimcha ishingiz bilan shug’ullanib ham, mobile telefoningiz orqali barcha to’lovlardan xabardor bo’lib turasiz;
- Erkin holda har bir foydalanuvchi o’ziga, o’zi istagandek xizmat ko’rsatish imkoniyatiga ega bo’ladi;
- Siz endi faqat chegaralangan vaqt oralig’ida emas, 24 soat davomida pul topishingiz mumkin;

- Foydalanuvchilar, o’zlariga qulay bo’lgan istalgan vaqtda sizning xizmatlaringizdan foydalanishi mumkin[14];

Ammo, bu jihatning ham o’ziga xos xususiyatlari bor. Yani, sizning xizmatingizdan foydalangan mijoz, yana qaytib kelishi va o’zi taniganlarga taklif qilishi uchun, siz pul qiymatiga alohida etibor qaratishingiz lozim. Yana biz e’tibor qaratishimiz kerak bo’lgan jihati, yaxshi reklama va normalarga javob beruvchi moslamalarga ega bo’lish.

Har doim boshqalarda yo’q narsalarni bera olishingiz kerak. Misol uchun, bugungi kunda bu xizmatdan eng ko’p foydalanishi mumkin bo’lgan mijozlar, bular talabalardir. Ular ko’proq ovqatlanish joylarida bu xizmatdan foydalanishni avzal ko’rishadi. Bunga sabab xizmat haqqlaridan holi bo’lgan to’lovni amalga oshirishdir,

Bu sohaga yana ko’plab misollar keltirish mumkin. Shulardan biriga yoqilg’i quyush shahobchlaridir. Bu yerda ham hech qanday ishchilardan foydalanmagan holda faqat xizmatdan foydalanishi va yoqilg’iga pul to’lashi asosiy qulayliklardan biri hisoblanadi. Aslida ilk o’ziga o’zi xizmat ko’rsatish Yaponiyada vujudga kelgan. Yaponiya 1994-yilda benzin nasoslarida o’z o’ziga xizmat ko’rsatishga ruxsat bergan [15] . O’zbekistonda o’z o’ziga xizmat ko’rsatishning bankamat uslubi ommalashgan va o’zini oqlamoqda desak ham to’g’ri bo’ladi. Bu tizim ishga tushgandan so’ng, arzimagan pul o’tqazmalari, to’lovlar va kartadagi mablag’ni naqd pul ko’rinishiga o’tqazish uchun bank kassalarida soatlab navbatda turishlarga hojat ham qolmadi. O’ziga o’zi xizmat ko’rsatishning vujudga kelishida ham istemolchilar taklifining ahamiyati katta. Sababi, mijozlar o’zlariga qulay bo’lgan vaqtda sizning xizmatingizdan foydalanishini bu soha 100% kafolatlaydi.

Hozirda mamlakatimiz fuqarolari ehtiyoj sezayotgan yana bir yo’nalish, o’ziga o’zi xizmat ko’rsatish turlaridan biri bo’lgan, avtoulovlarni yuvish shahobchalarini joylarda tashkillashtirish qanchalik foydali?

- Avvalo bu xizmatdan barcha foydalanuvchilar 24 soat davomida uzliksiz foydalanish imkoniyatiga ega bo’lishadi;
- Maxsus moslamalar ular sarflagan mahsulotlarni(suv, parashog v.b)ni hisoblab turadi va ular foydalangan mahsulotga, shuningdek, vaqtga to’lashadi;
- Har bir to’lov avto yuvish joy egasining mobile telefoniga kelib turadi;
- Mijozlar, o’z avtomashinalariga o’z mehrlarini berib yuvish imkoniyatiga ega bo’lishadi;
- Hisoblagichlar yordamida xarajatlarni doimo nazoratda ushlab turish;
- To’rt bosqichli filtirlangan suv;
- Yuvish jarayonlari quyidagi 4 bosqichda amalga oshiriladi: ko’pikli suv,yuqori bosim ostida suv purkash, nano ko’pikli suv, yuqori bosim ostida jang yutgich;
- Qog’oz pullardan tashqari, istalgan turdagi to’lovlar[16];

[14] https://afex.uz/product/oz-oziga-xizmat-korsatuvchi-avto-yuvish-shahobchasi-avtomoyka-af-l029/
[15] https://afex.uz/product/oz-oziga-xizmat-korsatuvchi-avto-yuvish-shahobchasi-avtomoyka-af-l029/

[16] https://apps.uillinois.edu/selfservice

Yuqorida sanab o’tilgan qulayliklar, albatta foydalanuvchilarni o’ziga jalb qila oladi deb o’ylaymiz. Bizning asosiy taklifimiz ham, foydalanuvchilari oshib borayotgan va shuning natijasida narxlarning ham o’sishi vujudga kelayotgan soha-avtoulov yuvish shahobchalarida narx va xizmatni bir meyyorda ushlab turush uchun o’z o’ziga xizmat ko’rsatish avtoulov yuvish moslamalaridan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan qo‘shimcha adabiyotlar:

1. https://wptp.ru/uz/istorii-uspeha/chto-nuzhno-uchest-pri-stroike-avtomoiki-samoobsluzhivaniya-biznes-plan/
2. https://en.m.wikipedia.org/wiki/Self-service
3. https://youtu.be/dx6jVL5UXEE
4. https://youtu.be/heBAkwO3Wac

“Tarmoqlar iqtisodiyoti” kafedrasi mudiri PhD Z.S. Artikov
MA-120 guruh magistri D.R. Najmiddinov

IQTISODIYOTNI MODERNIZASIYALASH JARAYONIDA XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI INNOVASION RIVOJLANTIRISH YO’LLARI

Keyingi yillarda respublikamizda tubdan yangilanish jarayonlari ulkan ko‘lam va shitob bilan davom etmoqda. Xususan, iqtisodiyotning turli tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy etish ishlari ham jadal sur’atlarda amalga oshirilmoqda. Ilm-fanga e’tibor sezilarli darajada ortdi, ilmiy loyihalarni moliyalashtirish tizimi va ko‘lami o‘zgardi. Uzoq yillar davomida innovatsiyalar va ilm-fan natijalarining real iqtisodiyot tarmoqlariga kirib bormasligi oqibatida yuzaga kelgan turg‘unlikni bartaraf etish maqsadida davlatimiz tomonidan yurtimizning barcha viloyatlarida innovatsion hududlarni tashkil etish bo‘yicha ko‘lamli ishlar olib borilmoqda.

O'zbekistondagi yalpi ichki mahsulot, ish bilan bandlik va chet el investitsiyalari to'g'risidagi so'nggi ma'lumotlar xizmatlar sohasining iqtisodiyot uchun rolini oshirishning ahamiyatini yaqqol namoyon qiladi. 2020- yil yakunlariga ko‘ra, YaIM o‘sishiga qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligi tarmog‘i 0,8 f.p. (2019- yilda – 0,9 f.p.), sanoat tarmog‘i – 0,2 f.p. (2019- yilda – 1,2 f.p.) va qurilish tarmog‘i – 0,5 f.p. (2019- yilda – 1,2 f.p.) ijobiy hissa qo‘shdi. **Xizmat ko‘rsatish sohasi qo‘shilgan qiymati o‘tgan yilga nisbatan 0,1 % ga o‘sdi. Shunga qaramay, ushbu soha YaIM o‘sishiga deyarli ta’sir ko‘rsatmadi (2019- yilda – 2,0 f.p.**

2020- yilda YaIM o‘sishida tarmoqlarning hissasi
(jamiga nisbatan % da)

Statistik ma’lumotlardan ko’rinib turiptiki YaIM 1.6% ga o’sgan, lekin ushbu o’sishda xizmatlarning ulushi 0.0 ga teng bo’lib turipti. Bundan kelib chiqadiki xizmatlar sohasini innovatsion rivojlantirish orqali uning YaIM o’sishidagi rolini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Xizmatlar sohasini yanada rivojlantirish uchun ilmiy-innovatsion salohiyatini oshirish, yangi raqobatbardosh xizmatlarni yaratishga qaratilgan kichik tadbirkorlikni rivojlantirish orqali aholi bandligini ta’minlash, hududlardagi muammolarning ilmiy yechimini ishlab chiqish, oliy ta’lim muassasalari va ilmiy tashkilotlarning ishlanmalarini tijoratlashtirishga tayyorlash kabi ishlarni amalga oshirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Xizmatlarni qamrab oladigan innovatsiyalarga e'tiborning o'sishiga sanoatlashgan mamlakatlarda va butun dunyoda xizmat ko'rsatish faoliyatining ahamiyati oshishi hamda barcha turdagi firmalarning raqobatbardoshligi sharoitida xizmat ko'rsatishga ahamiyat berilishi sabab bo'ldi. Ushbu tadqiqot xizmatlar sohasida innovatsiyalarni rivojlantirishning quyidagi yo’nalishlarini tavsiya qiladi:

Yangi ish joylari yaratish va innovatsiyalarni rivojlantirish uchun ichki xizmatlar bozorlarini ochish. Bu xizmatlar bozorlarini yanada tartibga soluvchi islohotlar uchun yangi imkoniyatlar yaratadi, yangi xizmatlarni rivojlantirish, paydo bo'layotgan mintaqaviy talablarni qondirish va bandlikni oshirish imkonini oshiradi, shuningdek, kompaniyalar uchun innovatsiyalarni rag'batlantirishni kuchaytiradi va samaradorlik o'sishini yaxshilaydi.

Mehnat bozorini reforma qilish. Bu yangi ish o’rinlarini yaratishga va keskin rivojlanayotgan xizmatlar bozoriga moslashishga yordam beradi. Mehnat bozorini zamon talablaridan kelib chiqqan holda reforma qilish, zamonaviy bozorga moslashtirish xizmatlar sohasining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Ta’lim va tayyorlov siyosatiga birmuncha o’zgartirishlar kiritish. Bu moslashuv keskin suratlar bilan o’sib borayotgan yangidan yangi xizmatlar talablariga javob beruvchi kadrlarni yetishtirib berish imkonini beradi. Vaholangki

yildan-yilga barcha sohalar kabi xizmatlar ham rivojlanib bormoqda, bu esa o’z navbatida yangi bilimlarni va zamonaviy kadrlarni talab qiladi, shunday ekan kadrlar tayyorlash masalasi dolzarbligini yo’qotmaydi.

Innovatsion siyosatni xizmatlar yangiliklariga moslashtirish. Innovatsion siyosat saqlanib qolmoqda, xizmatlar yangiliklarining o'sib borayotgan ahamiyati va mahsulot uchun yangi salohiyatga moslashtirilmagan, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) bilan bog'liq bo'lgan jarayonning innovatsiyasiga alohida e’tibor qaratish lozim. Siyosatshunoslar mavjud davlat ilmiy-tadqiqot ishlari xizmat ko'rsatish sohasi ehtiyojlarini qanday qilib yaxshiroq qondirishi mumkinligi haqida o'ylashlari kerak va xizmat ko'rsatish sohasidagi firmalar bilan jamoat tadqiqotlari o'rtasidagi aloqalarni yaxshilash borasidagi ishlar ko’lamini kengaytirish lozim.

Xizmat ko'rsatuvchi firmalarga AKT afzalliklaridan foydalanishga to'sqinlik qiladigan to'siqlarni olib tashlash lozim. AKT xizmatlari uchun imtiyozlardan foydalanish, hukumat AKTdagi samarali raqobatni rag'batlantirishni davom ettirishi kerak infratuzilma, tarmoq xizmatlari va ilovalari, xususan, keng polosali ulanish uchun imkoniyatlarni oshirish kerak. Chunki bular xizmatlar sohasida elektorn biznesni rivojlantirishda asosiy turtki bo’lib hisoblanadi.

Xulosa o’rnida shuni aytish mumkinki, kelajakda O’zbekistonni iqtisodiy salohiyatini rivojlanishining asosiy omillaridan biri - iqtisodiyotni innovatsion rivojlanish yo’liga o’tkazishdir. Bu yo’nalishni asosiy maqsadi ishlab chiqarishni texnologik darajasini va raqobatdoshligini oshirish, innovatsion mahsulotni ichki va tashqi bozorlariga chiqishini ta’minlash, ichki bozorda import mahsulot o’rnini egallash, eksportga moslangan iqtisodiyot tizimini yaratishdir. Hozirgi vaqtda O’zbekiston Respublikasida milliy innovatsion tizimini yaratish nafaqat ilmiy-texnik sohanining muhim vazifasi, balki milliy iqtisodiyotning raqobatdoshligini oshirish vazifasi xamdir. Kompaniyaning bozordagi mavqeini kuchaytirishga yoki kelgusida zarur resurslar bilan ta’minlashga xizmat qiladigan innovatsion loyihalarni ishlab chiqish va tadbiq qilish bu yangiliklar kelajakda servis korxonalari faoliyatini yangi pog’onaga olib chiqishga yordamlashadi. Xizmat ko`rsatish sohasi kelajakda iqtisodiyotning asosiy sohasiga aylanadi. Mazkur sohada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish natijasida, yangi ish joylari va korxonalar bunyod etiladi, mamlakatda yangi xizmatlar bozori paydo bo`ladi, xududiy infratuzilma va xizmat ko`rsatish ob`ektlari isloh qilinib uning yangi sohalari vujudga keladi. Xizmat sohalarini rivojlantirish bandlik muammosini ayniqsa, xotin-qizlar, qishloq yoshlarini ish bilan ta`minlash, oilalarning daromadini sezilarli darajada ko`paytirish, butun mamlakatimiz aholisining farovonligini oshirish imkoniyatini yaratadi. Bu birinchidan, aholini ish bilan ta`minlash orqali oilalarning muhim daromad manbai va mulkdorlar sinfini shakllantirishning asosi bo`lsa, ikkinchidan, mamlakatimiz bozorining xizmatlarga bo`lgan ehtiyojini qondirish orqali aholining turmush darajasining oshishiga sabab bo`ladi. Yuqorida keltirilgan yo’nalishlar asosida xizmatlari sohasini innovatsion rivojlantirishga e’tibor qaratish bugungi kunni dolzarb masalalaridan biri bo’lib qoladi.

Исхакова С. А.
СамИСИ “Тармоқлар иқтисодиёти”
кафедрасининг доцент в.б.(PhD)

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ТАРМОҚЛАР БЎЙИЧА ТАРКИБИЙ ТУЗИЛИШИНИ ОПТИМАЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: Мақолада хизмат кўрсатиш соҳасининг янада ривожлантиришда хизматлар ҳажмини кўпайтириш, унинг тармоқлар бўйича таркибий тузилмасини оптималлаштириш биринчи даражали аҳамиятга эканлиги кўрсатилиб, бу борада илмий асосланган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: постиндустриал жамият, иқтисодиёт, моддий ишлаб чиқариш соҳаси, хизматлар, хизмат кўрсатиш соҳаси, хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқлари таркиби

Хизмат кўрсатиш соҳасини жадал юксалтириш Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясидаги устувор йўналишларидан бири ҳисобланади[17]. Бу унинг жамият тараққиётининг муҳим ижтимоий ва иқтисодий муаммоларини ҳал қилишдаги ролининг ошиши билан боғлиқ. Ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг ҳозирги босқичида Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасининг «...аҳоли ўртасида ишсизликни камайтириш, одамлар ва оилаларнинг даромадини ошириш...» [18] каби ўта долзарб вазифаларни ҳал қилишда роли беқиёс.

Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш Давлат Дастурининг 2016-2020 йиллар мобайнида муваффақиятли амалга оширилиши натижасида соҳанинг субъектлари миқдорий ўсишининг тезлашгани, хизматларнинг тармоқ таркиби такомиллашиб, турлари кенгайиб боргани, замонавий ва сифатли хизматлар бозори шаклланганлиги диққатга сазовордир.

Бироқ пандемия таъсири остида мамлакатда юзага келган янги иқтисодий вазият миллий иқтисодиётга, унинг таркибидаги барча соҳа ва тармоқлар иқтисодиётига, жумладан хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётига ҳам катта салбий таъсир кўрсатди. Хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиёти кутилмаганда бошланиб кетган ва катта тезликда бутун дунё мамлакатлари бўйлаб тарқалиб кетган пандемия асоратларидан катта талафот кўрди.

Статистик маълумотларнинг таҳлили 2020 йилда транспорт хизматлари, жумладан автотранспорт хизматлари, яшаш ва овқатланиш хизматлари, кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар, шахсий хизматларнинг жами хизматлардаги улуши кескин пасайиб кетганлигини кўрсатди. Агар 2019 йилда автотранспорт хизматларининг жами хизматлардаги улуши 28,1 фоизни ташкил этган бўлса, 2020 йилга келиб у 24,8 фоизга тушиб кетди, яъни 3,3 пунктга пасайди. Бу

[17]Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ № 4947-сонли Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун хужжатлари тўплами, 2017 йил 6-сон.
[18]Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2018 йил 28 декабрь. uza.uz.

ҳолат албатта республикада эълон қилинган карантин чоралари натижасида вужудга келди.

Шу билан бирга, айнан шу даврда алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари, молиявий хизматлар ва савдо хизматларининг жами хизматлардаги улуши ошган. Агар 2019 йилда молиявий хизматларнинг жами хизматлардаги улуши 17,6 фоизни ташкил этган бўлса, 2020 йилда у қарийб 21 фоизга етди, яъни 3,3 пунктга кўпайган. Карантин даврида вазият тақозоси билан масофавий банк хизматлари, кредит карталари орқали тўловлар, Интернетсавдо каби замонавий хизмат турларининг ривожланиши юз берди. Худди шундай савдо хизматлари соҳасида ҳам макроиқтисодий кўрсаткичларнинг ўсиши электрон савдо ва Интернет хизматларининг кенгайиб бориши ҳисобига амалга ошди.

Хизматлар соҳасини пандемия натижасида юзага келган асоратлардан холи этиш ва келажакда соҳанинг жадал ривожланишини таъминлаш унинг тармоқлар бўйича таркибий тузилишини такомиллаштириш билан узвий боғлиқдир. Шу сабабли, хизмат кўрсатиш соҳасининг тармоқлар бўйича таркибий тузилишини пандемиянинг салбий таъсири остида юзага келган янги иқтисодий вазиятга мослаштириш асосида оптималлаштириш муаммоларини ўрганиш долзарб аҳамият касб этади.

Иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда иқтисодиётда банд аҳолининг асосий қисми хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият юритади. Иқтисодиётда умумий банд аҳоли таркибида хизмат кўрсатиш соҳасидаги банд аҳолининг ошиб бориши ҳам мамлакат тараққиётини белгилайди. Таҳлил натижалари бу кўрсаткич Ўзбекистонда 50,5 фоизни ташкил этиб турган бир вақтда, ривожланган мамлакатларда 70-80 фоизни ташкил этганлигини кўрсатди. Агар Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасида аҳоли бандлигини 70 фоизга етказсак ва соҳада аҳоли бандлиги ошиши ва улардан унумли фойдаланиш натижасида хизматлар ҳажми 167339,4 млрд.сўмни ташкил этиши мумкин бўлади. (Бизнинг ҳисоб-китобимиз бўйича 2744,6 минг киши хизмат кўрсатиш соҳасига жалб этилса ва улар ҳам ҳар бири 17681,3 минг сўмлик хизмат яратса, жами 167339,4 млрд сўмлик хизмат яратилади.)

Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг яна бир йўли - соҳанинг тармоқлар бўйича таркибини такомиллаштиришдир. Масалан, Ўзбекистонда жами хизматлар таркибида таълим хизматларининг улуши атиги 3,6 фоизни, ривожланган мамлакатларда эса бу кўрсаткич 15-16 фоизни ташкил этади. Ривожланган мамлакатларда олий ўқув юртига қабул қилинадиган ёшлар мамлакат жами аҳолисининг 1 фоизини ташкил этади, бизда эса бу кўрсаткич 0,2 фоиз атрофида. Ривожланган мамлакатларда хизмат кўрсатиш соҳасида юқори малакали мутахассислар кўплиги сабабли, хизматлар сифати юқори, шу сабабли унга талаб юқори, натижада соҳада банд бўлган ходимлар иш ҳақи миқдори юқори. Агар таълим хизматлари соҳасини жами хизматлардаги улушини оширсак, ушбу соҳада ўртача иш ҳақи ошади. Бизнинг ҳисоб-китобларимиз бўйича таълим хизматлари улуши 15 фоизга кўтарилса, бу хизматларнинг ҳажми 4277,2 млрд.сўмдан 17821,7 млрд.сўмга ёки 4,2 мартага

ошади. Бунда банд бўлганлар сони (1108,7 минг киши) сони ўзгармаган тақдирда соҳада ўртача иш ҳақи 1160,2 млн.сўмдан 4838,4 млн. сўмга кўпайиши мумкин.

Хизматлар бозорининг истиқболли сегментлари сифатида транспорт, туризм хизматларини, таълим хизматларини, соғлиқни сақлаш хизматларини, шунингдек компьютер ва ахборот коммуникация соҳаларидаги хизматларни (АКТ) кўрсатиш мумкин. Тадқиқотлар ЯИМ ўсишининг 30 дан 50 фоизгачаси ахборот коммуникацион технологияларнинг ривожланиши ва тарқатилиши билан таъминланиши мумкинлигини кўрсатди. Компьютерлар ва ахборот коммуникация технологиялари соҳасида бизнинг мамлакатимиз, жаҳон бозорида ўзининг рақобатбардошлигини намоён қилган, ушбу соҳа кўп сонли мутахассис кадрларга эга. Лекин у хизмат турларининг импорт қилувчиси сифатида чиқмоқда. Агарда тегишли ҳуқуқий, солиқ ва молиявий шароитлар яратилса, техник аппаратлар соҳасида бирмунча орқадалигига қарамасдан, дастурий таъминот яратиш соҳасида ва жаҳон компьютер технологиялари бозорида салмоқли ўринни эгаллашимиз мумкин. Ушбу жиҳатдан Ҳиндистон намунаси ибратлидир, у жамиятни ахборотлаштириш даражаси бўйича анча орқада, бироқ ҳозирда йилига 3 миллиард долларлик дастурий таъминот маҳсулотларини экспорт қилмоқда. Ушбу натижага ҳукуматнинг хизмат кўрсатиш соҳасининг ушбу йўналишини қувватлаган солиқ, божхона ва молия сиёсати туфайли эришилди.

Чет эл тажрибаси, шунингдек, иқтисодий ўсишда туризмнинг муҳим ўрин тутишини кўрсатади. Ўзбекистонда ЯИМда туризмнинг улуши 2,5 фоиз атрофида. Йирик туристик секторга эга бўлган ривожланган мамлакатларда бу кўрсаткич - 10 фоизгача, орол давлатлари ва унчалик ривожланмаган мамлакатларда ушбу улуш 30дан 50фоизгачани ташкил этади. Жаҳон товар ва хизматлар экспортининг 8 фоизи туризм ҳиссасига тўғри келади[19], шу туфайли у автомобил, кимё маҳсулотлари, озиқ-овқат маҳсулотлари, компьютерлар ва ёқилғи экспортларидан олдинда туриб, йирик экспорт тармоғига айланди. ЖСТга аъзо 83 та мамлакатларда туризм етакчи экспорт соҳаларининг бештасига киради, 38 фоиз мамлакатларда эса у чет эл валютаси тушумларининг асосий манбаи ҳисобланади [20] . Бунинг устига туризм даромаднинг муҳим қисми ҳисобланувчи мамлакатларда у аҳолини иш билан таъминлашнинг асосий соҳасига айланган. Масалан, Сейшел оролларида турбизнесда аҳолининг 66,7 фоизи банд, Гренадада – 52,2 фоиз, Богамада - 48,2 фоиз, Исландияда-33,3 фоиз, Кипрда -22, Таиландда – 15 фоизни ташкил этади.[21]

ЖСТ маълумотларига кўра, учинчи минг йилликда кам вақт давомида энг кўп қониқишни таъминловчи сайёҳлик маҳсулотларига талаб юқори бўлади. Ўзбекистон туризмни ривожлантириш учун барча зарурий ресурсларга эга: қадимий тарихий меъморчилик ёдгорликлари, халқ оғзаки ижодиёти ёдгорликлари, қўриқхоналар, тоғ ва сув туризми ва бошқалар мавжуд.

[19]Халқаро савдо ташкилоти маълумотлари. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm
[20] Халқаро савдо ташкилоти маълумотлари. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm
[21]https://knoema.ru/atlas/topics

Ўзбекистоннни 2035 йилгача ривожлантириш стратегиясида туризмнинг ЯИМдаги улушини 1,4 фоиздан 28 фоизга етказиш кутилмоқда.[22]

Бозор хизматларининг жадал ривожланиши ривожланган мамлакатларда шаклланган замонавий жаҳон тенденциялари талабларига жавоб беради. Яқин истиқболда пуллик хизматлар соҳасидаги бандлар сони юқори даражада ривожланган мамлакатлар даражасига яқинлашиши зарур. Ўсиш аввало, тармоқ структурасида мураккаб, яъни касбий хизматлар ялпи улушининг ошиши (аудит, маркетинг, ахборот хизматлари кўрсатиш) ҳисобидан юз беради.

Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг яна бир стратегик йўналиши - ушбу соҳада тадбиркорликни тараққий эттиришдан иборатдир. Хизматлар бозорида кўплаб кичик корхоналар вужудга келиши, улар томонидан ҳар хил турдаги хизматларнинг кўрсатилиши, бу хизматларга талаб ошиб бораётган шароитларда бозорни кўплаб хизматлар билан тўйинтиришни таъминлашга, хизматларга нарх сиёсатини мувофиқлаштиришга, самарали амал қилувчи рақобат муҳитини яратишга имкон беради.

Жаҳондаги ривожланган мамлакатлар амалиёти иқтисодий ўсиш мақсадларида таълим хизматлари бозорини ривожлантириш зарурлигини кўрсатади. Ривожланган мамлакатларда ходимларнинг билим ва малака даражасининг ошиши ижтимоий ишлаб чиқаришда меҳнат унумдорлигини ўсишини таъминлайди, бу эса, ўз навбатида, миллий даромаднинг 30 фоизгача кўпайишига олиб келади. Бизнингча, ҳозирги босқичда Ўзбекистонда таълим хизматларининг ривожланиши таълим тизими мураккаблик даражасининг ўсиши ва нодавлат таълим муассасалари тармоғининг шаклланиши билан боғликдир. 2000-2001 ўқув йилидан 2016-2017 ўқув йилигача Ўзбекистонда олий ўқув юртлари сони 60 тадан 72 тага, талабалар сони 183,6 тадан 288,5 мингтага кўпайди.

Шундай қилиб, Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари сифатида қуйидагиларни кўрсатиш мумкин:

- хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини, тармоқлар бўйича таркибий тузилмасини оптималлаштириш нуқтаи назаридан туризм хизматларини, таълим хизматларини, тиббий хизматларни, компьютер ва ахборот коммуникация соҳаларидаги хизматларни, аудит, маркетинг, молия, консалтинг ва ахборот хизматларини нисбатан тез суръатлар билан ривожлантириш;
- хизмат кўрсатиш соҳасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш.
- хизматларни кенгайтириш, янги хизмат турларини йўлга қўйиш бўйича илғор тажрибаларни жорий этиш.

[22] Ўзбекистон Республикасининг 2035-йилгача ривожланиш Стратегиясининг концепцияси. Расмий сайт: uzbekistan2035.uz/uz.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ № 4947-сонли Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун хужжатлари тўплами, 2017 йил 6-сон.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2018 йил 28 декабрь. uza.uz.
3. Халқаро савдо ташкилоти маълумотлари. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm
4. Ўзбекистон Республикасининг 2035-йилгача ривожланиш Стратегиясининг концепцияси. Расмий сайт: uzbekistan2035.uz/uz.
5. Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитасининг расмий сайти./ Кириш йўли: www.stat.uz.

Sattorova Zuhra Ilhamovna, assistant professor
Khamitov Mansurkhon Jamshedovich, student
Samarkand Institute of Economics and Service, Samarkand city, Uzbekistan

IMPLEMENTATION OF STRUCTURAL CHANGES IN THE SERVICE SECTOR IN THE CONTEXT OF ECONOMIC MODERNIZATION: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Annotation. The structural changes and reforms are quite relevant during the economic modernization to enhance the level of service sector. The prompt accepted reforms in service industry is a key factor to meet the demands while the range services are getting wider. In the period modernization, structural socio-economic development is a must-consider aspect of improving the range of needed services. As present-day problems in service market require innovation-based solutions to be in the same line with daily raising demand rate. To realize it, widespread use of modern methods and technological achievements must be conducted to the sphere of service. At the same time, highly-qualified specialists are needed to meet the case for used latest technologies.

Key words: service sector, reform, modernization, innovation, socio-economic development, service diversity, tech-based approach

Introduction

Today, enhancing the productivity in service industry is a complex process, by which many developing countries get faced sustained challenge in the period of modernization. Existing sectors are becoming more complex, fundamentally new ones appear, which make the way to structural changes in this term. Such kind of changes requires well-thought approach including market polymorphism of services, infrastructure and qualification of operating staff. According to the experience of developed countries, the complex of all these factors makes the essential way to find solutions to problems in service sectors.

Review

Modernization is renovation, bringing new requirements and indicators, enhancing technical and quality conditions. As service industry is a main part oa economy including the reproduction of various types of services by organizations and individuals as well. Almost 70% of GDP and the total number of employees are concerned in it, that makes service sector more important to consider on the country scale. If considering Uzbekistan economy, as of January 1, 2019, in the field services operated by 213.1 thousand enterprises and organizations. In their total structure, trade services accounted for 33.3%, accommodation and food - 9.3%, transportation and storage - 6.2%, information and communication - 3.3%, health care and social services - 3.2%, other types - 44.7%.For this, all related aspects and parameters should be under the deep attention to make the force to dynamical changes from structural body terms.

The service sector includes the most diverse areas of human activity: household services, financial services, science and scientific services, physical education and sports, hotel, tourist services, health services, education and transport, trade, insurance, consulting services, etc. Actually, there are quite enough problems in above-mentioned service sectors such as lack of competitiveness environment, deep root of monopoly, staffing (lack of qualified, competent personnel) and inaccessibility of information resources.

Not surprisingly, competitive environment is a key factor when it comes to service sectors. However, the impact of monopoly and red tape for starting entrepreneurs make it hard to liberate service market from anti-competitive environment. To solve this, anti-monopoly actions by government are needed to put all economic entitles in the same line for challenging up by servicing more and more.

By introduction of technology achievements, service industry get wider ranges of fields and sectors which require technology usage and appropriate staffs as well. At the same time, the number of qualified personnel is a must-consider feature in socio-economic fields. For this reason, personnel training should be conducted with the practice on working modernized technologies, instead of out-of-date theoretical paperwork processes.

New approach to old problems

Action strategy for five priority areas of development of Uzbekistan (in 2017-2021) is a result of a comprehensive analysis of the past stage in the country's development. Accepted government program make the right pathway to develop national economy by all means. When it comes to service sectors, the phased implementation of market reforms and a balanced monetary policy contributed to ensuring macroeconomic stability, high economic growth rates, creating opportunities and favorable conditions for increasing the number of organizations running the service industry. According to program, further strengthening the protection of rights and the priority role of private property, stimulating the development of small business and private entrepreneurship have become like a powerful bridge between the government and business entitles. A clear example of this, as of April 1, 2020, the specific gravity of enterprises and organizations engaged

in the service sector reached 65.7% while, comparing with in 2017, the specific gravity in GDP was 46,2%.

Conclusion

Further comprehensive development of the service sector is an important aspect of ensuring sustainable development of the economy, effective employment and raising the standard of living. Further ensuring sustainable economic growth through the creation of new jobs, improving investment, tax, monetary state policy, scientific technical policy and small business development using new information and communication technologies will contribute to qualitative structural shifts in the sectoral structure of market services. Actually, there should be competitive market environment, modernized tech-approach, personnel training institution, favorable conditions and government support, only then service industry will be on the way to develop and get wider.

References

1. *V.I. Vidyapin, G.P. Zhuravleva, S.S. Gulyamov- "Economic theory" 1999, "sharq"*
2. *"Economics:principles, problems view and the politics"- McConnell C.R. Brue S.L- 14th edition*
3. *Abroskin A. Services and economic development (methodological aspects of statistical analysis). Statistics Issues, 2011, no. 10 - p. 42*
4. *Bochan I.A. Global economy: textbook / I.A. Bochan, I.G. Mikhasyuk. - M .:, 2010. - 403 p.*
5. *Used web-sites:*
6. *https://lex.uz/ -legal information system of Uzbekistan*
7. *https://stat.uz/- State Statistic Committee of Uzbekistan*
8. *https://data.gov.uz/ru - open data portal of the Republic of Uzbekistan*

тех.ф.д.,проф. Ж.М. Қурбонов
МИ 220 гурух магистранти Н.А. Ражабов
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

САВДОДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СИФАТИ ВА УНИНГ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШ МЕХАНИЗМИНИНГ МОДЕЛИ

Ривожланиш моделларидан келиб чиқган ҳозирги вақтда Ўзбекистонда мавжуд хизматлар соҳаси инфратузилмаси ривожланишида айрим назарий-методологик муаммоларининг мавжудлигини кўрамиз.

Ўзбекистонда хизматлар соҳаси (расмий соҳаларда хизмат қилувчи) инфратузилмаси асосан ишлаб чиқариш, товар ва хом аше бозори, молия кредит муносабатларига, аҳолига ижтимоий хизмат кўрсатиш ва ахборот информация турлари гуруҳларига бўлинади. Ҳозирда, Ўзбекистонда хизматлар соҳаси (хизмат қилувчи) инфратузилма турлари амалиётда, барча меъёрий ҳужжатлар, тузилмаларда фойдаланиб келинмокда.

Худди шундай, хизматлар соҳаси асосини Ўзбекистон Республикаси фаолият турлари бўйича хизматлар таснифлагичи ташкил этади. Лекин, ушбу таснифлагич ва хизмат қилувчи инфратузилма орасида номутаносиблик мавжуд. Бунда турли хилдаги, кўп сонли хизматларни ўрганиш, улардан самарали фойдаланиш ва уларни ривожлантириш, янгиларини яратиш ва бошқаларда, уларни тартибга солиб таснифлаш муҳим ҳисобланади.

Маълумки, хизматлар соҳасида таснифлашнинг асосий мақсади, хизматларнинг умумий аломатларини аниқлаш, уларни алоҳида синфлари, гуруҳлар ва хилларга бирлаштириш йўли билан, умумий назарий нуқтаи назардан ўрганишга йўналтиришдир. Таснифнинг асосий шартларига: синфлар, гуруҳлар ва хилларнинг маънодош бўлиши, барча аломатларни ўз ичига олиши ва аломатларнинг такрорланмаслигини таъминлаш киради.

Таснифнинг бу шартларидан келиб чиқадиган бўлсак, ҳозирги вақтда хизматлар таснифининг умумий тан олинган таснифи мавжуд эмас. Мавжуд таснифлагичларда, жумладан 2006 йилда расмий нашр этилган Ўзбекистон Республикаси фаолият турлари бўйича хизматларнинг таснифлагичида [1] ҳам умумий ёндашиш ва илмий асослашнинг сустлиги намоён бўлаяпти. Чунки, таснифлагич Европа иқтисодий жамияти фаолият турлари маҳсулотлари статистик таснифлагичи асосида яратилганки, унда таснифлагич тузиш асосий методологик принципи, бу хизматларнинг ишлаб чиқаришдан келиб чиқишига ёндашилган. Бунда 6 белги даражасида маҳсулот, 4 белги даража-сида иқтисодий фолият инобатга олинган. Кейинги 7чи, 8чи, 9чи белгилари кейинги типи, хили ва хил ости даражасидаги хизматлар таснифи билан давом этади [1].Фаолият турлари бўйича хизматлар таснифлагичи тузилмаси идентификацияси ва номларидан иерархик тизими ва кетма - кет харфлар ва сонлар орқали кодлашдан фойдаланишган[3]. Таснифлагичда жами 400 га яқин хизматлар турлари: гуруҳлар секцияда, секция ости, гуруҳлар, синфлар, разрядлар, разряд остки, типлар, хиллар, хил ости даражада берилган.

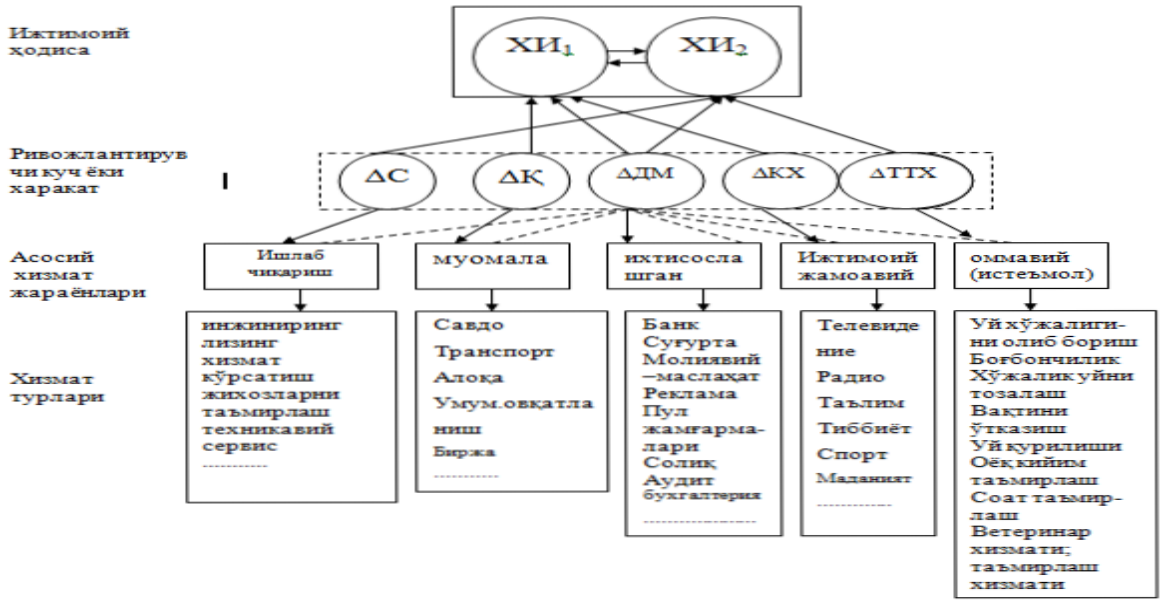
Умуман олганда, иерархик метод: йўналиш, гуруҳлар, гуруҳ ости гуруҳлари, тури ва турдошлар тизимидан фойдаланиб 5та маҳсулот ишлаб чиқариш ва 12 та хизматлар, жами 17 та йўналиш гуруҳлардан фойдаланилган. Иерархик методда таснифлашнинг бошқа давлатлар бўйича таҳлили шуни кўрсатдики: АҚШ ва Канадада 7 та, Европа давлатларида 10 та, Россияда 13 та йўналиш гуруҳлардан таснифлагичларда фойдаланилган.

Таснифлаш методологияси бўйича олиб борилган хизматлар соҳаси таҳлили натижалари шуни кўрсатдики, яратилган таснифлагичлар асосан амалиёт учун, маҳсулотлар ва хизматларни каталоглари, меъёрий ҳужжатлари учун, статистик маълумотларни агрегирлаш, иқтисодий статистик таҳлил, ташкилотлар кунлик иқтисодий амалиётга мўлжалланган.

Таснифлашда унинг келиб чиқиши йўналиш гуруҳининг асосий кўрсаткичи, илмий келиб чиқиш механизми бир бутун талаб ва таклифдан, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилар муносабатидан эканлиги кўрсатилмаган. Шунинг учун уларни тизимли механизмини ўрганиш, тушуниш, пастки даражаларда хизмат турларини қайси гуруҳларда бўлишини аниқлаш ва

бошқалар мураккаблашган. Хизматлар соҳаси хизматлар турларининг таснифлагичининг янги моделини тузишдан олдин олиб борилган назарий методологик изланишлар шуни кўрсатдики, барча хизматлар асосини унинг бош қатнашувчилари, хизматлар истеъмолчилари ва уларни ишлаб чиқарувчилари орасидаги муносабат ташкил этади ва бу муносабатларни харакатлантирувчиси бўлиб асосий иқтисодий кўраткичлар фарқи ташкил этади. Адабиётларда келтирилган фикрлардан келиб чиқган ҳолда, биз хизматлар соҳаси хизматлар гуруҳларининг 1-расмда келтирилган таснифлагич моделини таклиф этамиз. Ушбу таснифлагич моделида биз хизмат истеъмолчиси ($ХИ_1$) ва хизматларни ишлаб чиқарувчилари ($ХИ_2$) ўртасидаги муносабатни ижтимоий ҳодиса деб, бу муносабат ҳар қандай хизматларнинг асосини ташкил этади.Ушбу ўзаро муносабатларни ривожлантирувчилари ёки ҳаракатлантирувчи омилларига: самарадорлик (ΔС), қониқарлилик даражаси (ΔҚ), давлат муносабати (ΔДМ), кўнгил ҳолати ва техник технологик ҳолат (ΔТТХ) кўрсаткичлари фарқи ташкил этади. Айнан шу омиллар асосида хизматлар соҳаси асосий жараёнларини фарқлашимиз мумкин. Буларга: ишлаб чиқариш, муомала (маҳсулотлар реализацияси), ихтисослашган, жамоавий ва оммавий, ижтимоий асосий хизматлар жараёнлари киради улар ўз ўрнида хизмат турларига, хилларига ва ҳ.к..ларга бўлинади.

Асосий хизмат жараёнларидан бири бўлган ишлаб чиқариш хизматларининг ҳаракатлантирувчи омили ΔС, самарадорлик фарқи ишлаб чиқаришга тўғридан тўғри таъсир кўрсатиб, шу билан бирга ишлаб чиқариш хизмат турларининг ҳаракатлантирувчи омилини ташкил этади. Худди шунингдек, ΔҚ-қониқарлилик даражаси бир томондан хизмат истеъмол-чиларига ва муомала хизматлар гуруҳига, ΔДМ - давлат муносабатлари



1-расм. Хизматлар соҳаси хизматлари таснифлагичи модели

фарқи кўрсаткичлари ҳам хизмат истеъмолчисига, ҳам хизматлар ишлаб чиқаришларига таъсир этиб, ихтисослашган асосий хизматлар турларини ривожлантиради (ёки ривожлантирмайди), ΔКХ инсонларнинг кўнгил ҳолати

кўрсаткичи эса ўз ўрнида хизматлар истеъмолчиларига жамоавий хизматлар турлари билан, ΔТТҲ-техник-технологик ҳолатларининг фарқи эса асосан ишлаб чиқариш ҳолатини белгилаш билан оммавий (истеъмол) хизматлар турларининг ривожланишига тўғридан тўғри таъсир кўрсатади. Ўз ўрнида хизматлар ҳаракат (ривожланиш) омиллари барча асосий хизматлар жараёнига билвосита (расмда пунктр чизиқлар) таъсир этади.

Ушбу моделдаги 5та асосий хизмат жараёнларини ҳозирги мавжуд расмий Ўзбекистон Республикаси фаолият турлари бўйича хизматлар таснифлагичи таркибидаги 7 та асосий хизмат жараёнларини мутаносибликда бирлаштирилса, ҳам назарий, хам илмий- амалий аҳамитяга эга бўлган бир бутун таснифлагичга эга бўлар эдик.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. “Сервис корхоналарини модернизациялаш ва уларда хизмат кўрсатиш самарадорлигини ошириш” монография Р.Ж.Курбанова. Т.:2013й.39бет
2. 2006 йил 12 май №0515 «Узстандарт» агентлиги.Ўзбекистон Республикаси фаолият турлари бўйича хизматларнинг таснифлагичи (ФТБХУТ) Ўз.ДТ 10:2006.
3. 2006 йил 12 май №0515 «Узстандарт» агентлиги.Ўзбекистон Республикаси фаолият турлари бўйича хизматларнинг таснифлагичи (ФТБХУТ) Ўз.ДТ 10:2006. 10бет

PhD Р.Ж. Курбанова
МИ 119 гуруҳ магистранти И.Амиров
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

АҚШ МИНТАҚАЛАРИНИНГ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШИНИ БАҲОЛАШ МЕТОДИКАСИНИНГ ЗАРУРИЯТИ (PORTFOLIO INNOVATION INDEX, PII)

Минтақаларнинг инновацион ривожланишининг долзарблиги икки ички (мамлакат ҳудудининг иқтисодий мувозанатли ривожланишини таъминлаш зарурати) ва ташқи муаммолар билан белгиланади. Мамлакатнинг инновацион ривожланишини рағбатлантиришга қаратилган иқтисодий сиёсат усулларини танлашда мамлакат ҳудудларининг янги технологияларини яратиш ёки қарз олишда уларнинг имкониятларини аниқлаш учун уларнинг инновацион ривожланишини кузатиб бориш ўта муҳимдир.

Бу масала бўйича минтақаларнинг ҳалқаро амалиётида инновацион ривожланиш кўрсаткичларини яратиш бўйича катта тажриба тўпланган. Мамлакатларнинг инновацион ривожланишининг энг таниқли рейтинглари The European Innovation Scoreboard (EIS, Европанинг Инновацион тадқиқотлари), The International Innovation Index (III Халқаро инновациялар индекси), The Global Competitiveness Index (GCI, Халқаро рақобатдошлик индекси), The

Global Innovation Index (GII, Халқаро инновациялар индекси) ларидан иборатдир. Инновацияларни минтақавий даражада ривожлантириш АҚШ (Portfolio innovation index, PII) нинг инновацион баҳолаш методикасидан кўп фойдаланилади.

АҚШдаги ҳудудларнинг инновацион ривожланишини ўлчаш тизими бошқа давлатлардан бир оз фарқ қилади. Америка минтақалари (штатлари ва округлари) нинг инновацион ривожланишнинг комплекс кўрсаткичи (PII, Portfolio innovation index) бир қатор Америка тадқиқот марказлари томонидан АҚШнинг иқтисодий ривожланишни бошқарувчи Савдо вазирлиги ташаббуси билан минтақанинг иқтисодиётини кучли ва заиф томонларини аниқлаш учун ишлаб чиқилган. Ушбу кўрсаткич тўртта блокдан иборат бўлиб, уларнинг ҳар бирига турли хилдаги:инсон капитали (30%), иқтисодий динамикаси (30%), маҳсулдорлик ва бандлик (30%) ва фаровонлик (10%) коэффициентлардан иборатдир. Ҳар бир блок таркибини 5 дан 7 гача кўрсаткичларни ўз ичига олади

Инсон капитали индекслари (Human Capital Sub-Index, input, HCS) аҳолининг маълумот даражаси, ўсиш даражаси ва бандлигини тавсифловчи 5 кўрсаткичдан иборат бўлиб, уларнинг коеффициентлари салмоғи бир хил - 0,2 га тенг ва қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$HCS_{dis} = 100x \sum_{i=1}^{5} 0{,}2 \frac{\rho_i^{\tau CS}}{\rho_i^{USA}}$$

Бу ерда: ρ_i^{USA} –АҚШ бўйича i- нинг ўртача кўрсаткичи.

“Иқтисодиёт динамика” (Economics Dynamics Sub-Index, input, EDS)си кичик индекслари тадқиқот ва ишланмаларни, инвестицияларни ва 10,000 иш ўринлари учун муассасаларни тавсифловчи 7 кўрсаткичдан иборат бўлиб, қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$EDS_{dis} = 100x \sum_{i=1}^{3} 0{,}2 \frac{\rho_i^{EDS}}{\rho_i^{USA}} + \sum_{i=4}^{7} 0{,}1 \frac{\rho_i^{EDS}}{\rho_i^{USA}}$$

"Бандлик ва маҳсулдорлик" индекси ((Productivity and Employment Sub-Index, output, PES) 5 кўрсаткичдан иборат бўлиб, уларнинг учтасига 0,25 коеффиwиентлари берилган; иккитаси - 0,125. PES қисман инновациядан иқтисодий ўсишни тавсифлайди ва қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$PES_{dis} = 100x(\sum_{i=1}^{4} 0{,}25 \frac{\rho_i^{PES}}{\rho_i^{USA}} + \sum_{i=1}^{4} 0{,}125 \frac{\rho_i^{PES}}{\rho_i^{USA}}$$

Иқтисодий фаровонлик индекси (Economic Well-Being SubIndex, output, EWS) 6 кўрсаткичдан иборат бўлиб, уларнинг тўрттасига 0,2 коэффициент берилади; иккита - 0,1, қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$EWS_{dis} = 100x(\sum_{i=1}^{4} 0{,}2 \frac{\rho_i^{EWS}}{\rho_i^{USA}} + \sum_{i=1}^{6} 0{,}125 \frac{\rho_i^{EWS}}{\rho_i^{USA}}$$

Инновацион ривожланишнинг комплекс кўрсаткичи қуйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$P_{dis} = 0{,}3xHCS + 0{,}3xEDS + 0{,}3xPES + 0{,}1 \text{ 数}EWS$$

PII асосида АҚШнинг 3000 дан ортиқ минтақалари таҳлил қилинади ва уларнинг нисбий инновawион ривожланиш даражаси асосида ҳудудларнинг бешта гуруҳи ажратилади (1-жадвал).

АҚШ минтақалари гуруҳларини уларнинг инноватсион ривожланиш даражасига қараб тақсимланиши

Мезонлари	110%дан юқори	100-110%	90-100%	80-90%	80%дан паст	Кўрсаткичлар мавжуд эмас
Туманларнинг миқдори	53	75	229	1001	1748	5

RIS ва и PII индексларининг таркиби шундан иборатки, улар иккала инновацион ресурсларни (киришлар) ва унинг натижаларини (натижаларини) бирлаштиради. Кўпсатилган тартиби бўйича етакчи минтақалар ресурслар ва натижалар бўйича пастки индекслар бўйича юқори балларни ҳам бирлаштирадилар. Бироқ, кўп ҳолатларда ушбу шарт бажарилмаслиги ҳам мумкин. Чунки, минтақа ресурс пастки индекслари учун юқори ва натижалар учун паст қийматга эга бўлиши мумкин. Бундан хулоса шуки, яратилган имкониятлардан тўлиқ фойдаланмасликни олиб келади.

Юқорида кўрсатилган Қўшма Штатлардаги минтақаларнинг инновацион ривожланиш кўрсаткичларини яратиш усуллари илмий асосланган ва етарлича синовдан ўтган, улардан Ўзбекистон минтақаларининг инновацион ривожланишини баҳолаш тизимини яратишда бошланғич нуқта сифатида ишлатишга имкон беради.

SamIS i.f.n., dotsent Sh.A.Sultonov,
MI-119 guruh magistri Sh.N.Mirzayeva,
MI-119 guruh magistri M.A.Abduvoxidov

PANDIMIYA SHAROITIDA XIZMATLAR SOHASINING MILLIY IQTISODIYOT TIZIMIDAGI O‘RNI

Hozirgi raqamli iqtisodiyot sharoitida amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohatlar milliy iqtisodiyotning samaradorligini oshirishga qaratilishi lozim bo‘ladi. Uning tarkibiy qismi bo‘lib hisoblangan xizmatlar sohasini rivojlantirish aholining hayot sifatini oshirish, uning turli xildagi talablarini qondirish muhim yo‘nalishlardan biri bo‘lib hisoblanadi.

Tahlillar shundan dalolat beradiki, hozirgi kunda xizmatlar sohasi faoliyati bilan shug‘ullanuvchi korxona va tashkilotlar hamda yakka tartibdagi tadbirkorlar faoliyati davlat iqtisodiyotiga katta hissa qo‘shmoqda. Rivojlangan bozor iqtisodiyotli davlatlarda xizmatlar sohasiga yalpi ichki mahsulotning yarmidan ko‘prog‘i to‘g‘ri

keladi. Xizmatlar faoliyatini rivojlantirish orqali mamlakatning iqtisodiy qudratini oshirish, hamda aholining mehnat bandligini taminlash mumkin bo‘ladi. Masalan 1997 yilda AQShda xizmatlar sohasida mehnatga layoqatli aholining 72,0%, Italiya va Shvesariyada 60,5%, Rossiyada 50,0% band bo‘lgan.

O‘tgan asrning 80-yillar o‘rtalariga kelib xizmatlar ko‘rsatish sohasida ayrim muammolarga duch keldi. Yani aholining xizmat ko‘rsatish ehtiyoji yuqori bo‘lsada, ushbu turdagi xizmatlarga bo‘lgan talab kamaya boshladi. Talabning kamayishi o‘z navbatida xizmatlar narxlarining keskin darajada oshishiga olib keldi. Xizmatlarni amalga oshiruvchi soxa xodimlarining o‘zlari ham iste’molchilar talablarini to‘liq qondira olmasliklarini yaxshi tushunar edilar. Bunday holatlarning vujudga kelish sabablaridan asosiylari, turli xil materiallarning yetishmasligi, xizmatlar ko‘rsatish sohasi korxonalardagi texnik xizmatlar ko‘rsatish, takomillashmagan va boshqa bir qator obektiv sabablarning vujudga kelishi hisoblanadi.

Albatta bunday holatda xizmatlar faoliyatini amalga oshiruvchilar xizmatlar sifati va madaniyatini oshirish zarurligini tushuna boshladilar.

Iste’molchilarga yangi sifatdagi xizmatlarni taklif etuvchilardan birinchisi bo‘lib, turli maishiy xizmatlar ko‘rsatuvchi kooperativlarni keltirish mumkin. Ularning vujudga kelishi bilan aholiga maishiy xizmatlar ko‘rsatish sohasida qayta qurish boshlandi desak mubolag‘a bo‘lmaydi.

Aholining kooperativlar va yakka tartibdagi tadbirkorlar faoliyatiga qiziqishi asta sekin ortib bordi. Chunki ular tomonidan amalga oshirilayotgan xizmatlar soni va sifati davlat korxonalaridan ancha yuqori edi.

Kooperativlarning keskin ravishda oshishi davlat korxona va tashkilotlari, muassasalardan bo‘shaganlar va boshqalar uchun qo‘shimcha ish joylarini tashkil etdi. Undan tashqari kooperativ xizmatlar korxonalarining o‘ziga xos xususiyatlari shundan iborat ediki, ulardagi xodimlarning mehnat natijalariga kiziqishlari baland edi. Yangi kooperativi faoliyati natijasida olingan daromad qancha yuqori bo‘lsa xodimlar daromadlari ham sezilarli ravishda yuqori bo‘lgan.

Kooperativ xizmatlar korxanalarinig o‘ziga xos afzalliklaridan biri shundan iborat ediki ular o‘zlari kerakli faoliyat turini, ko‘rsatiladigan xizmatlar assortimentini talabga bog‘liq holda o‘zgartirish, naqd pulga kerakli materiallarni sotib olish, xizmatlar narxlarini oshirish yoki kamaytirish imkoniyatlariga ega bo‘lishgan. Davlat korxonalarida esa bunday imkoniyatlar bo‘lmagan.

Lekin davlat korxonalarining kooperativ korxonalariga qaraganda afzalliklari ham mavjud bo‘lgan. Ulardan eng asosiysi shundan iborat ediki, kooperativlar binolar va asbob-uskunalarni o‘z mablag‘lari hisobiga harid qilishsalarda, davlat korxonalari rejaga tegishli ravishda moliyalashtirilgan, undan tashqari kooperativlar ixtiyorida eski asbob-uskunalar mavjud bo‘lib, ular buyurtmalarni o‘z vaqtida bajarish borasida ma’lum qiyinchiliklarni boshlaridan kechirishgan. Shunga qaramasdan kooperativlarda ish xaqining miqdori davlat korxonalaridagiga qaraganda yuqori bo‘lgan.

Kooperativlarning ayrimlarida kamchiliklar mavjud bulgan, ya’ni ish xaqining bir qismi kooperativni rivojlantirish fondiga yunaltirilgan. Kooperativlarning

ayrimlari xizmatlar takchilligini bilgan xolda, ularning baxolarini asossiz ravishda oshirish hisobida kushimcha daromadlarga ega bo‘lishganlar.

Yuqorida qayt qilingan kamchiliklarga qaramasdan kooperativlar mamlakat xayotida muhim ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lishganlar, ya’ni ular uydagi kam unumli bo‘lgan mehnatni kamaytirish evaziga iste’molchilarning bo‘sh vaqtlarini oshirishga erishganlar.

O‘sha davr tadqiqotlari shundan dalolat beradiki, kooperativlar davlat korxonalariga qaraganda ancha tez va samarali faoliyat yuritishganlar.

Kooperativlarning keyingi muhim ijtimoiy-ahamiyatli funksiyalaridan biri bo‘lib, aholining yakka tartibdagi talablariga ta’luqli ravishda xizmatlar assortimentini oshirish, ularning talablarini to‘laroq qondirishdan iborat edi. Natijada maishiy xizmatlarga bo‘lgan talablar qondirila boshlandi (ijtimoiy funksiya) va yalpi ijtimoiy mahsulotdagi shaxsiy iste’mol fondi oshdi. Bu o‘z navbatida bozorning qisman sog‘lomlantirilishiga olib keldi (iktisodiy funksiya).

Yuqorida qayd qilingan ijobiy xulosalarga qaramasdan o‘sha davrlarda maishiy xizmatlar ko‘rsatish darajasining rivojlanishi aholi talabidan ancha ortda qolgan edi. Rivojlanib borayotgan kooperativlar ham aholining barcha xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojinini qondira olmasdi. O‘sha davrlarda sotsiologik tadqiqotlari shundan dalolat berardiki, XX asrning 80-yillari oxiriga kelib, mamlakat miqyosida aholining maishiy xizmatlarga bo‘lgan talabi 30-40 % qondirilgan xolos.

Xizmatlar ko‘rsatishning bunday past madaniyati va sifati darajasining sabablari kooperativlarning tashkiliy tuzilmasidan kelib chiqqan. Faoliyatdagi xaqiqiy kamchiliklar va ichki muommolardan tashkari, kooperativ harakatning rivojlanishini to‘xtatib turgan asosiy omillardan biri bo‘lib, bir tomondan iste’molchilar tomonidan ularga unchalik ishonmaslik bo‘lsa, ikkinchi tomondan, turli vazirlik va idoralar raxbarlarinining salbiy munosabatlari hisoblanadi. Ya’ni birinchi holatda aholining ijtimoiy kelib chiqishi deb hisoblasak, ikkinchi holatda boshqaruvning byurokratik tizimi natijasidir.

Kooperativlarning rivojlanishi xizmat ko‘rsatish sohasidagi mavjud muommolarni yecha olmasdi, chunki ular maishiy xizmatlar ko‘rsatish faoliyatining bir kismi hisoblangan.

Shunga qaramasdan har qanday shakldagi kooperativlar xizmatlar faoliyatini tashkil qilishning qulay shakllaridan hisoblangan va o‘z o‘zini qoplash, o‘z o‘zini boshqarish prinsplariga asoslangan.

Hozirgi kunga kelib respublikamizda kooperativlarning qulay va to‘g‘ri keladigan shakllaridan biri bo‘lib, uy-joy mulkdorlari shirkatlari xo‘jaliklari hisoblanadi. Ushbu shirkatlar oldidagi maqsad foyda olish emas, balki xizmatlar faoliyatini faqat xizmatlar iste’molchilaring talablarini qondirishga qaratish hisoblanadi.

Uy joy mulkdorlari shirkatlarida xizmatlar ko‘rsatish xodimlari muommosi osonlikcha yechiladi. Chunki ushbu faoliyatga nafaqaga chiqqanlar, yosh bolali ayollar va o‘smirlarni jalb qilish mumkin. To‘liqsiz ish kunida ishlash mumkin. Bu o‘z navbatida yuqorida qayt qilingan toifadagilar uchun o‘ta qulay hisoblanadi.

Kooperativ formani madaniy-maishiy xizmatlar koʻrsatishning oila oʻrtasidagi va ijtimoiy shakllari oʻrtasidagi oraliq sifatida koʻrish mumkin. Bu oʻz navbatida xizmatlar koʻrsatishning barcha tizimini ratsional tashkil etish imkonini beradi.

Hozirgi sharoitda xizmatlar faoliyati va xizmatlarga boʻlgan talab birinchi navbatda sanoat ishlab chiqarishning rivojlanishi va aholi harid qobiliyatining oshishiga bogʻliqdir.Sanoat korxonalari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulot xizmatlar tashkilotlari tomonidan taʼmirlash va texnik xizmatlar koʻrsatish boʻyicha xizmatlarning obʼekti boʻlib hisoblanadi. Ishlab chiqarish va savdoning rivojlanishi auditorlik, axborot, tibbiy va boshqa xizmatlar turlarini taqazo etadi. Yaʼni ishlab chiqarishning rivojlanishi xizmatlar faoliyatining rivojlanishiga turtki beradi va teskari, uning past darajasi xizmatlar faoliyatining ham taaluqli darajasini belgilaydi.

Mamlakatimiz mustaqillikka erishgandan soʻng amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohatlar negizida vujudga kelayotgan yangi iqtisodiy munosabatlar xizmatlar faoliyatini rivojlantirish uchun qulay imkoniyatlar yaratdi. Yaʼni iqtisodiy islohatlar xizmatlar tashkilotlari faoliyatlarini takomillashtirish, yangi xizmatlar koʻrsatish shakllari va usullarining vujudga kelishiga imkoniyat yaratdi.

Bugungi kunga kelib xizmatlar faoliyati iqtisodiy jihatdan ishlab chiqarishga qaraganda samarali boʻlib bormoqda, chunki xizmatlar korxonalarida moliyaviy mablagʻlarning aylanishi ham tezroq, va eng asosiysi dastlabki faoliyatni boshlash uchun kam sarmoyalar talab etiladi.

Rivojlangan bozor iqtisodiyotli davlatlar tajribasiga tayangan holda, respublikamizda kichik biznes va tadbirkorlik oxirgi yillar mobaynida jadal suʼratlar bilan rivojlanib bormoqda. Albatta bu xizmatlar faoliyatini chetlab oʻtmadi. Xizmat koʻrsatish sohasidagi kichik korxonalari bozor konʼyunkturasi talablari va iqtisodiy muhitning oʻzgarishiga sanoat korxonalariga qaraganda tez moslashish qobiliyatlariga egadirlar.

Iqtisodiyotimiz rivojlanishining hozirgi bosqichida xizmatlar soni va sifatiga qoʻyilayotgan talablar oshib bormoqda. Rivojlangan davlatlar tajribasining koʻllanilishi xizmatlarga boʻlgan talabning oshishiga olib keldi. Bu oʻz navbatida isteʼmol bozori strukturasida oʻzgarishlarni vujudga keltiradi. Aholining ayrim qatlamlari moddiy farovonligining oshishi natijasida xizmatlarga oʻzlarining talablari va ehtiyojlari mavjud boʻlgan isteʼmolchilarning yangi kategoriyasi vujudga keldi. Moddiy jihatdan taʼminlangan isteʼmolchilar oʻzlarining xayot qulayliklarini oshirishni taʼminlaydigan turli assortimentdagi xizmatlarga katta talabgorlar hisoblanishadilar. Shu sababli ayrim xizmat koʻrsatish sohasidagi kichik korxonalar oʻz faoliyatlarini aynan aholining shu tabaqalari ehtiyojlarini qondirishga qaratdilar.

Xizmat koʻrsatish korxonalari koʻproq eʼtiborni isteʼmolchilarning yakka tartibdagi ehtiyojlarini qondirishga qarata boshlashdilar. Chunki bunday yoʻl tutishga ularni sohada vujudga kelayotgan raqobat muhiti majbur qiladi. Raqobat oʻz navbatida xizmatning sifatiga qattiq talablar qoʻyadi. Lekin shuni taʼkidlash joizki, bizda hozir toʻliq raqobat muhiti xizmat koʻrsatish sohasida yaratilgan emas.

Raqobat muxitining yaratilishi Oʻzbekistondagi xizmatlar korxonalari ishini rivojlantirish va takomillashtirish, yangi haridorlarni topish, aholining taʼminlangan

va kam ta’minlangan qatlamlari uchun xizmatlar assortimentini taaluqli narxlarda shakllantirish uchun qo‘shimcha dastak bo‘lishi shubxasizdir.

Yuqorida qayt qilingan omillar xizmatlar bozorini rekonstruksiya qilinishini ta’minlaydi. Natijada xizmatlar korxonalari faoliyatlari manzilligini aniqlaydi. Ya’ni bir tomondan yakka tartibdagi iste’molchilarning hozirgi davrdagi talablarini qondiruvchi,ikkinchi tomondan tashkilotlarning (bank xizmatlari, axborot xizmatlari, sayyohlik xizmatlari, shaxsiy, axborot, moliyaviy xavfsizlikni qo‘riqlash xizmatlari) ehtiyojlarini qondiruvchi xizmatlar xizmatlarining yangi yo‘nalishlari vujudga keldi.

Oxirgi yillarda respublikamizda aholiga pullik xizmatlar ko‘rsatish tarkibida maishiy xizmatlar ko‘rsatish hissasi kamaydi, lekin aloqa xizmatlari, tibbiy xizmatlar oshmoqda.

Maishiy xizmatlarga talabning kamayish sabablaridan biri bo‘lib, ular tomonidan ko‘rsatiladigan xizmatlar narxlarining balandligi hisoblanadi. Shu sababli aholining ko‘pchik qismi kiyimlarni kimiyoviy tozalash korxonalariga topshirishdan ko‘ra uyda yuvishni afzal ko‘rishadilar. Keyingi sabablarga iste’mol qilinishi oson bo‘lgan chet ellarda ishlab chiqarilgan mahsulotlarning ichki bozorimizda ko‘payishi hisoblanadi.Undan tashqari tovar taqchilligining yo‘qolishi kiyim-kechaklarni yakka tartibda tikish va ta’mirlash bo‘yicha xizmatlarni kamaytirdi.

Bir vaqtning o‘zida tovar ishlab chiqarishning rivojlanishi ularga xizmatlar ko‘rsatish va ta’mirlash bilan bog‘liq bo‘lgan xizmatlarga talabning oshishini rag‘batlantirdi. Jumladan, respublikamizda avtomobil ishlab chiqarilish yo‘lga qo‘yilgandan so‘ng, turli xildagi avtomobillarga xizmatlar ko‘rsatish va ta’mirlash shaxobchalari soni, ulardagi xizmatlar soni keskin ko‘paydi. Yoki yana bir misol, yangi va qo‘llanishi oson bo‘lgan fotoapparatlarning paydo bo‘lishi, fotografiya xizmatlarini ko‘rsatuvchi korxonalarda fotosu’ratlarni chiqarish va ko‘paytirish bo‘yicha talabning oshishiga olib keldi.

Respublikamiz ichki bozorida chet ellarda ishlab chiqarilgan yuqori sifatli mollarning ko‘payishi xizmatlarning ommaviy tus olishi uchun shart-sharoit yaratib berdi. Ushbu xizmat turlariga haridorlarga sotishdan keyingi xizmatlar ko‘rsatish, bepul ma’lumot-konsultatsiyalar berish, maishiy asbob-uskunalar va mashinalarga kafolat vaqtida va kafolat vaqtidan keyigi texnik ta’mirlash va texnik xizmatlar ko‘rsatish kabilar kiradi. Ushbu turdagi xizmatlarga talab texnik jihatdan qiyin mollarning paydo bo‘lishi bilan vujudga keldi.

Саттарова З.И. ст. преподаватель СамЭиС

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ КАК НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫЙ ВИД ТУРИЗМА

Узбекистан, несомненно, обладает огромным туристическим потенциалом, но в настоящее время он недостаточно эффективно используется. Это подтверждается тем, что по Рейтингу конкурентоспособности стран по туризму, в котором определены 140 туристских дестинаций, имеющих наиболее высокий уровень привлекательности (культурные ресурсы, доступная

инфраструктура, цена туристских продуктов, уровень безопасности, международная открытость), в число которых Узбекистан не входит. Одной из главных проблем в туризме Узбекистана является диверсификация туров, нехватка новых туристических продуктов, качественно отличных от прежних, отсутствия соответствующей современной туристической инфраструктуры.

Наибольшей популярностью в настоящее время пользуется культурный туризм. Примерно до 80-х годов прошлого столетия культурный туризм занимал относительно незначительную нишу на туристском рынке. Сегодня культурный туризм является главной направленностью массовой туристской активности. Мировая туристская организация оценила масштабы этой деятельности в 2015 г. на уровне 40% от всего числа поездок (в 1995 г. - 37%), а ее ежегодный рост - на уровне 15 %.

Культурный туризм может рассматриваться не только как один из видов туризма, но и в качестве экспортной стратегии развития сферы культуры города, в тесной взаимосвязи с развитием городской территории.

Определений культурного туризма много, но обобщив их, можно заключить, что культурный туризм имеет целью знакомство с такими особенностями и местами, которые формируют культуру и специфику той или иной страны. Причем объектами привлекательности являются не только культурный ландшафт местности, искусство, культурное и историческое наследие, но и образ жизни людей, живущих в этом регионе, традиции, социальная среда и др. Например, одна из самых авторитетных организаций в области культуры - Международный совет по охране памятников и достопримечательностей (ICOMOS) дает очень развернутое определение культурного туризма, основываясь на ценностях и характеристиках как прошлого наследия местности, так и настоящих ценностей и характеристик.

Так, культурный туризм – это форма туризма, цель которого состоит в знакомстве с культурой и культурной средой места посещения, включая ландшафт, знакомство с традициями жителей и их образом жизни, художественной культурой и искусством, различными формами проведения досуга местных жителей. Культурный туризм может включать посещение культурных мероприятий, музеев, объектов культурного наследия, контакты с местными жителями23. (ICOMOS, International Tourism Charter, 2002). В связи с этим для любого человека, культурный туризм – это не просто возможность познакомиться с неким объектом культуры, но и понять его интерпретацию, познать через окружение новые смыслы, оценить контекст (ощутить атмосферу места), другими словами, познать неосязаемую культуру места и его жителей.

Таким образом, туризм становится устойчивым элементом досуговой активности личности и способствует сохранению культурного наследия, обмену культурной информацией.

[23] Cultural Tourism is essentially that form of tourism that focuses on the culture, and the cultural environments including landscapes of the destination, the values and lifestyles, heritage, visual and performing arts, industries, traditions, and leisure pursuits of the local destination or host community. It can include attendance at cultural events, visits to museums and heritage places and mixing with local people. (ICOMOS, International Tourism Charter, 2002)

В связи с ускорившимся темпом жизни, когда на глазах одного поколения кардинально меняется уклад жизни, увеличивается число людей,«не поспевающих» за изменениями, испытывающими дискомфорт в современных условиях, или сожалеющих об утрате корней, прерывании традиций. Растущая по остроте и по количеству испытывающих ее людей ностальгия по прошлому стимулирует посещение мест, для одних создающих условия для «эмоционального» отдыха, поскольку сохранили черты и/или ассоциируются с приятными жизненными воспоминаниями, для других - являющихся формой поддержания связей с традициями, подпитки «корней» С ростом искушенности туристов растет их неудовлетворенность обезличенным стандартным туристским предложением, не учитывающим индивидуальных запросов и поэтому не обеспечивающим получения эмоционально ярких, надолго запоминающихся и значимых по смыслу, как показывают исследования, 40% культурного потребления имеет место во время отпусков и праздничных дней впечатлений. Современный турист предъявляет спрос на получение уникального опыта, в высокой степени ориентированного на его индивидуальные возможности, способности и потребность в творческом самовыражении своей индивидуальности

Для успешной реализации этой задачи необходимо создать неповторимый имидж, помогающий нашему региону дифференцировать себя, отличаться чем-то особенным от других не менее привлекательных туристических центров Узбекистана, в том числе за счет ценнейшего культурного наследия своей территории. Необходимо развивать культурный туризм именно как отдельное, самостоятельное направление в туризме, а не как дополнительный бонус к историческому, религиозному, развлекательным и другим видам туризма. Исторические памятники, красивый пейзаж, высокие горы, великолепные озѐра — все это есть во многих странах, и в какой-то степени уже потеряли большой интерес у туристов, которые ищут новшества в своих путешествиях. И мы должны предложить им это «что-то новое»: не только познакомить с уникальными традициями и обычаями нашего народа, а сделать их свидетелями и даже участниками красочных традиционных праздников, фестивалей, гуляний, обрядов; научить их местным ремеслам, готовить национальные блюда и т. п.

Для определения спроса на культурные туры среди иностранных туристов посетивших Узбекистан, группой ученых СамИЭС было проведено маркетинговое исследование , путем анкетного опроса иностранных туристов посетивших Самарканд. В опросе приняли участие 1600 человек, 39% из которых составили женщины, 56% - мужчины. Основным мотивом посещения Узбекистана иностранными туристами является интерес к истории и культуре, образу жизни, возможности обмена взглядами с жителями, перспектива увидеть «неизвестную» страну. И «в подобные туры» изъявили желание отправиться 68,3 % опрошенных. Отметили что к приезду в нашу страну туристы готовятся минимум 3-11 месяцев – 57 % респондентов. 47,5 % респондентов отметили что в групповых турах приезжают люди старшего поколения. Увеличивается

количество индивидуальных туристов – 20,2 % респондентов это туристы, заказавшие индивидуальный тур. Эти туристы, конечно заранее изучают информацию о нашей стране. На выбор посещения нашей страны повлияли такие факторы, такие как «безопасность путешествий по Узбекистану»- (24,6 %), «привлекательные цены» (20,2%) и «посты об Узбекистане в социальных сетях», «самобытность и культура Узбекистана, описанная в путеводителях, рекламных проспектах туристских фирм, телевизионных программах» - (56%) . Это говорит о том, что все больше молодых и пожилых людей преодолевают пространственные барьеры в надежде приобщиться к иной культуре, получить новые знания и впечатления. При этом 91 % респондентов считают, что информационных (в первую очередь этнографических и культурных путеводителей) и рекламных материалов явно недостаточно» . Хотя основную информацию об Узбекистане туристы берут из путеводителей - (52,9 %), сайтов туристских агентств – (30,3 %), сайтов по бронированию гостиниц (Expedia, Booking.com и т.д.) (10.6%), обзор сайта (TripAdvisor и т. д.) (18.2%), социальных сетей (7,4 %). Из этого следует, что большой проблемой является недостаточная информированность потенциальных туристов о стране, в целом, и о туристском продукте в частности. Туристы не знают о существующих на территории Узбекистана культурных турах. Узбекистан практически не имеет постоянных туристических представительств за рубежом. И к сожалению, наша страна пока остается за пределами активной туристической карты. Нашу страну воспринимают как интересное, но неизведанное и небезопасное место. Этот факт подчеркивает, что Узбекистан недостаточно хорошо представлен на международном туристическом рынке, и это можно рассматривать как серьезную проблему и решать ее надо на государственном уровне.

Исследование позволило нам выявить также ряд общих проблем, тормозящих развитие туристской отрасли: неудовлетворительное развитие инфраструктуры (нет ресторанов где готовят блюда других национальных кухонь – (12% респондентов), нет ночных клубов , баров – (9,5 %), нет ресторанов с вегетарианской кухней - (11,8 %), нет кафе где подают свежезаваренное кофе – (17,2 %), проблемы транспортной доступности (не фиксированные цены на такси – (27,7 %), нет информации как забронировать и купить билет на поезд/расписание поездов – (20,8 %), нет информации как ловить такси – (18,8 %), нет постоянных стоянок такси); ограниченность кадровых ресурсов и отсутствие профессионализма у работников гостиничных и торговых комплексов - 76% респондентов отметили что работники не знают иностранные языки, низкий уровень сервиса, нет бесплатного Wi Fi – (46,5 %), нет указаний о расположении общественных туалетов – (28,5 %), нет информации о почтовых отделениях – (9,4 %) и прачечных за пределами гостиниц – (4,8 %), международных курьерских услуг доставки посылок – (3,8%). Эти проблемы способствует снижению туристского потока, доходности сферы туризма, а также снижают инвестиционную привлекательность туристской отрасли.

Культурный туризм, ориентированный на удовлетворение интересов как туристов, так и местного сообщества должен активно вовлекать местное население, государственные и местные органы, сферу образования в решение проблем сферы культурного туризма. В качестве успешных проектов в данном направлении можно назвать опыт г.Бельвилля (Франция), где местные жители активно участвуют в сопровождении туристов в качестве гидов; разработаны туристические программы, которые вовлекают местных жителей в экскурсионную деятельность. Конечно, такие формы участия резидентов в культурном туризме всегда были и есть в Самарканде , но, скорее, они носят частный характер и пока не институционализированы. В связи с этим, необходимо проводить рекламные компании, информационные туры с привлечением специалистов по туризму, преподавателей и студентов соответствующих специальностей, так как туристы, основную информацию о местах пребывания во время путешествия по Узбекистану , получали от местных жителей, гидов - (35,1 %). А так же принимать активное участие с наглядными, красочными и просветительскими путеводителями в международных конференциях, выставках по туризму и в иных мероприятиях в целях популяризации культурного туризма. Так как 40,2 % респондентов основную информацию о местах пребывания во время путешествия по Узбекистану , получали из путеводителей . Несмотря на то, что практически любую информацию можно получить из печатных периодических изданий, художественной литературы и других источников, не стареет старая истина: «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Поэтому регион, заинтересованный в привлечении туристов, должен разумно планировать и развивать специальные программы и мероприятия, способствующие повышению интереса к его культуре, распространять информацию о своем культурном потенциале в расчете на привлечение потенциальных туристов.

Критерий новизны культурного турпродукта подразумевает ощущения необычности, нетрадиционности, нестандартности, отличности от собственной культуры. Ожидания потребителей связаны с переживаниями удивления, потрясения, восхищения, восторга от открытия нового. По мнению исследователей, конструкт новизны обладает четырьмя взаимосвязанными измерениями: волнение (thrill), уход от обыденности (change from routine), снятие скуки (boredom alleviation) и удивление.

С точки зрения удовлетворения потребности в новизне, культурный турпродукт Узбекистана отвечает этому требованию западного туриста, т.к. в нашей стране уникальная культура, богатейшая история, со всеми ее артефактами в виде национального костюма, национальной кухни, предметами, стилем и духом национального быта, фольклором и обрядовостью что всегда привлекало иностранцев. Узбекские рестораны популярные среди местного населения привлекают 25,7 % туристов . 70,6 % туристов предпочитают останавливаться в гостиницах национального стиля. Значительно возросло оформление национального дизайна и эстетики интерьеров в оформлении общественных мест, ресторанов, кафе, клубов, а также музыкальной,

визуальной и исполнительской культур. Местные жители открывают национальные дома, где предоставляют пакет услуг с мастер классами по приготовлению пищи, показом национальных и культовых обрядов местных жителей.

Еще раз подчеркнем, что именно жители города формируют впечатления от культуры и самобытности места, создают его атмосферу. Рост заинтересованности местного населения в создании культурных благ, является необходимым условием развития всей инфраструктуры культурного туризма (в том числе культурных индустрий). В Самарканде очень развито чувство истории и собственной неповторимости, город гордится своим уникальным культурным наследием и богатым культурным ландшафтом. Современные тенденции развития городского пространства активно реализуются в историческом центре города. Традиционная классическая архитектура Самарканда, сформировавшая имидж города в международном пространстве, также создает ряд преимуществ, в том числе с точки зрения современных культурных продуктов.

В свою очередь, культурный туризм является рычагом самофинансирования наследия, выступает источником небюджетных инвестиций в новые исследования, возрождение, сохранение памятников материального и нематериального наследия, достопримечательностей природы, стимулирует, в частности, фольклор, поддержание иных научных, культурных, этнических традиций, народных ремёсел и промыслов. Правильно организованный культурный туризм будет способствовать улучшению социальных условий и повышению покупательной способности населения, подъему науки, культуры и общей экономической ситуации.

2-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ИНФРАТУЗИЛМАЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ ВА ЕЧИМЛАРИ

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти тадқиқотчиси
Абдураимов Дилшод Мураткулович

ТУРИЗМ ИНФРАТУЗИЛМАСИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ОМИЛЛАРИ

Республикамизда туризм – миллий иқтисодиётни диверсификациялаш ва унинг барақрорлигини таъминлаш, янги иш ўринларини яратиш, ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш, аҳоли даромадларини ошириш ва турмуш сифатини яхшилаш, инвестицион жозибадорликни оширишни таъминловчи стратегик тармоқлардан бири сифатида алоҳида аҳамият касб этади.

Ўзбекистон Республикасида 2019-2025 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси қулай иқтисодий шароитлар ва омилларни яратиш бўйича олиб борилаётган ислоҳотларнинг самарадорлигини ошириш, туризм соҳасини жадал ривожлантириш бўйича устувор мақсад ва вазифаларни белгилаш, унинг иқтисодиётдаги ўрни ва улушини ошириш, хизматларни диверсификациялаш ва уларнинг сифатини ошириш ҳамда туризм инфратузилмасини такомиллаштиришга қаратилган[24].

Кейинги йилларда республикада туризм инфратузилмасини ривожлантириш бўйича йирик ҳажмдаги инвестицион лойиҳалар амалга оширилди, шунингдек, Тошкент шаҳрида «Hyatt Regency Tashkent» ва «Lotte City Hotel Tashkent Palace» брендли меҳмонхоналарининг очилиши, Андижон, Урганч ва Тошкент шаҳрида маданий-кўнгилочар боғларни барпо этилиши, «Ангрен-Поп» йўналишида темир йўлнинг ишга туширилиши, Қарши, Бухоро, Шаҳрисабз, Хива шаҳарларида тезюрар поездлар учун электрлашган темир йўллари ишга тушганини келтириш мумкин.

Мамлакатимизда туризм соҳасидаги давлат сиёсати келгусида ҳудудлар ва уларнинг инфратузилмасини комплекс ривожлантиришда туризм соҳасини етакчилик қилиши, муҳим ижтимоий-иқтисодий вазифаларни ечиш, янги иш жойларини яратиш, аҳоли даромадлари, турмуш даражаси ошириш, мамлакатнинг имиджини яхшилашга йўналтирилган.

Туристларнинг тўғридан-тўғри ва билвосита сарфлари туризм соҳасининг республикамиз ва унинг ҳудудлари иқтисодиётига умумий таъсирини аниқлайди. У туризмнинг мамлакт тўлов балансига, иш билан бандлик ва ижтимоий ривожланишга таъсири натижасида юзага келади.

Республикамизга ташриф буюрувчилар учун виза тизимини соддалаштириш ва туристларни бўлиш тартиблари соҳада уларнинг мобиллигини оширишнинг муҳим омили ҳисобланади. Ўтган 2019 йилда 86 та мамлакат учун Ўзбекистонга киришда визасиз тартиб жорий этилди.

[24] https://www.lex.uz/docs/4143188?ONDATE=06.01.2019%2000

Шунингдек, 57 мамлакатнинг электрон виза (E-Visa)ни расмийлаштириш имкониятининг яратилганлиги ушбу йилда олтмиш минг электрон визаларни расмийлаштириш учун имконият яратди.

Туризм жаҳон иқтисодиётида юқори даромад келтирувчи ва тез суръатларда ривожланиб борувчи соҳа ҳисобланиб, халқаро даражада ижтимоий-сиёсий, иқтисодий ва маданий-маърифий алоқаларни мустаҳкамлашда алоҳида аҳамиятга эга.

Кейинги йилларда туризм миллий хўжаликлар иқтисодиётининг жадал суръатлар билан ўсаётган ва йирик экспорт соҳасига айланиб бормоқа. Жаҳон туризми буйича Манила декларациясида «Туризм фаолият сифатида мамлакатларларнинг ижтимоий, маданий, таълим ва иқтисодий соҳаларига ва уларнинг халқаро алоқаларига тўғридан-тўғри таъсири кўрсатган ҳолда халқлар ҳаётида муҳим аҳамият касб этади» дея эътироф этилган. Бу эса туризм соҳасининг ижтимоий ҳаётга чуқур кириб бораётганлиги ва аҳамияти янада ортиб бораётганини туризмга хос бўлган иқтисодий, ижтимоий ва гуманитар функцияларни таҳлил қилиш натижасида билиш мумкин. Туризмнинг иқтисодий функцияси туристларнинг талаб ва эҳтиёжлари асосида юзага келади. Доимий яшаш жойидан узоқда бўлган туристларнинг эҳтиёжлари уч гуруҳга, яъни асосий, ўзига хос ва қўшимча эҳтиёжларга ажратилади.

Мамлактимизда туризмни ривожлантириш бўйича амалга оширилаётган сиёсатнинг ижобий натижалари қуйидагилардан иборатдир: туризмни комплекс ривожлантириш концепциясининг ишлаб чиқилиши, қўшни ва узоқ хорижий мамлакатар билан интеграцион алоқаларни мустаҳкамланиши, туризм инфратузилмасини ривожлантириш, туризм соҳасида хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш каби йўналишлар.

Туризм соҳаси у кирувчи турист бўладими ёки ички турист бўладими, ҳар бир туристга ҳисобланган ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш асосида ривожланади. Бунда таклиф этилаётган туристик маҳсулотлар ва хизматларнинг ҳам миқдори, ҳам сифати ошади. Туристик эҳтиёж ва хоҳишларни қондириш туристларни қабул қилувчи мамлакат (ҳудуд, дестинация)нинг умумий иқтисодий ривожланиш даражасига боғлиқ. Бироқ ҳудуд (мамлакат, дестнация)нинг туризм соҳасини ривожланишини бошқаришга асосланмаган ёндашув, даромадларни қисқа муддатда максималлаштириш мақсади ушбу ҳудуд ривожланишининг иқтисодий фаоллигини пасайишига ҳамда бунинг оқибатида туристик дестинация сифатида унинг барбод бўлишига олиб келиши мумкин. Шунинг учун шубҳасиз ҳудуд (мамлакат, дестинация) туризмининг ривожланиш муаммолари туризм иқтисодиётида энг муҳим муаммолардан бири бўлиб ҳисобланади.

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

Туризм соҳасини ривожлантириш қуйидаги асосий мақсадларни ўз ичига олади:

- туристларнинг эҳтиёжларини психологик нуқтаи назардан миқдор ва сифат жиҳатдан максимал даражада қондириш;
- туристик маҳсулотлар ва хизматларни таклиф этувчи компаниялар даромадларни максимал даражада ошириш;
- туристларнинг саёҳат қилишлари жараёнида уларни максимал даражада харажат қилишга мотивацияни шакллантириш.

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

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

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

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

Иқтисодий омиллар ҳам туризм ривожланишида муҳим роль ўйнайди. Одатда мамлакатнинг иқтисодиёти қанчалик ривожланса, ҳам давлат, ҳам халқаро даражада инфратузилманинг юқори даражада ривожланишига олиб

келади ва натижада шунга мувофиқ туризм ривожланади. Бу, бир томондан, мамлакатда моддий-техника базаси (транспорт, жойлаштириш воситалари ва туристларни овқатлантириш, инфратузилма, замонавий технологияларни жорий этиш)ни ривожланганлиги, иккинчи томондан, аҳоли турмуш даражасининг етарли даражада юқорилиги туристик эҳтиёжларни максимал қондиришга имконият яратади.

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

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

Адабиётлар

1. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие. – 2-е изд., стер. – М.: Конкурс, 2006. – 193 с., 14 - с.
2. Закорин Н.Д., Рицци В.В. Модель туристского кластера // Организационно-правовые и экономические основы совершенствования санаторнокурортной сферы и создания высокоэффективных туристских кластеров: Материалы научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 5-6 октября 2012 г. - СПб.: Астерион, 2012. - С. 112-119.
3. Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: монография. – М.: РосНОУ, 2005.
4. Норчаев А.Н. Туризм инфратузилмасида кутилаётган ўзгаришлар ва имкониятлар. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 1, январь-февраль, 2019.
5. Хасаев Г. Модернизация экономии Самарской области на основе кластерной политики, как предпосылка роста инвестиционной привлекательности региона. Спец. Выпуск “Около таможни” окт. 2008. С.86.
6. UNWTO Tourism Highlights. Edition 2017. - Madrid, WTO Publications Department. - 2018.
7. https://www.lex.uz/docs/4143188?ONDATE=06.01.2019%2000

H.M. Norqarayev -Monitoring va ichki nazorat bo‘limi boshlig‘i
O.J. Suyunov-SamISI, «Jismoniy madaniyat»
kafedrasining dotsenti, p.f.n

YOSHLAR TARBIYASIDA ULARNI BO‘SH VAQTLARINI MAZMUNLI O‘TKAZISHNING AHAMIYATI

Mamlakatni qudratli, millatni buyuk qiladigan kuch bu - yoshlar ta’lim va tarbiyasi, ilm-fandir. Ertangi kunimiz, Vatanimizning yorug‘ istiqboli, birinchi navbatda ta’lim tizimi va farzandlarimizga berayotgan tarbiyamiz bilan chambarchas bog‘liqdir. Buyuk yunon olimi Aristotel ta’biri bilan aytganda “Vatan taqdirini yoshlar tarbiyasi hal qiladi”. Bugungi murakkab globallashuv davrida jamiyatimizda milliy g‘oya va mafkuraviy immunitetni kuchaytirish, yoshlarni turli zararli g‘oya va tahdidlardan asrash, ularni o‘z mustaqil fikriga ega, irodali, fidoyi va vatanparvar insonlar etib tarbiyalash har qachongidan ham dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Prezidentimiz Sh.Mirziyoyev 2020 yil 1 oktyabr “O‘qituvchilar va murabbiylar kuni”ga bag‘ishlangan tantanali marosimdagi so‘zlagan nutqida shunday degan edi: “Barchamiz yaxshi bilamizki, insonning ongi va dunyoqarashi, fikri o‘zgarmasa, jamiyat o‘zgarmaydi. Jamiyat o‘zgarmagan joyda hech qanday ijobiy natija ham, taraqqiyot ham bo‘lmaydi. Odamlarni ongu tafakkurini o‘zgartiruvchi kuch esa hech shubhasiz avvalo, o‘qituvchi- murabbiy, oliygoh domlalari, ilm-fan arboblari, madaniyat va san’at, adabiyot namoyandalaridir. Bugun biz yashayotgan jamiyatga yangi fikr, yangi g‘oya, eng muhimi, islohatlarni amalga oshirishga qodir bo‘lgan yangi avlod kadrlari kerak”[25].

Biz Xudo bergan iste’dodga parvarish zarurligini, agar o‘z vaqtida sharoit yaratib berilmasa, har qanday iqtidor ham so‘nib qolishi mumkinligini yaxshi anglashimiz zarur. Prezidentimiz Sh.Mirziyoyev ta’biri bilan aytganda “Eng katta boylik- bu aql zakovat va ilm, eng katta meros- bu yaxshi tarbiya, eng katta qashshoqlik- bu bilimsizlikdir”.

Vaholanki, shunday ekan oliy ta’lim tizimining vazifasi faqat talabalarga dars berishdan iborat emas balki, yoshlarimizni bo‘sh vaqtini mazmunli tashkil etishga qaratilgan Prezidentimiz tomonidan ilgari surilgan besh muhim tashabbus doirasida OTMda sport va axborot texnologiyalari, musiqa va san’at to‘garaklari, chet tillarni o‘rgatish bo‘yicha intensiv kurslar faoliyatini yanada rivojlantirishdan iborat. Bundan tashqari universitet va institutlarimiz ilm-fan sohasida ham faol ishlashi, yoshlarni ilmiy ishlarga, katta-katta loyihalarga jalb etishi kerak.

Shu o‘rinda yoshlarni bo‘sh vaqti to‘g‘risida gap ketganda, hozirgi kunda yoshlarimizda ushbu vaqtni to‘g‘ri taqsimlay olish va undan unumli foydalinish ko‘nikmalarini hosil qilish zarur deb, hisoblaymiz. Gap OTM talabalari to‘g‘risida ketganda qaysi bosqichda tahsil olishligiga qarab bo‘sh vaqtlarini qaysi faoliyatga

[25] O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning “O‘qituvchilar va murabbiylar kuni”ga bag‘ishlangan tantanali marosimidagi nutqi.“Ma’rifat” gazetasi, 2020 yil, 1oktyabr №37

yo‘naltirish zarurligini tavsiya sifatida aytib o‘tishni lozim deb topdik. Agarda talaba 1-2 bosqichda o‘qisa bo‘sh vaqtlarini asosan biror bir chet tilini mukammal o‘rganishga, informatsion texnologiyalaridan foydalanish ko’nikmalarni hosil qilishga va albatta sportning biror turi bilan shug‘ullansa maqsadga muvofiq bo’lar edi, bunda har kungi dars mashg‘ulotlarida o‘tilgan mavzularni o‘zlashtirish zarurligini ham unutmaslik kerak. 3-4 bosqich talabalari o‘z navbatida tanlagan mutaxassisliklariga oid bilimlarini qunt bilan o‘rganishi, amaliyot o’taydigan korxona va tashkilotlarda OTMda olgan nazariy bilimlarini amalda sinab ko‘rishi, ustozlar rahbarligida ilmiy ishlar, turli xil loyihalar ustida ishlashi lozim bo‘ladi.

Bizning barcha sa’y-harakatlarimiz komil insonni tarbiyalashga yo‘naltirilgan. Yangi asrda dunyo taraqqiyotini, insoniyatning qay yo‘ldan borishini komil insonlar belgilashiga shubha yo‘q. Chunki XXI asr – intellektual avlod asri bo‘ladi. Yoshlar tarbiyasiga e’tibor qaratganda avvalo, tarbiya tushunchasi mohiyatini yoritish kerak bo‘ladi. «Tarbiya – shaxs ongini muayyan jamiyatning maqsad va vazifalariga muvofiq ravishda tarkib toptirish va rivojlantirish jarayoni, kishilarni ijtimoiy-iqtisodiy va ma’naviy hayotda faol ishtirok ettirishga qaratilgan barcha ta’sirlar majmuidir»[2]. Demak, tarbiya jarayonida ishni yoshlarni hayotga faol ishtirok ettirishga qaratilgan ta’sirlarni kompleks yondashuv asosida o‘rganishdan boshlash kerak bo‘ladi (1-jadval).

1-jadval

Tarbiya turlari	**Tarbiya usullari**	**Tarbiya uslublari**	**Tarbiya vositalari**	**Tarbiya omillari**	**Tarbiya jarayoni**
badan tarbiyasi	individual	tushuntirish	fan, madaniyat, adabiyot	oila	o‘qishgacha bo‘lgan vaqt
axloq tarbiyasi	guruh	ishontirish	matbuot, radio, televideniye	maktab	o‘qish vaqti
fikr tarbiyasi	jamoa	targ‘ibot-tashviqot	teatr, kino	mahalla	ish vaqti
ma’naviy tarbiya	ommaviy	majbur qilish	axborot texnologiyalari, internet	ijtimoiy muhit	ishdan keyingi bo‘sh vaqt

Yoshlar tarbiyasiga qaratilgan ta’sirlarni o‘rganishga kompleks yondoshuv

Tarbiyaning barcha yo‘nalishlari va sohalarining yaxlitligini talab etadigan g‘oyaviy-tarbiyaviy ishlarga kompleks yondashuv yoshlar tarbiyasining uzluksiz va izchil jarayonini ta’minlashni dolzarb qilib qo‘ydi. Bu, o‘z navbatida, yoshlarda jismoniy va ma’naviy tarbiya samaradorligini oshirish masalasini kun tartibiga qo‘ymoqda. Zero, jadidchi bobokolanimiz A.Avloniy aytganidek «Tarbiya bizlar uchun yo hayot – yo mamot, yo najot – yo halokat, yo saodat – yo falokat masalasidur».

O’zbekiston Respublikasi o’zining mustaqilligiga erishgan kunidan boshlab, jamiyatimizning barcha sohalarida, jumladan uzluksiz ta’lim-tarbiya tizimi jarayonida ma’naviy, ma’rifiy va mafkuraviy o’zgarishlar ro’y bermoqda. Jumladan,

Birinchi prezidentimiz I.A.Karimov, o’zining ma’ruzasida “Milliy istiqlol mafkurasi: O’zbekiston Respublikasi Konstitustiyasi, milliy va umuminsoniy qadriyatlar, demokratiya tamoyillariga asoslanadi; xalqimizning asrlar davomida shakllangan yuksak ma’naviyati, an’ana va udumlari, ulug’ bobokalonlarimizning o’lmas merosidan oziqlanadi ...”,-deydi[26].

Darhaqiqat, hozirgi davr pedagogikasi, tarbiyashunoslik ilmi, ta’lim-tarbiya nazariyasi va amaliyotini qayta qurish hamda taraqqiy ettirish Milliy istiqlol mafkurasi, O’zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, milliy va umuminsoniy qadriyatlarga asoslanadi. Shuningdek, xalqimizning an’ana va udumlari donishmand, mutafakkir bobolarimizning o’lmas merosidan oziqlanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mavlonova R. va boshqalar. Tarbiyaviy ishlar metodikasi. T.; TDGTU 2018 y.
2. 2.Xoshimova M va boshkalar. Tarbiyaviy ishlar metodikasi. O'quv qo’llanma. "Fan va texnologiya" 2009 y.

К.Б. Уразов, и.ф.д, профессор, СамИСИ
Ж.У. Хайруллаев, магистрант, СамИСИ

ҚУРИЛИШ МАТЕРИАЛЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ЖАРАЁНЛАРИНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ ВА УЛАРНИНГ АУДИТОРЛИК ТЕКШИРУВИНИ ЎТКАЗИШГА ТАЪСИРИ

Ўзбекистон Республикасида жуда тез сурьатларда равнақ топиб бораётган саноат ишлаб чиқариш турларидан бири бўлиб қурилиш материаллари саноат ишлаб чиқариши ҳисобланади. “Ўзсаноатқурилиш-материаллари” уюшмаси маълумотларига кўра, 2021 йилда соҳада жами 327,6 млн доллар инвестицияни ўзлаштириш режалаштирилган, шундан 215,0 млн доллар тўғридан тўғри хорижий инвестициялар ва кредитлардир. Йирик лойиҳалар, асосан, Қорақалпоғистон Республикаси, Навоий, Фарғона, Сурхондарё, Жиззах, Самарқанд, Бухоро ва Тошкент вилоятлари ҳамда Тошкент шаҳрида амалга оширилади. Жумладан, "Қизилқумцемент" АЖда клинкер ишлаб чиқариш бўйича умумий қиймати 126 млн доллар бўлган 4-линия ишга туширилади. Натижада корхона йиллик цемент ишлаб чиқариш қуввати 2,2 млн тоннага ортиб, жами 5.5 млн тоннага етказилади. Навоий вилоятидаги "PETRAWOOL" МЧЖ томонидан базальт тошидан иссиқлик сақловчи плиталар ишлаб чиқариш (умумий қиймати 18,2 млн доллар), Томди туманида "Мега кварц" МЧЖда кварц қумини қазиб олиш ва қайта ишлаш (умумий қиймати 3,9 млн доллар) каби лойиҳалар ишга тушади. Қорақалпоғистон Республикасида қўшимча

[26] Milliy istiqlol g’oyasi: asosiy tushunchalar va tamoyillar. –T.: O’zbekiston, 2001. – 80 b. [– 43-b.]

йилига 1 млн тонна цемент ишлаб чиқариш бўйича "Қорақалпоқцемент" МЧЖ ҚКда қиймати 50 млн АҚШ доллари бўлган йирик инвестиция лойиҳаси амалга оширилади, яъни корхонанинг 3-босқичи фойдаланишга топширилади. Натижада цемент ишлаб чиқариш қувватлари 1,4 млн тоннага етади ва 100 дан ортиқ янги иш ўрни барпо қилинади. Фарғона вилоятида қурилиш материаллари ишлаб чиқариш бўйича 5 та лойиҳага 50 млн доллар инвестиция жалб қилиниши кутилмоқда. Натижада, "Кнауф Гипс Фарғона" хорижий корхонасида гипсокартон листлари, "Азамат савдо Зиё" ва "Ulugbek export trade" жамиятида мих ва бурама михлар, "Flat Tile" жамиятида керамогранит ва металлогранит, "Agro Impex Valley" жамиятида металл конструкциялар ишлаб чиқариш йўлга қўйилади. Тошкент вилоятида ҳам кўплаб инвестиция лойиҳалари амалга ошириляпти. Хусусан, ҳудудда жорий йилда қуввати 30 минг тонна бўлган кварц қумидан минерал плиталар ишлаб чиқариш имкониятига эга янги корхона ишга туширилади. Шунингдек, линолеум, автоклав газобетон блоклари, оловбардош ғиштлар, бурама михлар, асфальт ва темир-бетон буюмлари ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналар фойдаланишга топширилади. “Ориент керамикс” жамияти томонидан Тошкент шаҳрининг Сергели туманида йилига 9,0 млн кв.м. керамик плиталар ишлаб чиқариш имкониятига эга янги корхона барпо этилмоқда. Шунингдек, пойтахтдаги "АЛМУС" жамиятида ҳам 6,0 млн доллар инвестиция ҳисобига ёғоч қиринди плиталарни ламинация қилиш, "GRAND ROAD TASHKENT" жамияти томонидан табиий пардозбоп тошларни қайта ишлаш орқали йилига 80 минг кв.м. плитал ишлаб чиқариш лойиҳалари амалга ошириляпти. Ушбу инвестиция лойиҳаларини фойдаланишга топшириш орқали республикада сифатли, жаҳон стандартларига мос қурилиш материаллари ишлаб чиқариш йўлга қўйилади, қолаверса, қурилиш материалларига бўлган ички талаб қопланади [1].

Таъкидлаш жоизки, тайёр маҳсулот сифатида ишлаб чиқариладиган қурилиш материалларининг ҳар биттаси ўзига хос ва бир-биридан тубдан фарқланадиган жиҳатларга эга. Бундай фарқлар уларни ишлаб чиқариш жараёнлари технологиясида, қўлланиладиган хом ашё ва материалларнинг турларида, таркибида, улар сарфининг меъёрларида, кирим қилинган тайёр маҳсулотнинг физик кўриниши ва ҳажмида, ўлчов бирлиги ва бошқа жиҳатларида намоён бўлади. Ушбу хусусиятлар мос равишда, қурилиш материалларини тайёр маҳсулот сифатида ҳисоб ва аудитнинг ўзига хос объектларидан бири сифатида ҳам тавсифлайди. Қурилиш материалларининг тайёр маҳсулот сифатида ҳисобга олиш ва аудит текширувидан ўтказишга бевосита таъсир кўрсатувчи жиҳатлари уларни ишлаб чиқариш жараёнларида, уларга кетадиган кетадиган сарфлар таркибида, яратилаётган тайёр маҳсулот таннархни аниқлаш ва баҳолашда, бир бирлик маҳсулотнинг ишлаб чиқариш ва сотиш таннархини ҳамда сотиш баҳоларини шакллантиришда ва бошқаларда ёрқин намоён бўлади.

Корхоналарда тайёр маҳсулотлар ҳисоби ва аудитини ташкил қилиш ва уни ривожлантириш бўйича кўплаб олимлар иш олиб боришган. Жумладан,

тайёр маҳсулотлар ҳисоби ва аудити хорижлик олимлардан Е.А.Аренс, Ж.К.Лоббек, И.В.Подольскийлар, шунингдек мамлакатимизда Р.Д.Дўстмуродов, К.Б.Уразов, М.Э,Пўлатов, Ҳ.Н.Мусаев, С.Н.Ташназаров ва бошқа олимлар томонидан чоп этилган ўқув ва илмий ишларда атрофлича ёритилган. Чунончи, проф. К.Б,Уразов ва проф. М.Э. Пўлатов томонидан чоп этилган “Бухгалтерия ҳисиби” дарслигида тайёр маҳсулотга қуйидагича таъриф берилган: тайёр маҳсулот деганда *ишлаб чиқаришнинг барча технологик жараёнларидан ўтган, ортиқ қайта ишловни талаб қилмайдиган, ўзининг сифати бўйича давлат стандартларига, техник шартларга жавоб берадиган ва омборхоналарга қабул қилинган тайёр буюмлар тушунилади* [2].

Тайёр маҳсулотлар таърифи, таркиби, тан олиниши, баҳоланиши, шунингдек ҳисоб ва ҳисоботда акс эттириш тартиблари халқаро миқиёсда 2-сон БҲХС (IAS) “Заҳиралар” [3], Ўзбекистон Республикасида 4-сон БҲМС “Товар-моддий заҳиралар” [4] ва 21-сон БҲМС “”Хўжалик юритувчи субъектларда молиявий хўжалик фаолияти бухгалтерия ҳисоби счётлар режаси ва уни қўллаш бўйича йўриқнома” [5] билан тартибга солинган.

Шу билан бирга, ҳам халқаро ва миллий стандартларда, ҳам дарсликлар ва ўқув қўлланмаларда қурилиш материалларини ишлаб чиқарувчи корхоналарда тайёр маҳсулот таннархи ҳисоби ва аудитининг хусусиятлари етарлича очиб берилмаган. Қурилиш материаллари ишлаб чиқариш соҳасининг кенг қирралиги, тайёр маҳсулот сифатида ишлаб чиқариладиган қурилиш материаллари ҳар бирининг ўзига хос ва бир-биридан тубдан фарқланадиган жиҳатларга эгалиги улар таннархи ҳисоби ва аудитида ўзига хос ёндашувларни талаб қилади, шунингдек ушбу ҳолатлар махсус тадқиқотларни тақоза этади.

Қурилиш материаллари ишлаб чиқариш жараёнлари ва олинадиган тайёр маҳсулотлар хусусиятларидан келиб чиқиб улар аудитини ўтказиш тартибларини замон талабларидан келиб чиқиб очиб бериш учун биз томонимиздан тадқиқот жараёнида илмий абстракция, индукция ва дедукция, кузатиш, тизимлаш, гуруҳлаш, таққослаш, умумлаштириш ва бошқа усуллардан фойдаланилди.

Қурилиш материалларини ишлаб чиқарувчи корхоналар томонидан ишлаб чиқариладиган тайёр маҳсулотлар уларнинг юқоридаги таърифда келтирилган тайёр маҳсулот деб тан олишнинг барча мезонларига жавоб бериши лозим. Чунончи, ишлаб чиқарилган қурилиш материаллари уларни тайёр маҳсулот деб тан олиш учун ишлаб чиқаришнинг барча технологик жараёнларидан ўтган, ортиқ қайта ишловни талаб қилмайдиган, ўзининг сифати бўйича давлат стандартларига (сертификатига) жавоб берадиган, мос равишда, тайёр буюм сифатида омборларга қабул қилинган бўлиши лозим. Ушбу талаблардан келиб чиқиб ва уларга амал қилинганликга иқрор бўлиш мақсадида қурилиш материалларини ишлаб чиқарувчи корхоналарда ўтказиладиган аудитда тайёр маҳсулотлар бўйича текширувларнинг муҳим объектлари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- қурилиш материалларини ишлаб чиқариш жараёнлари;
- қурилиш материалларини ишлаб чиқариш харажатлари;

- бир бирлик маҳсулотнинг меъёрий ва ҳақиқий таннархи;
- жами ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг меъёрий ва ҳақиқий таннархи;
- тайёр маҳсулотлар кирими;
- тайёр маҳсулотнинг сотилиши ҳамда сотишдан олинган ялпи ва соф тушум;
- сотилган маҳсулотнинг таннархи;
- маҳсулот сотишдан олинган ялпи фойда.

Қуйида аудиторлик текширувларини ўтказишда муҳим аҳамият касб этувчи ишлаб чиқариш жараёнлари хусусиятларини цемент ишлаб чиқариш мисолида кўриб чиқамиз.

Ҳам мустақил тайёр маҳсулот ҳисобланган, ҳам бошқа қурилиш материаллари (масалан, бетон плиткалар, темир бетон плиткалар) ишлаб чиқаришда уларнинг таркибий компоненти бўлган цементни ишлаб чиқариш ўта мураккаб, харажатгир ва энергия талабчан жараён ҳисобланади.

Цементни ишлаб чиқариш ўзаро боғлиқ иккита жараённини ўтайди: ***биринчи жараён*** - бу клинкерни олиш, ***иккинчиси*** – клинкерни унга гипс ва бошқа компонентларни қўшган ҳолда кукун ҳолатига етказиш.

Биринчи жараён энг қиммат жараён ҳисобланади, айнан ушбу бошқичга цемент ишлаб чиқариш таннархининг 70 фоизи тўғри келади. Ушбу жараён ўз ичига қуйидаги босқичларни олади:

****Биринчи босқич***- бу хом ашё бўлган материалларни, чунончи оҳакни қазиб олиш. Оҳакни қазиб олиш, одатда, оҳак тошларидан иборат тоғларни қулатиш, цемент ишлаб чиқаришда қўлланиладиган унинг “сариқ-яшил” қатламини очишдан бошланади. Тоғ бағридан турли чуқурикда жойлашган ушбу қатламдан қазиб олинган хом ашё транспортировка йўли билан кесиш цехига юборилади. Кесиш цехида қатлам 10 сантиметрлик диаметрдаги бўлакчаларга ажратилади, Шундан сўнг оҳак қуритилади ва уни майдалаш ва бошқа компонентлар билан бойитиш жараёни амалга оширилади.Кейин олинган хом ашё аралашмаси керакли иссиқликда куйдирилади. Шу йўл билан клинкер олинади.

****Иккинчи босқич,*** ўз навбатида, яна бир қанча жараёнларни олади, Булар: клинкерни бўлакларга ажратиш, минерал хом-ашёни қуритиш, оҳак тошни майдалаш, клинкерни гипс ва бошқа актив минерал қўшимчалар билан бирга майдалаш. Бироқ, хом-ашё материал ҳамма вақт ҳам бир хил бўлмайди, уларнинг физик-техник жиҳатлари (масалан, зичлиги, мустаҳкамлиги, намлиги ва ш.к.) турлича бўлиши мумкин. Шунинг учун ҳар бир хом ашё тури учун ишлаб чиқаришнинг ўзига хос усули танланади.

Ҳозирги пайтда цемент саноатида асосан уни ишлаб чиқаришнинг хом ашёни тайёрлашнинг турли технологияларига асосланадиган учта усули қўлланилади. Булар: ҳўл, қуруқ ва аралаш усуллар. Ҳар бир усул учун тегишли техник воситалар қўлланилади ва қатъий кетма-кетликдаги операциялар бажарилади.

Ишлаб чиқаришнинг ҳўл усули цементни бўр (карбонат компоненти), тўпроқ (силикат компоненти) ва таркибида темир бойитмалари бўлган қўшимчалар (конвертрли шлам, темирли маҳсулот, пирит кукуни)дан тайёрлашда қўлланилади. Бунда тўпроқнинг намлиги 20 %дан, бўрнинг намлиги 29 фоиздан ошмаслиги керак. Ушбу усулни ҳўл усули деб номланишига сабаб шундаки, хом ашё аралашмасини майдалаш сув ичида амалга оширилади, натижада сувли суспензия (шлам) вужудга келади ва унинг намлик даражаси 30-50 фоизни ташкил қилади. Шундан сўнг шлам диаметри 7 метр, узунлиги 200 метр ва ундан кўп бўлган печкада куйдирилади. Куйдириш жараёнида хом ашё таркибидан углекислота ажралиб чиқади. Шундан кейин печкадан чиқишда шарикча-клинкерлар пайдо бўлади ва улар ишқалаш йўли билан майда порошок ҳолига келтирилади. Айнан ушбу порошок цемент ҳисобланади.

Ишлаб чиқаришнинг қуруқ усулининг моҳияти шундаки, унда хом ашё ва материаллар майдалаш олдидан яхшилаб қуритилади. Сўнгра майдалаш натижасида ушбу қуритилган аралашмадан майда қуруқ порошок-цемент чиқади.

Ишлаб чиқаришнинг аралаш усули ҳам ҳўл усулни, ҳам қуруқ усулни қўллашни назарда тутади. Ушбу усул иккита вариантда амалга оширилади. Биринчи вариантда хом ашё аралашмаси шлам кўринишида ҳўл усулида тайёрланади, кейин унинг суви фильтрация йўли билан 16-18 фоиз намликгача қочирилади. Шундан сўнг у ярим қуруқ масса кўринишида пиширишучун печкага қўйилади. Иккинчи вариантда биринчи вариантнинг тескариси юз беради, яъни дастлаб хом ашё аралашмасини тайёрлаш учун қуруқ усул қўлланилади, кейин эса 10-14 фоиз сув қўшиш орқали ҳар бирининг размери 10-15 мм бўлган гранулалар (кичик шарчалар) ҳосил қилинади, шундан сўнг бу гранулалар печкада пиширилади.

Юқоридаги қисқача тавсифдан кўриниб турибдики, қурилиш материалларини ишлаб чиқариш жараёни аудити осон кечмайди. Ушбу жараённи аудит қилиш аудиторлардан қурилиш материалларини ишлаб чиқаришнинг технологик жараёнларини, уларга қилинадиган сарфларнинг турларини, хом ашё материаллар, улар аралашмалари, ишлов бериш натижасида маҳсулот чиқиши, йўқотишлари бўйича тасдиқланган техник-иқтисодий меъёрларни билишни талаб қилади. Бундай билимларсиз аудиторлар қурилиш материалари ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархини реал аниқланганлигига, уларни ҳисоб ва ҳисоботда тўғри акс эттирилганлигига холисона баҳо бера олмайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. “Ўзсаноатқурилиш-материаллари” уюшмаси веб сайти материаллари.
2. Уразов К.Б., Пўлатов М.Э. Бухгалтерия ҳисоби. Дарслик.- Т.: "Инновацион ривожлантириш нашриёти"-матбаа уйи, 2020, 558 бет.
3. БХХС (IAS) “Заҳиралар”,

4. 4-сон БХМС “Товар-моддий заҳиралар”;

5. 21-сон БҲМС “”Хўжалик юритувчи субъектларда молиявий хўжалик фаолияти бухгалтерия ҳисоби счётлар режаси ва уни қўллаш бўйича йўриқнома”.

6. Аудитнинг халқаро стандартлари.

7. Аудиторлик фаолиятининг миллий стандартлари.

Махмудов Лазизбек Убайдулло ўғли, “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси ассистенти.

ХИТОЙДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ РИВОЖЛАНИШИ ВА ЎЗГАРИШИ

Аннотация: *Мақолада Хитой электрон тижоратининг ривожланиш жараёни кўриб чиқилади. Келажак учун электрон тижоратнинг вазифалари белгиланади ва кўрсаткичлар тақдим этилади. Қиёсий динамик таҳлил ўтказилди, уларнинг муаммолари аниқланди. Хитой электрон тижоратини ривожлантириш жараёни, мамлакатни барқарорлаштириш ва таъсирини кенгайтириш бўйича чора-тадбирлар ўрганилди.*

Калит сўзлар: *электрон тижорат, Б2Б, Интернет +, назорат.*

Аннотация: В статье рассматривается процесс развития китайской электронной коммерции. Определены задачи электронной коммерции на будущее и представлены индикаторы. Был проведен сравнительный динамический анализ и выявлены их проблемы. Были изучены процесс развития китайской электронной коммерции, меры по стабилизации страны и расширению ее влияния.

Ключевые слова: электронная коммерция, B2B, Интернет +, контроль.

Annotation: The article discusses the development process of Chinese e-commerce. The tasks of e-commerce for the future are defined and indicators are presented. A comparative dynamic analysis was conducted, and their problems were identified. The process of developing Chinese e-commerce, measures to stabilize the country and expand its influence were studied.

Keywords: e-commerce, B2B, Internet +, control.

Электрон тижорат биринчи марта IBM томонидан АҚШда 1990-йилларда яратилган. Бу компютер технологиялари ва алоқа технологиялари комбинациясининг натижасидир. Электрон тижоратдаги интернет харидор ва сотувчиларга бир-бирларини кўрмасдан турли хил тижорат ва нотижорат операцияларини амалга оширишга имкон берувчи восита вазифасини бажаради. Электрон тижоратни кўп шаклларга бўлиш мумкин: B2B, B2C, C2C, B2M, M2C, B2A, C2A, SNS-EC (ижтимоий электрон тижорат), улар орасида B2B, B2C ва C2C асосий шакллар ҳисобланади.

Хитойнинг электрон тижорат бизнеси 1999 йилда ривожлана бошлади. У 2008 йилгача аста-секин ривожланиб борди. 2008 йилдан 2011 йилгача

электрон тижоратнинг ривожланиши жуда тез бўлди. Айтиш мумкинки, 2010 йилда электрон бизнесни ривожлантириш жуда муҳим даврга қадам қўйди. 2009 ва 2010 йилларда электрон бизнеснинг ўсиши 2008 йилги молиявий инқироз таъсири туфайли мўътадил бўлса-да, бошқа йилларда унинг ўсиш суръати 30% дан юқори эди. Хитойнинг электрон тижорати ўзига хос хусусиятларга эга бўлган онлайн транзакция усулини шакллантирди. Ҳозирги кунда логистика ва тезкор етказиб бериш жадал ривожланмоқда ҳамда электрон тижорат компаниялари жуда рақобатбардош бўлиб бормоқда[27].

Сўнгги икки йил ичида Хитой ҳукумати "Интернет+" сиёсати орқали анъанавий корхоналарни ўзгартириш ва модернизация қилиш ҳамда анъанавий корхоналарни ривожланишини жадаллаштириш вазифасини ўз олдига қўйди. Хитойнинг электрон тижорат тадқиқотлари марказининг мониторинг маълумотларига кўра, 2017 йилнинг биринчи ярмида Хитойнинг электрон тижорат операциялари ҳажми 13,35 триллион юанни ташкил этди, бу ўтган йилга нисбатан 27,1 фоизга кўпдир. 2017 йил июн ҳолатига кўра, 3,1 миллиондан ортиқ ходимлар электрон тижоратга хизмат кўрсатган ва 23 миллиондан ортиқ одамлар билвосита электрон тижоратдан фойдаланганлар. Хитойнинг тезкор етказиб бериш бизнеси 2017 йил охирига келиб 600 миллиард юанга етган ва ўсиш суръати 49,8 фоизни ташкил этган[28].

Хитойнинг электрон тижорат тадқиқотлари марказининг мониторинг маълумотларига кўра, 2017 йилнинг биринчи ярмида Хитойда электрон тижорат бозоридаги битимлар ҳажми 9,8 триллион юанни ташкил этди ва ўтган йилнинг шу даврига нисбатан 24 фоизга ўсди. Кичик ва ўрта бизнес(КЎБ)га ахборотни бошқариш бўйича хизматларни тақдим этиш учун B2B платформаси ишлаб чиқилиши билан КЎБларни ахборотлаштиришга тўсқинлик қиладиган муаммолар ҳал қилинди. Логистика ва тўлов тизимларининг жадал ривожланиши билан B2B катта ривожланишга эришди[29].

Электрон тижоратнинг жадал ривожланиши билан аста-секин муаммолар пайдо бўла бошлади, бу эса ушбу бизнес моделининг ривожланишини чеклай бошлади. Ушбу муаммолар асосан қуйидаги жиҳатларни ўз ичига олади:

1. Маҳсулот сифати ва ишбилармонлик обрўси муаммолари

Электрон тижоратда харидор маҳсулотни кўра олмайди ва маҳсулот маълумотларини тўлиқ била олмайди. Шу муносабат билан қалбаки маҳсулотлар, сифатсиз маҳсулотлар пайдо бўла бошлади. Баъзи платформалар озиқ-овқат хавфсизлиги, қайта ишланган нефт маҳсулотларини портламаслигига, лицензиясиз тўлов операциялари ва бошқаларни кафолатлай олмайди. Буларнинг барчаси одамларнинг электрон тижорат платформаси ҳақидаги қўрқувини кучайтирди. Шундай қилиб, сохта маҳсулотлар нафақат истеъмолчиларга, балки ишлаб чиқарувчи компанияларга ҳам таъсир кўрсатди ва уларга катта зарар етказди[30]. [31].

---

[27] *Чен Жин . Электрон тижоратни иқтисодий ривожлантириш стратегияси / Чен Жин, 2015. 30-35*

[28] *Стоке Ж. , Ламберт Д.да туғилган . М . Логистикани стратегис бошқариш / Стоск Ж.Р., Ламберт Д.М., 2005.С. 9-13 .*

[29] *Декан Жуджун , Ковалев . М. , Новик Ин . Йилда . Хитойнинг иқтисодий ривожланиш ҳодисаси / Динг Жужун , 2008. П. 45 -47.*

[30] *Кобелев ҳақида . А . Электрон тижорат: Дарслик / эд. проф. С.В. Пирогов. 3 - ээд., рев. ва қўшинг. М:. Нашриёт ва савдо корпорацияси "Дашков ва Со", 2010 йил П. 674.*

2. Қонуний тизим устидан назоратнинг етарли эмаслиги

Хитойда электрон тижоратни ривожлантиришга сарфланган вақт этарли эмаслиги ва унинг ўсишини тез суръати туфайли кўплаб ҳуқуқий тизимлар ҳали ҳам мукаммал эмас. Электрон тижоратда пайдо бўладиган ҳуқуқий муаммолар онлайн операцияларда ҳам пайдо бўлади. Ҳозирда электрон тижорат учун ҳуқуқий тизимни бир маротаба ишлаб чиқишнинг иложи йўқ, фақат тегишли қонунлар ва қоидаларнинг ишлаб чиқилиши консенсусга эришишга ёрдам беради, шунингдек электрон тижоратни ривожлантириш жараёнида уларни доимий равишда такомиллаштиради ва ўзгартиради. Шундай қилиб, электрон тижорат ва электрон тўловлар технологияларини бир вақтнинг ўзида аниқ тушуниш, ахборот жамияти олдида турган барча янги муаммоларни ҳал қилиш учун зарурдир. Ахборот жамияти қонунлари ва қоидаларини ҳисобга олишимиз керак, шунда у доимо ижобий ривожланиб боради.

3. Электрон тижоратни ривожлантиришдаги минтақавий номутаносиблик

Хитойда электрон тижоратни ривожлантириш давомида минтақанинг жануби-шарқий қирғоқлари, шимолий ва марказий қисмлари бўйлаб нисбатан ривожланган ҳудудларга тегишли хусусиятлар аниқланди. Ғарбга келсак, вазият бутунлай тескари[32].[33].

Хитойда электрон тижоратнинг жадал ривожланиши тадбиркорлик ва инновациялар учун янги имкониятлар яратди. Электрон тижорат ишлаб чиқариш саноати билан тезкор алоқада бўлиб, хизмат кўрсатиш соҳасини ўзгартириш ва модернизациялашга ёрдам беради, бизнеснинг янги шаклларини яратади ва иқтисодий ривожланишнинг янги ҳаракатлантирувчи кучига айланади. Шу билан бирга, электрон тижоратнинг ривожланиши қуйидаги муаммоларга дуч келмоқда: ноўрин бошқарув усуллари, ноўрин хатти-ҳаракатлар ва бозордаги тартибсизлик. Шундай қилиб, зудлик билан уларни ҳал қилиш чораларини кўриш зарур[34].[35]. Бутун жамият электрон тижорат, мулк ҳуқуқи тўғрисида хабардорликни ошириши, қароқчиликни тўхтатиши ва сохта маҳсулотларга қарши туриши керак. Электрон тижорат раҳбарлари, шунингдек, қалбакилаштиришга қарши курашиш учун ижтимоий масъулият ва тегишли бўлимлар билан фаол ҳамкорлик қилишлари керак. Шу билан бирга, ҳукумат чекка ҳудудлар ва маҳаллий аҳолининг электрон тижоратни ривожлантиришда фаол иштирок этишларига ёрдам бериш учун кўпроқ афзаликларга эга ривожланиш сиёсатини танлаши керак. Ҳукумат, корхоналар ва жамият электрон тижоратни ривожлантиришга ҳисса қўшиши ва Хитойнинг электрон тижоратининг жаҳон бозорида тобора ривожланиб боришига имкон бериши керак.

---

[31] Россиядаги электрон тижорат бозори. 2013 йил [Електрон ресурс]. Кириш режими. http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/.

[32] *Алексунинда . А. , Родигина Ин . Йилда . Интернетдаги электрон тижорат ва маркетинг: Ўқув қўлланма / Алексунин ВА // "Дашков ва К" нашриёт - савдо корпорацияси, 2007. № 9. С. 10-14.*

[33] Россиядаги электрон тижорат. 2013 йил [Електрон ресурс]. http://www.slideshare.net/Data_Insight/2013-19138366?related=1 /.

[34] *Ронг Жун Х . Хитойда электрон тижоратнинг ривожланиши / МДҲ ва Шарқий Эвропа мамлакатларида электрон тижорат / Жун Ронг Ҳ., 2006. П. 13-15*

[35] *А Юрасов . Йилда . "Електрон тижорат асослари", Ишонч телефони - Телеком. Москва, 2014 йил 500.*

Адабиётлар рўйхати

1. Чен Жин . Электрон тижоратни иқтисодий ривожлантириш стратегияси / Чен Жин, 2015. 30-35.
2. Декан Жуджун , Ковалев . М. , Новик Ин . Йилда . Хитойнинг иқтисодий ривожланиш ҳодисаси / Динг Жужун , 2008. П. 45 -47.
3. Стоке Ж. , Ламберт Д.да туғилган . М . Логистикани стратегис бошқариш / Стоск Ж.Р., Ламберт Д.М., 2005.С. 9-13 .
4. Ронг Жун Х . Хитойда электрон тижоратнинг ривожланиши / МДҲ ва Шарқий Эвропа мамлакатларида электрон тижорат / Жун Ронг Ҳ., 2006. П. 13-15.
5. Алексунинда . А. , Родигина Ин . Йилда . Интернетдаги электрон тижорат ва маркетинг: Ўқув қўлланма / Алексунин ВА // "Дашков ва К" нашриёт - савдо корпорацияси, 2007. № 9. С. 10-14.
6. Зоу Тонг . ХХР ва Россия ўртасида электрон тижорат соҳасида блокировка технологиясидан фойдаланишнинг мақсадга мувофиқлиги / Иқтисодиёт, менежмент, молия: 8 стажёр материаллари. илмий. конф. (Краснодар, 2018 йил феврал). Краснодар: Новатсия, 2018.С. 174-178.
7. Кобелев ҳақида . А . Электрон тижорат: Дарслик / эд. проф. С.В. Пирогов. 3 - ээд., рев. ва қўшинг. М:. Нашриёт ва савдо корпорацияси "Дашков ва Со", 2010 йил П. 674.
8. Россиядаги электрон тижорат бозори. 2013 йил [Електрон ресурс]. Кириш режими. ҳттп://www.жсон.ру/полезне_материалй/фрее_маркет_watчес/.
9. Россиядаги электрон тижорат. 2013 йил [Електрон ресурс]. Кириш режими: ҳттп://www.слидешаре.нет/Дата_Инсигҳт/2013-19138366?релатед=1 /.
10. 10. А Юрасов . Йилда. "Електрон тижорат асослари", Ишонч телефони - Телеком. Москва, 2014 йил 500.

Махмудов Лазизбек Убайдулло ўғли, “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси ассистенти

ХАЛҚАРО ЭЛЕКТРОН САВДОНИНГ РИВОЖЛАНИШИНИ АҲАМИЯТИ

Аннотация: Интернет келажакнинг технологияси, шунинг учун халқаро савдо соҳасида электрон тижоратни ривожлантириш йўналишларини билиш зарур. Савдо жараёнларини электронлаштириш жараёнларни тезлаштириб, харажатларни камайтиради.

Калит сўзлар: электрон савдо, электрон тижорат, жаҳон бозори, логистика.

Аннотация: Интернет - это технология будущего, поэтому важно знать, как развивается развитие электронных систем в международной торговой ассоциации. Электрификация торговых процессов ускоряет процессы и снижает затраты.

Ключевые слова: Электронная торговля, электронная коммерция, мировой рынок, логистика.

Annotation: The Internet is the technology of the future, so it is necessary to know the directions of development of e-commerce in the field of international trade. Electronic sales processes speed up processes and reduce costs.

Keywords: e-sale, e-commerce, world market, logistics.

Атроф муҳитнинг тез ўзгарувчанлиги, илмий соҳанинг жадал ривожланиши, инновацион технологияларни фаол жорий этиш ва ахборот жамиятининг ривожланиши сифат жиҳатидан янги электрон тижоратнинг пайдо бўлишига олиб келади. Истеъмолчиларнинг кенг хабардорлиги (Интернетдаги маълумотларнинг оммавийлиги ва маҳсулот ёки хизмат ҳақида фикр-мулоҳазаларнинг мавжудлиги туфайли), мижознинг максимал қулайлиги (оддий онлайн харид, хонада хизмат кўрсатиш, етказиб бериш тезлиги, тўғридан-тўғри хорижий компаниялардан сотиб олиш имконияти, маҳсулотларнинг кенг ассортименти, аноним сотиб олиш имконияти), бутун дунё бўйлаб электрон савдо ўз ҳиссасини ошириш имкониятига эга эканлигини кўрсатади.

Ўтган йиллар давомида жаҳон бозорида электрон тижоратнинг минтақавий ривожланиши нотекис бўлиб келмоқда, вазиятнинг учта устуни бор: АҚШ, Европа Иттифоқи, Осиё. АҚШ электрон тижоратни ривожлантирган дунёдаги биринчи мамлакатдир. Айни пайтда у электрон тижоратнинг энг ривожланган мамлакати ва дунёдаги электрон тижоратни ривожлантириш бўйича етакчи мамлакат ҳам бўлиб ҳисобланади. Европа Иттифоқида электрон тижоратнинг ривожланиши Қўшма Штатларга қараганда кечроқ бошланди, аммо у тезда ривожланиб, глобал электрон тижоратнинг етакчи соҳасига айланди. Электрон тижоратни ривожлантиришда янги иштирокчи сифатида Осиё катта бозор салоҳиятига эга [36] . Шунга қарамай, сўнгги йилларда ривожланиш ва алмашинув тезлиги қониқарли эмас, аммо электрон тижорат Осиёда ривожланиб борадиган соҳадир.

2002 йилдан ҳозирги кунгача Интернетдаги глобал тижорат операциялари тез ўсишда давом этмоқда [37] . Фақатгина Қўшма Штатларда, айниқса фармацевтика саноатида, B2B-нинг онлайн-транзакциялари 2020 йилга қадар 1,3 триллион долларни ташкил этиши таҳмин қилинмоқда[38]. Forrester Research компанияси машинасозлик ва автомобиллар, эҳтиёт қисмлар, электротехника ва электрон маҳсулотлари ривожланишини таҳмин қилмоқда, аммо улар ўсишнинг ягона йўналиши бўлмайди ва яқин келажакда жаҳон бозори

[36] Ван Х. Состояние и перспективы развития международной электронной торговли в сегментах B2C и B2B в ближайшие годы // Студенческий, 2018. № 13-2 (33). С. 75-76.

[37] Горский Д.В. Синергия электронной торговли, управления цепями поставок и автоматизации в цифровой экономике // Экономическая наука сегодня: теория и практика. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2018. С. 111-114

[38] Толстова Л.В. Современное состояние, перспективы развития и направления совершенствования электронной коммерции в Российской Федерации // Инновационные технологии в образовании и науке. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. С. 318-321.

кенгаяди. Умуман олганда, глобал электрон тижоратнинг ривожланиши жадал ўсишни намойиш этмоқда[39].

Кейинги бир неча йил ичида глобал электрон тижорат бозори ўсишда давом этади. EMarketer прогнозларига кўра, онлайн-савдо ҳажми 2019 йилга келиб 3,5 трлн. АҚШ долларигача ўсди. Бундан ташқари, электрон тижоратнинг глобал чакана савдодаги улуши 2015 йилдаги 8-9 фоиздан 12 фоизга ошди.

1-диаграмма

Секторнинг ўсишини асосий омили Интернет тармоғига янги фойдаланувчиларининг доимий равишда кириб келишидандир, хусусан, мобил қурилмалар (смартфонлар ва планшетлар) фойдаланувчиларининг кўпайиши натижасида[40].

2-диаграмма[41]

[39] Авдеева Е.А. Проблемы развития электронной торговли в России // Молодой ученый, 2016. № 13. С. 363-365.

[40] Рынок интернет-торговли в РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-f/ (дата обращения: 02.10.2018).

[41] Рынок интернет-торговли в РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82

2018 йилда электрон тижорат платформалари чакана бозорга ҳужум қилишни давом эттиради. Бошқа савдо канали сифатида электрон тижорат платформалари тобора муҳим воситага айланмоқда. Бироқ, ҳамма чакана сотувчи ёки бренд ушбу платформада сотилмайди. Ўз хизматлари сифати ва нархларини назорат қилишни хоҳлайдиган чакана сотувчилар учун платформалардаги савдода ҳамма жиҳатини ҳам ўз канали сифатида ишлата олмайди. Муваффақиятли бўлиш учун чакана сотувчилар йирик платформалар (eBay ва Amazon каби) ва вертикал платформаларни фарқлашлари керак.

Илмий адабиётларда электрон тижоратни ривожлантиришнинг қуйидаги жиҳатлари таъкидланган: Катта маълумотлар мижозлар тажрибасини ўзгартиради. Харидорларнинг қимматли маълумотларини йиғиш даромадни ошириш ва мижозларга хизмат кўрсатишни оптималлаштиришнинг муҳим усули ҳисобланади. Шунингдек, у истеъмолчилар ва чакана сотувчилар ҳамда брендлар ўртасидаги ўзаро алоқаларни кучайтириши шу билан бирга, истеъмолчиларга содиқлиги ва доимий эҳтиёжини қондиришга шайлигини ошириши мумкин. Электрон тижорат платформасининг таъсири кучайиб бораётганлиги сабабли, чакана сотувчилар ушбу имкониятлардан яхшироқ фойдаланиш учун мижозлар базасини тўлиқ тушунишлари керак. Муваффақиятни энди фақат энг паст нарх таъминламайди[42].

Логистика қайта йўналтирилади. Истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини ўзгариши чакана савдо дўконлари ва брендларни логистикани қайта йўналтиришга ундайди. Amazonнинг узлуксиз ривожланиши билан логистика стандартлари ҳам тобора юксалиб бормоқда. Агар чакана савдогарлар талабни яхшироқ тушуниб, маҳсулотларни ўз вақтида етказиб беришлари мумкин бўлса, уларнинг рақобатда устунлиги катта бўлади ва истеъмолчилар орасида кўпроқ машҳур бўлади. Дунё бўйлаб анъанавий чакана савдо тармоқлари ҳам глобал тенденцияни кузатиб, янги муҳитда рақобатбардош бўлиш учун ўзларининг онлайн бўлинмаларини яратадилар ва ривожлантирадилар (масалан, Walmart америка офлайн гипермаркети ёки Франциянинг Auchan савдо бренди). Шу билан бирга, янги ўйинчилар доимий равишда пайдо бўлмоқда, асосан кичик ва ўрта бизнес вакиллари, чунки бозорга кириш учун тўсиқлар жуда кам, баъзида умуман инвестиция талаб қилмайди.

Бундан ташқари, харидорларнинг катта маълумотларига эга бўлган технология ўйинчилари аста-секин анъанавий компанияларнинг, шу жумладан чакана савдо корхоналарининг рақобатчиларига айланишмоқда. Масалан, Facebook, Google ва Apple. Асосий бўлмаган лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва инвеститсия қилиш улар учун контентни монетизация қилиш ёки мижозларни асосий хизматларига жалб қилишнинг қўшимча усули ҳисобланади. Бундан ташқари, банклар ва уяли алоқа операторлари бир хил мақсадлар билан Интернет-тижорат бозорига киришни бошлайдилар. Интернет аста-секин асосий операцион муҳитга айланиб бормоқда. Келажакда фақат консерватив

[42] Прутовая О.А. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России // Наука и образование сегодня. М., 2018. № 10 (33). С. 22-24.

аудитория учун ишлаб чиқарилган ўйинчиларгина онлайн тарзда бизнес қилишдан воз кечишлари мумкин.

Адабиётлар рўйхати

1. *Авдеева Е.А.* Проблемы развития электронной торговли в России // Молодой ученый, 2016. № 13. С. 363-365.
2. *Ван Х.* Состояние и перспективы развития международной электронной торговли в сегментах B2C и B2B в ближайшие годы // Студенческий, 2018. № 13-2 (33). С. 75-76.
3. *Горский Д.В.* Синергия электронной торговли, управления цепями поставок и автоматизации в цифровой экономике // Экономическая наука сегодня: теория и практика. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2018. С. 111-114.
4. Рынок интернет-торговли в РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%A0%D0%A4%202016.pdf/ (дата обращения: 02.10.2018).
5. *Толстова Л.В.* Современное состояние, перспективы развития и направления совершенствования электронной коммерции в Российской Федерации // Инновационные технологии в образовании и науке. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. С. 318-321.
6. *Прутовая О.А.* Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России // Наука и образование сегодня. М., 2018. № 10 (33). С. 22-24.

ТДТрУ, PhD, Шакирова Ф.Б.
ТДТРУ Иқтисодиёт факультети IQ-182 гуруҳ талабаси, Олимова Н.Н.

ИҚТИСОДИЁТНИ РАҚАМЛАШТИРИШДА “ЭЛЕКТРОН ХУКУМАТ” ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ДОЛЗАРБ МАСАЛАЛАРИ

Ўзбекистон Республикаси Президентининг ―Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисидаги 2020 йил 28 апрелдаги, ПҚ-4699-сонли Қарори асосида 2023 йилга келиб рақамли иқтисодиётнинг мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улушини 2 бараварга кўпайтириш назарда тутилган. Иқтисодиётни ривожлантириш стратегияси саноат, хизмат кўрсатиш соҳаси ва қишлоқ хўжалигини равнақ топтириш, тадбиркорда ташаббускорликни кучайтириш, молиявий ресурслар билан

таъминлаш каби омилларга асосланади. Иқтисодиётда чуқур таркибий ўзгаришларни амалга ошириш ҳисобига 2035 йилга бориб, мамлакат ялпи ички маҳсулоти 122 миллиард долларга етказилади. Ўсиш суръатининг бундай кўламини белгилашда ЯИМнинг номинал ўсиши, иқтисодиёт самарадорлиги, аҳоли жон бошига даромадлар ошиши ҳисобга олинган.

«Рақамлаштириш» сўзи аслида янги атама бўлиб, инновацион бошқарув ва иш юритиш жараёнига АТ ечимларнинг жалб этилишини, бунинг самараси ўлароқ эса интернет буюмлардан тортиб, электрон ҳукуматгача бўлган барча тизимларда ахборот технологияларини қўллашни кўзда тутади. Сўнгги бир йил ичида пандемия туфайли жаҳон иқтисодиёти ҳажми 4,4 фоизга камайди. Шу билан бирга, бутун дунёда рақамлаштириш тезлашди. Электронҳукумат аҳолига, тадбиркорларга ва давлаторганларига кўрсатилаётган давлат хизматларини тақдим қилишни осонлаштиради, фуқароларнинг ўз-ўзини бошқаришлари учун қўшимча имкониятлар яратади, уларнинг технологик янгиликлардан хабардорлигини оширади ва давлат бошқарувидаги иштирокини осонлаштиради. Ўзбекистон Республикаси Ягона интерактив давлат хизматлари портали (кейинги ўринларда – Ягона портал деб аталади) Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 30 декабрдаги 378-сон қарорига асосан 2013 йилда Интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг Ҳукумат портали доирасида, шу жумладан “бир дарча” режимида ишга туширилган (www.my.gv.uz).

Рақамли иқтисодиётни қўллаб-қувватлаш ва электрон ҳукуматга доир элементларни татбиқ этиш Ўзбекистоннинг яқин истиқболдаги тараққиёт режасидан мустаҳкам ўрин олган. Бу, биринчи навбатда, электрон ҳужжат алмашиш улушини янада ошириш ва давлат хизматларининг муайян қисмини Давлат хизматлари марказлари орқали босқичма-босқич равишда электрон шаклга ўтказиш вазифаларига тегишлидир. Телекоммуникация инфратузилмаси бу жараёнда муҳим вазифани бажаради**.**

“Электрон ҳукумат" атамаси ҳамда "рақамли ҳукумат" синонимик атамаси ўтган асрнинг 90-йиллари ўрталарида пайдо бўлди. Бироқ, бу ҳодисани ўрганиш дарҳол бошланмади. Шундай қилиб, е-ҳукумат муаммоларига бағишланган биринчи илмий нашр 2003 да пайдо бўлди [2]нинг яна бир ҳисоботида батафсил таъриф берилган. "Е-ҳукумат" ҳукуматнинг самарадорлигини ошириш, давлат хизматларидан фойдаланишни осонлаштириш, ахборотдан жамоатчиликка киришни ошириш ва давлатнинг фуқароларига катта ҳисобдорлигини таъминлаш учун ахборот-коммуникация технологияларидан (Исц) фойдаланишни ўз ичига олади"[3].

Ўзбекистон Республикасининг “Электрон ҳукумат тўғрисида” Қонуниида ёзилишича, электрон ҳукумат — давлат органларининг жисмоний ва юридик шахсларга ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш йўли билан давлат хизматлари кўрсатишга доир фаолиятини, шунингдек идоралараро электрон ҳамкорлик қилишни таъминлашга қаратилган ташкилий-ҳуқуқий чора-тадбирлар ва техник воситалар тизими сифатида таъриф берилган "[1].

Яна бир муҳим кўрсаткич - электрон иштирок индекси (И-Партисипейшн Индекс) бўлиб, бу фуқаролар ва тадбиркорлик субъектларининг давлат органлари билан мулоқотини таъминлашда ахборот технологияларидан фойдаланиш борасидаги саъй-ҳаракатлар самарадорлигини ўлчайди. Қуйидаги жадвалда ўзбекистоннинг электрон хукуматни ривожлантириш рейтинги бўйича маълумотлар келтирилган (2-жадвал).

2-жадвал

Ўзбекистоннинг 2018-2020 йилларда электрон ҳукуматни ривожлантириш бўйича рейтинги

№	Кўрсаткич	2018 йил	2020 йил	Фарқи
1.	Электрон ҳукуматни ривожлантириш индекси	0,62070 (81-ўрин)	0,6665 (87-ўрин)	0,0458 (-6)
1.	Онлайн хизматлар субиндекси	0.79170	0.7824	- 0,009
2.	Инсон капитали субиндекси	0.73960	0.7434	0,0038
3.	Телекоммуникацион инфраструктура субиндекси	0.33070	0.4736	0,1429
4.	Электрон иштирок этиш индекси	0,75840 (59-ўрин)	0,8095 (46-ўрин)	0,0511 (+13)

2020 йилда Ўзбекистон ўзининг кўрсаткичини 0,80 (+0,05) гача ошириб, умумий рейтингдаги ўрнини 13 поғонага кўтардива 46 – ўринни эгаллаб (2018 йилда - 59-ўрин), электрон иштирок индексининг жуда юқори ривожланиш даражасига эга мамлакатлар рўйхатига кирди.

Рақамли иқтисодиёт шароитида электронт хукумат хизматларини янада ривожлантириш ва такомиллаштириш учун қуйидаги таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилди:

1. Узлуксиз электр таъминоти шароитидагина узлуксиз ишлаб чиқариш цикли, жараёнлари ҳақида сўз юритиш мумкин бўлади ва шу сабабли ҳам биз таклиф этмоқдамизки, Ўзбекистонда инновацион ишлаб чиқариш ва рақамлаштиришнинг базис шарт-шароитларидан бири бўлган узлуксиз электр таъминоти муаммосини ҳал этиш биринчи даражали масала ҳисобланади. Чунки чекка ҳудудларда узлуксиз электр таъминоти ўз навбатида сифатли интернет тармоқларининг яхши ишлаши учун зарур бўлади. Бу масалани ҳал этишни эса электрэнергетика тизимидаги электр таъминотидаги узилишларга оид муаммоларни бартараф этиш, энергияни тежайдиган юқори технологияларни тизимга жорий этишдан бошлаш лозим бўлади.

2. Ягона порталда асосан ижтимоий ҳимояга йўналтирилган, аҳоли саломатлиги билан боғлиқ янги хизматлар билан биргаликда молия-кредит

соҳасидаги янги хизматларни жорий этишлиши мақсадга мувофиқдир. Хусусан,Фуқаролик соҳасида (Фуқароликка қабул қилиш ва ундан чиқиш учун ариза юбориш); Солиқ, тадбиркорлик, банк-молия соҳасида (Иш даромадлари тўғрисидаги маълумотнома олиш, Ўз-ўзини банд қилган шахсларни рўйхатдан ўтказиш, Корпоратив карта орқали харид қилинган товар ва хизматларни шахсий кабинетда рўйхатдан ўтказиш); Таълим (Олий таълим тўғрисидаги дубликат ҳужжатларини бериш, Нодавлат мактабдан ташқари таълим фаолияти, чет тилларни ўргатиш бўйича ўқув курслари фаолияти учун хабарнома юбориш, Олий ўқув юртларига ҳужжатларни қабул қилиш, Тошкент давлат юридик университетининг юридик техникумига ўқишга кириш учун ариза юбориш) ва бошқалар.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси “Электрон ҳукумат тўғрисида” ги Қонуни 395, 09.12.2015й.

2. Hafkin N.J. E-gvernment in Africa: An verview f Prgress Made and Challenges Ahead, p. 3. Available at: http://unpan1.un.rg/intradc/grups/un/dcuments/un/unpan034002.pdf.

А.П.Хазратов – СамИСИ ўқитувчиси
Э.Шавқиев – СамИСИ доценти

МАМЛАКАТИМИЗ ХИЗМАТЛАР СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА АЛОҚА ХИЗМАТЛАРИНИНГ ЎРНИ

Инсоният тарихида кишилар турмуш даражасини яхшилашга – моддий ва номоддий эҳтиёжларини самарали қаноатлантиришга ва меҳнатини енгиллаштиришга қаратилган кўплаб кашфиётлар, ихтиролар ҳамда соҳалар яратилганки, уларнинг ҳар бири маълум даражада хизмат қилиб келмоқда.

Миллий иқтисодиётнинг муҳим соҳалардан бири – бу хизмат кўрсатиш соҳасидир. У ўз моҳияти ва мазмунига кўра, инсон капитали ривожланишига шарт-шароит яратилишини ҳамда меҳнат тақсимотининг юқори даражага кўтарилишини тавсифлайдиган соҳа ҳисобланади.

Бугун кунда Ўзбекистонда хизматларнинг алоҳида турлари мавжуд бўлиб, улар изчиллик билан такомиллаштирилмоқда ва модернизация қилинмоқда. Бунинг натижасида мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотида хизматлар соҳасинининг улуши йилдан-йилга ўсиб бормоқда (1-жадвал).

1-жадвал

Ўзбекистонда 2020 йилда иқтисодиёт фаолият турлари бўйича ишлаб чиқарилган хизматларнинг асосий кўрсаткичлари[43]

№	Асосий кўрсаткичлар	Хажми млрд.сўм	2019 йилга нисбатан ўсиш суръати, фоизда
1	Хизматлар жами	218853,5	102,3
2	Шу жумладан:		
3	Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари	12886,0	115,3
4	Молиявий хизматлар	45817,3	125,6
5	Транспорт хизматлари	53772,5	91,6
6	Шу жумладан: автотранспорт хизматлари	29196,6	103,5
7	Яшаш ва овқатланиш хизматлари	5878,5	86,5
8	Савдо хизматлари	56553,9	101,7
9	Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар	6089,7	91,1
10	Таълим соҳасидаги хизматлар	9 073,0	107,4
11	Соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлар	3209,4	89,9
12	Ижара хизматлари	4172,1	98,9
13	Компютер ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар	3 407,4	96,1
14	Шахсий хизматлар	4983,3	92,1
15	Мъморчилик муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар	4 925,7	93,7
16	Бошқа хизматлар	8 084,7	98,3

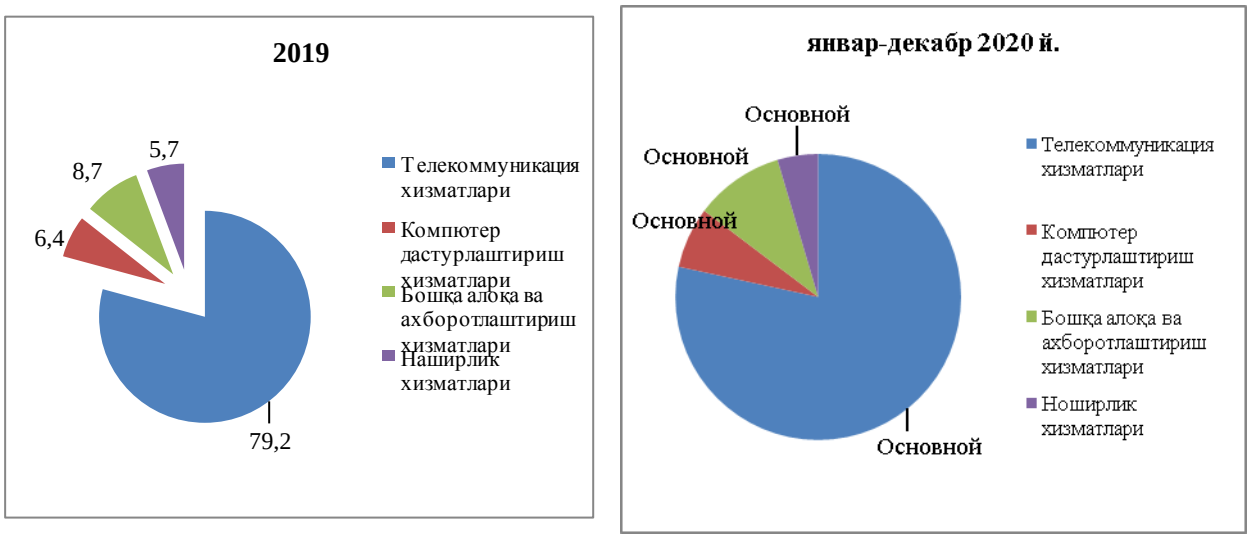
1-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики 2020 йилда жами хизматлар 218853,5 млрд.сўмни ташкил қилиб, 2019 йилга нисбатан 2,3 фоизга ўсган. Ўрганилаётган даврда жами хизматларнинг таркибида энг катта ўсиш: молиявий хизматларда – 25,6 фоиз, алоқа ва ахборотлаштириш хизматларида – 15,3 фоиз, таълим соҳасидаги хизматларда – 7,4 фоиз ва савдо хизматларида 1,7 фоиз кузатилади. Айни пайтда соҳанинг бошқа тармоқларида хизмат кўрсатиш ҳажми бир мунча пасайган.

Бунинг асосий сабаби сифатида 2020 йилда бўлиб ўтган коронавирус пандимиясини мисол сифатида келтиришимиз мумкин.

Мамлакатимиз хизматлар соҳасида юқори суръатлар билан ривжланиб бораётган хизмат турларидан бири бу алоқа хизматлари ҳисобланади.

[43] www.stat.uz -Ўзбекистон Республикаси Статистика Қўмитасининг электрон сайти

Алоқа хизматлари – бу турли воситалар ёрдамида ахборотларни узатиш ва қабул қилиш миллий иқтисодиётнинг почта, телефон, телеграф, радио, телевидение ва бошқалар орқали ахборотларни узатиш ва қабул қилишни (почта орқали буюмлар юборишни ҳам) таъминлайдиган тармоқдир. **“Алоқа хизматлари дейилганда, турли ахборотларни бир шахсдан иккинчи шахсга турли воситалар орқали узатадиган жараённи ташкил қилувчи одамлар меҳнатининг мажмуи тушунилади”**[44].

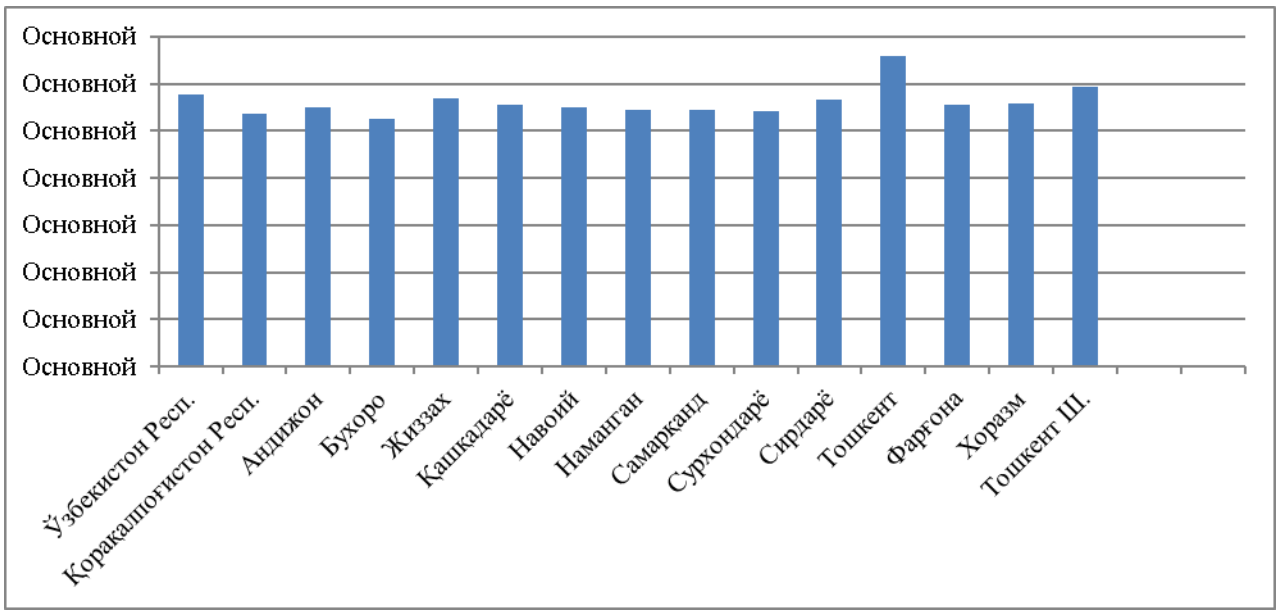


1-диаграмма. Ўзбекистонда алоқа ва ахборотлаштириш хизматларининг таркиби, фоизда

1-диаграмма маълумотлари далолат берадики 2019 йилга нисбатан 2020 йилда компютер дастурлаштириш хизматлари 0,5 фоизга, бошқа алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари 1,4 фоизга ва ноширлик хизматлари эса 1,1 фоизга ошган.

Шунингдек, ушбу хизмат турларнинг ўсиш суръатини ҳудудлар кесимида кўриб чиқишимиз мумкин (2-диаграмма).

[44] Мирзаев Қ.Ж., Пардаев М.Қ. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. Т.: «IQTISOD-MOLIYA», 2014.384-б.



2-диаграмма. Ҳудудлар кесимида алоқа ва ахборотлаштириш хизматларининг 2020 йилда 2019 йилга нисбатан ўсиш суръати, фоизда

2-диаграмма маълумотларидан кўриниб турибдики, ўрганилаётган даврда Республикамизнинг барча ҳудудларида алоқа ва ахборотлаштириш хизматларининг ўсиши суръати кузатилган. Жумладан, юқори ўсиш суръатлари Тошкент 32,0 фоизга, Жиззах 14,0 фоизга, Сирдарё 13,2 фоизга, Хоразм 11,5 фоизга, Фарғона 11,3 фоизга, Қашқадарё 11,2 фоизга ҳамда Тошкент шаҳри 18,8 фоизга ўсиш кузатилган бўлса, 2019 йилга нисбатан унча юқори бўлмаган ўсиш суръати Бухоро 4,9 фоиз, Самарқанд ҳамда Сурхондарё вилоятларида 8,4 фоиз, ва Қорақалпоғистон Республикасида 7,2 фоизга ўсиш ҳолати кузатилган.

Шуни таъкидлаш лозимки, аралаш иқтисодиёт шароитида алоқа хизматлари бозорида вазият ўзгарди: алоқа хизматлари билан шуғулланувчи субъектларнинг фаолияти эркинлаштирилди ва монополистик фаолияти эса чекланди. Натижада алоқа хизматлари бозорига турли мулк шаклидаги хўжалик юритувчи субъектларнинг кириб келиши таъминланди.

Алоқа хизматларини янада ривожлантириш учун қулай шароит яратиш, унинг хизматлар соҳасидаги улушини ошириш ва алоқа хизматини кўрсатувчи корхоналар самарадорлигини ошириш ҳамда ички истеъмол бозорини замонавий, сифатли турли-туман хизмат турлари билан тўйинтириш учун, бизнинг фикримизча, ривожланган мамлакатлар тажрибасидан кенг фойдаланиш, алоқа хизматлари кўрсатиш корхоналарида ишлайдиган ходимларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрдаги “Рақамли Ўзбекистон — 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги, ПФ-6079-сон Фармони.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 апрелдаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4699-сон Қарори.

2. Мирзаев Қ.Ж., Пардаев М.Қ. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. Т.: «IQTISOD-MOLIYA», 2014.384-б

3. www.stat.uz -Ўзбекистон Республикаси Статистика Қўмитасининг электрон сайти.

Холбутаева Шахноза Абдувалиевна
Тошкент давлат транспорт университети, катта ўқитувчи

КОНСАЛТИНГ ХИЗМАТЛАРИНИ РАҚАМЛАШТИРИШ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШ ОМИЛИ СИФАТИДА

Мамлакатимиз иқтисодиётини барқарор ривожлантириш, унинг иқтисодий ва ижтимоий тараққиёти, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишни самамарали бошқариш муҳим омиллардан бири сифатида консалтинг хизматларидан фойдаланиш кўрилмоқда. Шуни яна алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, инновацион иқтисодиётга ўтишда дунёнинг етакчи саноат корхоналарининг деярли ярми ҳамда бир қанча давлатлар бир вақтнинг ўзида юзага келган ва келадиган муаммолари кўп қиррали бўлиб, улар турли фаолият соҳаларидаги мутаҳассисларнинг ёрдамига эҳтиёж сезмоқдалар ва мавжуд тўсиқларни енгиб ўтиш мақсадида консалтинг ташкилотлари томонидан кўрсатилаётган турли йўналишлардаги, жадал суъатлар билан ривожланаётган хизматлардан фойдаланмоқдалар. Бу эса ўз ўрнида консалтинг хизматлари бозорининг доирасини тобора кенгайишига сабаб бўлмоқда.

Бугунги кунда дунё мамлакатларида консалтинг хизматининг турли йўналишлари мавжуд. Консалтинг ташкилотлари ўз табиатига кўра хилма хил бўлиб, умумий ҳолда қуйидаги фаолият турларини ўз ичига олади: бошқарув консалтинги; стратегик режалаштириш; молиявий, инвестицион, кадрлар консалтинги; инжиниринг; IT соҳасидаги консалтинг; лойиҳаларни бошқариш консалтинги; аудит ва баҳолаш, бизнес режалаштириш, маркетинг ва бошқалар.

Бугунги кунда дунё миқёсидаги янги ахборот асри, барча мамлакатлар миллий иқтисодиётнинг турли тармоқларидаги ташкилотларнинг ривожланишини, яъни рақамли трансформациясини тақозо этмоқда. Шу ўринда, 2020 йил 25 январь куни Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлисга Мрожаатномасида: “Тараққиётга эришиш учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини эгаллашимиз зарур ва шарт. Бу бизга юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради. Зеро, бугун дунёда барча соҳаларга ахборот технологиялари чуқур кириб бормоқда.”[45] дея таъкидлаган эдилар.

[45] Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Миромонович Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномаси//Ҳалқ сўзи газетаси. 25январь 2020 й.

Ўзбекистон фанлар академиясининг академиги, иқтисодиёт фанлари доктори А.Қаландаров рақамлаштириш жараёнини “Тўртинчи саноат инқилоби двигатели” деб атайди[46]. Чунки айнан бутун жараёнларни рақамлаштириш ҳар бир давлатни иқтисодий ўсишга сабаб бўлувчи омиллардан бири ҳисобланмоқда.

Ривожланган мамлакатларда ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш, ҳусусан консалтинг хизматларини рақамлаштириш асосан катта маълумотлар технологиялари (big data), финтеч (fintech), машинасозлик (machine learning), блоскчаин ва бошқа кўплаб пайдо ахборот технологиялари соҳасида ўзгаришлар ҳамда уларни фаол амалга ошириш нафақат ишлаб чиқариш, балки бошқарув амалиётида ҳам ташкилотларнинг эътиборини оширмоқда, бу эса ўз ўрнида қолган давлатларни ҳам замон билан ҳамнафас қадам босишга ундамоқда.

Ўзбекистон корхоналари учун долзарб вазифалардан бири бу бошқаришда, ҳусусан: бизнес юритиш, рақобат афзалликларини яратиш динамикасини тушуниш, бошқарувда асосий қадриятлар ва кўрсатмаларни ўзгартириш, янги технологик талабларига мувофиқ, уларнинг рақамли ўзгартириш ҳисобланади. Айнан консалтинг хизматларининг энг сўнгги йўналишлари замонавий рақамли муҳит талабларига жавоб берадиган, мижоз корхоналарнинг рақамли ривожланиш йўлига ваколатли ўтишига ҳисса қўшадиган хизматларни кўрсатадилар. Консалтинг хизматларни рақамли ўзгартириш жараёни, бизнес ривожлантириш учун устувор йўналишлари аниқлаш орқали саноатни рақамлаштириш мақсадида муҳим илмий ва амалий маслаҳатларни беришни назарда тутади.

Ҳозирги даврга келиб жаҳонда рақамли иқтисодиёт тараққий этган 20 мамлакатда 2 триллион АҚШ долларини ташкил этаётгани ҳисоблаб чиқилган. Рақамли иқтисодиётни ривожлантиришда дунёда пешқадам Буюк Британияда эса у ҳозирнинг ўзида миллий ялпи ички маҳсулотнинг 12 фоизга етди. Мамлакатимизда 2020 йилнинг ўзида транспорт, геология, таълим, архив каби соҳаларни тўлиқ рақамлаштириш белгиланган ва бу борадаги ишлар жадал олиб борилмоқда.[47]

Янги рақамли муҳитда консалтинг хизматларига бўлган талабнинг ортиши консалтинг фаолиятининг ривожланишида янги босқичнинг шаклланишига, янги тушунча – дижитал-консалтинг (digital-consulting)нинг пайдо бўлишига олиб келди. Хозирги кунда замонавий консалтинг компаниясининг маслаҳатчилари ва мижозлари тўлақонли ҳамкорларга айланадилар. Яъни улар муайян бизнес муҳитида динамик ўзгаришларга дуч келадилар, рақамли сценарийга мувофиқ ривожланадилар ва маълум маънода рақамли маслаҳатчи бўлиб, улар бизнеснинг рақамли муҳитда ўзгаришларга ва функцияга қандай мослашиши кераклиги ҳақида малакали ва оқилона жавоб беришга ҳаракат қиладилар.

Бу эса ўз ўрнида иқтисодиётнинг ривожланиши аҳоли бандлиги соҳасига таъсир қилади ва янги касбларни пайдо бўлишига олиб келади, жумладан: шахсий брендни бошқарувчи; виртуал адвокат; давлат органлари вакиллари

[46] yuz.uz
[47] yuz.uz

билан мулоқот платформаси модератори; инфостйлеист; рақамли лингвист; муддатли брокер; интерфейси услубчиси ва ҳакозо.

Ўзбекистонда консалтинг хизматларини ривожлантириш ва жаҳон консалтинг хизматларини кўрсатувчи компаниялар билан рақобатбордошлигини ошириш мақсадида қўйдагиларни кўллаш тавсия этилади:

- Ўзбекистон Республикасида ҳам ушбу хизматнинг турларини талаб асосида, ҳусусан, энергетика, оғир ва енгил саноат, нефт-газ, машинасозлик ва бошқа шу каби мамлакат иқтисодиётининг устуни ҳисобланган соҳаларга кириб бориш имконини ошириш ҳамда юқорида таъкидлаб ўтилган соҳа ва тармоқларни ривожлантиришда консалтинг хизматларидан фойдаланиш кўрсаткичини ошириш;
- миллий иқтисодиётимизда консалтинг хизматлари улушини оширишда HR-консалтингга алоҳида эътибор қаратиш, чунки юқорида таъкидалб ўтилганидек, айнан юқори малакали кадрлар мазкур соҳани ривожлантиришда хамда бандлик кўрсаткичлари ва аҳоли даромадларининг юқорилашувини таъминлашда фаол иштирок этишади;
- кўрсатилаётган хизматлар сифатини ошириш мақсадида соғлом рабатбардошлик муҳитини яратиш.

Ўзбекистон Республикасида консалтингни турли йўналишларини шакллантириш ва ривожлантириш муаммоларини комплекс ҳал қилиш ва бозор инфратузилмасининг ушбу муҳим таркибий қисмини шакллантириш бўйича давлат томонидан қўллаб-қувватлаш консалтинг фаолиятининг кенгайишини ва бозорга тушадиган иқтисодий бошқарув тизими самарадорлигини оширишни таъминловчи асосий шартлардан бири ҳисобланади.

Бердимуродов Азизжон Шукриллоевич,
СамИСИ мустақил изланувчиси

ЭРКИН ТУРИСТИК ҲУДУДЛАР ФАОЛИЯТИГА ТАШҚИ БОШҚАРУВНИ ЖОРИЙ ЭТИШ ОРҚАЛИ ТУРИЗМ ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ

Маълумки, 2019 йил сўнгига қадар бутун жаҳон бўйича туризм соҳаси барқарор суръатларда ривожланиб борди. 2019 йилнинг декабр ойи охирида Хитой марказидаги аҳоли энг зич жойлашган шаҳарлардан бири Уханда янги турдаги коронавирус (COVID-2019) аниқланди. Дастлаб ушбу касаллик фақатгина Хитой учунгина ўзининг салбий таъсирини кўрсатган бўлса, аста-секинлик билан бутун дунёга тарқаб борди ва жорий йилнинг 23 март ҳолатига кўра жаҳоннинг 190 мамлакатига кириб борди ҳамда Жаҳон соғлиқни сақлаш ташкилоти коронавирус тарқалишини пандемия деб эълон қилди. Бугунги кунга келиб, коронавирус кириб бормаган давлат деярли қолмади. Натижада

деярли барча давлатлар ўз чегараларини тўлиқ ёки қисман ёпишди, темирйўл, ҳаво транспорт, халқаро ва ички туризм деярли тўхтади.

Иқтисодчилар томонидан COVID-19 туфайли дунё бўйича иқтисодий пасайиш ҳақида жуда кўп гапирилди. Тўғри, бу барча соҳаларга ўз таъсирини кўрсатган бўлса-да, энг оғир зарба хизмат кўрсатиш соҳасига, хусусан туризм тармоғига келиб тушди.

Экспертларнинг фикрича касаллик бартараф бўлгач, ички туризмнинг қайта тикланиши жадал кечиши кутилаяпти, аммо 2020 йилнинг якунига қадар ҳам халқаро туризмнинг ўз ҳолига қайтиши сўроқ остида қолмоқда.

Бутун дунёда кузатилгани каби ушбу пандемия оқибатида мамлакатимиз туризми жиддий зарар кўрди. Зеро, ЖССТ коронавирусни пандемия деб эълон қилгунча бўлган муддатда ҳам мамлакатимизга ташриф буюрган туристлар сонининг камайганини кузатишимиз мумкин. 2020 йилнинг биринчи чорагида Ўзбекистонга туристик мақсадларда келган чет эл фуқаролари сони 1,2 млн кишини ташкил этган. Бу кўрсаткич 2019 йилнинг шу даврига нисбатан 12,0 фоизга камайганлигидан далолат беради.

2020 йилнинг иккинчи чорагида туристларнинг ташрифи деярли кузатилмади. Бундай шароитда нафақат туризм тармоғи, балки у билан бевосита ва билвосита алоқадар соҳа ва тармоқларда ҳам даромаднинг камайиши кутилмоқда. Зеро, туризм энг мултипликатив тармоқлардан ҳисобланади.

2025 йилда мамлакатга ташриф буюрадиган хорижий сайёҳлар сонини 7 миллионга, туризм экспортидан келадиган йиллик даромадни эса 2 миллиард долларга етказиш режалаштирилган эди.

Бунинг учун мамлакатда эркин туристик ҳудудларни, дам олиш зоналарини ривожлантириш, айниқса бу масалаларга инновацион ёндашув муҳим аҳамият касб этади.

Замонавий глобаллашув ва жиддий рақобат шароитида мавжуд ресурслардан оқилона фойдаланиш ва минтақадаги иқтисодий марказларнинг инновацион ёндошувлари асосида ривожланиш масалалари долзарб бўлиб қолади.

Давлатимиз раҳбари парламентга Мурожаатномасида ҳам туризмни ривожлантириш, соҳага инвестициялар жалб этиш, кадрлар салоҳиятини ошириш бўйича комплекс чоралар кўриш зарурлигини қайд этиб, “Бизда туризм кўпинча қадимий шаҳарларимиз, тарихий-маданий ёдгорликлар доирасида чекланиб қолмоқда. Ҳолбуки, мамлакатимизнинг бетакрор табиати, миллий қўриқхоналар, тоғли ҳудудларда туризмни ривожлантириш учун катта салоҳият мавжуд” деди. Олий Мажлисга Мурожаатномадан бир ҳафта ўтиб, Президентимизнинг “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида ”ги фармони ҳамда унга мувофиқ 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш бўйича Концепция ишлаб чиқилгани бежиз эмас. Чунки ҳаётнинг ўзи бу соҳада ҳали муаммо ва камчиликлар, қиладиган

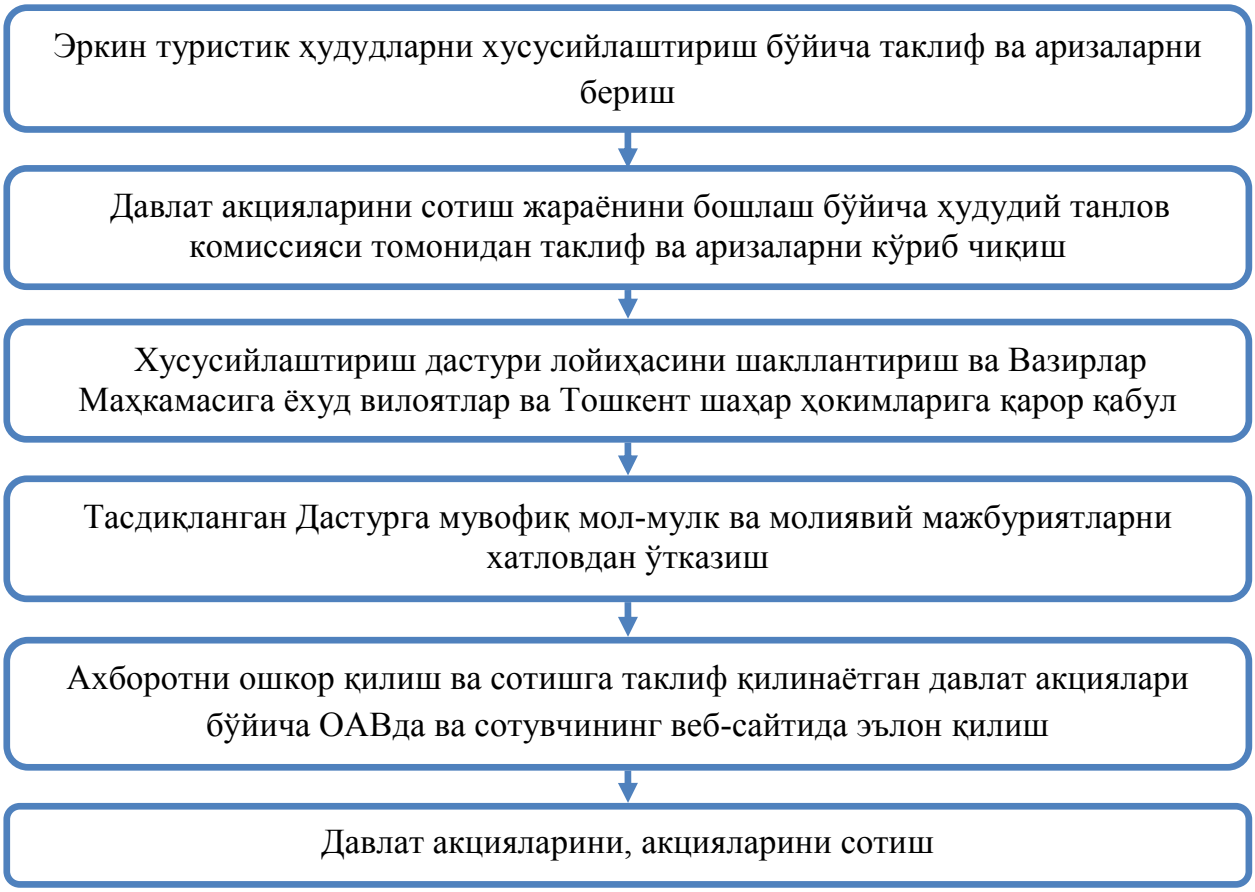
ишларимиз жуда кўплигини кўрсатмоқда. Тармоққа замонавий ахборот технологияларини жалб қилиш ҳақида эса гапирмасак ҳам бўлади.

Жаҳон тажрибасидан маълумки, туризм салоҳиятини юксалтириш, туристик хизматлар кўрсатиш сифатини ошириш, туризм тармоғига хорижий инвестицияни жалб қилиш, энг муҳими, янги бозорларга кириб боришда эркин иқтисодий ҳудудлар (ЭИҲ)нинг алоҳида тури бўлган эркин туристик ҳудудлар (ЭТҲ) муҳим ўрин тутади. Шу боис мамлакатимизда ана шундай ҳудудларни ташкил этишга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Ўзбекистон Республикасида барча соҳаларда тадбиркорлик учун қулай инвестиция муҳитини яратиш, хусусий мулк эгаларининг ҳуқуқ ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш борасида тизимли ислоҳотлар амалга оширилиб келинмоқда. Давлат улуши сақланиб қолаётган хизмат кўрсатиш ва туризм индустрияси субъектларида реал бозор механизмларига ўтишнинг кечикаётганлиги янги турдаги рақобатбардош хизматларни яратишни йўлга қўйиш, замонавий механизмларни жорий қилиш, меҳнат унумдорлигини янада ошириш, хорижий ва маҳаллий инвестицияларни кенг жалб қилган ҳолда туризм ва хизмат кўрсатиш соҳасида янги иш ўринлари яратишга тўсқинлик қилмоқда.

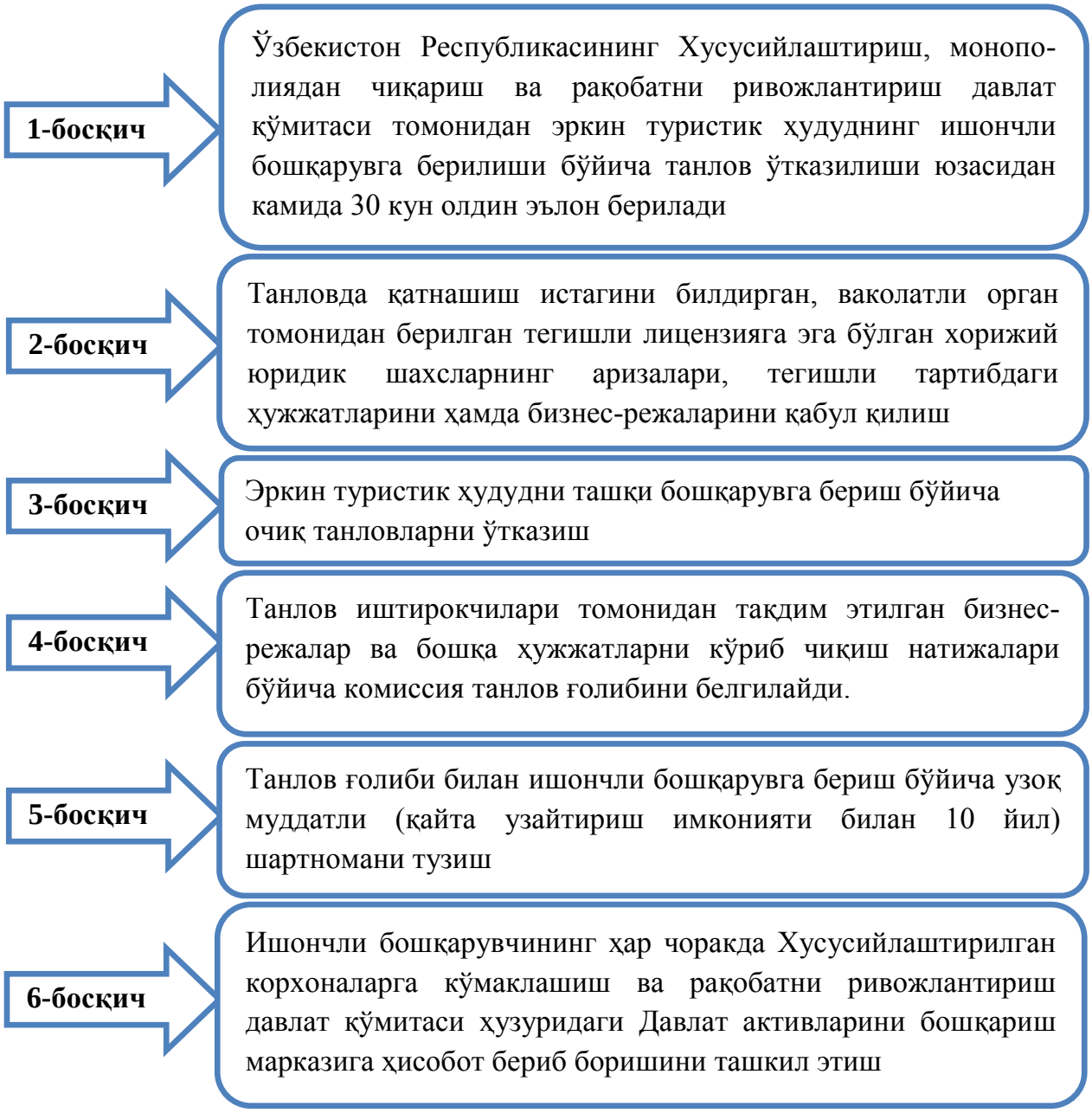
Шу муносабат билан илмий тадқиқотлар натижасида эркин иқтисодий ҳудудлар, ҳусусан эркин туристик ҳудудлар фаолиятига замонавий технологиялар ва илғор хорижий тажрибаларни жорий этиш асосида хизматлар сифатини ҳамда рақобатбардошлигини ошириш, инфратузилмани янада ривожлантириш, туристик ҳудудларни хусусийлаштириш орқали эса инвестицион фаолликни кучайтириш борасида таклифлар ишлаб чиқилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Давлат иштирокидаги корхоналарни ислоҳ қилишни жадаллаштириш ҳамда давлат активларини хусусийлаштиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармонида ҳам 2021 йил 1 февралга қадар хорижий тажрибани ўрганган ҳолда махсус иқтисодий зоналар фаолиятига ташқи бошқарувни жорий этиш ҳамда уларни босқичма-босқич хусусийлаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқиш вазифаси қўйилган.



1-расм. Эркин туристик ҳудудларни ҳусусийлаштириш жараёни

Эркин туристик ҳудудларни ҳусусийлаштириш жараёни эркин туристик ҳудудларни хусусийлаштириш бўйича таклиф ва аризаларни бериш, давлат акцияларини сотиш жараёнини бошлаш бўйича ҳудудий танлов комиссияси томонидан таклиф ва аризаларни кўриб чиқиш, хусусийлаштириш дастури лойиҳасини шакллантириш ва Вазирлар Маҳкамасига ёхуд вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимларига қарор қабул қилиш учун киритиш, тасдиқланган Дастурга мувофиқ мол-мулк ва молиявий мажбуриятларни хатловдан ўтказиш, ахборотни ошкор қилиш ва сотишга таклиф қилинаётган давлат акциялари бўйича ОАВда ва сотувчининг веб-сайтида эълон қилиш, давлат акцияларини, акцияларини сотиш кабиларни ўз ичига олади.



2-расм. Эркин туристик ҳудудлар фаолиятига ташқи бошқарувни жорий этиш босқичлари

Хулоса сифтида айтиш мумкинки, сўнгги йилларда туризм соҳасида қулай инвестициявий муҳитни яратиш, хусусий мулк эгаларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш юзасидан тизимли ислоҳотлар амалга оширилмоқда.

Шу билан бирга, давлат улуши сақланиб қолаётган айрим туристик бизнес объектларида бозор механизмларига ўтишнинг кечикаётганлиги янги турдаги рақобатбардош хизматларни яратишни йўлга қўйиш, илғор технологияларни жорий этиш, меҳнат унумдорлигини ошириш, хусусий капитални фаол жалб қилган ҳолда янги иш ўринлари яратиш, инфратузилмани янада ривожлантиришга тўсқинлик қилмоқда. Шу муносабат билан туризм

соҳасида давлат иштирокидаги корхоналарда истеъмолчига йўналтирилган замонавий бошқарув усуллари, очиқлик, шаффофлик ва бозор тамойилларини жадал жорий этиш, таннархни пасайтириш орқали даромадларни ошириш, ислоҳотлар жараёнида хусусий капитал иштироки учун кенгроқ имкониятлар яратиш, иқтисодиётда давлат иштирокини қисқартириш ва рақобат муҳитини янада яхшилаш асосий вазифалардан бўлиб қолади ва бунда эркин туристик ҳудудларни хусусийлаштириш ва унинг фаолиятига ташқи бошқарувни жалб қилиш муҳим аҳамият касб этади.

3-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИСНИ ТАШКИЛ ЭТИШ МУАММОЛАРИ

СамИС и.ф.н., доцент Ш.А.Султонов,
МИ-119 гуруҳ магистри Ш.Н.Мирзаева,
МИ-119 гуруҳ магистри М.А.Абдувохидов

САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ УМУМИЙ ҲОЛАТИ ВА КЎРСАТКИЧЛАР ТАҲЛИЛИ

Ўзбекистон мустақилликга эришгандан кейин ҳамма соҳада ислоҳатлар бошланди. Шу жумладан хизмат кўрсатиш соҳасига ҳам катта эътибор бериб келинмоқда. Ўтган давр ичида хизмат кўрсатиш соҳаси бўйича меъёрий ва ҳуқуқий асос яратилиб, тобора такомиллаштирилмоқда. Республикамизда амалга оширилаётган иқтисодий ислоҳатларнинг ҳозирги босқичида хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасининг миллий иқтисодиётдаги ўрни ва роли йилдан йилга ошиб бормоқда. Буни ушбу соҳанинг мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотдаги улушининг ортиб бораётганида ҳам кўриш мумкин. 2020 йилда бу кўрсаткич 36 фоизни ташкил этиши юқорида қайд этилган фикрни тўлиқ тасдиқлайди. Дунёда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши ўртача 61 фоизни ташкил этади. Лекин 86 фоиз қўшилган қиймат шу соҳада яратилади. Самарқанд вилояти ялпи худудий маҳсулотида 32,4 фоизни ташкил қилмоқда.

Шуни эътироф этиш керакки, мамлакатимиз Президенти ушбу соҳага катта эътибор бериб келмоқда. 2017 йил 7 февралда имзолаган “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармонининг 1-иловасида “2017 – 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси” алоҳида келтирилган. Ушбу ҳужжатда мамлакатимизнинг барча соҳасини, шу жумладан иқтисодиётни ва унинг таркибий қисми бўлган хизмат кўрсатиш соҳасини ҳам алоҳида тармоқлари ва ҳудудлари бўйича жадал ривожлантириш масалалари устувор вазифа сифатида белгиланган. Ҳозирги кунда ушбу дастурнинг бажарилиши юзасидан қизғин ишлар амалга оширилиб келмоқда.

Бу борада Самарқанд вилоятида ҳам бир қанча ишлар олиб борилмоқда, жумладан, 2020 йилда бозор хизматлари ишлаб чиқаришнинг иқтисодий фаолият турлари бўйича ҳажми 14 318,7 млрд. сўмни, шу жумладан қишлоқ жойларида 4 673,5 млрд. сўм ёки умумий кўрсатилган хизматлар ҳажмининг 32,6 фоизи (ўтган йилнинг мос даврига нисбатан 105,4 фоиз)ни ташкил қилди.

1-жадвал

Самарқанд вилоятида 2019-2020 йилларда бозор хизматларининг ишлаб чиқаришни иқтисодий фаолият турлари бўйича тақсимланиши

	Ҳажми, млрд. сўм	**2019 йилга нисбатан, % да**	**Якунга нисбатан, % да**	**ш.ж: қишлоқ жойларида млрд. сўм**
Жами хизматлар	14 318,7	102,6	100,0	4 673,5
ш. ж: хизмат турлари бўйича				
Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари	698,8	108,4	4,9	3,6
Молия хизматлари	2 077,9	121,3	14,5	632,0
Транспорт хизматлари	3 484,9	99,6	24,3	1 713,4
ш. ж: автотранспорт хизматлари	3 366,5	105,8	23,5	1 703,3
Яшаш ва овқатланиш хизматлари	458,3	87,8	3,2	86,4
Савдо хизматлари	4 202,0	103,2	29,3	1 468,7
Кўчмас мулк билан боғлиқ бўлган хизматлар	324,5	89,6	2,3	114,9
Таълим соҳасидаги хизматлари	736,7	114,3	5,1	80,6
Соғлиқни сақлаш хизматлари	225,3	108,1	1,6	37,0
Ижара ва прокат хизматлари	414,2	92,8	2,9	86,1
Компьютерларни ва маиший товарларни таъмирлаш хизматлари	363,9	95,8	2,5	113,3
Шахсий хизматлар	552,6	90,7	3,9	190,2
Меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар	296,9	85,7	2,1	73,9
Бошқа турдаги хизматлар	482,7	88,5	3,4	73,4

Манба: Самарқанд вилояти Статистика бошқармаси маълумотлари асосида ҳисобланган.

Юқоридаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики Самарқанд вилоятида 2019-2020 йилларда бозор хизматларининг ишлаб чиқаришни иқтисодий фаолият турлари бўйича тақсимланиши келтирилган бўлиб, 2020 йилда жами хизматлар ҳажми 14 318,7 млрд. сўмни ташкил қилган бўлиб, 2019 йилга нисбатан 102,6 фоизга ошганлигини кўришимиз мумкин. Бу ерда энг кўп савдо хизматлари 4 202,0 млрд сўмни ташкил қилган бўлиб, 2019 йилга нисбатан 103,2 фоизга ўсганлигини кўриш мумкин. Шунингдек, молия хизматларида (121,3 фоиз), таълим соҳасидаги хизматларда (114,3 фоиз), алоқа ва ахборотлаштириш хизматларида (108,4 фоиз) ҳамда соғлиқни сақлаш хизматлари (108,1 фоиз) ўсиш суръати юқори бўлди. Шу билан биргаликда айрим хизмат турлари 2019 йилга нисбатан пасайганини кўриш мумкин, яъни транспорт хизматлари (99,6 фоиз), яшаш ва овқатланиш хизматлари (87,8 фоиз), кўчмас мулк билан боғлиқ бўлган хизматлар (89,6 фоиз), ижара ва прокат хизматлари (92,8 фоиз), компьютерларни ва маиший товарларни таъмирлаш

хизматлари (95,8 фоиз), шахсий хизматлар (90,7 фоиз), меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар (85,7) ва бошқа турдаги хизматлар (88,5 фоиз)ни ташкил этган. Бу кўрсатилган хизмат турларининг пасайишига фикримизча, бутун жаҳонда, жумладан, мамлакатимизда кетаётган COVID-19 пандемияси сабабли бўлиши мумкин. Пандемия даврида янги хизмат тури, яъни етказиб бериш хизмат жуда хам ривожланди. Бу хизмат тури хозирги кунда жуда хам оммолашиб кетди.

Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш, унинг самарадорлигини ошириш ва сифатини кўтариш бўйича килиниши лозим бўлган ишлар талайгина. Биринчидан, ушбу соҳада хўжалик юритишнинг бозор муносабатларига асосланган янги шароитларга мослашиш жараёни такомиллашишини, шунга мос бўлган ташкилий-иқтисодий механизмларни ишлаб чиқишни тақозо қилади. Иккинчидан, уни комплекс ривожлантириш билан боғлиқ кўпгина муаммолар ҳам ўз ечимини кутмоқда. Буларнинг бари мазкур соҳада фундаментал тадқиқотларни олиб бориш ва хизмат кўрсатиш соҳасини аҳолининг талабидан келиб чиққан ҳолда ҳудудлар бўйича мувофиқ ҳолда жойлаштириш, хизматлар сифвтини жаҳон андозалари даражасига кўтариш масалаларини хал қилишни талаб қилади.

Бизнинг фикримизча нафақат Самарқанд вилоятидаги, балки Республика бўйича йўл бўйи инфратузилмасини яхшилаш керак бўлади, жумладан, 150 дан ортиқ туман ва шаҳардан ўтадиган 10 минг километр йўлда 400 дан зиёд йирик сервис объектлари учун эҳтиёж мавжуд.

- инвесторлар иштирокида истироҳат боғлари ҳамда хиёбонларнинг бир қисмида енгил конструкцияли савдо, умумий овқатланиш ва кўнгилочар объектлар ташкил этиш, таълим, маданият, спорт ва соғлиқни сақлаш объектларининг бўш турган қисмини тадбиркорларга бериш орқали ҳам кўплаб хизматларни йўлга қўйиш мумкин;
- тадбиркорларни жалб қилган ҳолда спорт объектлари қуриш, бу борада тижорат банкларидан имтиёзли кредитлар ажратилишини ражалаштириш;
- бугунги кунда агросаноат тармоғи изчил ривожланиб, замонавий иссиқхоналар, интенсив боғлар ва чорвачилик хўжаликлари учун агроном, зоотехник, ветеринар, ўсимликларни ҳимоя қилиш, уруғчилик бўйича мутахассисларга талаб ошиб бормоқда. Шу боис соҳада замонавий хизматлар кўламини кенгайтириш, хорижий мутахассисларни жалб қилиб, амалий ўқув курслари ташкил этиш.

Хулоса қилиб айтганда нафақат Самарқанд вилояти, балки туман ва шаҳар мутасаддилари ўз ҳудудида хизматлар соҳасини ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиб уни амалга ошириши керак. Бу борада намунавий лойиҳалар ишлаб чиқиб, худудлар кесимида аниқ вазифаларни ўз ичига олган ҳукумат қарори қабул қилиса мақсадга мувофиқ бўларди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Самарқанд вилояти Статистика бошқармаси маълумотлари асосида ҳисобланган

СамИСИ ассистент – З.Ш. Сувонов
Сам ИСИ талабаси – Хабибуллаев Бунедхон

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА РЕСТОРАН СЕРВИСИГА “ҲАЛОЛ” СТАНДАРТЛАРИНИ ЖОРИЙ ЭТИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда биринчи навбатда инновацияларни кенг жорий этиш муҳим аҳамиятга эга. Ишлаб чиқаришда техника ва технологияларни доимий равишда янгилаб бориш, янги рақобатбардош товар ва хизматлар билан жаҳон бозорида муносиб ўрин эгаллаш имкониятини беради. Бу эса кишилик жамиятининг барча соҳаларни жумладан иқтисодиётда ҳам ислоҳатларни амалга оширишни талаб этади.

Инновациялар иқтисодиёти асосий вазифаси - инновацияларни (юқори технологияли инновациялар) доимий ва узлуксиз яратиш ва амалга ошириш, инновацион фаолиятни ривожлантириш - рақобатда муваффақиятнинг асосий омили ҳисобланади.

Табиий муҳитни сақлаб қолиш, аҳолининг турмуш даражасини ошириш, иқтисодиётнинг умумий самарадорлигини ошириш, янги ишлаб чиқаришларни ташкил этиш, хизматлар кўрсатиш сифатини ошириш ва жаҳон бозорида маҳаллий товарларнинг рақобатбардошлигини ошириш, савдо ва товарлар танқислигини камайтириш, инновацион иқтисодиётнинг шаклланиши ва ривожланиши натижасидир.

Инновацион иқтисодиётда илмий ва технологик билимлар таъсири остида моддий ишлаб чиқаришнинг анъанавий соҳалари ўзгаради ва технологик асосни тубдан ўзгартиради, чунки инновацион иқтисодиётда янги билим ва инновацияларга таянмайдиган ишлаб чиқариш ҳаётга мос келмайди. Ахборот технологиялари, компьютерлаштирилган тизимлар ва юқори ишлаб чиқариш технологиялари, ҳалқаро миқёсда тан олинган стандартлар асосида хизмат кўрсатиш инновацион иқтисодиётнинг асосий тизимлари ҳисобланади.

Иқтисодиётнинг инновацион ривожланиши шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини ташкилий-иқтисодий жиҳатдан тўғри шакллантириш муҳим аҳамият касб этади. Чунки, ушбу соҳанинг ривожланиши ташкилий жиҳатдан оптимал ва хизматлар бозори коньюнктурасига нисбатан эгилувчан бўлса, хизмат кўрсатиш сифати ва самарадорлиги шунчалик юқори бўлади. Хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнат фаолиятини ташкил этишни тўғри йўлга қўйиш миллий иқтисодиёт миқёсида бир қатор ижтимоий ва иқтисодий муаммоларни бартараф этишга сабаб бўлади.

Бугунги кунда Республикамизда “хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривожлантириш, ялпи ички маҳсулотни шакллантиришда хизматларнинг ўрни ва улушини ошириш, кўрсатилаётган хизматлар таркибини, энг аввало, уларнинг замонавий юқори технологик турлари ҳисобига тубдан ўзгартириш”[48]долзарб масала ҳисобланади.

Республикамиз иқтисодиётининг турли тармоқлари қатори хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасида ҳам бир қатор фармон ва қарорлар қабул қилиндики, уларга асосан ислоҳатлар амалга оширила бошланди. Натижада мамлакатимиз аҳолиси эҳтиёжларига муносиб равишда малакали сервисни ташкил этиш орқали хизматлар кўрсатиш соҳасида янги иш ўринларини яратиш ҳамда унинг ЯИМ даги улушининг ошиб боришига эришилди. Хизмат кўрсатиш соҳаси давлатимиз иқтисодиётида муҳим ўрин эгаллади.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг муҳим йўналишидан бири бу овқатлантириш хизматларидир. Республикамизда овқатланиш корхоналарининг ҳажмининг ошиб бориши билан бирга уларда кўрсатилаётан сервисга талаб ҳам ўсиб бормоқда. Бугунги кунда овқатланиш корхоналарида тақдим этилаётган сервисни янада ривожлантириш, истеъмолчилар талабларини чуқур ўрганган ҳолда ва унга мос равишда ташкил этиш долзарб вазифалардан ҳисобланади. Овқатланиш хизматларини тақдим этаётган корхоналар ишини давр талабидан келиб чиқиб инновацион ёндашишни талаб этмоқда.

Кундан-кунга ресторан бизнеси структураси кенгаймоқда, янгидан-янги хизмат турлари пайдо бўлмоқда. Ресторанлар ўртасидаги рақобат муҳити корхона бошқарувида янгича ёндошувни талаб этмоқдаки, кечаги ишни ташкил этиш услублари бугунги кун талабларига мос келмай қолмоқда.

Бугунги кунда кўпгина йирик шаҳар ресторанлари ўз хужалигини ташкил этиш ва бошқаришда ресторанниng хизмат кўрсатиш концепцияси ва имиджини кўтаришга ҳаракат қилишмоқда. Озиқ-овқат ҳаётимиздаги муҳим жиҳатдир. У мавжуд бўлиш учун ҳаётий аҳамиятга эга бўлиш билан бирга, турли хил этник, ижтимоий ва диний гуруҳлар ўртасидаги ўзаро таъсирнинг муҳим омили ҳисобланади. Бутун инсоният истеъмол қилинадиган овқат ҳақида қайғуради. Улардан баъзилари ўзларининг озиқ-овқат чекловларига эга, масалан, мусулмонлар уларнинг таомлари ҳалол бўлишига ишонч ҳосил қилишни хоҳлашади. Ҳалол таомга келсак, ҳалол ва Ислом ўртасидаги муносабатлар мусулмонлар учун озиқ-овқат масаласида ўзига хос ва алоҳида қиймат яратди.

Дин айрим жамиятларда истеъмол қилинадиган озиқ-овқат маҳсулотларини танлаш ва кейинчалик танлашда энг таъсирли роллардан бирини ўйнайди. Мусулмон бўлган ва ҳалол овқатни истеъмол қиладиган дунё халқлари аҳолисининг аксарият қисмини ташкил қилади.

Қуръонда келтирилган ҳалол озиқ-овқатнинг ўз қоидалари бор. Яхши издош бўлишни истаган мусулмонлар меъёрларга риоя қилишлари ва ҳаром овқатлардан узоқ туришлари керак. Исломий парҳез қонунлари бўйича ҳалол тушунчаси аниқ ва равшан. Муқаррар равишда ўсиб бораётган ҳалал озиқ-

[48] . “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 2, март-апрель, 2017 йил. www.iqtisodiyot.uz

овқатга бўлган талабни ҳисобга олган ҳолда, турли мамлакатлардаги ресторан менежерлари ўзларининг истиқболли стратегиясига эга. Озиқ-овқат маркетинги ва туризм саноатининг ўсишига ҳисса қўшадиган ҳалол сертификатлаш мамлакатимиз иқтисодиётига муҳим ҳисса қўшиши мумкин.

Ўзбекистон Республикасида ҳалол сертификация тизимини қабул қилиш ва амалиётга жорий қилиш бўйича ишлар олиб борилмоқда. Шуни қайт этиб ўтиш керакки, Ўзбекистон Республикасида ҳалол стандартини қўллаш ихтиёрий асосда олиб борилмоқда.

Ҳалол сертификатлаштиришни уни тайёрлаш, сўйиш, тозалаш, қайта ишлаш, қайта ишлаш, дезинфекция қилиш, сақлаш, ташиш ва бошқариш амалиётидаги озиқ-овқат жараёнларини текшириш деб таърифлаган. Шу сабабли, овқатланиш жойида ҳалол сертификатлаш бутун озиқ-овқат таъминоти занжири ҳаром (тақиқланган) материалларга тоқат қилмайдиган исломий парҳез қоидаларига мувофиқлигини англатади.

Шу сабабли, ушбу тадқиқот озиқ-овқат хавфсизлигини диний тушунчаси озиқ-овқат сифати тизимидаги энг устувор вазифалардан бири сифатида озиқ-овқат хавфсизлигини янада кенгроқ белгилашнинг бир қисми бўлиши кераклигини тасдиқлайди

Маълумки бозор иқтисодиёти шароитида барча корхоналар хусусан ресторан бизнесида ҳам ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар ва кўрсатилаётган хизматларнинг сифат даражасига боғлиқ бўлади. Ресторанлар сервисида эътиборга олиниши зарур жиҳатлар тўғрисида фикр билдирмоқчимиз. Булар:

- мамлакатнинг барча ҳудудларида бир хил ресторан сервиси ва унда кўрсатилаётган хизматларни амалга оширишда “Ҳалол” стандартлари асосида юқори хизмат кўрсатиш маданиятини шакиллантириш;
- ресторанга ташриф буюрувчи мусулмон туристларга хизмат кўрсатувчи ходимларнинг диний этикет қоидаларига қатъий амал қилиниши назоратини ташкил этиш;
- ресторан ходимларини “Ҳалол” стандарт талаблари асосида ўқитиш ҳамда меҳнат вазифасига бўлган мотивацияни шакллантириш;
- ресторанларга категориялар берилишининг миллий тизимини ишлаб чиқиш ва бунда “Ҳалол” стандарт талаблари билан бирга янги инновацион дастурлар ҳамда технологияларнинг доимий равишда қўлланилишини инобатга олиш.
- умумий овқатланиш корхоналарининг турлари, таркиби, тақдим этиладиган ҳалол хизмат шакллари ва нархлари тўғрисида мусулмон туристлар учун худудлар ва мамлакат миқёсида ягона электрон база яратиш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов - СПб.: Питер, 2013. - 448 с.
2. Акмаева, Р.И. Инновационный менеджмент малого предприятия, работающего в научно-технической сфере: Учебное пособие / Р.И. Акмаева. - Рн/Д: Феникс, 2012. - 541 с.

3. Белова, С.О. Инновационное развитие общественного питания / С.О. Белова // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: сборник научных трудов / [под общ. ред. И.А. Акулича]; Белорусский гос. экон. ун-т, Дортмундская высш. шк., Ун-т Ганновера [и др.]. - Минск: Мэджик, 2011. - С. 23-27.

Samarqand Davlat Universiteti Inson resurslarining boshqarish fakulteti
“Tamoqlar iqtisodiyoti” kafedrasi. Sh.S. Sharifov
Tilovov Shahboz Alisher o’g’li

MILLIY IQTISODIYOTNING JAHON IQTISODIYOTIGA INTEGRATSIYALASHUVI JARAYONLARI

Hozirgi vaqtda Markaziy Osiyo mintaqasida rejali iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o’tish yo’lida tub ijtimony-iqtisodiy islohotlar amalga oshirilmoqda. Boshqaruvning ma’muriy-buruqbozlik tizimi asosan buzib tashlandi, bozor mexanizmlari ishga tushirildi, moliya va pul tizimlari shakllantirildi va rivojlanmoqda, milliy valyutalari joriy etildi, mulkchilik munosabatlari tubdan o’zgartirilmoqda, xususiylashtirish keng ko’lamda olib borilmoqda Umuman olganda ijtimoiy va siyosiy barqarorlik saqlanib qolmoqda. Markaziy Osiyo mintaqasi milliy bozorlarning tarqoqligi va torligi, tashqi iqtisodiy siyosatning kelishilmaganligi, moliyaviy va texnologik resurslarning cheklanganligi sharoitida bugungi kunda xorijiy raqobatchilarning bosimiga qarshi turishga va ichki bozorni himoya qilishga qodir emas Boz ustiga ushbu respublikalar iqtisodiy salohiyat darajasiga va ijtimoiy muammolar hal etilishi darajasiga ko’ra bir-biridan ancha farqlanadi.

Shu boisdan ham O’zbekistonning Markaziy Osiyo davlatlari bilan integratsiyalashuvi mamlakat mintaqasida tashqi iqtisodiy aloqalar ta’siri samaradorligini oshirishga har tomonlama xizmat qiladi. Chunki, ushbu integratsion birlashuvning bir qator afzalliklari mavjud. Markaziy Osiyo davlatlari integratsiyasi - qatnashchi mamlakatlarning ixtiyoriyligiga va ular tomonidan iqtisodiy ittifoqning qulayligi va zarurligi anglab etilishiga asoslangan evolyutsion jarayondir. Ushbu ittifoq qatnashchi mamlakatlarga iqtisodiyotlarning qo’shimcha qiyosiy ustunliklariga ega bo’lish va dinamik iqtisodiy o’sish traektoriyasiga kirish imkonini beradi.

Quyidagilarni bunday ittifoqning afzalliklariga kiritish mumkin:

- mineral, qishloq xo’jaligi va energetika xom ashyosining barcha turlari bilan mintaqaning to’liq o’zini o’zi ta’minlashi; birgalikdagi qudratli eksport salohiyati;
- kooperatsiya va qo’shma investitsiyalar asosida raqobatbardoshli mahsulot ishlab chiqarishni tashkil etish imkonini beruvchi jami ishlab chiqarish salohiyati;
- ta’lim darajasining yuqoriligi va ish kuchining past qiymati bilan xarakterlanadigan mehnat resurslari;
- bir tomondan, Rossiya va Evropa bilan, ikkinchi tomondan, Sharq mamlakatlari o’rtasidagi qulay jug’rofiy-siyosiy mavqei;

- suv resurslaridan va boshqa tabiiy resurslardan birgalikda oqilona foydalanish, ekologik xavfsizlikka erishish imkoniyati;

Biroq yagona iqtisodiy makonni shakllantirish sust va kata qiyin-chiliklar bilan amalga oshirilmoqda. Energiya manbalarini va xom ashyo resurslarini eksport qilishda hamda sanoatning raqobabardoshliligini oshirishda jamoaviy manfaatlarni himoya qilishga doir kontseptsiya va birgalikdagi xatti-harakatlar dasturi ishlab chiqilmagan. Mintaqaning suv, energetika, gaz, transport komplekslaridan o'zaro foydali foydalanish sohalarida jiddiy hal etilmagan muammolar saqlanib qolmoqda. Bir qancha tarmoq integratsiya muammolari to'liq hajmda amalga oshirilmagan. Keyingi vaqtlarda amalga oshirilishi ko'p mablag'ni talab etmaydigan madaniy, ilmiy aloqalar qisqarmoqda. Iqtisodiyotlarni isloh qilish, ularning tarkibiy qayta tuzilishi yo'nalishlari va dinamikasida zarur muvofiqlash-tirish ishlari mavjud emas. Ilgari imzolangan bir qancha bitishuvlar shartlari to'liq hajmda bajarilmayapti.

Kelishilmagan eksport siyosati, (narxlar va tashqi chegara tariflari bo'yicha) uchinchi mamlakatlar bozorlarida eksport qilinadigan mahsulotlarning ayrim guruhlari bo'yicha qatnashchi davlatlarning asossiz ravishda raqobatlashishiga olib kelmoqda. Iqtisodiyotlarni isloh qilish tezligining turlichaligi, boshqa qatnashchi davlatlarning manfaatlarini kamsituvchi bir tomonlama qarorlar qabul qilinishi integratsiya jarayonini to'xtatib qo'ymoqda.

Hukumatlar eksport va importga ma'muriy to'siqlarni bekor qilib, bojxona bojlarini olib tashlab hamda savdo operatsiyalariga xizmat qiluvchi moliyaviy va bozor infratuzilmasini rivojlantirishga har tomonlama ko'maklashib va qo'llab-quvvatlab, shuningdek narxlarni ma'muriy nazoratdan to'liq ozod qilib tovarlarning davlatlar bozorida erkin harakat qilishini ta'minlashi kerak.

Hozirgi vaqtda mintaqaviy faoliyatda O'zbekistonning roli tobora salmoqli bo'lib bormoqda. Bu bir necha sabablar bilan izohlanadi:

- O'zbekiston mustaqil xom ashyo va energetika bazasiga, shuningdek kata inson resurslariga va nisbatan sig'imli iste'mol bozoriga ega;
- Respublikaning jug'rofiy joylashishi Markaziy Osiyoning qolgan to'rta respublikasi bilan umumiy chegara mavjuddigi bilan xarakterlanadi.

Markaziy Osiyo mintaqasi doirasida umummintaqaviy tartibga solish ob'ekti bo'lishi kerak bo'lgan davlatlararo integratsiya dasturlarini barpo etish va amalga oshirishning alohida muhim roli va ustuvor ahamiyatini ajratib ko'rsatish mumkin.

Shu o'rinda tashqi iqtisodiy foliyat yuritishda diversifikatsion tamoyillarga ham e'tibor qaratish, mamlakatimizning kelajakdagi istiqbolini va kutilmagan xavflarni bartaraf etish, shuningdek bunday xavflar paydo bo'lgan taqdirda ulardan keladigan salbiy ta'sirlarni maksimal darajada kamaytirish imkonini beradi. Diversifikatsiya – muayyan to'plam tarkibining turli-tumanligini ta'minlash chora-tadbirlari. Diversifikatsiya darajasi turli-tumanlilik darajasi bilan belgilanadi. Diversifikatsiyalashdan muhim investitsiya kontseptsiyasi tariqasida foydalaniladi. U investitsiya portfeli daromadliligini pasaytirmagan holda uning riskini pasaytiradi.

Diversifikatsiyalashdan olinadigan eng yuqori samara bir turdagi aktiv qiymatining pasayishi boshqa turdagi aktiv qiymatining o'sishi hisobiga qoplanishini ta'minlaydigan tarzda investitsiya portfeliga turli sinflar, tarmoqlar, mintaqalar

aktivlarini qo’shish orqali erishiladi. Ya’ni, tashqi iqtisodiy aloqalarni o’rnatishda quyidagi diversifikatsion tamoyillarga e’tibor qaratish ijobiy samara berishi mumkin:

- tashqi iqtisodiy aloqalarni iloji boricha ko’proq va mintaqaviy jihatdan turlicha bo’lgan mamlakatlar bilan o’rnatish lozim;
- eksport tarkibini turlicha mahsulotlar tashkil etishi lozim;
- bir xil turdagi maxsulot yoki xizmatni bir vaqtning o’zida jahonning turlicha qit’alarida joylashgan davlatlarga eksport qilish lozim;
- iqtisodiyot uchun zarur bo’lgan import mahsulotlari ham eksport siyosatida amal qiladigan tamoyil sifatida amalga oshirilishi lozim;
- jahon iqtisodiyotiga integratsiyalashuv jarayonini tashkil etishda turli mamlakatlar tajribasini o’zimizni sharoitga moslashtirgan holatda amalga oshirish lozim;

Evropa Ittifoqining kengayishi o’zining ijobiy va salbiy tomonlariga ega. Bir tomondan, yangi hududlar va aholining qo’shilishi hisobiga EIning resurs salohiyati o’sadi, mavjud a’zolar uchun bozorlar hamiyatli darajada kengayadi, EIning jahondagi siyosiy mavqei kuchayadi. Boshqa tomondan, EIdan katta hajmdagi sarf-xarajatlar, jumladan, uning yangi a’zolari uchun subsidiya va transfert to’lovlari uchun byudjet sarflarining o’sishi talab etiladi. Yangi a’zolar iqtisodiyotining tarmoq bo’yicha tarkibi talabga javob bermaganligi sababli, EIda beqarorlik xavfi kuchayadi.

З.К. Рахимов – СамИСИ “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси ўқитувчиси
Ш.Б. Омонов – СамИСИ магистри
И.К. Зохидов – СамИСИ талабаси

САВДО ХИЗМАТИ СИФАТИНИ КЎТАРИШДА ИСТЕЪМОЛЧИЛАР ТАЛАБИНИ ЎРГАНИШ − МУҲИМ ОМИЛ

Мамлакатимизда замонавий бозор муносабатларининг ривожланиши давомида, савдо энг барқарор тармоқлардан бирига айланиб бормоқда. Унинг ўсиш суръатлари 2014 йили 14,3 фоизни[49] ташкил этган бўлса, 2016 йилда у 14,4 фоизга[50] тенг бўлди.

Иқтисодиётнинг эркинлаштирилиши натижасида, савдо тармоғи ҳам шаклан, ҳам мазмунан ўзгарди. Тармоқда жорий этилган ва этилаётган янгиликлар савдо маданиятини тубдан ўзгартириб юборди: хизматларнинг янги шакллари жорий этилмоқда, товарлар ассортименти миқдори ва харидорларга хизмат кўрсатиш даражаси европа стандартлари ва технологияларига яқинлаштирилмоқда. Айтиш мумкинки, бу давр оралиғида республикада, яхши маънода, “савдо инқилоби” рўй берди.

[49] Каримов И.А. 2015-йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир. //Халқ сўзи, 2015 йил 17 январь.

[50] Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик − ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. //Халқ сўзи, 2017 йил 14 январь.

Маълумки, савдо корхоналарининг асосий вазифаси − истеъмолчиларни, уларнинг талаб-эҳтиёжига мос келадиган сифатли товарлар билан таъминлаш билан бир қаторда уларга юқори даражадаги сифатли хизматларни кўрсатишдир.

Сифат − у ёки бу нарса ёки жараёнларга нисбатан қўйиладиган талаб. У мураккаб, кўп қиррали ва универсал категория ҳисобланади. Қўлланилиши нуқтаи назаридан, у фалсафий, ижтимоий, техник, иқтисодий ва ҳуқуқий мазмунга эга.

Иқтисодий нуқтаи назардан, сифат − объект (товар)нинг истеъмол қийматини тавсифлайди. Истеъмол қийматга эга бўлмаган товар ўз харидорини топа олмайди. Товарларнинг истеъмол қиймати, уларнинг нафлилигини билдиради, истеъмолчилар талаб-эҳтиёжини қондира олишини ифода этади. “Товарлар қанча кўп бўлса, улардан энг нафлилигини танлаб олиш мумкин. Танлов юз берганда харидор ўз пулига қараб товарларнинг энг яхшисини харид этади, демак, шуларга талаб билдиради. Талаб юзага келиши учун товарнинг нархи унинг нафлилигини акс эттириши керак, шу сабабли сифатсиз, лекин нархи баланд товарларга талаб билдирилмайди”[51].

Савдо хизмати сифатини кўтаришда истеъмолчилар талабини ўрганиш ўта долзарб муаммолардан бири ҳисобланади. Бу муаммони ҳал этишда товарларни ишлаб чиқарувчи корхоналар савдо корхоналари билан ҳамкорлик қилишлари муҳимдир. У ёки бу товарни ишлаб чиқариш савдо корхоналари буюртмаси (икки томонлама тузилган шартнома) асосида йўлга қўйилса, бу муаммо ҳал этилиши мумкин.

Бунинг учун савдо корхоналари, ўзлари хизмат кўрсатаётган ҳудудда истиқомат қилувчи аҳолининг сони, жинси, ёши, касби, ирқи, даромади ва бошқа кўрсаткичларни ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқарувчи корхоналарга бир неча йилларга мулжалланган буюртмаларини тақдим этишлари зарур бўлади.

Бугунги кунда истеъмол бозорларида турли-туман товарлар мавжуд. Аммо, уларнинг барчаси ҳам истеъмолчилар талабини қондира олади, деб бўлмайди. Ҳар бир истеъмолчининг ўзига ҳос диди, товар сифатига нисбатан талаби мавжуд. Айнан шу сабабларга кўра айрим товарларнинг сотилмай қолиш ҳолатлари кузатилади. Истеъмол муддати тугаган товарлар умуман сотилмай қолади. Шунингдек, ўз вақтида сотилмай қолган мавсумий товарлар ўрнига, кейинги мавсумда янги товарларнинг пайдо бўлиши, олдинги мавсумда сотилмай қолган товарнинг маънавий эскиришига ҳам олиб келади. Бундай ҳолатлар, табиийки, савдо корхонаси манфаатига ҳам, жамият манфаатига ҳам зиддир.

Ҳозирги пайтда ҳар бир истеъмолчига ҳос ва маъқул бўладиган товарларни ишлаб чиқаришга тўғри келмоқда. Аҳоли турмуш даражасининг ошиши истеъмол товарларига бўлган талабнинг индивидуаллашиб боришига олиб келмоқда.

[51] Иқтисодиёт назарияси. Дарслик (тўлдирилган ва қайта ишланган нашри). А.Ўлмасов, А.Ваҳобов. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги. Тошкент Давлат иқтисодиёт Университети. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2014, 108 бет..

Истеъмолчилар диди ва уларнинг талабини сифатли қондириш савдо жараёнининг сифат кўрсаткичини оширишга ўз таъсирини кўрсатади.

Мамлакатимизда ишлаб чиқарилаётган миллий маҳсулотларнинг сотилиши таъминлаш мақсадида, реклама воситаларидан самарали фойдаланишга ҳаракат қилинмоқда.

Бугунги кунда интернет тармоқлари орқали товарларни уйдан туриб харид қилиш имконияти мавжуд. Аммо, айрим истеъмолчиларнинг интернет тармоғига сифатли тезликда улана олмаслик ҳолатлари, қишлоқ жойларида яшайдиган аҳолининг интернет тармоғига уланиш имкониятининг йўқлиги, бу шаклдаги савдонинг кенг оммалашишида тўсиқ бўлмоқда. Бундан ташқари, товарларни манзилларга етказиб бериш хизматлари ҳам яхши ривожланмаганлиги туфайли, айрим товарларнинг сотилмай қолишига сабаб бўлиши мумкин.

Мамлакатимиз аҳолисига сифатли ва арзон нархларда (импорт товарларнинг ўрнини босувчи) товарларни ишлаб чиқариш ва бу товарларни истеъмолчиларга реклама воситалари: плакат, телевидение каналлари, интернет тармоқларининг замонавий “Анимация”, “Видео” тасвирлари ва бошқалар орқали таништиришни йўлга қўйиш мақсадга мувофиқдир.

Сифатли ва арзон миллий маҳсулотнинг ишлаб чиқарилиши импорт товарларини харид қилишга бўлган эҳтиёжни камайтиради. Бу эса ўз навбатида мамлакатимиздан валютанинг чиқиб кетишини тежаш имконини беради ҳамда миллий маҳсулот экспорти ҳажмини оширишга шароит яратади.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда бугунги замон талабларидан келиб чиқиб товарларни ишлаб чиқаришдан олдин ҳар бир тадбиркор олдиндан нима ишлаб чиқаришни яхши ўйлаб кўрган ва унинг товарига келажакда бўладиган талаб даражасини ҳис этган ҳолда уни ишлаб чиқариши зарур.

Бугунги кунда мамлакат аҳолисининг қайси товарларга кўпроқ эҳтиёжнинг мавжудлигини ўрганиш зарурият бўлиб қолмоқда. Ушбу муаммони ҳал қилишда ҳар бир тадбиркор керакли ахборотларга эга бўлиши зарур. Бунинг учун ахборот манбаларини шакллантирувчи мутасадди ташкилотлар, жумладан, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси, унинг жойлардаги бошқармалари ва бўлинмалари фаол бўлишлари керак. Шунингдек, бизнинг фикримизча, бозор коньюктурасини ўрганадиган ва унинг натижаларини манфаатдор субъектларга (тижорат асосида) тақдим этадиган махсус тузилмаларни шакллантириш мақсадга мувофиқдир.

Истеъмолчилар эҳтиёжини ўрганмаслик ишлаб чиқарувчи корхоналар ҳамда савдо корхоналари ўртасидаги вужудга келадиган олди-сотди жараёнига ва уларнинг молиявий ҳолатига салбий таъсир кўрсатади.

Мамлакатимизда савдо хизмати сифатини оширишдаги муаммолардан бири − ҳудудларда етарли даражада банкоматларнинг мавжуд эмаслиги ҳисобланади. Бу, айниқса, деҳқон бозорларида савдо қилиш жараёнига салбий таъсир кўрсатмоқда.

Маълумки, деҳқон бозорларида аҳолининг биринчи истеъмол талаби маҳсулотлари сотилади, аммо нақд пул етишмаслиги ва пластик карточкалари

орқали бозор расталарида ўтирган тадбиркорлар билан савдо қилиш имкони мавжуд эмаслиги аҳоли эътирозига сабаб бўлмоқда.

Ҳозирги кунда Самарқанд вилоятида фаолият юритиб келаётган “Корзинка”, “Germes (Farovon)”, “Sunday” каби супермаркетларда савдо учун барча қулайликлар мавжуд. Уларда товарларни интернет тармоғи орқали харид қилиш, харид қилинган товарларни истеъмолчининг манзилига етказиб бериш, пластик карточкалари ёрдамида тўловларни амалга ошириш каби шароитлар яратилган. Шунингдек, жами харид қилинган товарлар суммасидан супермаркетнинг махсус карточкасига белгиланган миқдордаги фоизларда бонус тариқасида келиб тушадиган пулларнинг йиғилиши, супермаркет ходимлари томонидан истеъмолчилар учун турли хилдаги хизмат (тўй, туғилган кун, болалар байрамларини ташкил этиш, янги йил байрамларини ташкил этиш ва бошқа)ларни ташкил этиш хизмати йўлга қўйилган.

“ ... хизмат ва савдо маданиятини ошириш − энг долзарб масаладир. Бунда айниқса ривожланган давлатлар тажрибасини ҳисобга олиб, замонавий гипермаркетлар тизимини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратишимиз лозим.

Насиб этса, катта шаҳарларимизда пайдо бўлаётган гипермаркетлар, улардаги шарт-шароит ва маданият даражаси туманларимизга ҳам албатта кириб боради”[52].

Ўзбекистонда, жумладан, Самарқанд вилоятида (ривожланган мамлакатлар сингари) замонавий супер ва гипермаркетлар барпо этилмоқда, уларда барча турдаги савдо тўловлари орқали савдо қилиш имкониятлари жорий этилмоқда.

Савдо хизматлари сифатини яхшилаш мақсадида истеъмолчиларга қулай бўлган шарт шароитлар яратилмоқда: бозор ва савдо комплекслари атрофида машина турар жойларининг яратилиши, бозорларда товарларни ташиш хизматлари, озиқ овқат маҳсулотларининг истеъмол хусусиятлари устидан назорат ўрнатилиши ва бошқалар.

Мамлакатимизнинг замонавий бозор муносабатларига ўтиши натижасида, савдо тармоғи ҳам шаклан, ҳам мазмунан ўзгарди. Тармоқда жорий этилган ва этилаётган янгиликлар савдо маданиятини тубдан ўзгартириб юборди: хизматларнинг янги шакллари жорий этилмоқда, товарлар ассортименти миқдори ва харидорларга хизмат кўрсатиш даражаси европа стандартлари ва технологияларига яқинлаштирилмоқда. Айтиш мумкинки, бу давр оралиғида республикада, яхши маънода, “савдо инқилоби” рўй берди.

Айни пайтда, мамлакатимиз ҳудудларида фаолият юритаётган деҳқон бозорларида пластик карталар орқали савдо қилиш масаласи ҳамон хал этилмай келинмоқда. Бу ҳақли равишда истеъмолчилар этирозларига сабаб бўлмоқда.

[52] Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. –Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2017, 430 бет.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. –Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2017, 430 бет.
2. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик − ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. //Халқ сўзи, 2017 йил 14 январь.
3. Каримов И.А. 2015-йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир. //Халқ сўзи, 2015 йил 17 январь.
4. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик (тўлдирилган ва қайта ишланган нашри). А.Ўлмасов, А.Ваҳобов. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги. Тошкент Давлат иқтисодиёт Университети. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2014, 108 бет.

Гулнора Мардиевна Шадиева – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Тармоқлар иқтисодиёти кафедраси профессори, иқтисодиёт фанлари доктори

О.М. Пардаева – ТДИУ Самарқанд филиали кафедра мудири PhD

ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ОШИРИШ: МУАММО ВА ЕЧИМЛАР

Аннотация: мақолада оилавий тадбиркорликнинг жамият тараққиётидаги ўрни очиб берилган. Бунда бугунги кунда ўта долзарб бўлган масалалардан бири бўлган оилавий тадбиркорлик орқали оила фаровонлиги, яшаш даражаси ва сифати оширишдаги ўрни, оила аъзолари бандлиги таъминланшдаги роли, Давлатга солиқ тушуми кўпайиши, аҳолининг камбағаллик даражаси камайтириш ва ўзини ўзи иш билан таъминлаш тамойили асосида кўплаб янги иш ўринлари яратишдаги аҳамияти очиб берилган.

Калит сўзлар: оила, оилавий тадбиркорлик, фаровонлик, яшаш сифати, яшаш даражаси, ўзини ўзи банд қилиш, оила хўжалиги иқтисодиёти, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш.

Аннотация: в статье раскрывается роль семейного предпринимательства в развитии общества. Роль в повышении благосостояния семьи, уровня и качества жизни через семейное предпринимательство, которое является одним из наиболее актуальных вопросов на сегодняшний день, роль членов семьи в трудоустройстве, увеличение налоговых поступлений в бюджет, важность населения в создании множества новых рабочих мест на основе принципа снижения уровня бедности и повышения благосостояния населения.

Ключевые слова: семья, семейное предпринимательство, благосостояние, качество жизни, уровень жизни, самозанятость, экономика семейного хозяйства, производство, сервис.

Abstract: the article reveals the role of family entrepreneurship in the development of society. The role in improving the well-being of the family, the level and quality of life through family entrepreneurship, which is one of the most pressing issues today, the role of family members in employment, increasing tax revenues to the budget, the importance of the population in creating many new jobs based on the principle of reducing poverty and improving the well-being of the population.

Keywords: family, family entrepreneurship, well-being, quality of life, standard of living, self-employment, family economy, production, service.

Иқтисодиётни модернизациялаш, диверсификация қилиш ва инновацион омилларни жорий қилиш шароитида рақамли иқтисодиётнинг шаклланиши оила хўжалиги даромади мазмунини ва бу билан боғлиқ ҳолатларнинг тубдан ўзгаришига олиб келди. Бу ўзгаришлар қуйидагиларда намоён бўлмоқда: иқтисодий-ижтимоий ҳаётимизга янги иқтисодий категория - иш кучининг қиймати категорияси кириб келди; иш кучининг талаб ва таклиф асосида сотиладиган жойи – меҳнат бозори пайдо бўлди; иш кучига талаб ва таклифнинг ўзгариб туриши оқибатида мутлоқ ва нисбий ишсизлик пайдо бўлмоқда; аста-секинлик билан оила аъзолари, аҳоли ўзларини тадбиркорликни ривожлантириш асосида иш билан таъминлаш тамойилига ўтмоқда; оила даромади таркибида янги манбалар - мулкни ишлатиш ва тадбиркорлик фаолиятидан олинадиган даромадлар пайдо бўлди; мулкни ишлатишдан олинадиган даромадлар олдин фақат ижара ҳақидан иборат бўлган бўлса, эндиликда, дивидендлар, фоизлар, инвестиция даромади каби даромад турлари кириб келди.

Мазкур ҳолатлар жамиятнинг маълум даражада барқарорлигини таъминлаш билан бирга айрим муаммоларни ҳам келтириб чиқаради.

Бу муаммолар замирида оила хўжалиги даромадларининг табақаланиши, ишсизлик ва шунинг натижасида вужудга келадиган кам таъминланган, камбағал оилаларнинг пайдо бўлиш муаммоси ётади. Ушбу муаммоларни ҳал қилишнинг асосий йўли, бизнинг фикримизча, биринчи галда аҳолининг ижтимоий фаоллигини ошириш, ўзини-ўзи иш ва бошқа зарур неъматлар билан таъминлаш тамойилига ўтишнинг зарурлигини сингдириш бўлса, иккинчидан кишиларнинг ҳар қандай фаолиятини моддий жиҳатдан қизиқтириш механизмини жорий қилиш, рағбатлантиришнинг янги-янги усулларини ишлаб чиқишдан иборатдир. Бироқ, ушбу тадбирларнинг қонуний асосларини таъминлаш учун мамлакатимиз миқёсида, ҳукумат ва Олий Мажлиснинг қонунчилик палатаси даражасида ҳал бўлишни тақозо қилади.

Ҳозирги пайтда оила хўжалигининг инвестицияга қўйилган маблағларининг самарадорлигини ошириш йўллари ҳам ишлаб чиқилмоғи лозим. Буларга: лойиҳанинг муддатини узайтириш; лойиҳанинг дивиденд ставкасини кўпайтириш (камайтириш); пул тушумини (оқимини) кўпайтириш

кабиларни киритиш мумкин. Аммо бу масалалар ҳам, оила хўжалигига мос ҳолда, етарли даражада ўрганилган эмас.

Рақамли иқтисодиётга ўтиш даврида ҳам инфляция жараёнлари ҳамон сақланиб қолмоқда. Буни инобатга олиб, оила хўжалиги мулки ва даромадини инфляция шароитида баҳолаш ва таҳлил қилишнинг методологик жиҳатлари ишлаб чиқилиши ҳам лозим бўлади. Оила хўжалиги даромадининг номинал ва реал ставкаларидан фойдаланиб, унинг инвестициядан оладиган даромадининг умумий ставкаси аниқланади. Бу эса, оила хўжалиги инвестициясининг бир йилдан кейинги инфляцияни инобатга олган ҳолдаги қийматини аниқлаш ва бунинг оила хўжалиги фаровонлигига таъсирини белгилаш имконини берди.

Оила хўжалиги иқтисодиётини, унинг фаровонликка таъсирини ўрганиш бўйича маълумотлар танқислиги сезилари даражада. Чунки Давлат статистика қўмитаси олиб бораётган тадқиқотлар ушбу муаммони тўлиқ ҳал қилмайди. Шу туфайли, уни фақат социологик тадқиқотлар ёрдамида амалга ошириш ва тўплаш мумкин. Бунинг учун эса анкета сўровларини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ. Бизнинг фикримизча, анкета сўровномасида қуйидаги кўрсаткичларнинг ўрин топмози лозимдир. Сўровнома уч қисмдан иборат бўлиши мумкин:

1. Оила тўғрисидаги умумий кўрсаткичлар.
2. Оила даромадлари таркиби.
3. Оила харажатлари таркиби.

Ҳар бир қисмида бирқанча кўрсаткичлар ифода этилади. Бизнинг фикримизча, илмий хулосалар чиқариш учун ушбу кўрсаткичлар бўйича тўпланган маълумотлар етарлича асос бўлади. Чунки, ушбу кўрсаткичлар асосида оила даромадлари ва харажатларини оилаларнинг умумий сони, унда ишлайдиганларнинг сони, ишламайдиганларнинг улуши каби белгилари билан таснифлаш мумкин. Ушбу маълумотлардан яна бир қанча янги нисбий кўрсаткичларни ҳам аниқлаш мумкин. Буларнинг ҳаммаси тегишли хулосалар чиқариш ва бошқарув қарорларини қабул қилиш учун асос бўлиб хизмат қилади.

Агарда, оила даромадлари ва харажатлари бўйича маълумотларни тўплашга оид бизнинг тавсияларимиз амалда қўлланилса, ўйлаймизки, мамлакатимиз оилаларининг даромадларини кўпайтириш, харажатларини оптималлаштириш бўйича тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш имконияти туғилади. Бу кўрсаткичлар рақамли иқтисодиёт шароитида ўта муҳимдир. Чунки, ҳар бир оиланинг фаровонлигини таъминлаш учун уларнинг имкониятларини ҳисобга олиб боришлари лозим. Бу ахборотлар-коммуникация технологияларидан фойдаланган ҳолда амалга оширилади.

Рақамли иқтисодиётнинг шаклланиши оила хўжалиги тадбиркоридан нафақат тадбиркорлик бўйича, балки иқтисодий ишларни юритиш бўйича ҳам ўта билимдонликни, зийракликни талаб қилади. Тадбиркорнинг иқтисодий билими кенг қамровли бўлиши оила хўжалиги даромадига яна кўпроқ даромад келтиради, энг муҳими, мулкини янада кўпайтиради. Ундан ҳам муҳими, мулкнинг ҳажми мулкни ишлатиш орқали ошади. Бу эса, оила хўжалигининг,

бутун аҳолининг, давлатнинг ҳам бойиши, иқтисодий қудратининг мустаҳкамланиши учун асос бўлади.

Шу ўринда оила хўжалиги тадбиркорлиги тўғрисида ҳам айрим фикрларни айтишга тўғри келади. Чунки оила хўжалиги фаровонлиги ва оила хўжалигида бизнес тушунчалари аксарият ҳолларда бир хил тушунчалар сифатида қаралади. Бу борада иқтисодий адабиётлардаги фикрларнинг назарий таҳлилига тўхталиб ўтирмасдан ўз қарашларимиз билан ўртоқлашмоқчимиз. Оила хўжалиги тадбиркорлигига тадбиркорлик тушунчасидан келиб чиқиб, уни фойда (даромад) келтируччи фаолият сифатида баҳолаш лозим. Агар шу назарияга асосланадиган бўлса, унга қуйидагича таъриф бериш мақсадга мувофиқ. **Оила хўжалиги тадбиркорлиги деганда маълум бир мулкка эгалик қилган ҳолда оилага даромад (фойда) келтирувчи ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва иш бажариш билан боғлиқ барча сотиладиган фаолиятлар мажмуи тушунилади.** Бунда кимнинг мулкига асосланиши унча аҳамияти йўқ, фақат оилага даромад (фойда) келтириши нуқтаи назаридан қаралади.

Бу жараённинг аҳамияти фақат кўриб чиқилган масалалар билан чекланиб қолинмайди. Оила ёки уй хўжалигини юритиш, оила тадбиркорлиги билан шуғулланиш фақат оила фаровонлигини таъминлабгина қолмасдан, янги иш ўринларини очиш эвазига аҳолини иш билан таъминлайди, давлатни эса улардан олинадиган солиқлар эвазига бойитади, жамиятимизда тўкин-сочинликка эришилади. Оила хўжалигида ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар нафақат ўзларининг эҳтиёжини қондиради, балки, мамлакат бозорини ҳам маҳсулотлар (ишлар, хизматлар) билан тўлдиради. Энг муҳими, унинг ижтимоий ва маънавий аҳамияти ҳам беқиёсдир, чунки оммани боқимандалик руҳиятидан холи қилади, ташаббускорликни ва интилувчанликни сингдиради ва таъминлайди. Бу пировардида жамиятнинг, омманинг фаоллигини оширади, рақамли иқтисодиёт демократик тамойилларининг шаклланиш жараёнини тезлаштириш билан бирга камбағалликнинг қисқаришига ҳам олиб келади. Хулоса қилиб айтганда, оилавий тадбиркорлик аҳолининг қаровонлиги, яшаш даражаси ва сифатини ошириш билан бирга давлатимизнинг ҳам бой бўлишига, ишсизларнинг камайиши каби муҳим омилларнинг ўнгланишига олиб келади. Буларнинг ўзаро боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (1-расм).

Расмдан кўриниб турибдики, оилавий тадбиркорликнинг жамиятдаги ўрни ва роли жуда катта. Муҳими оилавий тадбиркорлик билан шуғулланган оила аъзолари ёлланиб ишлаш, бировларга “қарамлик”дан холи бўлиб, ўз ихтиёри билан ишлаш имкониятига эга бўлади. Бу ўз навбатида ҳар бир кишининг такомиллашишига сабаб бўлади. Оилавий тадбиркорликни ривожлантириш орқали биринчи галда оила фаровонлиги, яшаш даражаси ва сифатини ошириш имкониятини яратади. Чунки оилавий тадбиркорлик билан шуғулланадиган оилалар шу соҳа бўйича маълум билимга эга бўлади, ҳаётга интилиш шаклланади, оила аъзолари бекорчилик балосидан қутилади. Буларнинг ҳаммаси оилага маълум миқдорда моддий неъмат олиб келиб фаровонлигини таъминлаш билан бирга оила аъзоларининг интеллектуал

салоҳияти, шу орқали инсон капиталининг сифати, жамият олдидаги масъулиятлари ҳам ошади.

Иккинчидан, оила аъзоларининг бандлиги таъминланади. Оилада ишлаб чиқариш билан шуғулланадиган бўлса, ишлаб чиқарилган маҳсулотини сотиш, сақлаш каби хизматларни ҳам ўзлари қилади. Бунда нафақат ишлаб чиқариш сирларини, балки маркетинг, менежмент каби фанларни ҳам ўзлаштиришига тўғри келади. Дкмак оила аъзоларининг интеллектуал салоҳияти беихтиёр ошиб боради.

Учинчидан, давлатга солиқ тушуми кўпаяди. Тадбиркорлик билан шуғулланаётган ҳар бир оила даромадларидан (фойдасидан) маълум миқдорда солиқ тўлаб боради. Бу билан камбағал оилалар давлатга қарам бўлиб, ундан ёрдам кутиб яшаш эмас, балки тадбиркорлик билан давлатнинг бюджетини ҳам тўлдириб боради.

Тўртинчидан, оилавий тадбиркорликни ривожлантириш эвазига аҳолининг камбағаллик даражаси камаяди. Энг аввало тадбиркорлик билан шуғулланган оилалар маълум даражада ўзларини ўзлари моддий неъматлар билан таъминлаш имкониятига эга бўлади. Шунинг билан бирга иш кўламини кенгайтириш эвазига атрофдагиларни ҳам иш билан таъминлаш имкониятига эга бўлади. Шу тариқа аҳолини камбағалликдан қутқариш имкониятларини яратади. Ҳозирги кунда бунга бир қанча мисолларни келтириш мумкин.

Бешинчидан, аҳоли ўзини ўзи иш билан таъминлаш тамойили асосида кўплаб янги иш ўринлари яратилади. Агар оила аъзоларида ишсизлар бўлса, улар давлат идораларида ишлашга вақтинчи имконият бўлмайди. Чунки барча штатлар банд. Худди шундай тадбиркорлар ҳам янги иш ўринларини яратмагунча тегишли штатлар билан фаолият кўрсатиб боради. Агар уларда иш жойининг бўшашини кутса ишсиз киши ишсизлигича қолаверади. Бундай шароитда мамлакатимизда ўзини ўзи иш билан таъминлаш тамойили бўйича фаолият кўрсатиш учун жуда катта имкониятлар яратилиб берилди.

Бундай аҳоли қатламидан ўзини ўзи иш билан банд қилганлар қатламини ташкил қилиш ҳақида масалани кўтарган эдик[53].

Ҳозир Ўзбекистонда, 2020 йил 1 январь ҳолатига 33,90 млн. нафар аҳоли истиқомат қилмоқда. Мамлакатимизда ўртача оила аъзолари сони 5,1 нафар кишини ташкил қилади. У ҳолда, бизнинг ҳисоб-китоблар бўйича, оилалар сони республикамизда 6,4 миллиондан зиётроқни ташкил қилади. Агар, ҳар бир оилалардан камида биттадан тадбиркор етишиб чиқадиган бўлса, мамлакатимиз бўйича яна 6,6 млн. қўшимча иш ўрни яратилади. Бу мамлакатимиз истеъмол бозорининг тўкин-сочинлигини таъминлайдиган муҳим омиллардан биридир. Агар, ҳар бир тадбиркор ўз оиласига бир йилда ўрта ҳисобда 10000,0 минг сўмдан фойда келтирса, бу оила фаровонлиги учун Республика бўйича 66000,0 млн. сўм қўшимча фойда келтиради. Уларнинг ўрта ҳисобда 30 фоизи давлат (маҳаллий) бюджетга солиқ ва бошқа тўловлар сифатида тушадиган бўлса, бюджетга яна 19800,0 млн. сўм қўшимча даромадни вужудга келтиради.

[53] Пардаев М.Қ., Олтаев Ш., Пардаева О.М., Тагирова Н.Б. Ҳар бир оилада тадбиркорлик – ўзини ўзи банд қилиш имконияти. Амалий тавсия. – Самарқанд, СамИСИ, 2018. – 240 бет.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, мамлакатимизда амалга оширилаётган ислоҳотларнинг пировард мақсади – одамларимизга, ҳар бир оилага муносиб турмуш шароитини яратиб беришдан иборатдир. Бу албатта, нақадар мураккаб ва масъулиятли вазифа. Бундай мақсадга эришиш учун фақат амалий тадбирларни амалга оширишгина етарли эмас. Ушбу соҳани чуқур тадқиқ қилиб, ҳар бир оиланинг фаровонлигини таъминлаш учун илмий асосланган тавсияларни ишлаб чиқишни ҳам тақозо қилади.

Бироқ, иқтисодиётни модернизациялаш, диверсификация қилиш ва инновацион омилларни жорий қилиш, рақамли иқтисодиётнинг шаклланиши бу муаммога янгидан ёндошишни талаб қилмоқда. Шу туфайли, ҳозирги пайтда, оила хўжалигининг иқтисодий муаммосига катта эътибор берилмоқда. Ушбу соҳа иқтисодий назария фанига киритилди ва у эндиликда микроиқтисодиётнинг субъекти сифатида қаралмокда[3].

Шундай қилиб, оила хўжалигининг микроиқтисодиётнинг субъектига айланиши нафақат иқтисодий, балки муҳим ижтимоий ва маънавий аҳамиятга эга эканлигини, унинг мамлакатда рақамли иқтисодиётнинг шаклланишини, иқтисодиётни модернизациялаш, диверсификация қилиш ва инновацион омилларни жорий қилиш ва жамиятни модернизациялашни тезлаштира олиши мумкинлигини ҳам кўрамиз.

Адабиётлар рўйхати

1. Пардаев М.Қ., Олтаев Ш., Пардаева О.М., Тагирова Н.Б. Ҳар бир оилада тадбиркорлик – ўзини ўзи банд қилиш имконияти. Амалий тавсия. – Самарқанд, СамИСИ, 2018. – 240 бет.
2. Экономическая теория. Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям. - Т.: Шарк. 1999 - 198-223 бетлар.
3. Ўлмасов А., Шарифхўжаев М. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик, Т.: Меҳнат, 1995 - 137-147 бетлар,
4. Шодмонов Ш., Жўраев Т. Иқтисодиёт назарияси. Маърузалар матни. Т.: 2000. - 84-87, 245-254 бетлар,
5. Расулов М. Бозор иқтисодиёти асослари. Дарслик. - Т.:
6. Ўзбекистон, 1999. - 58-71 бетлар, Шишкин А.Ф. Экономическая теория. Учебник. - М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 1996, - Т. 2. - 34-54 бетлар ва ҳ.к.

[3] Экономическая теория. Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям. - Т.: Шарк. 1999 -198-223 бетлар. Ўлмасов А., Шарифхўжаев М. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик, Т.: Меҳнат, 1995 - 137-147 бетлар, Шодмонов Ш., Жўраев Т. Иқтисодиёт назарияси. Маърузалар матни. Т.: 2000. - 84-87, 245-254 бетлар, Расулов М. Бозор иқтисодиёти асослари. Дарслик. - Т.: Ўзбекистон, 1999. - 58-71 бетлар, Шишкин А.Ф. Экономическая теория. Учебник. - М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 1996, - Т. 2. - 34-54 бетлар ва ҳ.к.

СамИСИ ўқитувчиси Р.Б.Коссе

ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖИАНТИРИШ ШАРОИТИДА ЭКОЛОГИК САЁҲАТЛАРНИНГ АХОЛИ ЎРТАСИДА ТУТГАН ЎРНИ

Аннотация: Экологик сайёхатлар саломатликни сақлаш чиниқиш, ҳаво алмаштриш каби соғломлаштирувчи тадбир бўлиб ҳисобланади. Экологик сайёҳатлар инсонлар иш унумдорлигини оширишга ёрдам бериб, иқтисодиётни ривожлантиришга ўз ҳиссасини қўшади.

Калит сўзлар: Чиниқиш, саёхат, руҳий, физиологик, иқтисодий, инновация, яшаш мухити.

Аннотация: В статье освещаются вопросы, связанные с экологическими путешествиями, оздоровления, закаливания, проветривания воздуха. Экологические путешествия способствуют работоспособности и вносит свою лепту в развития экономики.

Ключевые слова: Закаливание, путешествия, духовность, физиология, экономика, инновация, сфера жизни.

Annotation: Ecologic traveling is keeping health, tempering, air changing, as a wellness event. Ecologic traveling is can help to develop productivity, contribute to develop ecology.

Keyvords: be tempered, travel, spiritual, physiology, economics, innovation, envirovement.

Ўзбекистоннинг географик жихатдан жойлашиши ва иқлим шароити ахоли ўртасида экологик саёхатларни ташқил этиш учун деярли барча фасилларда қулайдир. Ўзбекистонни иқтисодий ривожиантиришда экологик саё хатларнинг тутган ўрни турли тумандир. Юртимизда экологик максаддаги саёҳатларни, ташкил этиб ривожлантиришда саломатликни сақлаш йўлида саёҳатга чиқиш, ҳаво алмаштириш тадбирларидан кўра, кўпроқ, иқтисодий фойда олиш масалаларини илгари сурган ва тарғибот қилинган. Бундай экологик табиатни ўрганган одамда, табиатга саёҳат қилиб, вақтни мазмунли ўтказиш, жисмоний камолатга интилиш, Ватан сарҳадларини сезиш ва унинг гўзаллигини ҳис қилишдан кўра, кўпроқ иқтисодий фойда олиш мақсадида саёҳат ишларини ташкил этиш билан боғлиқ таъсуротларни ҳосил қилади. Шундай бўлсада экологик саёҳатчиларда иқтисодий интилишлар негизига асосланган юксак маънавий бойлик ва ватанпарварликни тарғибот қилиш муҳим ўрин эгаллайди. Шу муносабат билан бутун жахон туристик ташкилоти экалогик соатларни ташкил этишда қўйидаги вазифаларни бажаришни асосий максад қилиб қўйган холда таклиф этади;

- муҳофаза қилинадиган экологик ҳудудга яқин бўлган қишлоқ туманлари аҳолисининг турмуш даражасини ошириш ва уларга иқтисодий кўмак бериш;

- табиатни билиш ва унга эҳтиёткорона, тежаб, муносабатда бўлишни, маҳаллий халқ маданиятига, унинг иқтисодига биологик ва маданий хилма-хилликка ижобий муносабатни рағбатлантириш;
- юртимиз экологиясини келажак авлодга соф холда етказиш билан боглиқ иктисодий чоралар куриш;
- -маданий аҳамиятга эга бўлган турмуш тажрибаларини кекса авлод вакиллари тамонидан ёш авлодга етказиб бериш;

Бундай халқаро аҳамиятга эга бўлган вазифаларни Республикамиз ҳудудида ҳам амалга ошириш мумкин. Ҳозирги табиат кўринишини келажак авлодларга соф табиат манзаралари ва бойликларини мерос қилиб қолдиришда, Она ер ҳаётининг мангулигини таъминлашда муҳим аҳамият касб этади.

Экологик саёҳатлар жисмоний маданиятнинг ўзига хос воситаларидан бири бўлиб, у ахоли ва ёшларни табиатга меҳр-муҳаббат руҳида тарбиялашдан ташқари, уларни меҳнатсевар ва ватанпарвар, ростгўйлик, садоқат, ўзаро ишонч, табиатга меҳр-муҳаббат руҳида тарбиялашга ҳам катта ёрдам беради. Шунингдек, экологик саёҳатлар жараёнида ўқувчиларда мардлик, жасурлик, чидамлилик, кучлилик, кескин вазиятларда зарур қарорга келиш каби руҳий ва жисмоний сифатларни ҳам тарбиялаш имконияти жуда кенг. Республикамизда ҳали яхши ўрганилмаган, инсон оёғи етмаган экологик хилма-хиликка бой жойлар жуда кўп. Туристик саёҳатлар ва уларни ташкил қилиш, уни ўтказиш бўйича республикамизда катта тажриба тўпланган. Бугунги кунда бу тажрибаларни янада ривожлантириш, уни замонавий даражага олиб келиб юртимиз иқтисодиётни кўтариш зарурияти туғилди. Ўзбекистон Республикасининг “Жисмоний тарбия ва спорт тўғрисида”ги янги тахрирдаги қонунида белгиланганидек, “Санаторий-курорт муассасаларида, дам олиш уйлари ва туристик марказларда жисмоний тарбия-соғломлаштириш ишлари” муҳим аҳамиятга эга бўлган тадбирлардан биридир. Шу сабабдан “Барча санаторий–курорт муассасаларида, дам олиш уйлари ва туристик марказларда жисмоний тарбия моддий базаси ҳамда якка тартибда ва гуруҳ бўлиб ўтказиладиган жисмоний тарбия-соғломлаштириш машғулотлари учун шарт-шароит яратилади”, - деб алоҳида таъкидланган. Бунинг боиси шундаки, табиат қўйнига экологик саёҳатлар уюштириб ахоли ўртасида соғломлаштирувчи жисмоний тарбия воситаларининг муҳим таркибий қисмидир.

Эътироф этиш лозимки, жаҳондаги жуда кўп мамлакатларда экологик туризмнинг бу шакллари билан бир қаторда ҳаваскорлик экологиг туризми (пиёда юриш, тоққа чиқиш, транспортларда юриш, дарё, кўллар ва ҳакозоларда сайр қилиш) ҳам асосий ҳисобланади. Ўзбекистонда иқтисодиётни ривожлантиришда ҳаваскорлик саёҳатнинг шаклланиши ва унинг ривожланишида касаба уюшмалари ташкилотлари ғамхўрлик қилиб келмокда ва улар олиб бораётган туристик саёхатлар тақсинга сазовордир. Кейинги даврда ҳаваскорлик туризми шаклан ва мазмунан ўз кучини қисман пасайтирди. Яъни моддий таъминот, транспорт, жиҳозлар, хавфсизликни сақлаш, ташкилий ва хўжалик ишлари ҳамда бошқа кўп муаммолар вужудга келди. Шунга қарамасдан аҳолининг саломатлигини яхшилаш, талаба-ёшларнинг жисмоний

камолотини ўзгартириш йўлида саёҳатнинг ўрни ва моҳияти йўқолган эмас. Булар ахоли давлат , жамоат ташкилотлари томонидан эътироф этилмоқда. Бундай ижтимоий-иқтисодий маданий ва тарбиявий жараёнларни амалга ошириш мақсадида “Алпомиш” ва “Барчиной” махсус тестлари мажмуйи ишлаб чиқилиб, у 2000 й. 1 мартдан бошлаб амалга ошириб келинмоқда. Эътиборли томони шундаки, бу мажмуйида барча ёшдаги (6 ёшдан 60 ёшгача)ҳам кишилар учун мўлжалланган синов меъёрлар таркибида сайр-саёҳатлар (пиёда юриш) ўрин эгаллаган. Уларни намуна қилиб кўрсатиш мақсадга мувофиқдир.

Саломатлик махсус тестлардаги саёҳат талаблар ва синов меъёрлари шуғулланувчи ёки қатнашчиларнинг ёши, жисмоний тайёргарлиги, жинси ҳамда саёҳатларга қизиқишларини эътиборга олинади. Ўз навбатида уларнинг жисмоний жиҳатдан ривожланиши, саломатлигини яхшилаш, чиниқиш каби сифатлар ҳамда ўзаро ҳамкорлик, дўстлик, ўлкани ўрганиш билан Ватанга меҳр-муҳаббат, садоқат, экологик муҳитни сақлашга кўмаклашадиган назарий билим ҳамда амалий кўникмаларни янада мустаҳкамлаш, уларни бойитиш фазилатлари ҳам мужассамлаштирилган.

Экологик саёҳат Республикамиз аҳолисининг ижтимоий-иқтисодий, маънавий-маърифий салоҳиятини янада мустаҳкамлашга маълум даражада ўз ҳиссасини қўшмоқда. Бу йўлда Республикамиз ҳукумати томонидан олиб борилаётган ислохатлар турли–туман тадбирлар, бевосита ғамхўрликлар муҳим аҳамият касб этмоқда. Булар аҳолининг саломатлигини яхшилаш, талаба-ёшларнинг жисмоний баркамоллигини тарбиялашда экологик саёҳат ўз мавқейи ва мақомига эришмоқда. Бу жиҳатлар “Алпомиш” ва “Барчиной” махсус тестлари мажмуйида ўз ифодасини топганлиги муҳим аҳамиятга эгадир.

Хулоса қилиб айтканимизда республикамизнинг мустақиллиги туфайли ва шаҳарларнинг бугунги жамоли кескин равишда ўзгариб бориши аҳолини юртимиз худутларида экалогик сайрларни ўтказмоқда. Шундай экан экологик саёҳат мамлакат иқтисодини ривожлантиришда муҳим омил бўлиб хизмат қилиши керак. Мамлакатимизнинг баҳаво жойларини ташвиқот ва тарғибот қилиш ҳамда кўпроқ иқтисодий фойда олиш масалаларини дадил қадамлар билан илгари суриш зарур деб ўйлаймиз.

Шадиева Гулнора - СамИСИ “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси профессори, и.ф.д.
Йўлдошев Бекзот – СамИСИ “Иқтисодиёт” мутахасислиги, МИ-220 гуруҳ магистранти

МАМЛАКАТИМИЗДА ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада мамлакатимизда амалга оширилаётган ислоҳотлар қаторида туризм ва уни ривожлантириш, туризм моддий–техник базаси, туристик ресурслар кўлами, мазкур туристик маҳсулотга бўлган талабни

ўрганиш масалалари, туризмни ривожлантирувчи омиллар, республикамизда, хусусан, Самарқанд вилоятида туризмни ривожлантириш, туристик хизматларнинг янги усулларини топиш ва асослаб бериш, самарадорлигини ошириш масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: туризм, туризм бозори, туристик хизматлар, хизмат кўрсатиш, тадбиркорлик, инновацияларни татбиқ этиш, сотилган сайёҳлик йўлланмалар, туризмни барқарор ривожлантириш, халқаро ва миллий туризм, экотуристик хизматлар, ижтимоий демографик гуруҳ, демографик омиллар

Туризм умумий иқтисодий ўсишга, кам ривожланган ҳудудларнинг ривожланишига кўмаклашади. Яхши ривожланмаган ҳудудларда туристик марказларни очиш кўпгина давлатларнинг асосий усули ҳисобланади. Тоғ ва қишлоқ жойларида туристик марказнинг ташкил қилиниши шу жойларнинг ўзлаштирилишига, аҳоли турмуш шароитининг яхшиланишига ёрдам беради. Сўнгги йилларда айниқса, 2016-2019 йилларда мазкур соҳани меъёрий-ҳуқуқий базасини такомиллаштириш, янада ривожлантиришга қаратилган Президент фармонлари қонунлар, ҳукумат қарорлари қабул қилиниб, ҳаётга татбиқ қилиниб келинмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони, Ўзбекистон Республикаси Президентининг ―2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2017 йил 16 августдаги қарори Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги №ПФ-5611 сонли Фармони, шунингдек, Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятини янада ривожлантириш, нуфузли халқаро тадбирларни ўтказиш ва хорижий мамлакатлардан кўплаб меҳмонларни қабул қилишга ҳудудни тайёрлаш, замонавий туризм инфратузилмасини жадал ривожлантириш ва туристлар учун янги дам олиш масканларини барпо этиш, ҳудуднинг иқтисодий салоҳияти ва даромад базасини кенгайтириш, шунингдек, янги иш ўринларини ташкил этиш мақсадида Ўзбекистон республикаси вазирлар маҳкамасининг 2019 йил 30 сентябрдаги “Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 828 сонли Қарорлари шулар жумласидандир.

Халқаро ва миллий туризмнинг ривожланиши кўплаб қишлоқ жойларига янгича ҳаёт олиб келиши, аҳолининг жипслашувига кўмак бериши ва шу жойнинг ўзида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ташкил этишга катта туртки бўлиши мумкин.

Кейинги йилларда кўпгина мамлакатларда шаҳарликларнинг турист сифатида хордиқ чиқариши одат тусига кириб қолди. Бу шунга олиб келдики, қишлоқ аҳолиси туризм билан боғлиҳ иккинчи ихтисосга эга бўлиш ва жойларда туристик мажмуа қуриб ишга тушириш билан эса турмуш шароитини яхшилаб олиш имконига эга.

Туризм саноатининг ҳарактерли томонларидан бири халқаро меҳнат тақсимоти тизимидаги хизмат кўрсатиш корхонасидир. Хорижий туризмнинг ривожланиши натижасида ушбу хизмат кўрсатиш корхонаси ўз хизматларини бошқа товарлар каби маҳсулот сифатида сота бошлайди. Халқаро туризм учун хизмат кўрсатишга ихтисослашиш маблағлар тушишига олиб келади. Туризм саноати хизмат кўрсатиш кўламининг умумий кенгайишига, минтақалардаги аҳоли даромадининг ошишига таъсир кўрсатади.

Халқаро туризм кўламининг кенгайиши билан хизмат кўрсатиш корхоналарининг сони ҳам ошиб бораверади. Туризмга таъсир кўрсатиш соҳасига кўплаб турдаги корхоналар киради ва улар туристик мавсум давомида ишга тушади, уларнинг пул айланмаси туристлар сонига қараб орта боради.

Халқаро туризмга таъсир этувчи хизмат кўрсатиш соҳаларига озиқ - овқат, кийим-кечак, оёқ кийими, заргарлик буюмлари, антиқа буюмлар, атир-упалар дўконлари, атторлик моллари, гул дўкони, тамаки маҳсулотлари дўкони, қурилиш ва таъмирлаш, кир ювиш хизматлари, заправкалар ва ҳакозолар киради.

Туризм ривожининг келажагини аниқлаш учун аввало, моддий–техник базаси, туристик ресурслар кўлами, мазкур туристик маҳсулотга бўлган талабни чуқур ўрганиш лозим. Бу ишда туристик ресурсларнинг баҳосини ҳаддан ташқари ошириб юбормаслик лозим. Масалан, маълум бир минтақадаги тарихий ёдгорлик фақат шу жойнинг ўзи учунгина қизиқарли бўлиши мумкин, халкаро майдонда эса бошқа кўплаб ёдгорликларнинг олдида мазкур ёдгорликнинг у қадар аҳамияти бўлмаслиги ва туристларни ўзига жалб қилмаслиги мумкин ва шунинг учун ҳам бундай районларда моддий-техника базасини яратишдан кўп фойда олиш амри маҳол. Туристик ресурсларни баҳолашда, қўшни райондаги ресурсларни ҳам ҳисобга олиш керак бўлади. Туристик модда қўядиган талабни (масалан, отларда саёҳатга чиқиш ва ҳ.к.)ни ҳам эътибордан четда қолдирмаслик лозим. Шундай қилиб, қолоқ районда барпо этилган туристик марказ унинг ривожланишига олиб келади. Мамлакатимизда туризмни ривожлантириш учун мўлжалланган амалий тадбирлар натижасида ўсиш суръатини жадаллашади ва бошқа ижтимоий кўрсаткичларнинг ошишига олиб келади. Бошқа давлатларнинг валюталарини олиб келиш, туристик ташкилотларнинг фойда ва даромадларининг кўпайиши ва иш ўринларининг кўпайиши, ва аҳолининг амалдаги даромадининг ўсиши таъкидланган тадбирларнинг амалга ошириш натижаси бўлади.

Туризм соҳасининг ривожланишида демографик омиллар ҳам алоҳида ўрин тутади. Туризмда демографик омиллар деганда - бу аҳолининг умумий таркиби, ёши, миллати, билимлари савияси, урф-одатлари, маданий мавқеи тушунилади. Туризмда ижтимоий демографик гуруҳларнинг асослари ижтимоий-маданий психологик мезонлар ҳисобланади. Мезонларнинг гуруҳи бўйича туризм талабларини ўрганиш сайёҳнинг ёши ва жинсини ҳисобга олган ҳолда ажратишни назарда тутади:

- унинг оиласини типи ва даромади (оиланинг ҳар бир аъзосига тўғри келадиган даромаднинг ҳисобга олган ҳолда);

- сайёҳнинг касби унинг ижтимоий мақоми(бизнесменлар, хизматчилар, бадиий ва илмий зиёлилар, ижтимоий кам таъминланган оилалар) сиёсий мафкуравий, ўз-ўзини аниқлаш, таржимаи фактлар ва бошқалар.

Фикримизча, туризмни ривожлантириш шунингдек, таълим даражасининг ошиши, халқаро стандартлар ва туристларнинг дидларига мос келувчи хизматлар маданиятининг ошишига олиб келади. Туризмни барқарор ривожлантириш дастурини амалга ошириш натижасида микро даражада иқтисодий самарага эришилади. Туризмни ривожланиш даражаси битта хорижий туристдан олинадиган тушум, кўрсатиладиган хизматлар ҳажми, рентабеллик каби бир қатор кўрсаткичлар билан ўлчанади. Туризм соҳасидан олинадиган моддий самара фойда ва даромад билан белгиланади.

Иқтисодий омиллар туризм ривожланишининг асосидир. Чунки, инсонларнинг турмуш даражаси қанчалик ривожланиб борса, туристик хизматларга бўлган талаб ошиб бораверади. Шунинг учун ҳам дунёдаги туристлар сонини ёшлар бўйича гуруҳланишига эътибор қаратадиган бўлсак, 60 ёшдан ошганлар 50 фоиздан ортиғини ташкил қилади. Ўзбекистонда 35 миллионгаяқин киши, 100 дан ортиқ миллатлар истиқомат қилади. Улар турли динларга эътиқод қиладилар. Мамлакатимиз аҳолисининг 50 фоиздан ортиғи қишлоқ жойларда истиқомат қилади, шунинг учун ҳам мамлакатимизда ички туризмида табиий туризм, маданий туризм, экологик туризм, рекреацион туризм, зиёрат туризм ва шу каби туризм турларига бўлган талаб юқори эканлигидан далолат беради. Албатта туристик хизматларга талаб пайдо бўлиши учун аҳолининг даромадлари етарли даражада бўлиши шарт.

Туризм умумий иқтисодий ўсишга кам ривожланган давлатларнинг ривожланишига кўмаклашади. Яхши ривожланмаган туманларда туристик марказларни очиш кўпгина давлатларнинг асосий методи ҳисобланади. Кейинги йилларда кўпгина мамлакатларда шаҳарликларнинг фермаларда хордиқ чиқариши одат тусига кириб қолди. Бу шунга олиб келадики, қишлоқ аҳолиси туризм билан боғлиқ иккинчи ихтисосга эга бўлиш ва жойларда туристик мажмуа қуриб ишга тушириш билан эса турмуш шароитини яхшилаб олиш имкониятига эга.

Ўзбекистонда асосан туризмни ривожлантиришга кейинги йилларда жуда катта эътибор қаратилмоқда. Шунинг учун ҳам кейинги йилларда мамлакатимизда туристик хизматлардан олинадиган даромад йилдан йилга ошиб бормоқда. Албатта, бунда мамлакатимиз ҳудудларининг ўзига хос ўрни бор. Мамлакатимизда Самарқанд вилоятида туристик хизматлар бўйича алоҳида ўрин тутади. Самарқанд вилоятида туризм соҳаси йилдан йилга ривожланиб бораётган соҳалардан бири ҳисобланади.

1-жадвал

Самарқанд вилояти буйича 2018-2019 йилларда сотилган сайёҳлик йўлланмаларининг сони ва қиймати[54]

	2019 йил		2018 йил		Ўтган йилга нисбатан ўсиши, марта	
	Сони, бирликда	**Қиймати, млн. сўм**	**Сони, бирликда**	**Қиймати, млн. сўм**	**Сони**	**Қиймати**
Сотилган сайёҳлик йўлланмалари жами	26 518	152 283,1	3519	32 542,8	7,53	4,68
Улардан бевосита аҳолига	20 329	151 941,2	3519	32 542,8	5,78	4,67
шу жумладан:						
Ўзбекистон ҳудуди бўйича Ўзбекистон фуқароларига	2 582	2 842,8	1633	13 553,3	1,58	0,21
Чет ел мамлакатлари бўйича Ўзбекистон фуқароларига	301	366,5	303	976,6	0,99	0,38
Ўзбекистон ҳудуди бўйича МДҲ фуқароларига	1 383	5 966,2	315	1382	4,39	4,31
Ўзбекистон ҳудуди бўйича бошқа чет ел мамлакатлари фуқароларига	16 063	142 765,7	1268	2 8829	12,67	4,95

Юқоридаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, Самарқанд вилояти бўйича 2019 йилда сотилган сайёҳлик йўлланмаларининг сони 26518 тани ташкил этган, 2018 йилда бўлса, 3519 тани ташкил этган. Бу 2019 йилда 2018 йилга қараганда вилоят бўйича сотилган сайёҳлик йулланмаларининг 7,53 марта ортганлигини куришимиз мумкин. Вилоят буйича сотилган сайёҳлик йўлланмаларининг қиймати ҳам 2018 йилга қараганда юқори ўсиш тенденциясига эга бўлган, 2018 йилдаги қиймати 32 542,8 млн.сўм бўлган, 2019 йилда 152 283,1 млн сўм бўлган, бу кўрсаткич ўтган йилга нисбатан 4,67

[54] samstat.uz маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси

баробар ошганлигидан далолат беради. Ўзбекистон ҳудуди бўйича Ўзбекистон фуқароларига сотилган йўлланмаларнинг ўртача нархи 2018 йилда 8,3 млнни ташкил этган бўлса, 2019 йилда 1,1 млн сўмни ташкил қилган. Бу мамлакатимизда рақобат муҳити шаклланаётганлигидан далолат беради. Рақобат бор жойдан нархлар ўз-ўзидан арзонлашиб оптимал ҳолатга келиши дунё тажрибасида исботланган.

Умумий хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкинки, мамлакатимизда туризм соҳасини рривожлантириш учун жуда кенг имкониятлар мавжуд. Бу имкониятлардан фойдаланиш учун албатта, туристик хизматлар кўрсатишни ривожлантириш, хизматлар сифатини халқаро даражага етказиш муҳим вазифа ҳисобланади. Шу қаторда туризм турларини кенгайтириш, туристик объектлар рекламасини кучайтириш, тур маҳсулотлар нархларини рақобатчи мамлакатларга нисбатан оширмаслик, айниқса туристларга кўрсатиладиган хизматлар сифатини муттасил ошириб боришмиз талаб этилади.

Туризмнинг ривожланиши бевосита бу мажмуага алоқадор соҳаларнинг, жумладан меҳмонхона хўжалигининг самарадорлигини ва сифатини ошириш билан боғлиқ. Юртимиз, шу жумладан вилоятимиз бой туристик ресурсларга эга бўлишига қарамай, мавжуд имкониятдан фойдаланиш даражаси талаб қилинган ҳолатдан анча кам. Самарқанд Республикамизнинг туристик ва хизмат кўрсатиш соҳасида энг етакчи ҳудудларидан бири ҳисобланади. Биз томонимиздан берилган таклиф ва тавсияларнинг амалиётга жорий қилиниши, фикримизча, республикамизда, хусусан Самарқанд вилоятида туристик хизматларни ривожлантириш имкониятини беради. Буларнинг натижасида аҳоли яшаш шароити, бир сўз билан айтганда аҳоли турмуш даражаси яхшиланишига сабаб бўлади.

Адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони, Ўзбекистон Республикаси Президентининг ―2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2017 йил 16 августдаги қарори
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги №ПФ-5611 сонли Фармони, 3.Ўзбекистон республикаси вазирлар маҳкамасининг 2019 йил 30 сентябрдаги “Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 828 сонли Қарори
3. Самарқанд вилояти статистика бошқармаси маълумотлари

“Ипак йўли” туризм халқаро университети мустақил изланувчиси
Д.Э.Умурзакова

МАКТАБГАЧА ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ ТИЗИМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Рақамли иқтисодиётга ўтиш шароитида ривожланган мамлакатларда таълим тизимига катта сармоя киритилади яъни, “бола 3 ёшдан 22 ёшгача бўлган даврда унинг тарбиясига сармоя сарфлашга катта эътибор берилади. Чунки, ана шу сармоя жамиятга 15-17 баробар миқдорда фойда келтиради”[55]. Шу туфайли хизматлар таркибида таълим соҳасига катта аҳамият бериб келинмоқда. “Ривожланган мамлакатларда ЯИМ ўсишининг асосий қисми хизматлар соҳасига тўғри келади. Масалан, бугунги кунда хизматлар соҳасининг ЯИМдаги улуши АҚШда 78 % ни, Европа мамлакатларида 70 % дан ортиқни, Хитойда 51,6 % ни ташкил қилади. МДҲ давлатларида ҳам бу кўрсаткич юқори. Масалан, Қозоғистонда 54,2 %, Белорусда 48,0% ни ташкил этган” [56] ЯИМнинг бир қисми таълим соҳасини ривожлантириш учун йўналтирилмоқда. Жумладан: АҚШда ялпи ички маҳсулотнинг 6,6 %, Германияда 5,8 %, Россияда 3,6 % ни ташкил қилмоқда.

Сўнгги йилларда мамлакатимиз таълим тизимида ҳам чуқур ўйланган, илмий асосланган, кенг миқёсли ислоҳотлар амалга оширилмоқда. Жумладан, таълим муассасалари томонидан кўрсатилаётган хизматлар миқдори ва сифатини янада кўтарган ҳолда, тадбиркорлик фаолиятининг янги ва инновацион турларини кўпайтириш, уларни диверсификациялаш асосида ислоҳ қилиш, тизимни бюджетдан ташқари молиялаштиришнинг оптимал, янги механизмларини ишга солиш, бу борада ривожланган хориж таълим муассасалари илғор тажрибасига таяниш ҳамда улар билан кенг тармоқли, ўзаро манфаатли интеграцияни йўлга қўйиш, айниқса таълим тизимининг юқори самарадор бўлишига эришиш каби масалалар ҳал этилмоқда. Таълим ва тарбия бир-бири билан узвий боғлиқ бўлган жараён ҳисобланиши инобатга олган ҳолда таълим тизимини бошлангич нуқтаси яъни мактабгача таълим жараёни шахсни ривожланишида муҳим омил ҳисобланади. Мактабгача таълим тизими республикамизда ривожланаётган соҳалардан бири ҳимобланади. Шу мақсадда давлатимиз раҳбари Ш.М.Мирзиёев тамонидан мактабгача таълим соҳасига катта эътибор қаратмоқда. Хусусан, Президентимиз тамонидан қабул қилинган Ўзбекистон Республикасида мактабгача таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепсияси қабул қилинди. Ушбу концепсияда “....мактабгача ёшдаги болаларни ҳар тамонлама интеллектуал, ахлоқий, эстетик ва жисмоний ривожлантириш учун шарт шароитлар яратиш”[57] каби устувор вазифалар келтирилган бўлиб, унда асосан ёш авлодни миллий тарбия руҳида тарбиялаш, баркамол инсон бўлиб шаклланиши ҳамда келажакда

[55] https://stat.uz/uz/press-sluzhba/novosti-gks/3598-zamonavij-zhamiyatda-khizmatlar-so-asining-rni-andaj
[56] https://stat.uz/uz/press-sluzhba/novosti-gks/3598-zamonavij-zhamiyatda-khizmatlar-so-asining-rni-andaj
[57] Мирзиёев Ш.М.”Ўзбекистон Республикасида мактабгача таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш консепсияси” 2019 йил 8 май ПҚ-4312-сон Қарори. www.lex.uz

давлатимиз равнақи учун муносиб ҳисса қўшишида ҳозирги даврдан бошлаб ислоҳотларни амалга оширишимиз лозимлигини кўрсатмоқда.

Инновацион иқтисодиёт шароитида мактабгача таълим тизимида бир қатор долзарб муаммолар кўринмоқда. Чунончи, мактабгача таълим тизими ходимларининг малака кўникмаси етарли эмаслиги, мавжуд таълим муассасаси техник-технологик таълабларга жавоб бермаслиги, мактабгача таълим соҳасида таълим ва тарбия жараёнлари эскирганлиги каби ечилмаган муаммолар мавжуддир. Ушбу муаммоларни ечими сифати мактабгача таълим тизими ривожи учун ажратилаётган бюжет маблағларини ошириш, ходимларни хориж тажрибаси асосида малакасини ошириш, ўқув қуроллари ва замонавий ўқитиш техологиялари билан таминлаш орқали ёш авлодни баркамол инсон сифатида шакллантириш мумкин бўлади.

Мактабгача таълим муассасалари, биринчидан, мактаб ёшигача бўлган болаларнинг умумий саводини чиқариш, болаларда ватанни севиш, у билан ғурурланиш ҳиссини уйғотиш, конституцияни ўргатиш, дунёқарашини кенгайтириш имконини бераётган бўлса, иккинчидан, ёш болали оналарнинг меҳнат қилишга оид конституциявий ҳуқуқини рўёбга чиқаришга ҳам хизмат қилади. Қолаверса, ҳудудларда намунавий лойиҳалар асосида барпо этилаётган янги уй-жой массивларида ёш оилалар фарзандлари учун болалар боғчалари сонини кўпайтириш зарурати пайдо бўлмоқда. Айни шу мақсадда жойларда хорижий тажрибадан ва мамлакатимизнинг иқлим шароитларидан келиб чиққан ҳолда, намунавий лойиҳа асосида 70 ва 120 ўринли 50 та замонавий мактабгача таълим муассасаларини бунёд этиш ҳамда мавжуд муассасаларнинг 1167 тасини реконструкция қилиш, 983 тасини мукаммал таъмирлаш орқали кенгайтириш назарда тутилмоқда. Бу орқали болаларнинг мактабгача таълимга қамровини 1,5 баробар оширишга эришиш мумкин.

Мактабгача таълим муассасаларида ижтимоий-маданий бойликларни шакллантириш жараёни бевосита мустақил ва етук шахсни тарбиялашга имконият яратади. Ушбу мақсадларга эришиш ўз-ўзини ва ижодий салоҳиятни ривожлантириш, коммуникатив қобилиятлар ва фаол ҳаётий позицияни шакллантириш, инсонпарварлик тамойиллари ва инсонга йўналтирилган таълимни амалга ошириш учун шарт – шароитларни яратиш йўли билан амалга оширилади. Республикамизда шу пайтгача ҳеч ким мактабгача таълим муассасаларининг камчилик ва муаммолари ҳамда рақобатбардошлигини ўрганмади. Шунинг учун мактабгача таълимга ота-оналарнинг талаби кун сайин пасайиб борган ва шу туфайли республикамизда мактабгача таълимга 3-7 ёшгача бўлган болаларнинг қамраб олиш ҳажми жуда паст. Бизнинг фикримизча, ҳар қандай соҳани тубдан ислоҳ этиш учун ривожланган давлатлар сингари кенг кўламда маркетинг тадқиқотларини олиб бориш зарур.

Нареш К.Малҳотранинг фикрича, маркетинг тадқиқотлари маркетингнинг муҳим қисми ҳисобланиб, унинг вазифаси маркетинг масалаларини ҳал қилишда ёрдам бериш учун ахборотга эҳтиёжни баҳолаш ва тегишли, тўғри, ишончли, жорий ва долзарб ахборотни бошқариш имконини беради. Компаниялар маркетинг тадқиқотларини рақобатбардош бўлишга ва нотўғри

маълумотларга асосланган ёмон қарорларнинг юқори харажатларидан қочиш учун фойдаланадилар[58].

Юқорида келтирилган изланишларимизга асосланиб мактабгача таълим муассасалари болаларни соғлом, ҳар томонлама камол топиб шаклланишини таъминлайди, унда ўқишга интилиш хиссини уйғотади, уни мунтазам таълим олишга тайёрлайди. Мактабгача таълимни такомиллаштириш учун қуйидагиларни амалга ошириш лозим:

- малакали тарбиячи ва мутахассислар малакасини ошириш ҳамда қайта тайёрлаш;
- замонавий ўқув-услубий қўлланмалар, техник воситалар, тарбиявий аҳамиятга эга ўйинлар яратиш услубиятини такомиллаштириш ва жорий этиш;
- мактабгача таълим бозорида соғлом рақобат муҳитини кучайтириш;
- замонавий ахборот коммуникация технологиялари билан таъминлаш ва ушбу хизматларнинг янги йўналишларини ишлаб чиқиш;
- 3-7 ёшгача бўлган болаларни давлат ва нодавлат мактабгача таълим муассасаларига тўлиқ камраб олиш;
- мактабгача таълим мақсади ва вазифаларини рўёбга чиқариш мақсадида хусусий бизнес вакиллари, маҳалла, хайрия ташкилотлари ва халқаро фондлар фаол иштирок этишини таъминлаш.

Шукуров Икром Абдурашитович
“Олий математика” кафедраси ассистенти,

ҲУДУДЛАРДА КЎРСАТИЛГАН ХИЗМАТЛАР ҲАЖМИНИНГ ЎЗГАРИШ ТЕНДЕНЦИЯСИ (РЕСПУБЛИКА МИСОЛИДА)

Аннотация: *Бу ишда ҳудудлар бўйича хизмат кўрсатиш ҳажмининг ошиши ва камайишини ҳудудлар бўйича аҳоли жон бошиа кўрсатилган хизматлар улашининш бевосита таъсири ўрганилган.*

Калит сўзлар: *хизмат кўрсатиш, сервис соҳаси, таъсир этувчи омил, регрессия, корреляция, t статистика, гипотеза.*

Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш Ўзбекистон иқтисодиётининг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги фармони билан 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиш бўйича ҳаракатлар стратегия қабул қилинди. Ушбу ҳужжат аслида жамиятнинг барча жабҳаларида тизимли ислоҳотлар учун «йўл харитаси» га айланди. Бугунги кунда сервис ва хизматлар соҳаси иқтисодиётнинг муҳим тармоқларидан бири ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш соҳасини ҳар томонлама ривожлантириш иқтисодиётни барқарор ривожлантириш, аҳоли бандлигини таъминлаш ва аҳоли турмуш

[58] . Naresh K. Malhotra, Imad B. Baalbaki and Nada Nasr Bechwati. // Marketing Research. Arab World adaptation edition published by PEARSON EDUCATION LTD, Copyright © 2013. P. 893.pp 25.

даражасини оширишнинг долзарб масаласидир. Амалиётга кўра, ҳозирги кунда ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар иқтисодий ўсишга таъсир кўрсатиш учун хизматлар соҳасини жадал ривожлантиришни муҳим вазифа сифатида белгилаб олган.

Хизмат кўрсатиш соҳасини ўрганиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг расмий сайтида қайд этилган ҳудудлардаги кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати ва аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати маълумотларини тадқиқ этдик.

1-жадвал (https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/services-2)

Ҳудудлар	Ҳудудлар бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати, y, (%)	Ҳудудлар бўйича аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати, x, (%)
Қорақолпоғистон Республикаси	105,9	104,4
Андижон вилояти	103,9	102,0
Бухоро вилояти	106,1	104,7
Жиззах вилояти	103,7	101,6
Қашқадарё вилояти	103,9	102,0
Навоий вилояти	104,5	102,7
Наманган вилояти	103,3	101,2
Самарқанд вилояти	102,6	100,6
Сурхондарё вилояти	103,3	101,1
Сирдарё вилояти	108,5	106,5
Тошкент вилояти	103,4	101,7
Фарғона вилояти	102,8	101,0
Хоразм вилояти	102,9	101,3
Тошкент шаҳри	107,4	104,0

Ушбу маълумотлар асосида энг кичик квадратлар усулидан фойдаланиб корреляция коэффициентини ҳисоблаймиз.

2-жадвал

№	x	y	x^2	y^2	xy
1	104,4	105,9	10899,36	11214,81	11055,96
2	102,0	103,9	10404	10795,21	10597,8
3	104,7	106,1	10962,09	11257,21	11108,67
4	101,6	103,7	10322,56	10753,69	10535,92
5	102,0	103,9	10404	10795,21	10597,8
6	102,7	104,5	10547,29	10920,25	10732,15
7	101,2	103,3	10241,44	10670,89	10453,96
8	100,6	102,6	10120,36	10526,76	10321,56
9	101,1	103,3	10221,21	10670,89	10443,63
10	106,5	108,5	11342,25	11772,25	11555,25
11	101,7	103,4	10342,89	10691,56	10515,78
12	101,0	102,8	10201	10567,84	10382,8
13	101,3	102,9	10261,69	10588,41	10423,77
14	104,0	107,4	10816	11534,76	11169,6
Жами	1434,8	1462,2	147086,14	152759,74	149894,65

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2}\sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}} =$$

$$= \frac{14(149894{,}65) - 1434{,}8 \cdot 1462{,}2}{\sqrt{14 \cdot 147086{,}14 - 1434{,}8^2}\sqrt{14 \cdot 152759{,}74 - 1462{,}2^2}} = 0{,}9654.$$

Демак, ҳудудлар бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати ва ҳудудлар бўйича аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати ўртасида мусбат боғлиқлик бор ва уларнинг корреляция коэффициенти $r = 0{,}9654$ га тенг. Энди корреляция коэффициентининг статистик аҳамиятлилигини текширамиз (a=0,025; H_0:p=0). Нолинчи ва алтернатив гипотезалар қуйидагича бўлади, яъни $H_0: p \leq 0$, $H_1: p > 0$. Корреляция коэффициентининг стандарт хатолигини аниқлаймиз: $S_r = \sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}} = 0{,}0752$. t статистиканинг қийматини аниқлаймиз: $t = \frac{r-\rho}{S_r} = 128377{,}6595$. Ҳисобланган t статистика 128377,6595 t нинг жадвал қийматидан, яъни 2,036 дан кўп, шунинг учун нолинчи гипотеза рад этилади. Хулоса қилишимиз мумкинки, ҳудудлар бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати ва ҳудудлар бўйича аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати ўртасида мусбат чизиқли боғлиқлик мавжуд. Бу икки ўзгарувчи орасида мусбат боғлиқлик борлигини билган ҳолда, ҳудудлар бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръатини башорат қилиш мақсадида $y = b_0 + b_1 x$ регрессия тенгламасини тузиш учун энг кичик квадратлар усулидан фойдаланиб тенглама коэффициентларини топамиз.

$$b_1 = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} = 1{,}01, \qquad b_0 = \frac{\sum y}{n} - \frac{b_1 \sum x}{n} = 0{,}93.$$

Демак, тенглама коэффициентлари асосида топилган регрессия тенгламаси $y = 0{,}93 + 1{,}01x$ кўринишда бўлади.

Регрессия тенгламасидан кўриниб турибдики, ҳудудлар бўйича аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати *x* бир фоизга кўтарилса, ҳудудлар бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати 1,01 фоизга ошади, ёки ҳудудлар бўйича аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати *x* бир фоизга камайса, ҳудудлар бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати 1,01 фоизга ошади.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, ҳудудлар бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати ва ҳудудлар бўйича аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръатини статистик маълумотлар асосида таҳлил қилиб, хизмат кўрсатиш суръатларини башорат қилиш мумкин экан.

Фойдаланилган адабиётлар.

1. Кремер Н.Ш., Путко Б.А. Эконометрика: Учебник. – М.: ЮНИТИ-Москва, 2010. – 328 с.
2. Насритдинов Г., Эконометрика 1. Ўқув қўлланма. –Тошкент: Иқтисод-Молия, 2008. – 252 б.

Джумаев Асқар Ҳайдарович
СамДУ “Инсон ресурсларини бошқариш”факультетининг “Тармоқлар иқтисодиёти”кафедраси катта ўқитувчиси.

МЕҲМОНХОНА БИЗНЕСИНИ РИВОЖЛАНИШИДАГИ ЯНГИ ТЕНДЕНЦИЯЛАР

Ҳозирги пайтда меҳмонхона мажмуасини самарали бошқариш тизимини шакллантиришнинг асосий воситалари бўлиб илғор технологиялардан, жумладан Интернет тизимидан самарали фойдаланиш, бундан ташқари, энергия самарадорлигини таъминлаш, фойдаланувчилар талабига ва кўп қиррали вазиятларга мослашувчанлик, ижтимоий ва экологик маъсулият, операцион харажатларни тартибга солиш ҳамда тежамкорликни таъминлаш ҳисобланади. Интернет тизимининг ривожланиши меҳмонхона ва сайёҳлик бизнеси учун харажатларни тежаш, самарадорликни ошириш, ҳатто кичик компанияларга ҳам истеъмолчиларга осонроқ кириш каби имкониятларни яратади. Кейинги пайтларда айниқса, электрон почта маркетинги жадал ривожланмоқда.

Интернетдаги сўнгги янгиликлардан бири бу Facebook, Telegram ва Myspace каби ижтимоий тармоқларни ривожланишидир. Энди улардан меҳмонхоналар ҳам, сайёҳлик компаниялари ҳам самарали фойдаланмоқда. Бошқача қилиб айтганда, меҳмонхоналарни самарали бошқариш, умумий харажатларни ва хизмат кўрсатиш жараёнларини, иқтисодий, экологик ва функционал фаолият жиҳатлари ҳамда капитал солинмаларни самараси билан

бирга қулайлик ва соғлиқни сақлаш каби эҳтиёжларни қондирилишини ҳам тенг ҳисобга олади.

Сўнгги пайтларда бизнес ва ҳашаматли меҳмонхоналар учун меҳмонхона бизнесида кенг тарқалган жаҳон тенденцияларидан бири, бу ишбилармон сайёҳларни санъат буюмлари билан ўзига жалб қилишдир. Меҳмонхоналар операторлари лобби, ресторан ва хоналарни бадиий ва антиқа буюмлар билан безашда етакчи галереялар ва музейлар билан ҳамкорлик қилиб, ўз мижозларига мода кўргазмаларига чипта таклиф қилишади. Масалан, Radison Blu Edwardian меҳмонхоналар тармоғи (Англия, Лондон) Виктория ва Алберт музейи билан ҳамкорлик қилиб, мижозларга турар жой, нонушта ва афсонавий мусиқачи Девид Боуига бағишланган кўргазма чипталарини ўз ичига олади. Венадаги машҳур "Crowne Plaza Canberra" бизнес-меҳмонхонаси Австриянинг Миллий галереясида бўлиб ўтадиган кўргазмаларга чипталарни таклиф этади.

Таиланднинг Siam Kempinski Hotel Bangkok меҳмонхонасида, Таиланд замонавий санъат музейи коллекциясидаги санъат билан параллел равишда намойиш этиладиган маҳаллий рассомларнинг расмлари кўргазмаси ҳар уч ойда бир марта ўзгариб туради, уларнинг сони 4000 дан ошиқ.

2013 йил январ ойидан бошлаб АҚШнинг Индианаполис шаҳрида очилган люкс Alexander меҳмонхонаси ўзининг Индианаполис санъат музейи томонидан тақдим этилган ажойиб расмлари ва инсталляциялари билан ажралиб туради. Меҳмонхонанинг жамоат жойларида замонавий рассомларнинг 40 га яқин асарлари намойиш этилмоқда, улардан 14 таси очилиш маросими учун атайин тақдим этилган. Меҳмонхоналар мажмуаларида Энди Уорхола, Сальвадор Дали ва Пабло Пикассонинг ноёб асарлари ҳамда маҳаллий рассомларнинг асарлари намойиш этилади. Албатта ушбу амалиёт мижозлар садоқатини оширишга қаратилган.

Ишбилармон сайёҳларни санъат буюмлари билан жалб қилиш билан бирга, премиум меҳмонхона хизматларини илгари суришда кенг тарқалган ўзига хос амалиёт, мижозлар эътиборни ўзига қаратадиган меҳмонхона маҳсулотини яратишга мўлжалланган. Масалан, бутун дунёда фақат аёллар учун меҳмонхоналар сони кўпаймоқда. Биринчи шундай меҳмонхона Barbizon Hotel for Women onli XX аср бошларида Нью-Йоркда пайдо бўлган. Ушбу “фақат аёллар учун" меҳмонхона феминизм рамзи сифатида қабул қилиш керак эди. XX асрнинг 80-йиллардан бошлаб ўзига хос радикал қоидалар анча юмшатилиб эркаклар ҳам ўз рафиқалари билан меҳмонхонада қолишига рухсат берилган эди. Ҳозирги пайтда меҳмонхона АҚШнинг тарихий жойларининг миллий реестрига киритилган.

Таъкидлаш жоизки, фақат аёл меҳмонхоналарни яратилишининг асосий сабаби - феминизм ғояси бўлиб, бу Ислом дунёсидаги аёлларнинг хулқ-атвор қоидалари билан боғлиқ ва охир-оқибат диний жиҳатларга ҳам йўл очиб берди. Шу муносабат билан 2007 йилда Саудия маликаси Мадҳави бин Муҳаммад маҳаллий ишбилармон аёлларнинг Риядаги "Луҳтан" ёки "Бошпана излаб парвоз" махсус меҳмонхонасини очиш ташаббусини қўллаб-қувватлади. Бунда барча меҳмонхоналар ходимлари ҳам аёллардир. Унинг Booking.com сайтида

таъкидланганидек, "Еркаклар, жуфтликлар ва болалар меҳмонхонага киришлари мумкин эмас."

XX асрнинг ўрталарида. бир қатор меҳмонхоналарда, фақат аёллар жойлаштирилган махсус меҳмонхона қаватлари пайдо бўлди. Бундай қаватлар, масалан, Grange City Hotel(Лондон) меҳмонхонасида ҳанузгача мавжуд бўлиб, у ерда фақат аёллар учун мўлжалланган 68 та хона барча қулайликлар билан таъминланган. Олбани(АҚШ)да жойлашган Hampton Inn меҳмонхонасидаги хонимларга кофе ва печенье, юмшоқ пайпоқ, намловчи крем ва массаж курсисида ярим соатлик массаж таклиф этилади. Фақат дам олиш кунлари эркаклар "аёллар" қаватидаги хоналарни брон қилишлари мумкин.

Бироқ, аёлларнинг энг муҳим талабларидан бири бу мутлақ поклик ва гигиена кафолатидир. Ушбу истакларни инобатга олган ҳолда, 2011 йил май ойидан то ҳозиргача Bella Sky Comwell(Копенгаген) меҳмонхонасilf фақат хонимлар учун хоналарни очилган. Бунда катта душ хоналари, шампань, мини-бар, шоколад ва коктейллар, шунингдек, кундалик ҳаётнинг кўплаб қўшимча элементлари жорий этилган. Швейцариядаги Lady’s First(Цюрих) меҳмонхонасида гигиена масалаларини ҳал қилишда бироз бошқача ёндашилди. XIX асрда қурилган бинода жойлашган меҳмонхона барчани қабул қилади, аммо SPA-салон, - бу махсус ҳудуд бўлиб, унга ташриф буюриш фақат аёлларга рухсат этилади.

Маълумки транзит сайёҳлар ҳам мавжуд бўлиб, улар у ёки бу мамлакатда транспорт йўналишига мувофиқ равишда бир ёки икки кун меҳмонхона хизматига муҳтож бўлиши мумкин. Ўзбекистонда мавжуд кўпчилик меҳмонхоналарда бу жиҳатлар жуда яхши эътиборга олинган.

Меҳмонхонада бир-икки кун яшашга муҳтож бўлган сайёҳларга қулайлик яратиш учун Франциянинг Dayuse hotels меҳмонхонасининг интернетдаги Италиядан тортиб то АҚШгача бўлган тўққизта давлатдаги 400та меҳмонхоналар билан ҳамкорлик қилади ва доимий равишда таклифлар базасини кенгайтириб боради. Портал орқали брон қилинган ўртача кунлик меҳмонхона хоналари вақтинчалик офис сифатида ёки юкларни сақлаш учун фойдаланишни ҳам таклиф қилади.

Замонавий меҳмонхоналар хизматининг яна бир жиҳати, XX асрнинг 1979 йилидан бошлаб Япониянинг Осака шаҳрида ташкил этилган капсулали меҳмонхоналардир. Бундай меҳмонхоналар сайёҳларга мегаполисларда қисқа муддатли яшаш учун муқобил вариантни таклиф қилади. Капсулали меҳмонхоналар кичик хоналардан иборат бўлиб меҳмонхоналардаги бўш жойлар икки турга бўлинади: умумий ва индивидуал хоналардан иборат. Умумий хоналарда оилавий ёки 2 кишидан кўпроқ сайёҳлар(одатда 3-4 кишигача) туриши мумкин. Бу уларнинг ташкил этилишидаги меъёрлардан келиб чиқиб белгиланади.

Япониянинг яна бир хусусияти - айтилмаган қоида бўйича Японияда капсулали меҳмонхоналар дастлаб эркаклар учун мўлжалланган. Ва уларнинг баъзилари аёллар учун битта қаватни истисно қилганлар.

Европада "ҳаёт учун капсулалар" ғоясининг шаклланиши минималистик лойиҳалардан дизайнерлик лойиҳаларига айланди. Европалик капсулали меҳмонхоналар, ушбу турдаги япон меҳмонхоналаридан фарқли ўлароқ, капсулаларга ўхшамайди, аммо замонавий круиз кемаларининг кабиналари каби, капсулали меҳмонхона кўп краватли хоналардан ташкил топган ётоқхоналарнинг бевосита рақобатчиси ҳисобланади. Маркетологларнинг фикрига кўра, турар жой нархини ҳисобга олган ҳолда, капсулали меҳмонхоналар Европада муайян истиқболга эга.

Сўнги йилларда Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожланишида, Европа ва бошқа ривожланган мамлакатларга хос ижобий жиҳатларни қабул қилиш билан бирга, кўпроқ тарихий-маънавий, соғломлаштириш ва экотуризмга эътибор қаратилмоқда. Чунки, Ўзбекистонда бу борада катта имкониятлар мавжуд.

У.Х.Қаландаров катта ўқитувчи к.т.н.
М.Э.Исмаилова МИ-220 гуруҳталабаси

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ТУРИЗМ СОХАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА, ТАЛАБНИ ШАКИЛЛАНТИРИШ ҲОЛАТИ ВА МУАММОЛАРИ

Аннотация: Мақолада Ўзбекистон Республикасининг туризм сохасида талабни шакиллантириш масалалари куриб чиқилган ва вилоятлар кесимида тахлил қилинган. Статистик маълумотлар тахлил қилиниб кўрсатгичлар аниқланган.

Калит сўзлар: Туризм, соха, статистика, регрессия, корреляция, мамлакат, табиат, миноралар, хизмат, сервис,иқтисод, бизнес, мақбара, зиёратгох.

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы формирование спроса в сфере туризма Республики Узбекистан и проанализировать по регионам. Проанализированы статистические данные и определены показатели.

Ключевые слова: статистика, индустрии, туризм, регрессия, корреляция, страна, природа, башни, сервис, экономика, бизнес, мавзолей, святыня.

Annotation: The article considers the issues of demand formation in the field of tourism of the Republic of Uzbekistan and analyzes them by regions. Statistical data were analyzed and indicators were determined.

Keywords: tourism, industry, statistics, regression, correlation, country, nature, towers, service, economy, business, mausoleum, shrine.

Ўзбекистон - бу дунё мамлакати, унда ҳамма нарса бор - қор ва музликлардан тортиб то қум тепалари ва тоғ чўққилари. У ўзининг ажойиб табиий хилма-хиллиги, фаол дам олиш учун битмас-туганмас имкониятлари билан ажралиб турадиган табиий ландшафтлари билан ўзига хосдир.

Ўзбекистонда шунчалик ажойиб жойлар борки, уларни бир неча таътил мавсумларида ҳам "ўзлаштириш" қийин. Сиз бутун умр "сайр қилишингиз" мумкин. Масалан, бронза ёки дастлабки темир даврларини ўрганиш учун археологик экспедитсиялар билан боринг. Ва кейин шаҳар ва қишлоқларнинг замонавий қиёфаси каби замонавий тарихий ёдгорликларни зиёрат қилинг. Тошкент, Самарқанд, Жиззах вилоятларидаги мадрасалар ва масжидлар ва тоғларни, шарқий ҳукмдорларнинг мақбараларини зиёрат қилгандан сўнг, бутун дунё мусулмонлари учун муқаддас жойда, Хожа Исмоил ал-нинг дам оладиган жойида (иккинчи ҳаж) маънавий алоқани ҳис этинг. Бухорий, Амир Темур мақбарасини зиёрат қилинг, ҳамма замон ва халқларнинг раҳбари.

Сиз ҳаётингизни асрлар давомида ўзгармаган меросхўр чўпонлар ва ҳунармандлар билан учрашиш учун чуқур канёнларга тушиш ва тог ъчўққиларига чиқиш орқали ҳис-туйғуларингизни таққослашингиз мумкин. Ўтмиш романтикасини татиб кўришни истаганлар от ёки туяга миниб, тоғлар, чўллар ва даштлар бўйлаб саёҳат қилишлари мумкин.

Бироқ, бу қудратли салоҳият туристик бизнес томонидан деярли талаб қилинмайди. Ўзбекистонда халқаро туризм қийин кунларни бошдан кечирмоқда. Ўзбекистон мустақилликка эришгунига қадар иқтисодиёт бошқа барча соҳалар сингари туризмни ҳам марказ томонидан қатъий тартибга солинган. СССРда туристик фаолиятнинг асосий минтақалари Кавказ, Қрим, Болтиқбўйи давлатлари, Россия ва Ўрта Осиёнинг тарихий марказлари эди. Шу билан бирга, Ўзбекистоннинг бир қатор меъморий, археологик, маданий ёдгорликлари ва табиий диққатга сазовор жойларининг тарихий аҳамияти аслида реклама қилинмаган ва талаб қилинмаган бўлиб қолган.

Совет Иттифоқи даврида Ўзбекистонда туризм маданий-маърифий ишлар тизимининг мафкуравий функтсиясини бажарадиган элементларидан бири бўлиб, ўзининг устун мавқеига эга бўлишига қарамай, қолдиқ асосда молиялаштирилиб, муҳим иқтисодий аҳамиятга эга бўлмаган. Мустақилликка эришгандан сўнг, Ўзбекистонда туризм соҳасини сезиларли даражада ривожлантириш имконияти пайдо бўлди. 1993 йилда Ўзбекистоннинг Жаҳон сайёҳлик ташкилотининг тўлақонли аъзоси сифатида кириши туризм соҳасидаги халқаро алоқаларни ривожлантириш йўлидаги катта қадам бўлди.

Ўзбекистон ички туризмни ривожлантириш учун ҳам, чет эллик саёҳатчиларни қабул қилиш учун ҳам катта салоҳиятга эга. Унда сизга керак бўлган ҳамма нарса бор - улкан ҳудуд, бой тарихий ва маданий мерос, баъзи ҳудудларда эса - дахлсиз, ёввойи табиат.

Ўзбекистонда кириш ва ички туризм унинг турли хил турлари билан намойиш этилади. Туризмнинг энг фаол ривожланаётган экологик, фаол, экстремал, тарихий ва таълим турлари. Ишбилармонлик сайёҳлиги ҳам жадал ривожланмоқда. Келинг, Қозоғистон Республикасидаги кириш туризмига эътибор қаратсак. Кўриниб турибдики, 2014 йилдан 2017 йилгача МДҲ мамлакатларидан келган сайёҳлар улуши барқарор ўсишда давом этди. (1-жадвал).

1-жадвал.

Узбекистон Республикасига кириб келувчи туристлар сони (минг киши хисобида)

Йўналишлар	Йиллар хисобида				
	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.
Умумий туристлар сони	2219 634	2261 164	2330 817	2548 313	2643 022
МДХ давлатларидан	84 121	96 421	111 737	175 766	150 270

Кирувчи туризм таркибида ўсиб бораётган улушни 2004 йилдан 2008 йилгача қарийб 3 баравар кўп бўлган МДҲдан ташқари мамлакатлардан келган сайёҳлар эгаллайди. 2018 йилда туристик ташкилотлар хизматидан фойдаланган (2,537,937 киши) норезидент меҳмонларнинг умумий сони орасида МДҲ мамлакатларидан келган сайёҳларнинг улуши тахминан 15% ни, МДҲга тегишли бўлмаган мамлакатлардан эса 85% га яқинни ташкил этди. МДҲ мамлакатларидан келган сайёҳларнинг ўртача кунлик сони 4-5 кунни, МДҲга тегишли бўлмаган мамлакатлардан 17 кунни ташкил этади. Қабул қилиш мақсадида келган сайёҳлар оқимини таҳлил қилиш шуни кўрсатдики, норезидентларнинг 72,5 фоизи Ўзбекистонга ишбилармонлик ва касбий мақсадларда келишади, ва фақатгина 20 фоиз сайёҳлар ўзларининг дам олишлари ва дам олишлари учун Ўзбекистонга келишган. Статистик маълумотларга кўра, унинг давомида битта чет эллик сайёҳ республикада ўртача 700 АҚШ долларини қолдиради.

2014 йилдан 2017 йилгача Ўзбекистон аҳолисининг чет элга сайёҳлик ваучерлари билан саёҳат қилиш сони доимий равишда ўсиб борди ва фақатгина 2018 йилда бироз пасайиш кузатилди. Чиқиш туризмининг ўсиши, асосан, дам олиш ва дам олиш мақсадида чет элга сайёҳлар сонининг кўпайиши билан боғлиқ бўлиб, чиқувчи туризмнинг ушбу сегменти 2018 йилда ўсишни кўрсатди, бу пайтда барча бошқа чиқувчи турлар салбий динамикани кўрсатди. Ушбу даврда чиқадиган туризмнинг ўзига хос хусусияти дўкон туристлари ва ишбилармонлик ва профессионал мақсадлар учун саёҳат қилаётган сайёҳлар сонининг камайиши ҳисобланади (2-жадвал).

2-Жадвал

Ўзбекистон Республикасидан чиқувчи туристлар сони (минг киши хисобида)

Йўналишлар	Йиллар хисобида				
	2015г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019г.
Умумий сони	1554 885	2210 692	2255 626	286 691	261 070
Мдх давлатларига	17 219	31 263	28 191	24 820	20 977
Узоқ шарқ давлатларига	1147 666	2179 429	2227 435	2261 871	2240 093

Умуман олганда, 2018 йилда Ўзбекистон Республикасидан сайёҳлар дунёнинг 100 дан ортиқ мамлакатларига ташриф буюришди. Шу билан бирга, МДҲ мамлакатларидан доимий сайёҳларнинг асосий қисми Россияга саёҳат қилишди. Туркия, Германия, Хитой, Бирлашган Араб Амирликлари, Таиланд, Миср Ўзбекистон аҳолиси орасида энг машҳур ҳисобланади.

Ўзбекистонлик сайёҳларнинг МДҲ мамлакатларида бўлиш кунлари ўртача 6 кунни, МДҲга тегишли бўлмаган мамлакатларда 7 кунни ташкил этади. Шу билан бирга, жўнаб кетиш мақсадлари бўш вақт ва дам олиш (67,3%), бизнес ва профессионал мақсадлар (8,1%).

Ўзбек сайёҳлик маҳсулотининг иккита асосий таркибий қисмини ажратиб кўрсатиш мумкин: Ипак йўлидаги маданий туризм (зиёрат ва анъанавий) ва у билан чамбарчас боғлиқ экологик-саргузашт туризм (сафари, дам олиш, қушларни томоша қилиш, треккинг, ов қилиш). Шу муносабат билан Ипак йўли йўналиши орқали ўтадиган экологик-саргузашт туризм учун ресурсларга эга бўлган минтақаларни таъкидлаш керак: Тошкент, Фарғона, Жиззах, Наваин вилоятлари.

Тошкент ва Самарқанд шаҳарлари республика учун стратегик (ҳаво, автомобил, темир йўл) дарвозалар ҳисобланади ва асосий кўчиш айнан шу шаҳар орқали амалга оширилади. Турли форумларни ўтказиш учун қулай бинолар ва меҳмонхоналардан ташқари шаҳарда дам олиш ва кўнгил очиш учун зарур бўлган барча нарсалар мавжуд, бундан ташқари, ажойиб дам олиш масканлари яқин шаҳар ҳудудида 500 км радиусда жойлашган.

Маълумки, кириш туризмини ривожлантириш мамлакат учун муҳим аҳамиятга эга. Бунинг сабаби, кирувчи туризм иқтисодий нуқтаи назардан бир қатор афзалликларга эга, жумладан:

- ваучерларни сотиш ва ташриф буюрган мамлакатда хизматлар ва товарларни сотиб олиш йўли билан чет эл валютаси кўринишидаги маблағларни қабул қилиш;
- мамлакатда меҳмонхона соҳасини ривожлантириш;
- ривожланган туризм инфратузилмасини шакллантириш;
- туризм билан боғлиқ соҳаларни ривожлантириш;
- қўшимча иш ўринларини яратиш;
- зарур туристик маҳсулотни яратиш бўйича кенг кўламли сотсиологик ва маркетинг тадқиқотларини ўтказиш.

Ўзбекистон аҳолисининг туристик ҳаракатчанлиги кўрсаткичи дунёдаги энг паст кўрсаткичлардан бири ҳисобланади. Туристик агентликларнинг аксарият қисми ўз ватандошларини чет элга йўналтиришни афзал кўришади ва сайёҳларни Ўзбекистонга жалб қилиш учун бир нечта компанияларгина ишлайди. Бундан ташқари, асосан сайёҳлар Самарқанд, Тошкент, Хива, Бухорога ташриф буюришади.

Туризм - бу республикада валюта тушумини сафарбар қилмайдиган алоҳида соҳа, аксинча, таъсирчан миқдордаги валютани бўшатиш учун канал.

Шуни таъкидлаш керакки, ташқи туризмнинг ривожланиш даражаси ички ва кирувчи туризмга қараганда анча динамикдир. Бу мамлакатимиз

аҳолисининг турмуш даражаси ошиб бораётгани ва мамлакат ичида нарх ва сифат кўрсаткичларини бирлаштирадиган рақобатдош туристик таклифларнинг этишмаслиги билан боғлиқ.

Кириш ва ички туризм давлат учун энг фойдалидир, чунки уларнинг ривожланиши давомида мамлакатга пул тушиши ва шу билан унинг бюджетини тўлдириш мавжуд.

Шундай қилиб, ҳозирги даврдаги Ўзбекистондаги туризм ҳолати фактларини баён қилиб, ички ва кирувчи туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратиш зарурлигини таъкидлаш лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Азоев ГЛ. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика. М.: ИНФРА-М, 1996.
2. Алексеев В. Практикум по маркетингу: Задачи, тесты, ситуации. М.: ИНФРА-М, 2001.
3. Амблер Т. Практический маркетинг. Издательство "Питер", 1999-400 с. (серия "Теория и практика менеджмента")
4. Андреева О.Технология бизнеса: Маркетинг: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 1997.
5. Ассэль Г. Маркетинг: Принципы и стратегия. М.: ИНФРА-М, 2001.
6. Барышев А. Маркетинг: Учебник. М.: Академия, 2002.

Ф.А. Ахмеджанова – СамИСИ доценти, техника фанлари номзоди
Ж. Нематов – СамИСИ магистри.

КЕРАМИКА ТОВАРЛАР АССОРТИМЕНТИ ВА СИФАТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация. *Мақолада керамика буюмлар ассортименти ва сифатига таъсир этувчи кўрсаткичларининг тижорат экспертизаси натижалари тахлил килинган ва махалий саноат корхоналирига керамика буюмлар ассортименти ва сифатини такомиллаштириш йўллари кўрсатиб берилган.*

Kalit so'zlar: *keramika, chinni buyumlar, fayans, majolika, sopol idishlar assortimenti, tijorat ekspertizasi, sifat ko'rsatkichlari.*

Аннотация. *В статье анализируются результаты коммерческой экспертизы показателей, влияющих на ассортимент и качество керамических изделий, и показаны пути улучшения ассортимента и качества керамических изделий для местных производителей.*

Ключевые слова: *ассортимент керамических изделий, фарфор, фаянс, майолика, гончарнқе изделия, коммерческая экспертиза, показатели качества*

Annotation: *The article analyzes the results of a commercial examination of indicators affecting the range and quality of ceramic products, and shows ways to improve the range and quality of ceramic products for local industries*

Key words: *assortment of ceramics, porcelain, faience, majolica, pottery, commercial expertise, quality indicators.*

Кириш. Бозор муносабатларининг равнақ топишида, эркин рақобат ва аҳоли турмуш фаровонлигини таъминлашда тижорат фаолиятини ташкил этиш, авваломбор, тижорат соҳасидаги изланишларнинг моҳиятига, мазмунига ва йўналишига асосланади, тижорат экспертизасининг ялпи тижорат фаолиятини ташкил этишда, режалаштиришда, товар ассортиментини такомиллаштириш ва бошқаришда, назорат этишда муҳим аҳамиятга эга бўлиши-замонавий тижорат назариясининг асосий хусусиятларидан бири сифатида намоён бўлмоқда.

Тижорат экспертизасини юқори даражада ташкил этилиши, уларнинг кўлами, таҳлилий ва қайта ишлаш жараёнларида фойдаланиладиган услублар йиғиндиси, бевосита корхона тижорат стратегиясини белгилашда, амалга оширишда, дастлабки босқич, “таянч нуқта” ҳисобланади. Истеъмол бозори тобора янги товарлар ва хизматлар билан бойиб бораётган бугунги шароитда янги имкониятларни аниқлаш ва улардан оқилона фойдаланишда тижорат экспертизасининг аҳамияти кун сайин ортиб бормоқда.[1]

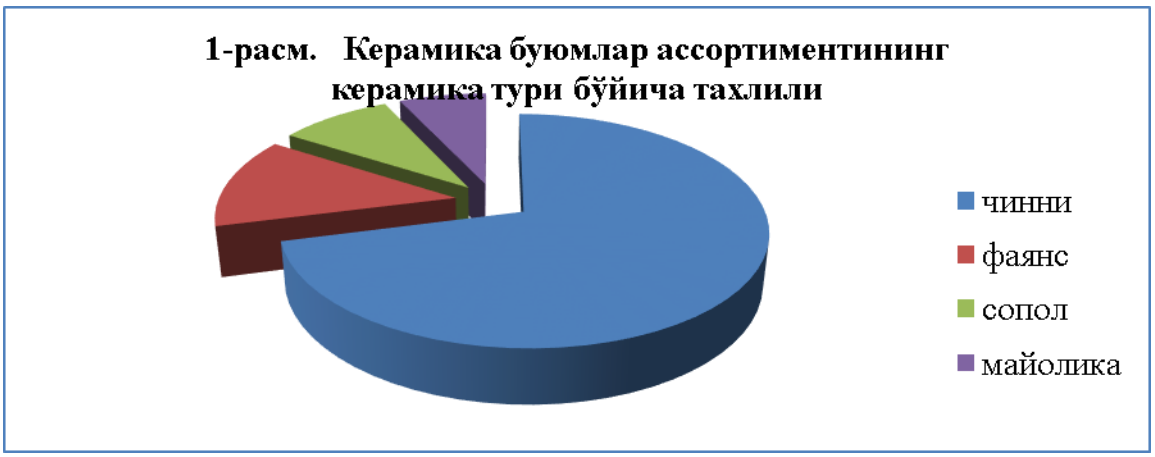
Истеъмол бозори кўламини ўрганишда, товарларнинг мавқеини, товар ассортиментининг кенглиги, харидор талаби, маҳаллий бозорда импорт товарларнинг ўрни ва рақобатчилар ҳақида маълумот олишда тижорат экспертизасининг аҳамияти бениҳоят каттадир. Тижорат экспертизасини ўтказиш асосида истеъмол бозоридаги товарлар ҳаракатини ўрганиш имкони тўғилади.

Тадқиқот методологияси. Товарларнинг тижорат экспертизасини ташкил этишда бир қанча услублардан фойдаланилади. Айниқса, кузатиш, эксперимент, сўров ва гуруҳли баҳс услублари кенг қўлланилади. Лекин улар асосида ахборотни йиғиш воситалари, қуроллари, танлов тартиби турлича бўлиши мумкин.

Биз ўз тадқиқотимизда товарларнинг тижорат экспертизасининг кузатиш услубининг танлама кузатиш турини танлаб олдик. Танлама кузатиш тижорат экспертизасида кўпроқ қўлланиладиган услуб ҳисобланади.

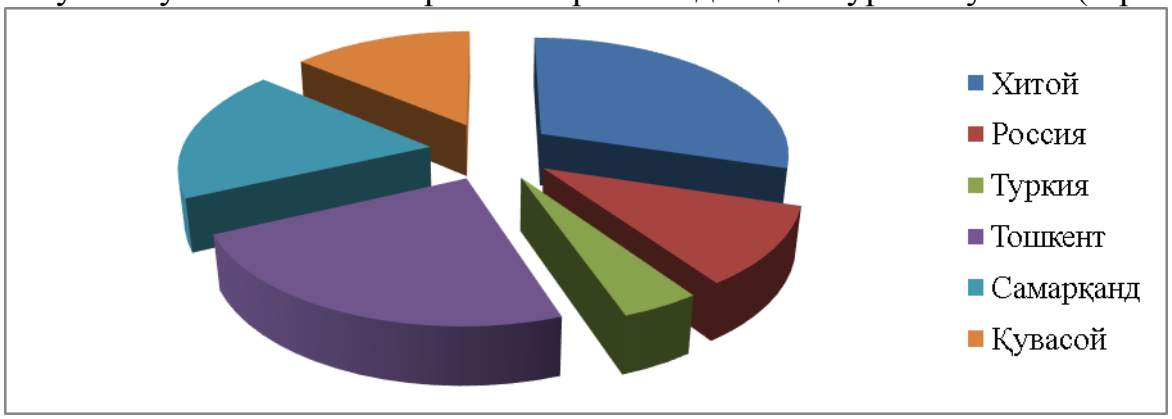
Танлама кузатиш асосида тижорат дўконларида сотилаётган керамика буюмлар ассортиментининг тижорат экспертизасини ўтказдик. Ўтказилган тижорат экспертизаси керамика буюмлар ассортиментини шакллантирувчи омиллар, яъни керамиканинг тури, ишлаб чиқарилган жойи, буюмнинг турлари ва керамика буюмларга берилган безаклари бўйича амалга оширилди. Бу омиллар нафақат ассортиментини, балки истеъмол хусусиятларини ҳам шакллантирувчи асосий омиллардир.[2]

Таҳлил ва натижалар. Керамика буюмлар ассортиментининг керамика тури бўйича тижорат экспертиза таҳлилидан маълум бўлдики, тижорат дўконларида сотилаётган керамика буюмларнинг - 71% фарфор, 13% фаянс, 9% сапол, 7% майолика буюмлари ташкил этмоқда.(Расм- 1)



Керамика буюмлар ассортиментини шакллантирувчи омиллардан бири ишлаб чиқарилган жойи ҳисобланади. Тижорат дўконларида сотилаётган керамика буюмларнинг 58%-маҳаллий саноат корхоналарида ишлаб чиқарилган буюмларга тўғри келса, 42% - хориж давлатларидан келтирилиб сотилаётган буюмларга тўғри келмоқда. Хориждан келтирилган керамика буюмларнинг 28% - Хитойда ишлаб чиқарилган буюмларига, 10% - Россия ишлаб чиқариш корхоналари томонларидан ишлаб чиқарилган буюмларига ва қолган 4% - Украина, Туркия, Эрондан олиб келиб сотилаётган керамика буюмларига тўғри келмоқда.

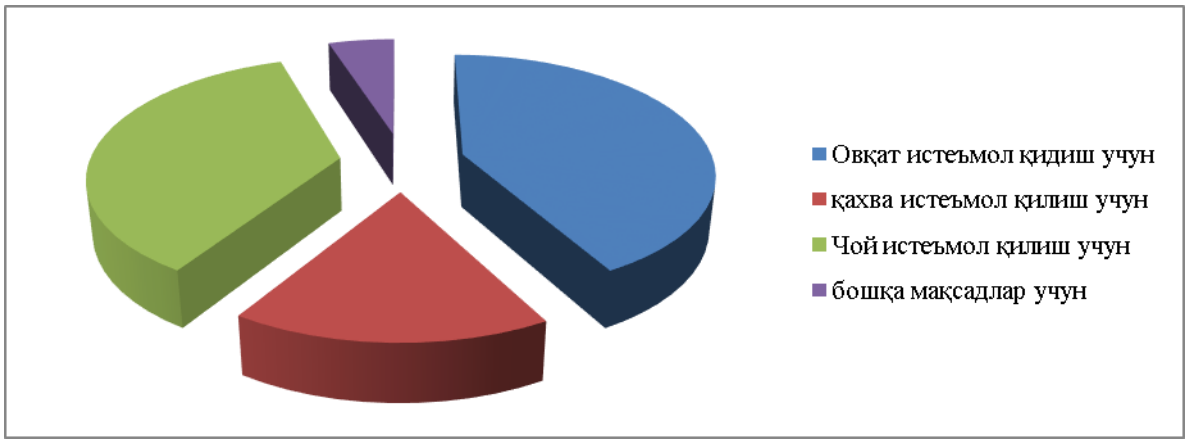
Бугунги кунда рақобатбардош, сифатли маҳсулотларни ўз юртимизда ишлаб чиқариш, ички истеъмол бозорини маҳаллий, сифати талабга жавоб берадиган халқ истеъмол товарлари билан тўлдиришга алоҳида эътибор берилмоқда. Хусусан, маҳаллий шароитда истеъмол товарларини ишлаб чиқаришни рағбатлантириш мақсадида кенг кўламли солиқ имтиёзлари жорий этилди. Улгуржи ва чакана савдони тартибга солиш, республикамиз худудида улгуржи савдо бозорлари, дўконлар, умумий овқатланиш ва маиший хизмат корхоналари тармоғини ривожлантиришга қаратилган бир қанча муҳим қарорлар қабул қилинди. Шунга қарамасдан ҳали ҳамон ички истеъмол бозорида сотилаётган керамика буюмларнинг деярли яримини хорижнинг буюмлари эгаллаб келмоқда. Буни керамика буюмларнинг ишлаб чиқарилган жойи бўйича ўтказилган тижорат экспертизасидан ҳам кўриш мумкин.(2-расм)



2-расм. Керамика буюмлар ассортиментининг ишлаб чиқориш жойи бўйича тахлили

Керамика буюмлар ассортиментини кенглигини буюм турлари таъминлайди. Ҳар бир турдаги буюм ўзига хос функцияга эга. Керамика буюмлар ассортименти функционал ишлатилиши бўйича овқат, чой ва қахва ичимликларини истеъмол қилиш, стол устини безаш, таомларни сақлаш ва турли сувенирли совғаларга бўлинади. [2] Ҳар бир халқнинг маданиятидан келиб чиққан ҳолда уй рўзғорда кўпроқ ишлатиладиган буюми бўлади. Масалан, ўзбек халқи ичимлик истеъмол қилиш учун пиёладан фойдаланса, рус ва бошқа европа халқлари ичимликни истеъмол қилиш учун чашка ва бокаллардан фойдаланади.

Тижорат дўконларида сотилаётган керамика буюмлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича таҳлилдан маълум бўлишича, керамика буюмларнинг - 42% - овқат истъмоли учун мўлжаланган идишларига, 36% - чой истеъмол қилиш учун мўлжалланган идишларига, 17% - қахва истеъмол қилиш учун мўлжалланган идишларига, 5% -бошқа мақсадлар учун ишлатиладиган буюмларга тўғри келмоқда. (3-расм)

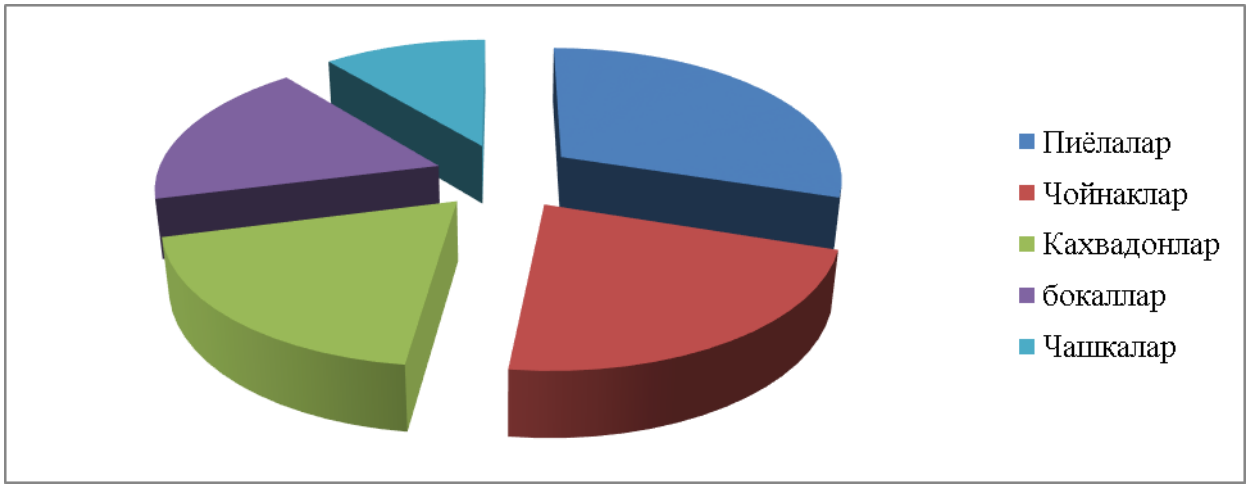


3-расм. Керамика буюмлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича тахлили

Ҳар бир функционал ишлатиладиган буюмлар гуруҳи турли хил шакл ва тузилишига эга бўлган керамика буюм турларини ўз ичига олади.

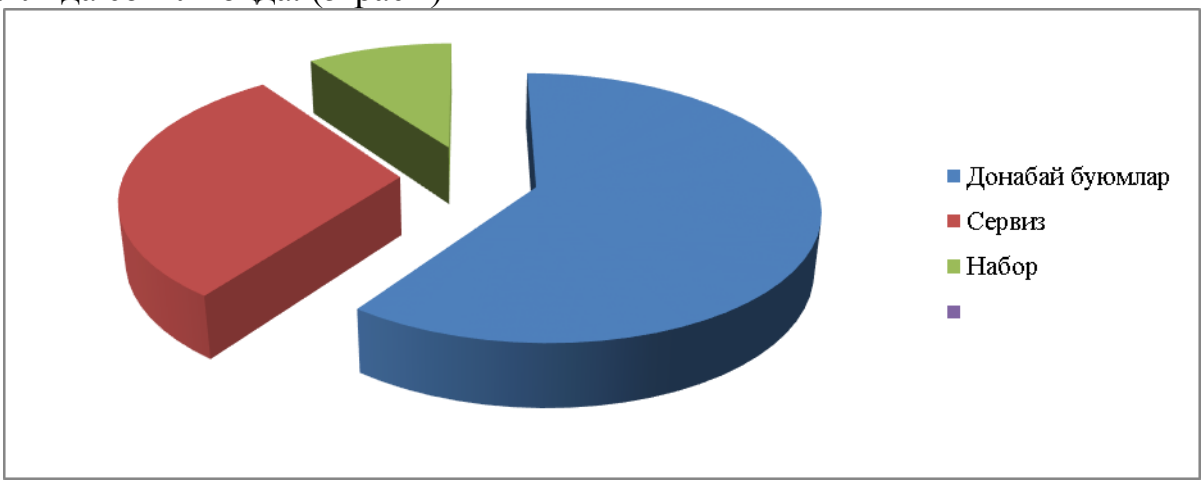
Тижорат дўконларида сотилаётган керамика буюмлар ассортиментининг турлари бўйича ўтказилган тадқиқот натижасидан маълум бўлдики, ҳозирги кунда дўконларда сотилаётган чой ва қахва буюмларининг 30%- пиёлалар, 22% -чойнаклар, 19% - қаҳвадонлар, 18% - бокаллар, 11% - чашкалар ташкил этмоқда.

Сотилаётган керамика буюмлар ассортиментининг тамади хона керамика идишларининг турлари бўйича таҳлилидан маълум бўлдики, овқат идишларининг 32% - ликопчаларга, 23% - косаларга, 16% - лаганларга, 12% - вазаларга, 9%- Ёғдонларга, 8%- бошқа буюмларга тўғри келмоқда.Ассортиментининг турлари бўйича таҳлилдан шундай хулосага келиш мумкин, ҳозирги кунда сотилаётган керамика буюмларнинг айрим турлари: сут идишлари, қандонлар, шурва вазалари, салат идишлари, бошқа турдаги керамика буюмларга нисбатан жуда оз миқдорда сотилмоқда.(4-расм)



4-расм. Керамика буюмлар ассортиментининг буюм турлари бўйича тахлили

Керамика буюмлар ассортиментининг кенглиги, тўлиқлиги, ва таркибий тузилишига таъсир этувчи омиллардан яна бири буюмларнинг комплектлигидир. Тижорат дўконларида сотилаётган керамика буюмлар ассортиментининг комплектлиги бўйича таҳлилдан маълум бўлишича, сотилаётган буюмларнинг 60% - донабай ҳолда, 30% - сервиз, 10% - набор шаклида сотилмоқда. (5-расм)



5-расм. Керамика буюмлар ассортиментининг комплектлиги бўйича тахлили

Керамика буюмларнинг эстетик хусусиятларига, яъни харидорлигига таъсир этувчи омиллардан бири безаклардир. Безаклар буюмларнинг ассортименти ва истеъмол хусусиятларига таъсир этибгина қолмай балки буюмларнинг нархига ҳам таъсир этади. Керамика буюмларига асосан деколькомания, трафарет, босма, тасма, қўл билан чизиш, фотокерамика, штамп безаклари берилади. [3] Керамика буюмларига берилган безаклари бўйича ўтказилган тадқиқот натижасидан маълум бўлдики - 23% деколькомания, 23% - тасма, 22% - трафарет, 12% - босма, 13% -қул билан чизиш, 4% - ёппасига бўяш, 3% безаксиз безаклар билан безатилган.

Хулоса ва таклифлар. Олиб борилган тадқиқотлар натижасидан келиб чиққан холда, махалий саноат корхоналарида ишлаб чиқорилаётган керамика буюмлар ассортименти ва сифатини такомиллаштириш ва харидорлигини ошириш мақсадида қуйдагиларни таклиф этамиз:

- керамика буюмларнинг асосий сифат кўрсаткичлари бўлиб оқлик даражаси, бериладиган безаклар, шакли ва тузилиши ҳисобланади, махалий саноат корхоналари доимий равишда ушбу сифат кўрсаткичларини такомиллаштиришлари лозим;
- бозорда харидорлиги юқори бўлган буюмлар асосан деколькомания, трафарет, штамп безаклари билан безатилган. Шундан келиб чиққан ҳолда махалий саноат корхоналари ишлаб чиқарилаётган керамика буюмларга биринчи навбатда деколькомания безакларини беришни тавсия этамиз. Чунки деколькомания безаги иқтисодий жиҳатдан кўп харажат талаб қилмайдиган бўлса, иккинчи томондан деколькомания безаги орқали табиат манзаралари, тарихий ёдгорликлар, буюк алломалар, кўркам бинолларни суратини тушириб, Ўзбекистон тарихи ва унинг қиёфасини тарғибот қилиш имконини беради;
- махалий саноат корхоналари ишлаб чиқараётган керамика буюмларнинг эстетик хусусиятларини такомиллаштиришнинг ва харидорлигини оширишнинг яна бир йўли трафарет ҳамда ёппасига бўяш безакларини йўлга қўйишдир. Агар буюмлар шу безаклар билан безатилса, корхона учун долзарб муаммо бўлган керамиканинг оқлик даражаси пастлигини камроқ намоён бўлишини имконини беради. Шу билан бирга трафарет безаги орқали “Атлас”, “Оқ олтин”, “Сузана”, “Узум” каби илгари талаби жуда юқори бўлган безакларни бериш натижасида миллий нақшларни тарғиб қилиш имкони пайдо бўлади;
- маълумки истеъмолчиларнинг товарларга бўлган эҳтиёжини кўрсатиб берувчи воситалардан бири бўлиб бозор ҳисобланади. Махалий саноат корхоналари ишлаб чиқараётган керамика буюмлар ассортиментини савдо ассортиментига яқинлаштирса, бозорни маҳаллий товарлар билан тўлдириб аҳолини эҳтиёжини нархи анча паст бўлган буюмлар билан қондиришга олиб келади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Абдуллаева Ш. “Истеъмол бозорида ўз товарларимиз бўлсин”.Тошкент 2018й.
2. Ахмеджонова Ф.А. “Ноозиқ-овқат товарлари экспертизаси объектлари”.Тошкент, 2020
3. Мороз И.И. Совершенствование производства фарфоровых и фаянсовых изделий. М., “Легкая индустрия”,2020.

Саттарова Зухра, старший преподаватель СамИСИ

ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Аннотация: В статье рассматривается Европейский опыт организации сельского туризма в условиях пандемии. Указаны факторы способствующие развитию этого сектора в условиях пандемии. Рассмотрены основные критерии развития сельского туризма в условиях пандемии

Annotation: The article discusses the European experience of organizing rural tourism in a pandemic. The factors contributing to the development of this sector in a pandemic are indicated. The main criteria for the development of rural tourism in a pandemic are considered.

Аннотация: Маколада пандемия шароитида кишлок туризмини ташкил этишда Европа тажрибаси куриб чикилган.пандемия шароитида бу секторни ривожлантириш омиллари курсатилган. Пандемия шароитида кишлок туризмини ривожлантиришнинг асосий мезонлари куриб чикилга

Сельский и фермерский туризм как планируемый и организованный вид деятельности имеет почти семидесятилетнюю историю во многих странах Европы. За это время постоянное совершенствование концепции и разработка туристических продуктов создали высококонкурентную деятельность, которая имеет решающее значение для развития многих сельских территорий Европы.

Вначале, сельский туризм понимали как диверсификацию и поддержку доходов фермерских хозяйств, но в последние годы сдвиг структуры спроса в пользу использования сельских ресурсов способствовал эволюции широкого спектра деятельности в области устойчивого туризма на основе предоставления микроуслуг в сельских регионах. С начала прошлого века городские жители, проводившие отпуск в сельской местности, находили жилье и основные услуги главным образом в фермерских домах. Такое спонтанное туристическое движение впервые было организовано в 1954 г. во Франции с созданием «Gites de France» - сети по организации гостевых сельских домов. Предоставляя более 55 тыс. услуг, связанных с сельским туризмом, с четко определенной философией продукта, она остается до сих пор самой большой и самой известной организацией в этой области в Европе и мире.

С 1960 г. концепция агротуризма (туристических услуг в качестве дополнения к текущей деятельности в сфере сельского хозяйства) стала снова популярной по всей Центральной и Северной Европе в качестве средства поддержки исключительно фермеров. Увеличение потенциала в течение очень короткого времени без соответствия в продвижении и спросе на рынке привело к избыточному предложению в нескольких странах.

Начиная с 1980-х годов, концепция агротуризма была ориентирована на оказание мелких туристских услуг на основе местных ресурсов и при непосредственном участии местных общин, появилось понятие «сельский

туризм», как мы его знаем сегодня. Это сопровождалось общественной поддержкой развития таких услуг в основном за счет сельского развития (общей сельскохозяйственной политики) ЕС и привело к росту оказания туристических услуг в секторе размещения в странах юга и востока Европы с тем же эффектом избыточного предложения и кризиса, как ив 1960-х годах. В то же время страны с развитым сельским туризмом в большей степени сосредоточились на разработке продукта за счет улучшения стандартов, исследования рынка, сегментации и профессиональной маркетинговой деятельности. Создание «EuroGites» как организации-зонтика в 1991 г. было одним из примеров профессиональных действий.

До конца двадцатого века жизнеспособность сельского туризма мало зависела от прямой и косвенной государственной поддержки. Это положение значительно изменилось на рубеже веков в основном по двум причинам:

- произошел общий сдвиг потребительских предпочтений и ценностей, возрос интерес к ресурсам и активам, имеющимся на сельской территории;
- созрел рынок опытных клиентов, которые ценят настоящую идентичность и хорошее соотношение цены и качества.

Это поставило сельский туризм в очень выгодное положение и способствует его будущему развитию. Однако потребуются усилия и профессионализм в области гарантии качества турпродуктов; знания сегментов рынка и конкретного спроса, связанного с ним; коммерциализация индивидуальных услуг и способность генерировать сложные продукты, объединяя несколько.

Примером служит сельский туризм таких стран как Франция, Австрия, Германия или Великобритания, а в последние годы стран Балтии, Польша, Румыния и многие другие.

В последние годы проведены исследования и разработки по теории сельского туризма с точки зрения его благоприятного влияния на местную экономику, устойчивость, активизацию сельской местности или гендерное равенство среди многих других. Но эти положительные стороны материализуются, если услуги сельского туризма приносят выгоду и успешны оперативно.

После пандемии короновируса, этот сектор оказался устойчивым и даже вырос, потому что были выполнены определенные условия, касающиеся профессиональной санитарной системы, маркетинга и организации. Также решающим фактором туристической активности в этом направлении явилось то, что в краткосрочной перспективе страны Европы начали развивать только внутренний туризм.

Путем оценки ряда количественных и качественных данных, дополненных опытом профессионалов из разных стран Европы, были установлены факторы, влияющие на успех или неудачу сельского туризма.

Наиболее актуальными в настоящее время являются следующие основные группы критериев:

- отдаленное друг от друга расположение, за счет чего владельцам не придется соблюдать правило 30%, напротив, многие уже начали расширение и за весенний период построили новые дома и расширили территорию;
- можно добраться на личном транспорте, что предотвращает контакты с посторонними;
- полный продукт отдыха (не только выходные дни);
- сильный имидж и бренд с надежным продвижением, основанные на рыночных предпочтениях;
- сотрудничество с другими поставщиками услуг в том же регионе, создающими всеобъемлющую продукцию высокого качества.

Для определения критериев, имеющих решающее значение для удовлетворения клиентов в настоящий период, создан список позитивных и негативных аспектов сельского туризма на основе анализа отчетов и критики, опубликованных на специализированных веб-сайтах:

- плохой менеджмент;
- неверная информация (логистика);
- плохое оборудование и отсутствие гостеприимства;
- плохие санитарные условия;
- оперативность персонала;
- санитарно-гигиеническими нормы;
- стандарты чистоты.

Таким образом, чтобы потребители были довольны, важно не только роскошное оборудование, человеческий фактор но и хорошие санитарные условия, бизнес модели, переведенные на цифровые технологии, бесконтактные отношения, экологическая сертификация туристских услуг, альтернативные направления для уменьшения массовых скоплений людей, усиленные противоэпидемические меры.

4-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ, УЛАРНИ ИШ БИЛАН ТАЪМИНЛАШ ВА БОШҚАРИШ МУАММОЛАРИ

SamDU assistenti PhD. Sh.S. Sharifov.,
SamDU assistenti S.B. Boboqulov.,
SamDU magistranti X.T.Meliyev.

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA YOSHLAR IJTIMOY BANDLIGI MASALALARI

Mamlakatimiz aholisining qariyib 60 % dan ortig’i yoshlar hissasiga to’g’ri keladi. Yanada aniqroq aytadigan bo’lsak 18 milndan oshiqroq qismini yoshlar tashkil etmoqda. Shu nuqtai-nazardan mamlakatimizda bu boradagi ishlar samoqli hisoblanadi. Hozirgi kunda yoshlarning ijtimoiy bandligi va ularning ish bilan ta'minlash ham juda qiyin muammodir, chunki ularda nafaqat ixtisoslik, balki tajribalari ham yo'q, ular kelajaklarini rejalashtirish va shaxsiy byudjetlarini hisoblashni bilmaydilar.

Ularning aksariyati o'z tanlovi bilan emas, balki ota-onalari, yaqin qarindoshlari yoki ta’lim muassasalari rahbariyatining ko'rsatmasi bilan ishlaydilar va shuning uchun ular ko'p vaqtni malakasiz ish bilan shug'ullanishlariga majburdir. Kam maoshli ish ushbu toifadagi yoshlarni daromad olishning oson yo'llarini izlashga majbur qiladi.

Mamlakatimizda hozirgi kunda yoshlar bandligining asosiy sohasi: savdo, qayta sotish, bu erda ishlayotgan yoshlarni jinoiy muhitga tushib qolish xavfi yuqoriroq hisoblanadi. Savdo va vositachilikda ishtirok etish bilan bog'liq bo'lgan yoshlarni tijoratlashtirish jiddiy tashvishga solmoqda. Haqiqat shundaki, tovarlarni qayta sotish jarayonida shakllanadigan kasbiy mahorat normal faoliyat ko'rsatayotgan iqtisodiyot sharoitida talabga ega bo'lmaydi. Talab etishmasligi asosida "afg'on" ga o'xshash jamiyat uchun xavfli bo'lgan sindrom paydo bo'lishi ehtimoli mavjud: bozorga o'tish davri "yo'qolgan avlod" paydo bo'lishi. Bu o'z joniga qasd qilish holatlarining yanada ko'payishiga olib kelishi mumkin, bu ko'rsatkichlar yoshlar orasida hali ham yuqori.

Yoshlar o'rtasida ishsizlik oqibatlari xavfi ushbu toifadagi zaif ishsiz fuqarolarni ish bilan ta'minlashga ko'maklashish siyosatini kuchaytirish zarurligini keltirib chiqaradi. Yoshlarni ijtimoiy himoya qilishning eng yaxshi shakli bu kasbiy mehnatdir. Imtiyozlar va moddiy yordam hisobiga mavjudlikka bog'liq yo'nalishni shakllantirishga yo'l qo'yib bo'lmaydi. Mehnat va kasbiy mahoratni egallash yoshlarning mehnat bozorida raqobatdoshligini oshiradi. Malakalarga bog'liq bo'lgan kunduzgi ta'lim ish joylariga bo'lgan talabni kamaytiradi va mehnat bozoridagi keskinlikni yumshatadi. Biroq, kasb-hunar ta'limi olish uchun imkoniyatlar yaratilishi, kasb-hunar maktabini bitirgan mutaxassislarga talab omilini hisobga olish zarurligini anglatmaydi. Ularning keyingi ishga joylashishi to'g'risida g'amxo'rlik

qilish kerak va buning uchun kasbiy va mehnat sohalari o'rtasidagi aloqalarni tiklash kerak.

Iqtisodiy jihatdan asossiz ravishda mutaxassislarni tayyorlash va ularni bepul taqsimlashning amaldagi tizimi, ularning malakasi va kasbiga mos ravishda, ijtimoiy ishlab chiqarishda talab qilinadigan mutaxassislarni rejali tayyorlash bilan almashtirilishi kerak.

Yuqorida aytilganlarni umumlashtirib aytish mumkinki, bugungi kunda yoshlar bandligi sohasida ijtimoiy qo'llab-quvvatlashga juda muhtojdir.

Iqtisodiyotning tubdan isloh qilish sharoitida, katta hayotga qadam qoyib kirib kelayotgan yosh avlodga kasb-hunarga o'qitish tizimi orqali o'z salohiyatini ro'yobga chiqarishga yordam berish, yoshlarni ish joylariga maksimal darajada jalb qilish, tez va vaqtincha ish topa olmaydiganlarini yoshlar tashkilotlari yordam berishi juda muhimdir.Yoshlarni ish bilan ta'minlash, ularni ijtimoiy va kasbiy reabilitatsiya qilish bo'yicha ixtisoslashgan markazlarni yaratish, kichik biznesda yoshlarni ish bilan ta'minlash imkoniyatlarini kengaytirish, ta'lim muassasalari bitiruvchilari uchun ish joylarini kvotalash mexanizmini takomillaashtirish kerak.

Bitiruvchila o'rtasida ishsizlikni kamaytirish uchun ba'zi mutaxassisliklar bo'yicha qabul rejalarini kelishib, kasbiy va mehnat sohalari o'rtasidagi aloqalarni tiklash dasturlarini ishlab chiqish zarur.

Vazirlik va idoralarga tashkil etilgan tuzilmalarga o'z faoliyatini tashkil qilishda, ularga er uchastkalari, ishlab chiqarish binolari bilan ta'minlashda, shuningdek zarur moddiy-texnik resurslarni ajratishda yordam berish uchun qo'llaridan kelganicha yordam berish tavsiya etildi. Birlashmalar va tashkilotlar korxonalari tomonidan yosh tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash jamg'armasiga yo'naltirilgan foydaning bir qismi amaldagi qonunchilikda belgilangan miqdorda soliq to'lashdan ozod etilishi aniqlandi.

2020-2021 yillarda aholini ish bilan ta'minlashga ko'maklashish bo'yicha maqsadli dasturga o’zgartirish va qo’shimchalar kiritish lozim. Yoshlar tadbirkorligi, kichik va o'rta biznes sohasida yoshlarni ish bilan ta'minlash imkoniyatlarini kengaytirish, shuningdek ishsiz yoshlar tomonidan tadbirkorlik va o'z-o'zini ish bilan ta'minlash sohasida amaliy ko'nikmalarni egallash uchun sharoit yaratish uchun aniq chora-tadbirlar ko'zda tutilishi lozim bo’ladi.

Hozirgi vaqtda yoshlarning o'z-o'zini ish bilan ta'minlash va tadbirkorlik tashabbusini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan asosiy harakatlar quyidagilarga yo'naltirilgan bo'lishi kerak:

- yoshlarning tadbirkor sifatida samarali faoliyati imkoniyatlarini aniqlash uchun uning maslahati va kasbiy rahbarligi to'g'risida;
- ishsiz yoshlarni tadbirkorlik asoslariga o'rgatish; o'z biznesingizni boshlash, biznes-rejalar tuzish va moliyaviy hujjatlarni yuritish bo'yicha maslahatlarni tashkil etish;
- o'z biznesini shakllantirish bosqichida moliyaviy ko'mak berish va boshqalar.

Yoshlarning tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga ko'maklashish quyidagi tadbirlarni o'z ichiga oladi:

- yoshlar, talabalar korxonalarining huquqiy maqomini belgilash;
- qarz berish va soliqqa tortish, ishlab chiqarish vositalari, binolar bilan ta'minlash uchun imtiyozlar berish;
- ularning tijorat xavfini sug'urtalash:
- kafilliklar va kafolatlar berish;
- moliyalashtirish;
- tadbirkorlik asoslarini o'rgatish va moliyaviy va ta'sis hujjatlarini ishlab chiqishda yordam berish;
- o'zini o'zi ta'minlashni kengaytirishga qaratilgan loyihalarni qo'llab-quvvatlash uchun bir martalik grantlar berish;
- yosh fuqarolarni soliq tushumlarining bir qismini to'lashdan ozod qilish.

Bandlik muammolarini hal qilish bo'yicha amaliy chora-tadbirlarni amalga oshirish va to'g'ridan-to'g'ri ish joyida yoshlarni o'qitishning samarali tizimini yaratish maqsadida 2022 yil 1 yanvardan , vaqtincha ish bilan ta'minlashni tashkil etish dasturi mamlakatimiz hududida ishsiz yoshlar - "Yoshlar amaliyoti" joriy qilish mmaqsadga muvofiqdir. Dasturning maqsadi 16 oydan 30 yoshgacha bo'lgan 3 oydan ortiq ishsiz sifatida ro'yxatdan o'tgan ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini doimiy ish topish uchun kasbiy bilim, ko'nikma va ko'nikmalarga ega bo'lishlariga imkon beradigan vaqtinchalik ishlarga jalb qilishdir.

2022 yilda ishsiz yoshlar bilan ishlashning samarali shakli sifatida ularning mehnat bozorida raqobatbardoshligini oshirishga va ta'lim muassasalari bitiruvchilarini ish bilan ta'minlash uchun qulay sharoit yaratishga imkon beradigan "Yoshlar amaliyoti" dasturi tashkil etilishi kerak. Biroq, dasturni kengaytirish uchun cheklovchi omil bu zarur mablag'larning etishmasligidir.

Mamlakatimiz oliy ta’lim muassasalarida noiqtisodiyot yo’nalishi talabalarining moliyaviy savodxonligini oshirish maqsadida ularga “Tadbirkorlik asoslari” fanini o’quv rejasiga kiritish zarur. Mamlakatimizda kun sayin rivojlanib borayotgan kambag’allik muammosining ham qaysidir ma’nodagi echimi bo’ladi. Ushbu taklif asosida noiqtisodiyot yo’nalishi talabalari ham o’zlarining moliyaviy faoliyatlarini yolga qo’yishlariga zamin yaratadi.

Yoshlarga ish topishda yordam beradigan qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish, ish beruvchilar bilan o'zlarining yoshlar uchun hisobot beradigan bo'sh ish o'rinlari sonini ko'paytirish bo'yicha o'zaro aloqalarni kuchaytirish maqsadida ish bilan ta'minlash xizmati idoralari nafaqat bo'sh ish o'rinlari yarmarkalarini, balki talabalar ish joylari bo'yicha maxsus bo'sh ish o'rinlari yarmarkalarini ham o'tkazishlari kerak bo’ladi.

Ushbu dasturni amalga oshirishda eng katta samaradorlikka ularning o'ziga xos yo'nalishi bo'lgan mintaqalarda erishiladi

Ishsiz fuqarolar va ishsizlar uchun kasb-hunarga o'qitish yoshlar bandligini ta'minlashga qaratilgan faol siyosatning muhim yo'nalishlaridan biridir. Ushbu

yo'nalishning asosiy vazifasi - keyingi ish bilan ta'minlash maqsadida yangi kasbiy bilim va ko'nikmalarni egallash yoki chuqurlashtirish orqali yoshlarning mehnat bozoridagi raqobatbardoshligini oshirishga erishiladi.

У.Х.Худайбердиев – СамИСИ, и.ф.н., доцент.,
А.Н.Холиқулов – СамИСИ, и.ф.н., доцент.

КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Бозор муносабатлари шароитида аҳолининг бир қисми даромадлари кам бўлганлиги сабабли ўзларининг моддий ва маънавий эҳтиёжларини тўлиқ қондира олмайди. Аҳолининг бундай қатламини камбағаллар дейилади. Аҳоли даромадлари ва камбағаллик даражасини оилаларни танлаб кузатиш йўли ва норматив усул билан аниқлаш мумкин. Танлаб кузатиш усулида оила даромадлари мамлакат ўртача даромадидан бир неча баравар паст бўлсада, бу оила камбағал ҳисобланади. Ўзбекистонда ҳам норматив усулда камбағаллик аниқланади. Бу усулда энг зарурий озиқ-овқатлар, истеъмол буюмлари ва хизматлар тўплами (истеъмол савати) қиймати асосида аниқланади. Бу қиймат истеъмол бюджетини ташкил этади. Энг кам истеъмол бюджетига ёки унинг бир қисмига (мисол 50 фоизи) тўғри келадиган даромад камбағаллик чегараси (кч) дейилади.

Аҳолининг (оиланинг) камбағаллик чегарасини аниқлаш жуда мураккабдир. Чунки оилани камбағал деб белгилаш учун оила аъзолари оладиган барча даромадларига боғлиқ. Ҳозирги бозор муносабатлари шароитида аҳоли даромад олиши учун барча шароитлар яратиб берилмоқда. Лекин аҳолининг даромад олиши жуда турлича бўлганлиги сабабли уларни аниқ ҳисоблаш мушкул вазифадир. Аҳоли ёлланма ишчи сифатида меҳнат ҳақи олади, тадбиркорлик субъектлари фойда (даромад) олади, ҳунармандлар, қишлоқ хўжалик маҳсулотлари етиштирувчилар уларни сотиб, даромад оладилар ва ҳоказо.

Ходимларнитнг меҳнат ҳақи қайдномаларида қайд қилинади, тадбиркорлар молиявий натижаларини ҳисоботларида акс эттиради. Лекин аҳоли оладиагн даромадларининг айрим турлари бўйича (қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари сотишдан, томорқадан ва шу кабилар танлаб кузатиш йўли билан даромад аниқланади. Шу билан бирга ҳали “яширин иқтисодиёт” мавжуд бўлиб, унда ишлаётган ходимлар оладиган даромадлар (иш ҳақи, натура тарзида оладиган даромадлар) ҳеч жойда қайд қилинмайди. Шу билан бирга томорқадан аҳоли турлича даромад олади. Айрим оилалар ернинг “тили”ни яхши ўрганиб, ердан бир неча марта хосил олиб, ундан катта даромад оладилар. Ер – битмас-тугамас хазинадир.

Ҳукуматимиз камбағаллик чегарасидан паст даражада яшовчи аҳолига турли ёрдам кўрсатиб, ўзининг ижтимоий ҳимоясига олган.

Мамлакат ёки ҳудуд бўйича камбағалликнинг вақт (давр) мобайнида ўзгариши статистикада камбағаллик индексида ифодаланади. Камбағаллик

индекси (Жк) ушбу даврдаги камбағаллик коэффициентини ($КК_1$) таққосланаётган базис давр камбағаллик коэффициентига ($КК_0$) бўлиб топилади. Яъни Жк = $КК_1$: $КК_0$.

Ўз навбатида камбағаллик коэффициентлари эса жорий давр ёки базис даврларда камбағаллик чегарасида паст даромадга эга бўлган аҳоли (КЧПА) сонини барча аҳолининг тегишли даврдаги ўртача сонига бўлиб топамиз.

$$КК_1 = \frac{КСНРА1}{А1}; \qquad КК_0 = \frac{КСНРА_0}{А_0}$$

Бу кўрсаткичларни Жк>1 бўлса, камбағаллик даражаси чуқурлашаётганини билдиради. Камбағаллик даражасининг саёзлашуви умуман аҳоли турмуш даражасининг яхшиланиб бораётганлигидан далолат беради.

Назарий асосларга кўра жамиятда умуман камбағалликни йўқ қилиб бўлмайди. Юқоридаги бўлган сабабларга кўрпа жамиятда маълум қисм камбағаллар бўлади. Лекин камбағалликни қисқартириш чораларини мунтазам равишда мамлакат раҳбарияти мустақиллигимизнинг дастлабки кунидан аҳоли турмуш даражасини яхшилашга қаратилган чора-тадбирларни амалга оширди. Иқтисодиётда бозор муносабатларининг танлангани аҳоли турмуш даражасини яхшилашда муҳим аҳамиятга эга бўлди. Чунки бозор муносабатлари инсонларнинг иқтидорини, тадбиркорлигини, касб-ҳунар маҳоратини руёбга чиқаришга имконият яратди. Натижада мулкдорлар синфи пайдо бўлди. Улар янгидан-янги ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш объектларини ишга тушириб, ўзлари ҳам даромадли бўлмоқдалар, янги иш ўринлари яратиб ходимларга меҳнат ҳақи тўлаб, уларнинг ҳам даромадларини кўпайтирмоқдалар.

Мамлакатимиз Президенти Ш.Мирзиёев 2020 йил 24 январдаги Олий Мажлисга мурожаатномасида “... ҳисоб-китобларга кўра” аҳолининг 12-15 фоизи кам таъминланган эканлиги, улар 4-5 миллион кишини ташкил этишини таъкидлади. Шу билан бир вақтда Президент аҳолининг камбағилликдан чиқиш йўлларини ҳам 2020 йил 28 февралда бўлиб ўтган ведиоселектор йиғилишида кўрсатиб ўтди. Бу энг аввало “...камбағалликни камайтириш ойлик ёки нафақа миқдорини кўпайтириш, ёппасига кредит бериш, дегани эмас. Бунинг учун, энг аввало, аҳолини касбга ўқитиш, молиявий саводхонлигини ошириш, одамларда тадбиркорлик ҳиссини ўйғотиш, инфратузилмани яхшилаш, ... манзилли нафақа тўлаш тизимини жорий қилиш” демакдир.

Камбағаллик сабаблари турлича бўлиши мумкин. Ишга лаёқатсиз, ногиронлиги бор одамлар: оиласида кўпроқ ёш болали бўлган оилалар, қаровчисини йўқотган оилалар. Бундай оилаларга давлат бюджетидан турли нафақалар берилади. Лекин шундай оилалар борки, уларда ишлаш имконияти бўлсада ҳам ишламайдилар, томорқасифойдаланувсиз, ёввойи ўтлар ўсиб ётади. Бундай кишиларни тарбиявий-маърифий ишлар билан ишбилармонликка, тадбиркорликка ўргатиш, керак бўлса ўқитиш лозим.

Аҳолининг турмуш даражасини яхшилашда “Ҳар бир оила – тадбиркор”, “Ёшлар келажагимиз”, “Обод қишлоқ”, “Обод маҳалла”, “Томорқани ривожлантириш” дастурлари бўйича олиб борилаётган ишлар муҳим аҳамият касб этмоқда. Бу дастурдаги вазифаларни амалга ошириш учун жойларда катта маблағлар сарфланаяпти. Янги турар жойлар, мактаблар, болалар боғчалари

қурилаяпти, кўчалар текисланиб асфальт қилинаяпти, газ, электр тармоқлари ўтказилаяпти, тоза сув билан таъминлаш ишлари олиб борилаяпти.

Мамлакатимизда камбағалликни қисқартириш учун бизнинг фикримизча энг аввало қуйидагиларни амалга оширишимиз лозим:

- Фойдаланишдан чиқиб кетган ерларни камбағал аҳолига ажратиб бериш, зарур жойларда артезиан ва қудуқлар қазиш ишларини ташкиллаштириш;
- турмуш шароити ва ижтимоий аҳволи оғир бўлган катламни бевосита касбга ўқитиш ва тадбиркорликка ўргатиш марказларини ҳар бир худудларда унинг меҳнат бозоридаги талаб ва таклиф асосида ташкил этиш масаласини кўриб чиқиш;
- ҳудудларда норасмий ишларда ишлайдиган ишчиларнинг ҳисобини юритиш бўйича дастур ишлаб чиқиш;
- Фермер хўжаликлари ишчиларини қонуний рўйхатга олиш, меҳнат дафтарларини юритиш, ҳисоб механизмларини ишлаб чиқиш талаб этилади
- Хизмат кўрсатиш соҳасида, хусусан алоқа ва ахборотлаштириш, маиший хизмат, банк ва бизнес хизматларида (консалтинг, аудит, лизинг, суғурта ва бошқалар) кичик бизнесни ривожлантириш; қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришида тадбиркорларга хизмат кўрсатиш, шу жумладан маҳсулотларни тайёрлаш ва сақлаш, қишлоқ хўжалиги техникаларига хизмат кўрсатиш, чорва учун озуқани сотиш хизматлари, ўғитлар ва ўсимликларни ҳимоя қилиш хизматлари, ветеринария хизматлари тизмимини янада ривожлантириш;
- аҳолига мавжуд томорқа ер (томорқа) участкаларидан (агар мавжуд булса) самарали фойдаланишлари учун рағбатлантириш чораларини кўриш (масалан, уй хўжаликлари кесимида кўчат, уруғлик ва минерал уғитларга бўлган эхтиёжларини аниқлаган ҳолда етказиб бериш);
- уй шароитида ҳам ўзини фойдали мехнат билан банд килиш имконини берадиган (парандачилик, чорвачилик, қуёнчилик ва бошка) тадбиркорлик фаолиятидаги йуналишларни рағбатлантириш (уй хўжаликларининг эхтиёжларини аниқлаган ҳолда етказиб бериш) ҳамда улар фаолиятини молиявий қўллаб-қувватлаш мақсадида ўрта муддатли ва паст фоизли кредитларни тақдим этиш;
- аҳолига қулайлик яратадиган ва фаолият кўрсатиши натижасида қўшимча қийматни пайдо киладиган масофавий инновацион тадбиркорлик фаолиятларини рағбатлантириш хамда бошқа чораларни куриш лозим булади.

Аҳолининг камбағал қатламларини қўллаб-қувватлашда амалга оширилаётган бу ишлар, айниқса, коронавирус пандемияси туфайли ўрнатилган чекловлар шароитида аҳоли даромадлари кескин камайиб кетишининг олдини олишда муҳим аҳамиятга эга экнлигини инобатга олиш лозимдир.

i.f.n. dotsent I.H. Ibragimov
2-kurs magistranti MMR-119 A.F Sherqulov

MUNOSABATLAR MARKETINGI – KORXONA BOSHQARUVINING ZAMONAVIY KONSEPSIYASI

Maqolada raqamli iqtisodiyotni shakllantirish sharoitida munosabatlar marketingi mohiyati va xususiyatlari ochib berilgan. Tijorat tashkilotlarida munosabatlar marketingi rivojlanishining asosiy muammolari ko‘rib chiqiladi. Mijozlar qiymatini aniqlashning asosiy usullari korxonada munosabatlar marketingi rivojlanishining asosi sifatida shakllantiriladi.

The article reveals the essence and features of relationship marketing in the context of the formation of the digital economy. The main problems of the development of relationship marketing in commercial organizations are considered. The main methods of determining the value of customers are formed as the basis for the development of relationship marketing in the enterprise.

В статье раскрываются сущность и особенности маркетинга взаимоотношений в условиях становления цифровой экономики. Рассматриваются основные проблемы развития маркетинга взаимоотношений на коммерческих организациях. Формулируются основные методы определения ценности клиентов как основа развития маркетинга взаимоотношений на предприятии.

Har qanday tijorat tashkilotining faoliyati (ayniqsa, bank tizimida) mijozlar bilan o‘zaro munosabatlar jarayonini samarali tashkil etishga uzviy bog‘liqdir. Bundan tashqari, tashkilotning mijozlar bilan o‘zaro alokalar ta’siri natijasida tijorat tashkilotlari uchun asosiy daromad manbai bo‘lgan bitimlar tuziladi, tovarlar sotiladi va xizmatlar ko‘rsatiladi.

Shu nuqtai nazardan, munosabatlar marketingi konsepsiyasining paydo bo‘lishi va qo‘llanilish jarayonida uning asosiy g‘oyasi - xaridorlar va sotib olish-sotish jarayonining boshqa ishtirokchilari bilan uzoq muddatli manfaatli aloqalarning qaysi tarmoqqa taalluqliligidan qat’iy nazar korxonalar faoliyatida boshqaruv ob’ekti bo‘lib qolishi hozorgi zamon menejmentining muammolaridan hisoblanadi. SHunga muvofik, ushbu paradigma marketing falsafasida «korxona missiyasi tovar ishlab chiqarish va uni muayyan tarmoqda uni sotishdan shunga ko‘ra, daromad olishdan iborat bo‘lmasdan, balki muayyan tarmoqqa xizmat ko‘rsatish orqali daromadga erishish shuningdek, kelajak uchun o‘z pozitsiyasini mustahkamlash» paradigmasi paydo bulmokdaki, bu o‘z-o‘zidan marketingda yangi - uzaro xamkorlik yoki uzaro alokalar (munosabatlar) konsepsiyaning vujudga kelishini asoslaydi.

Uzoq muddatli istiqbolda B2B bozorlarida korxona faoliyatida marketing munosabatlari konsepsiyasidan foydalanish kompaniyaning bozor segmentlaridagi mavqeini sezilarli darajada mustahkamlanishiga, barcha tranzaksiya sub’ektlarining harakatlarini muvofiqlashtirishga, kompaniyaning mahsulotlarini ilgari surish

samaradorligini oshirishga va bitimlar asosida mijozlar bilan o‘zaro munosabatlarni o‘rnatish jarayonini tartibga solishga olib keladi.

Mijozlar bilan o‘zaro munosabatlar har qanday kompaniyaning mas’ullaridan ko‘p vaqtni talab etadi. SHu bilan birga, yangi mijozlarni jalb qilish jarayoni ham, mavjudlarini saqlab qolishga qaratilgan tadbirlar ham muhim masaladir.

SHu bilan birga, xorijiy kompaniyalar tajribasini umumlashtirgan xolda ma’lum bo‘lgan bir qancha muhim dalillarni ta’kidlash kerak. Bular:

- yangi mijozlarni axtarib topish va ularni jalb qilish kabi tadbirlar kompaniyaning mavjud mijozlarni ushlab turishdan bir necha baravar ko‘proq xarajat qilishiga sabab buladi;
- mijozlarning taxminan 50% (va ba’zan ko‘proq) ular bilan samarasiz ishlash tufayli ularning faolligi tushib boradi, ya’ni ular foyda keltirmaydilar;
- mijozlarni ushlab qolish foizini atigi 4-5 foizga oshirish kifoya, bu esa kompaniyaning foydasini qisqa vaqt ichida 80-100 foizga o‘sishini ta’minlashimumkin [1].

SHunday qilib, har qanday korxonaning muvaffaqiyati va samaradorligi to‘g‘ridan-to‘g‘ri mijozlar bilan to‘g‘ri tashkil etilgan munosabatlarga bog‘liqdir.

Mamlakatimiz sanoat korxonalarida munosabatlarni boshqarishning o‘ziga xos xususiyati ushbu sohada qarorlar qabul qilish shaxsiy munosabatlar va boshqaruv tajribasiga asoslangan bo‘lib, hech qanday asosga ega emas va boshqaruv funksiyalari noaniq va ko‘pincha ma’lum bir mas’ul shaxs yoki bo‘linma zimmasiga yuklanmagan xolda mavjud bo‘lib kelmokda. Rejalashtirilgan foyda hajmini ta’minlash zarurati tufayli, ustuvorliklar kompaniyaning mijozlar bilan munosabatlarining uzoq muddatli vazifalari sohasida o‘zgaradi va shu bilan operatsion vazifalarning kamroq istiqbolli sohalarida kompaniyaning foydasini ta’minlaydi.

Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish ko‘plab maxalliy korxonalar uchun odatiy xol emas. Biroq, zamonaviy iqtisodiy rivojlanish sharoitida, uzoq muddatli istiqbolda foyda keltiradigan asosiy manbalardan biri - bu mijozlar bilan munosabatlarni rivojlantirishda ekanligi aniq bo‘lib qoladi.

Korxonalarda marketing boshqaruvining asosiy muammosi funksional jarayonlarning zaif ishlab chiqilishi, ma’lum muammolarni hal qilish uchun javobgarlarning yo‘qligi va ayniqsa, haqiqiy javobgarlik faqat ma’lum bir funksiyani bajarish uchun javob berish kerak bo‘lgandagina paydo bo‘ladi.

Kompaniyaning asosiy mijozlar bilan marketing munosabatlariga yo‘naltirilganligi quyidagilarni anglatadi:

- o‘z mijozlari bilan munosabatlarni eng muhim qimmatli aktiv sifatida qarash va resurslarni ularga nisbatan yo‘naltirish zarurligi;
- mijozlarni boshqarish dasturi uchun bir qator moliyaviy, moliyaviy bo‘lmagan va uzoq muddatli maqsadlar mavjud, xususan, tovarlar (xizmatlar) qiymatini oshirish, rentabellikni oshirish, mijozlar profilini rivojlantirish, ularning ulushini saqlash, oshirish, mamnunlik, sodiqlik va hk.;
- mijoz bilan o‘zaro aloqada bo‘lgan har bir xodim o‘z rolini tushunishi va muammolarni hal qilish uchun javobgarlikni olishga qodir bo‘lishi kerak;

- samarali aloqalarni ta’minlash uchun mijozlar oldidagi barcha majburiyatlar hisobga olinadi va vazifalar nazorat qilinadi;
- har bir menejer mijozning qaysi vakillari bilan aloqa o‘rnata olmasligini o‘zi belgilaydi va ular bilan o‘zaro munosabatlarni ishchi guruhning boshqa a’zosiga topshiradi;
- barcha o‘zgarishlar to‘g‘risida oldindan bilib olish va salbiy oqibatlarni minimallashtirish uchun mijozlar bilan fikr almashishning yaxshi tashkil etilgan tizimi;
- mijozlar bilan ishlash sifatini baholash ularning fikrlarini hisobga olgan holda qabul qilingan standartlarga muvofiq amalga oshiriladi;
- tashkiliy tuzilmani isloh qilish yoki biznes-jarayonni qayta ko‘rib chiqish jarayonida ularning mijozlar bilan o‘zaro munosabatlarini tashkil etish bo‘yicha ekspert bahosi o‘tkaziladi;
- buyurtmalarni bo‘limlar o‘rtasida taqsimlash, optimal yuk ishlab chiqarishni ta’minlaydigan standartlar mavjud [3].

O‘zaro aloqalar marketingi tamoyillariga muvofiq, tashkilotning vazifasi asosiy mijozlar sodiqligining muntazam o‘sishini boshqarish va ushbu mijozlar bilan kompaniya uchun munosabatlar qiymatini oshirishdan iborat.

O‘zaro munosabatlar marketingining asosiy elementlari:
- mijoz biznes strategiyasining bazaviy elementi sifatida tan olinishi;
- mijozning qiymatlar tizimini bilishi;
- mijozlarga yo‘naltirilgan texnologiyalardan foydalanish (SKM tizimi);
- turli xil mijozlar bilan munosabatlarga yo‘naltirilgan kompaniya boshqaruvini tashkil qilish, xodimlarga yangi professional talablar (ichki marketing: bozor va mahsulotni boshqarishdan qiymat yaratish jarayonini boshqarishga o‘tish).

Korxonada mijozlarning qiymatini aniqlashning quyidagi usullari ajralib turadi.

1. ABS-XYZ - tahlil. Integratsiyalashgan ABS-XYZ tahlilidan foydalangan holda mijozlarni segmentatsiya qilish bir vaqtning o‘zida mijozlarni ikkiga bo‘lish imkonini beradi:
- kompaniyaning daromadlaridagi xaridorning ulushiga qarab: muhim (A-klass), o‘rtacha ahamiyatli (B-klass), ahamiyatsiz (C-klass);
- xaridlar muntazamligiga ko‘ra: barqaror (X-klass), tartibsiz (Y- klass), epizodik (Z-klass) [3].

XYZ tahlilining natijalarini ABS usulidan foydalangan tahlil ma’lumotlariga asoslangan holda mijozlar bazasini to‘qqiz sektorga taqsimlash uchun matritsani yaratishga imkon beradi.

Bunday tahlil natijalari sa’y-harakatlarni optimallashtirishga va mijozlarga xizmat ko‘rsatadigan xodimlarning ishini oqilona tashkil etishga yordam beradi.

2. RFM - tahlili uning segmentatsiyasi va mijozlarning xatti-harakatlarini ularning oldingi harakatlariga, kompaniyaning assortiment portfeliga va muomalada bo‘lish chastotasiga asoslanib bashorat qilish uchun ishlatiladi [3].

Ushbu tahlilning mohiyati mijozlarni uchta ko‘rsatkich bo‘yicha tartiblashdir:
- Recency (yangilik) - har qanday hodisaning “yangilik ko‘rsatkichi” (masalan, oxirgi sotib olish);

- Frequency (chastota yoki miqdor) - mijoz tomonidan amalga oshirilgan xaridlar sonini aniqlash. Ularning soni qanchalik ko‘p bo‘lsa, mijoz kelajakda harakatni takrorlash ehtimoli shunchalik yuqori. Ushbu parametr ma’lum vaqt davomida (hafta, oy, chorak, yil va boshqalar) ko‘rib chiqiladi;
- Monetary (pul) mijoz sarflagan mablag (tovarlarni sotishdan olingan daromad). Qancha ko‘p mablag‘ sarflangan bo‘lsa, mijoz buyurtmani takrorlash ehtimoli shunchalik yuqori bo‘ladi.

3. «SERVQUAL» metodikasi besh xil xizmat turlari uchun to‘plangan ma’lumotlarning sintezi asosida ishlab chiqilgan so‘rovnomaga asoslangan usuldir, (bunda Laykert shkalasi bilan 22 juft savol). Ushbu masalalar xizmat sifatining beshta asosiy parametrlari bo‘yicha ishlab chiqilgan: sezgirlik, ishonuvchanlik, ishonchlilik, hamdardlik, aniqlik [2].

4. Data Mining metodi faol xaridorlarni jalb qilish, ya’ni ularni boshqa holatga o‘tkazish uchun barcha sa’y-harakatlarni yo‘naltirish kerak bo‘lgan potensial mijozlarni aniq tanlashga imkon beradi. Bu harakatlar, mablag‘larni sezilarli darajada tejashga va natijada biznesning daromadliligini oshirishga yordam beradi [3].

Data Mining foydali mijozlarni tark etishni o‘z vaqtida aniqlashga imkon beradi. Bu bunday mijozlarni saqlashga qaratilgan samarali kampaniyani o‘tkazish imkoniyatini beradi.

5. CLV-konsepsiyasi mijozning “hayotiylik davri” qiymatini aniqlash konsepsiyasi [4].

Costomer life time value (LTV, LCV yoki CLV) mijozning hayotiylik davri qiymati - kompaniya u bilan ishlagan vaqt davomida (uning “hayoti” uchun) mijozdan olgan sof foyda miqdori.

Mijozning uzoq muddatli qiymati kelajakda mijozdan kutilayotgan sof daromadning yig‘indisidir. CLV - bu mijoz bilan kompaniya bilan o‘zaro munosabatlarning butun davri davomida olingan mablag‘, vaqtni hisobga olgan holda, ushbu mijozni jalb qilish, sotish va xizmat ko‘rsatish xarajatlarini hisobga olmaganda olingan daromad sifatida belgilanadi.

CLV indikatorini hisoblash va tahlil qilish kompaniyalarga quyidagilarga imkon beradi:

- barcha mijozlar uchun ularning qiymatiga qarab taqsimlash tizimini yaratish va shu asosda ularga xizmat ko‘rsatish va ularning eng qimmatini saqlash xarajatlarini optimallashtirish;
- kompaniya mijozi keltiradigan foyda va ushbu mijozni topishga va saqlashga sarflangan kuchlar va mablag‘larning o‘zaro bog‘liqligi.

Tashkilot va mijozlar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlar jarayonining yuqori darajada murakkabligi va miqyosi, qarorlarni qabul qilish sifati va oqiligini oshirish va ushbu jarayonni boshqarish uchun avtomatlashtirish tizimlarini ishlab chiqish va ulardan foydalanish zarurligiga olib keladi. Ushbu talab mijozlar bilan o‘zaro munosabatlarni boshqarish uchun avtomatlashtirish tizimlari va mijozlarga yo‘naltirilgan biznesning barcha tushunchasi - Customer Relationship Management

(CRM) - Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (MMB) - paydo bo‘lishiga olib keldi.

CRM strategiyasi ilg‘or menejment va axborot texnologiyalaridan foydalanishga asoslangan bo‘lib, uning yordamida kompaniya o‘z hayot siklining barcha bosqichlarida o‘z mijozlari to‘g‘risida ma’lumotlarni to‘playdi: jalb qilish, saqlash, sodiqlikni shakllantirish, undan o‘z biznesi manfaatlarida foydalanadigan bilimlar bilan o‘zaro foydali munosabatlarni o‘rnatish orqali. etkazib beruvchilar va mijozlar.

O‘zaro munosabatlar marketingi - bu tashkilotning asosiy sheriklari - mijozlar, etkazib beruvchilar, distribyutorlar, xodimlar va boshqalar bilan uzoq muddatli hamda o‘zaro manfaatli munosabatlarni o‘rnatishga asoslangan marketingning boshqaruv konsepsiyasi hisoblanadi. Marketingni boshqarish ob’ekti sifatida u mijozlar bilan munosabatlarni ko‘rib chiqadi. SHu bilan birga, nafaqat sotish va marketing bo‘yicha mutaxassislar, balki kompaniyaning barcha xodimlari ham mijozlarning o‘zaro munosabatlarini boshqarishga e’tibor qaratishlari lozim ekanligini ilgari suradi.

Mijozlar bilan munosabatlarni samarali boshqarish asoslari - ularni o‘rganish, baholash, guruhlashdan iborat jarayon.

Jahon amaliyotida bugungi kunda iste’mol bozorlarini tahlil etishda VALS, VALS 2, LOVs, AIO kabi ilg‘or usullar qo‘llanib kelinmoqda.

Hozirgi vaqtda bozorning deyarli barcha tarmoqlarida, shu jumladan xizmatlar, sanoat va iste’mol bozorlari, kompaniyalar raqobatdosh ustunliklarni yaratish uchun o‘zaro munosabatlar marketingiga asoslangan strategiyalardan tobora ko‘proq foydalanmoqdalar.

Adabiyotlar

1. Ибрагимов И.Ҳ. Рақобатбардошлик тизимида социал-психологик механизмлар таъсирини ўрганиш муаммолари. СамИСИ, Сервис журнали. 2011 №2 2011, 21-27 бет
2. Рақобатбардошликни оширишда коммуникатив сиёсатни такомиллаштириш йўллари. СамИСИ “Сервис” 2015-йил 3-сон.
3. Мусабаева Л.А. Талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлаш тизимини ривожлантиришнинг замонавий концепцияси“Савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаси: анъаналар ва инновациялар” мавзусидаги ҳалқаро илмий-амалий анжумани 2015 йил 12-13-ноябр.
4. Ветроградов V. Равертывание CRM-системы как рациональный первый шаг в постановке маркетинга. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://student. zoomru.ru/ekonom/problemy-razvitiya-predpriya-tij-promyshlennosti-v/62098. 499478.s3. html.

Абдуллаева Зулфия Иззатовна
старший преподаватель кафедры экономики отраслей
Раджабова Шахина Исломовна
студентка 4 курса группы ИК-217, СИЭС

ОСНОВНЫМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

16 апреля 2019 года был принят Законодательной палатой Закон Республики Узбекистан «О туризме» и одобрен Сенатом 21 июня 2019 года.

В третьей статье данного Закона раскрыты основные понятия:

Турист — физическое лицо, посещающее страну (место) временного пребывания без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от двадцати четырех часов до двенадцати месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Туризм — выезды (путешествия) физического лица из постоянного места жительства без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Въездной туризм — путешествие в пределах Республики Узбекистан лиц, не проживающих постоянно в Республике Узбекистан.

Выездной туризм — путешествие лиц, постоянно проживающих в Республике Узбекистан, в другую страну.

Туризм исходя из специфики организуемого тура, тематики, продолжительности, способов передвижения и других характеристик тура может подразделяться на культурно-исторический, паломнический, экологический, познавательный, этнографический, гастрономический, деловой, социальный, спортивный, медицинский, молодежный, агротуризм и иные виды туризма.

Основными направлениями государственной политики в сфере туризма являются развитие данной сферы как стратегической отрасли экономики страны, обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий.

Также в Республике Узбекистан основными направлениями государственной политики в сфере туризма являются:

- рациональное использование и сохранение туристских ресурсов;
- совершенствование нормативно-правовой базы;
- создание необходимых условий для развития внутреннего туризма, включая организацию туризма и экскурсии детей, молодежи, престарелых, а также лиц с инвалидностью и малообеспеченных слоев населения в рамках развития социального туризма;
- привлечение инвестиций и создание благоприятных условий для инвестирования в сферу туризма;
- развитие государственно-частного партнерства в данной сфере;

- создание равных возможностей на рынке туристских услуг для субъектов предпринимательства;
- стимулирование посредством установления налоговых и таможенных льгот субъектам сферы туризма;
- обеспечение безопасности туристов и экскурсантов, защиты
- их прав, свобод и законных интересов и имущества;
- организация и развитие научных исследований;
- подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров;
- развитие международного сотрудничества;
- повышение имиджа Республики Узбекистан как страны, привлекательной для туризма;
- оказание субъектам сферы туризма государственной поддержки в продвижении ими национального туристского продукта на туристских рынках;
- стимулирование внедрения передовых инновационных и информационно-коммуникационных технологий;
- стимулирование развития туристских зон и туристских кластеров.

Кабинет Министров Республики Узбекистан обеспечивает реализацию единой государственной политики в сфере туризма, обеспечивает разработку и реализацию государственных и иных программ в сфере туризма.

Уполномоченным государственным органом в сфере туризма является Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма.

Уполномоченный государственный орган осуществляет также единую государственную политику в сфере туризма, участвует в разработке и реализации государственных и иных программ в сфере туризма.

Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма координирует разработку стандартов качества и безопасности оказания туристских услуг, разрабатывает предложения по оптимизации государственного регулирования сферы туризма и развитию конкуренции на рынке туристских услуг, внедрению передовых инноваций и информационно-коммуникационных технологий в сферу туризма, координирует деятельность по развитию туризма соответствующих заместителей председателя Совета Министров Республики Каракалпакстан, хокимов областей и города Ташкента.

Решения уполномоченного государственного органа в сфере туризма, принятые в пределах его полномочий, являются обязательными для исполнения органами государственного и хозяйственного управления, органами государственной власти на местах, хозяйствующими субъектами.

Безопасность туристов и экскурсантов на территории Республики Узбекистан гарантируется государством.

Уполномоченный государственный орган совместно с заинтересованными министерствами, государственными комитетами, ведомствами и органами государственной власти на местах разрабатывает необходимые меры по обеспечению безопасности и защиты туристов и экскурсантов, интересов общества и государства, противодействия

использования туризма в целях незаконной миграции, трудовой и иной эксплуатации лиц.

Субъекты сферы туризма разрабатывают меры по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов, оказанию медицинской и иной помощи при стихийных бедствиях, травматизме, заболеваниях и в других случаях.

Уполномоченный государственный орган информирует туроператоров, турагентов, туристов и экскурсантов об угрозе безопасности туристов и экскурсантов в стране (месте) временного пребывания, а также размещает список стран (мест), не рекомендуемых к посещению из-за наличия угрозы безопасности, в средствах массовой информации, в том числе на своем официальном веб-сайте.

Средства массовой информации, учредителями (соучредителями) которых являются государственные органы, незамедлительно и безвозмездно предоставляют уполномоченному государственному органу возможность публиковать информацию об угрозе безопасности туристов и экскурсантов.

Для реализации основных направлений государственной политики в сфере туризма, мы рекомендуем использовать следующие:

- основными принципы Закона Республики Узбекистан «О туризме»:
- приоритет защиты прав, свобод, законных интересов и безопасности туристов, экскурсантов и субъектов сферы туризма;
- устойчивость развития туризма и создание для этого благоприятных условий;
- государственная поддержка предпринимательства и развитие конкуренции в сфере туризма;
- гласность и открытость в сфере туризма.

Сам ИСИ катта ўқитувчи Ахтамов Жамшед Бахромович

ХОЗИРГИ ЗАМОН ТАЛАБА ВА ЁШЛАР ХАЁТИДА САЁҲАТ ВА САЙЁҲЛИКНИНГ ТАШКИЛ ЭТИШ

Аннотация: Ушбу мақолада ҳозирги кунда жадал ривожланиб келаётган туризм сохасидаги саёҳат талаба ва ёшлар турмуш тарзини соғломлаштиришда асосий ўринни эгаллаб келиши ёритиб берилган. Асосан саёхатни кенг кўлламда ривожлантиришнинг ва ёшлар ичида тарғибот этиш тўғрисида батафсил маълумот келтирилган.

Калит сўзлар: саёҳат, маънавий-маърифий маданиятимиз тарихи,ўлкани ўрганиш, ижтимоий фойдали мехнат килиш, саломатликни яхшилаш, жисмонан чиниқиш.

Аннотация: В данной статье рассматривается роль и значение путешествия в стабильно развивающейся сфере туризма в жизни молодёжи и студентов настоящего времени.В основном приведены информации о широко масштабном развитии путешествия и распространение его среди молодёжей.

Ключевые слова: путешествие, история нравственно-духовной культуры, изучение страны, социально полезная трудовая деятельность, улучшение здоровья, физическое закаливание.

Annotation: This article highlights the fact that today's rapidly developing tourism sector plays a key role in improving students' and youth's lifestyles. It provides detailed information on the basics of widespread travel and youth dissemination.

Key words: travel, history of spiritual-enlightenment culture, country study, social work, health improvement, physical exertion.

Юртимизда 2018 йилни “Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб қувватлаш”йили деб аталишида катта хикматлар ва хал килиниши лозим бўлган муаммолар жуда кўп. “Алпомиш ва Барчиной махсус тестлари ишлаб чикилиши, унинг хаётда кўлланилиши бу йулда муҳим воқеадир. Махсус тестнинг таркибида пиёда юриш, сайр ва саёҳатларни киритилиши ахолининг, айникса ўкувчи-ёшларнинг турли саёҳатларни уюштириши ва кадимги ипак йўлини ўрганишга даъват этади. Бунинг ўз навбатида соғлом авлодни тарбиялаб етиштириш хамда уларнинг маънавий ва ижтимоий камолотини ўстиришда ўзига яраша урни бор. Бу жараёнларнинг ижтимоий-тарбиявий жихатларини ўрганиш ва илмий-педагогик жихатдан ташкил килиш хозирги куннинг муҳим муаммоларидан биридир.

Шунингдек Халқаро Буюк Ипак йули тадбирларида фаол иштирок этмоқда.Шарк ва Ғарб мамлакатларини боғлаган Ипак йули юртимизнинг Андижон-Қўқон, Ховос, Жиззах, Самарканд, Бухоро, Хива худудларидан утиши факат савдодагина эмас, балки мамлакатларнинг ижтимоий турмуш маданиятини ривожлантиришда хам катта хизмат килганлиги бежиз эмас.

Республикамиз мустакиллигини қўлга киритгач, миллий қадриятларни тиклаш, маънавий-маърифий маданиятимиз тарихини ўрганиш ва уни бойитиш йўлида катта тадбирлар ўтказилмокда. Бунда ўзбек давлат туризм компаниясининг ташкил этилиши мухим воқеабўлди. Буташкил отнинг фаолиятига холининг чет мамлакатларга, саёхат килишини таъминлаш, ёшларни ўлкамиздаги тарихий маданий масканлари, замонавий қурилишлар ва эришилаётган ютуқларни таништиришга қаратилганлиги билан мухим ахамият касб этмокда.

Саёҳат– институтимиз талабалари учун катта рол ўйнайди. Уларни саёҳатга қизиқишлари учун турли хил саёҳатлар ташкил лозим. Масалан ёзда бир кунлик пиёда - юриш Самарқанд-Жомбой хавзасигача бориш, эски ёдгорликларга саёҳат уюштириш.

Саёхатларнинг маънавий ва жисмоний жихатдан ўзига хос бўлган тарбиявий томонлари хамда “Алпомиш” ва “Барчиной” махсус тестлари таркибидаги саёхатларни амалда бажариш йўлларини ўрганиш максад ва вазифа хисобланади. Ишимизда ўқув-услубий қўлланмалар, амалий тадбирларни таҳлил қилиш, жисмоний тарбия соҳасидаги мутахассислар, халқ

таълими ходимлари билан суҳбатлар ўтказиш, каби педагогик технологиялар ва усулларидан фойдаланилди.

Ўқув юртларида оммавий пиёда юриш саёҳатлари яқин ўтмишда одатий тус олган бўлиб, ўз навбатида “Мехнат ва мудофаага тайёр” жисмоний маданият мажмуасининг мухим таркибий қисми эди. Унинг шакллари, мазмунлари ва ташкилий йуллари ўша даврга нисбатан ишлаб чикилиб кенг қулланилиб келинди.

“Алпомиш” ва “Барчиной” махсус тестларидаги махсус саёхат талаблари ва уни ташкил қилиш йуллари бўйича Тошкент, Самарқанд, Гулистон ва Жиззах шахарларидаги олий ўкув юртларининг жисмоний тарбия ўқитувчилари хамда ўкувчи-ёшлар билан сухбат, савол-жавоблар ўтказилди.

Юқоридаги қайд этилган мулохазалар амалий таклиф вазифасини ўташи билан биргаликда саёҳатларнинг ўзига хос хусусиятлари ва муаммоларини хам ўз ичига олганлигини хис этиш керак булади.

Таъкидлаш жоизки, “Алпомиш” ва “Барчиной” махсус тестлари болалар учун “сайр” ва катта кишилар учун “Саёҳат” деб номланиши лозим.

Оммавий саёҳатларга кенг йўл бериш билан ва уларни максад йўлида ташкил килишга имконият яратиш даври келди. Чунки оналар ва болалар саломатлигини мустахкамлашда саёҳатларнинг ўзига яраша фойдали хусусиятлари кўпдир.

Институтимиз талабалари учун соғлом турмуш тарзининг мухим томонлари жисмонан баркамол бўлишни талаб этади. Бунда пиёда юрищ, шахарларга сайр этиш асосий тадбир бўлиши талабаларимиз турмуш шароитида саёҳатларининг тарбиявий жихатлари бебаходир.

PhD. Sharifov Sh.S.
SamISI magistranti Ashurov A.

ISHLAB CHIQARISH KORXONALARIDA MEHNAT RESURSLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

Iqtisodiyotni yangilash sharoitida ishlab chiqarish korxonalarining kerakli mehnat resurslari bilan yetarli darajada ta’minlanlanishi, ulardan oqilona foydalanish, mehnat unumdorligining yuqori darajada bo‘lishi mahsulot hajmining ko‘paytirish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish uchun katta ahamiyatga egadir. Xususan, barcha ishlarning hajmi va o‘z vaqtida bajarilishi, asbob-uskunalar, mashinalar, mexanizimlardan foydalanish samaradorligi va buning natijasi sifatida mahsulot ishlab chiqarish hajmi, uning tannarxi va bir qator iqtisodiy ko‘rsatkichlar korxonalarning mehnat resurslari bilan ta’min etilganligiga va ulardan samarali foydalanishga bog‘liqdir.

Korxonaning mehnat resurslar bilan ta’minlanlanganlik quyidagi asosiy vazifalarda ko‘rinadi:

- Korxona va uning tarkibiy bo‘linmalarining, shuningdek, toifalar va kasblar bo‘yicha mehnat resurslari bilan ta’min etilganligini o‘rganish va unga baho berish;
- mahsulotga sarflanadigan mehnat hajmini kamaytirish va mehnat unumdorligini oshirish sohasidagi reja, topshiriqlarining asoslanganligi chuqur tekshirish;
- tashkiliy-texnik tadbirlar samaradorligini to‘g‘ri hisoblanganini, uning mehnat normalarida to‘g‘ri aks etganini va haqiqatda erishgan samaradorlikning hisob kitob samaradorligidan chetga chiqish sabablarini aniqlash;
- mehnatni tashkil etish ahvoliga va uning darajasiga baho berish, albatta, ish vaqtidan foydalanish ko‘rsatkichlarini ajratib ko‘rsatish, qo‘l mehnati, birinchi navbatda, jismoniy mehnat qisqarganligini qayd qilish, ish o‘rinlari attestasiya qilinganligi, mehantni tashkil etish brigada shakliga baho berish;
- ishlab chiqarishning shaxsiy omildan foydalanishni yaxshilash sohasidagi ishlar samaradorligiga baho berish, mehnat potensiali hajmi va tarkibini, mehnatni rag‘batlantirish va sog‘lomlashtirish tizimini jamoadagi psixologik vaziyat tahlil etish;
- jadal, joriy va istiqbolni ko‘zlab rejalashtirish va boshqaruvga doir qarorlar qabul qilish uchun zarur materiallar to‘plash;
- kadrlar kurimsizligi ko‘rsatkichlarini aniqlash va o‘rganish;
- mehnat resurslari zahiralarini narxlash, ulardan yanada to‘laroq va samaraliroq foydalanish.

Tahlil uchun axborot manbalarining tarkibiy qismlariga mehnat rejasi, mehnat bo‘yicha hisobot statistik hisobotlari, tabel asosida hisobga olish va kadrlar bo‘limi ma’lumotlari kiradi.

Korxonaning mehnat resurslari bilan ta’minlanganligi tahlili ma’lum usul asosida amalga oshiriladi. Usul, umuman olganda, muayyan ishni bajarish uslubini bildiradi. U turli yo‘llar va zarur texnik vositalar majmuasini o‘z ichiga oladi. Korxonaning mehnat resurslari bilan ta’minlaganligini tahlil etishga tatbiq etganlik usuli deganda korxona tomonidan qo‘yilgan maqsadga erishish sohasidagi faoliyatga baho berish yo‘li tushuniladi. Bunda muayyan tashkiliy-texnikaviy sharoitdagi mazkur mehnat potensiali mavjud bo‘ladi.

Mehnat resurslarini tahlil qilishning asosiy maqsadi korxonada bo‘linmadadan tortib, birlashma va tarmoqqacha bo‘lgan jamoalarda ishlab chiqarish xo‘jalik faoliyatini rejalashtirishning asoslanganligini oshirishdan, uni boshqarishning takomillashtirishdan iboratdir.

Ma’muriy-boshqaruv personalini har bir xodimning haqiqiy ma’lumot darajasi, uning egallab turgan lavozimiga mos kelishi nuqtai nazaridan tekshirish va kadrlar tanlash ularni tayyorlash va malakasini oshirish bilan bog‘liq masalalami o‘rganib chiqish zarur.

Xodimlaming malaka darajasi ko‘p jihatdan ularning yoshiga, ish stajiga, ma’lumotiga va hokazolarga bog‘liqdir. Shu sababli tahlil jarayonida ishchilarning yoshi, ish staji, ma’lumoti bo‘yicha o‘zgarishlar o‘rganiladi. Bu o‘zgarish ish

kuchining harakati natijasida sodir bo‘lishi sababli, bu masalaga tahlil jarayonida katta e’tibor beriladi.

Xodimlaming bo‘shab ketishi sabablarini (o‘z ixtiyori bilan, kadrlar qisqarishi, mehnat intizomini buzganligi uchun va h.l.) o‘rganish zarur.

Mavjud ish kuchidan yanada to‘laroq foydalanishi, mehnat unumdorligini oshirish, ishlab chiqarishni jadallashtirish, ishlab chiqarishni jadallashtirish, ishlab chiqarish jarayonlarini kompleks mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish, ancha umumiyroq ishlab chiqarish taxnikasi joriy etish, texnologiyani va ishlab chiqarishni tashkil etishni takomillashtirish hisobiga korxonani mehnat resurslari bilan ta’minlashdagi keskinlikni bir muncha bartaraf etish mumkin.

Yuqorida sanab o‘tilgan tadbirlarni o‘tkazish natijasida mehnat resurslariga bo‘lgan ehtiyojni qisqartirish rezervlari aniqlanishi lozim.

Agar korxona o‘z faoliyatini kengaytirsa, ishlab chiqarish quvvatlarini ko‘paytirsa, ish o‘rinlarini tashkil etsa, u holda mehnat resurslariga bo‘lgan qo‘shimcha ehtiyojlarni toifalar va kasblar bo‘yicha aniqlash, ularni jalb qilish manbalarini topish kerak bo‘ladi.

Qo‘shimcha ish o‘rinlari tashkil etish hisobiga ishlab chiqarishni ko‘paytirish rezervlari bu o‘rinlar soni bitta xodim hisobiga o‘rtacha yillik mahsulot ishlab chiqarish miqdoriga ko‘paytirish bilan aniqlanadi.

Korxonaning mehnat resurslari bilan ta’min etilganligini tahlil etishni korxonani ijtimoiy rivojlantirish rejasining bajarilishining o‘rganish bilan mustahkam bog‘liq ravishda quyidagi ko‘rsatkichlar guruhlari bo‘yicha amalga oshirish kerak:

- Xodimlar malakasini oshirish;
- xodimlaming mehnat sharoitini yaxshilash va sog‘lig‘ini mustahkamlash;
- ijtimoiy-madaniy va uy-joy-maishiy sharoitlarini yaxshilash;
- mehnat jamoasi a’zolarining ijtimoiy himoya qilinishi.

Ishlovchiar va ular oilalarining ijtimoiy-madaniy sharoitlarini yaxshilash rejasi, jamoa shartnomasining korxona xodimlari va pensionerlarni ijtimoiy himoya qilish sohasi, shuningdek korxonani ijtimoiy rivojlantirish va mehnat jamoasi a’zolarining ijtimoiy himoya qilinishi darajasini oshirish bo‘yicha belgilangan tadbirlarning bajarilishi to‘g‘risidagi hisobot materiallari kabi shakllaridan foydalaniladi.

Korxona xodimlari malakasini oshirish sohasidagi rejani bajarilishi va dinamikasini tahlil qilganda, shunday ko‘rsatkichlardan, xususan, oliy, o‘rta maxsus o‘quv yurtlarida, korxonadagi ishchi kadrlar tayyorlash tizimida ta’lim olayotgan, o‘z malakasini oshiriyotgan xodimlar soni va foizi malakali mehnat bilan band bo‘lgan xodimlar foizi va shunga o‘xshash boshqa ko‘rsatkichlar o‘rganiladi. Ijtimoiy malakaga doir ko‘rsatkichlar ishdan ozod bo‘lib qolgan xodimlar malakasini o‘zgartirish va ishga joylashtirishni tashkil etishni ham aks ettirmog‘i lozim.

Xodimlar malakasini oshirish sohasidagi rejaning bajarilishi va oshib ado etilishi ularning mehnat unumdorligi ortirishiga yordam beradi va korxona faoliyatini ijobiy tomondan ta’riflanadi.

Xodimlar mehnat sharoitini yaxshilash va ularning sog‘lig‘ini mustahkamlash tadbirlariga baho berish uchun qo‘yidagi ko‘rsatkichlardan foydalaniladi:

- Ishchilarning sanitariya-maishiy xonalar bilan ta’min etilganligi;
- mehnatning sanitariya-gigiyena sharoitlari darajasi;
- 100 kishi hisobiga shikoyatlanish chastotasi darajasi;
- kasb kasalliklariga ega bo‘lgan xodimlar foizi;
- xodimlaming umumiy kasallanish foizi;
- 100 kishi hisobiga vaqtincha mehnatga layoqasizlik kunlar soni;
- sanatoriyalar, profilaktoriyalar, dam olish uylarida o‘z sog‘lig‘ini mustahkamlagan, turistik yo‘llanmalar bo‘yicha sayohat qilgan xodimlar va boshqalar foizi.

Mehnatni muhofaza qilish va xafsizlik texnikasi bo‘yicha tadbirlarning bajarilishi ham tahlil qilinadi.

Xodimlar va ularning oila a’zolari ijtimoiy-madaniy va uy-joy, maishiy shart-sharoitlari quyidagi ko‘rsatkichlarni, xusan, xodimlaming uy-joy bilan ta’min etilganligi, yangi uy-joy qurilishi rejasining bajarilishi, ijtimoiy-madaniy va maishiy obyektlar. bolalar yaslilari va bog‘chalari, profilaktoriyalar, dam olish uylari qurilishi rejalarining bajarilishi, aholi punktlarining obodonlashtirilishi, turar joy fondlarining kommunal qulayliklar (vodoprovod, istish, kanalizasiya, gaz) kabi bir qator omillar bilan ta’minlanishini o‘z ichiga oladi.

Mehnat jamoasi a’zolari faoliyatining ijtimoiy himoya qilinishi masalalariga katta e’tibor beriladi. Ularda vujudga kelgan muammolaarning hal etilishi bozor munosabatlarining rivojalanishi munosabatlari bilan korxona tobora ko‘proq rivojlantiriladi. Jamoa shartnomalarida belgilanadigan ijtimoiy himoyaning eng tipik yo‘nalishlari – birinchi navbatda, ko‘p bolali oilalarga moddiy yordam ko‘rsatish, korxona xodimlarini bog‘-poliz uchastkalari bilan ta’minlash, uy-joy qurilishi uchun foizsiz ssudala berish, pasaytirilgan narxlarda qurilish materiallari ajratish, yordamchi qishloq xo‘jalik mahsulotlarini arzon narxlarda sotish, davolanish uchun nafaqalar, yo‘llanmalar berish, pensiyaga kuzatilganda, yubiley sanalarida, to‘ylarda, ta’tilga chiqqanda bir martalik nafaqalar berish, qisman oziq-ovqat, yo‘l xarajatlarini to‘lash va hokazolardir.

Xodimlarning ijtimoiy himoya qilish masalalari, ayniqsa, bankrotlik yoqasida turgan korxonalar uchun dolzarbdir. Bularga ish o‘rinlarini saqlash, xodimlaring ommaviy ravishda bo‘shatib yuborilishiga yo‘l qo‘ymaslik, bo‘shatib yuborilgan, lekin tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishni xohlaydigan xodimlarga moliyaviy yordam ko‘rsatish, pensiya yoshi arafasidagi xodimlarni muddatidan oldin pensiyaga chiqarish, ish haqining ortishini vaqtincha chegaralash, to‘liq bo‘lmagan ish kuniga va haftasiga o‘tish chora-tadbirlari kiradi, bulardan maqsad xodimlar sonini saqlab qolishdan iboratdir. Nochor korxonalarning tanglikka uchrashi ijtimoiy oqibatlarini yumshatish choralaridan biri bo‘shatilayotgan xodimlarga boshqa bir-biriga yaqin kasblar bo‘yicha bo‘sh o‘rinlarga ishga joylashishda yordamlashishi, bunda kasbini o‘zgartirish imkonini berishdir.

Umuman olganda, mavjud ish kuchidan to‘laroq foydalanish, mehnat unumdorligini oshirish, ishlab chiqarish jarayonini jadallashtirish, umumiy bo‘lgan ishlab chiqarish texnikasini joriy etish, ishlab chiqarish jarayonini tashkil etishni

takomillashtirish hisobiga korxonani mehnat resurslari bilan ta’minlashdagi keskinlikni bir muncha bartaraf etish mumkin.

Norqulova D.Z. – SamISI PhD o`qituvchisi, dotsent, "Turizm" kafedrasi mudiri
Tohirova Z.Sh. - IK-620 guruh talabasi, SamISI

IQTISODIYOTNI MODERNIZATSIYALASHDA XIZMAT KO`RSATISH SOHASIDA KADRLARNI TAYYORLASH, ULARNI ISH BILAN TA`MINLASH VA BOSHQARISH MUAMMOLARI

Annotatsiya: *ushbu maqola hozirgi modernizatsiyalashayotgan iqtisodiyotimizda muhim ahamiyatga ega bo`lgan xizmatlar ko`rsatish sohasini rivojlantirish bo`yicha olib borilayotgan chora-tadbirlar asosida kadrlarni tayyorlash, o`z mutaxasissliklari bo`yicha ish bilan ta`minlash hamda ularni boshqarish borasidagi muammolarga yechimlar va takliflarni atroflicha yoritib beradi.*

***Tayanch so`zlar:*** *xizmatlar, transport, servis, modernizatsiya, moliya, sug`urta, lizing.*

Xizmatlar ko`rsatish sohasi yurtimizda aholi orasida eng keng tarqalgan sohalardan biri bo`lib, hozirgi zamon iqtisodiyotida alohida o`ringa ega. Transport, savdo, aloqa va qurilish xizmatlari kabi xizmat turlari yurtimizda xizmatlar sohasi tarkibida eng katta ulushga ega xizmat tarmoqlaridir. Bu tarmoqlar jamiyat uchun muhim ahamiyatga egaligi tufayli yurtimizning har bir nuqtasida o`z o`rniga ega. Aholi uchun xizmatlar sohasida qulayliklar yaratib berish maqsadida yurtimizda ko`plab chora-tadbirlar ko`rilmoqda va ta`minlanib berilmoqda. Yurtimizning qishloq hududlarida servis, ya`ni xizmat ko`rsatish infratuzilmasining rivojlanishi o`sha hududda istiqomat qiluvchi aholi yashash tarzining shaharlarda istiqomat qiluvchilar hayot tarziga sezilarli darajada yaqinlashishiga turtki bo`lmoqda. Bu esa o`z navbatida nafaqat qishloq hududlarining xizmatlar sohasida, balki boshqa sohalarida ham rivojlanishlarga sabab bo`ladi. Bu islohotlarni amalga oshirish esa kadrlar zimmasiga topshiriladi. Yosh kadrlarni xizmatlar ko`rsatish sohasi bo`yicha tayyorlash, tayyor kadrlarni esa o`z mutaxassiliklari bo`yicha ish bilan ta`minlash hamda ularni ma`lum maqsad ostida yo`naltirish va boshqarish orqali yurtimizdagi xizmatlar sohasini modernizatsiyalash, o`z xizmatlarini taklif etuvchilarni yangi usulda faoliyat olib borishlari va sifatli xizmatlarni aholiga taklif etish targ`ib etiladi. Xizmat ko`rsatishda qilinadigan islohotlar yurtimizda turizmni ham rivojlanishiga omil bo`lib xizmat qiladi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006-yil 17-apreldagi “O`zbekiston Respublikasida 2006-2010-yillarda xizmat ko`rsatish va servis sohasini rivojlantirish chora-tadbirlari to`g`risida”gi qarori, ushbu sohadagi kamchiliklarni bartaraf etish va soha istiqbolini belgilashga qaratilgan. Qarorda O`zbekiston Respublikasida xizmat ko`rsatish va servis sohasini rivojlantirishning asosiy yo`nalishlari etib quyidagilar belgilangan:

1. Xizmatlar ko`rsatish sohasida tadbirkorlikning faolligini kuchaytirish uchun shart-sharoit yaratish va shu asosda 2010-yilgacha xizmatlarni yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 49% ga yetkazish;

2. 2006-2010-yillarda xizmtlar ko`rsatish sohasida band bo`lgan aholini 1.6 marta ko`paytirish;

3. Qishloq joylarida istiqomat qilayotgan aholiga ko`rsatilayotgan xizmatlar, birinchi navbatda, communal-maishiy, uy-joylarni ta`mirlash va qurish, suvdan foydalanish, veterinariya, qishloq xo`jalik mahsulotlarini tayyorlash va mashina-traktor parklari sohasidagi xizmatlar hajmi va turlarini yanada oshirib borish;

4. An`anaviy xizmat turlari bilan bir qatorda yangi istiqbolli – yuridik, konsalting, bank, moliya, sug`urta, lizing va baholash xizmat turlarini jadal rivojlantirish;

5. Mamlakatimiz korxonalarining xalqaro bozordagi xizmatlari darajasi va sifatini oshirish hamda shu asosda xizmatlar eksportini ko`paytirish;

6. Xizmatlar ko`rsatish va servis sohasida ishlaydigan kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni har tomonlama qo`llab-quvvatlash.[59]

Ushbu dastur shartlari belgilangan vaqt oralig`ida bosqichma-bosqich amalga oshirildi. Belgilangan xizmatlarning respublika Yalip ichki mahsuloti tarkibidagi ulushi 2006-yilda 39,9% dan 2008-yilda 44,7% ga o`sdi. Dasturning bajarilishi davomida 520 mingta yangi ish o`rinlari tashkil etilgan bo`lib, 2010-yilning 1-oktabr holatiga ko`ra ushbu sohada jami 5 mln. kishi faoliyat olib borayotgani keltirilgan. Qishloq joylarda savdo, umumiy ovqatlanish shahobchalari, savdo-maishiy-kompleks xizmatlar ko`rsatish korxonalari yaratildi. Jumadan, yangi kreditlash usuli – lizing yo`li bilan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish yo`lga qo`yilgan. Mazkur davr davomida kadrlarni tayyorlash masalalarida esa dastur ijrosi yetarlicha ta`minlanmadi.[60]

Yurtimizda xizmatlar sohasida kadrlar tayyorlash bo`yicha “Kadrlar tayyorlash millliy dasturi” asosida ko`plab qonunlar va dasturlar qabul qilingan, jumladan:

- Ta`lim xizmatlari ko`rsatish bozorini shakllantirishni va kadrlar tayyorlash sohasida marketingni jadallashtirish chora-tadbirlari to`g`risida;
- Belgiya qirolligi hukumatining foizsiz kreditidan foydalangan holda “Kichik biznes uchun kadrlar tayyorlashda kasb-hunar ta`limini rivojlantirishga ko`maklashish” loyihasini amalga oshirish bo`yicha chora-tadbirlar to`g`risida;
- Qishloq xo`jaligi tarmog`I uchun o`rta maxsus, kasb-hunar ta`limi ma`lumotiga ega bo`lgan kadrlar tayyorlash tizimini yanada yaxshilash chora-tadbirlari to`g`risida;
- Veterinariya xizmati yosh kadrlarini tayyorlashni yanada takomillashtirish, mutaxassilarining malakasini oshirish, shuningdek ularni rag`batlantirish chora-tadbirlari to`g`risida;
- Avtomobil yo`ll`arini loyihalash, qurish va ekspluatatsiyasi sohasida kadrlar tayyorlashni takomillashtirish chora-tadbirlari to`g`risida;

[59] https://lex.uz/ru/docs/-1124273
[60] https://mineconomy.uz/uz/node/294

- Mehnat bozorining joriy va istiqboldagi ehtiyojlarini hisobga olib ish o`rinlarini tashkil etish va kadrlar tayyorlashga davlat buyurtmasini shakllantirish tartibi to`g`risidagi;
- Transport sohasida kadrlar tayyorlash tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to`g`risidagi

Qarorlarini keltirishimiz mumkin. Mazkur qarorlarda xizmat ko`rsatish sohasining ma`lum bir tarmoqlarida yoki umumiy xizmatlar sohasida kadrlarni tayyorlash hamda ularni ish bilan ta`minlash choralari ko`rilgan. Bu qarorlar asosida sohani rivojlantirish maqsadida O`zbekiston Respublikasi Prezidentining "2012-2016-yillarda O`zbekiston Respublikasida xizmat ko`rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to`g`risida"gi hamda "2013-2016-yillarda qishloq joylarda xizmat ko`rsatish va servis sohasini jadal rivojlantirish yuzasidan qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risida"gi dasturiy qarorlar qabul qilindi. Ushbu dasturlar orqali sohaning YaIM dagi ulushi 2011-yilda 50,5% dan bugungi kunda 54,5%ni tashkil etilishi ko`zda tutilmoqda. Hozirgi kunda ish yuritayotgan kichik biznes subyektlarining 80,4 mingtasi, ya`ni 81% i aynan xizmat ko`rsatish sohasida faoliyat olib bormoqda. Respublika hisobida jami 2 mingdan ortiq korxonalar dastur doirasida berilgan imtiyozlardan foydalanmoqda. Umumiy xizmatlar hajmi 1,7 barobar, aholi jon boshiga nisbatan esa 1,6 barobar oshgan. Shu bilan birga 2013-2015-yillar oralig`ida qishloq hududlarida hamda namunaviy loyihalar asosida qurilgan uy-joylar massivlarida xizmatlar va servis sohasini rivojlantirish yuzasida 22 mingdan ortiq loyihalar ishga tushirilgan. Bu o`zgarishlarni amalga oshirishda esa, shubhasiz, kadrlar salohiyati va ko`nikmasi ko`mak bergan. Kadrlarni tayyorlash maqsadida amalga oshirilgan chora-tadbirlar xizmatlar sohasida sodir bo`layotgan o`sishlarning aksi bo`lib xizmat qiladi.[61]

Xizmatlar sohasining o`sishida o`ziga xos omillari mavjud bo`lib, ularning asosiylarini ilmiy bilimlar, nomoddiy shakldagi to`plamlar, axborot texnologiyalari va tadbirkorlik faoliyati integratsiyasi kabi omillar tashkil etadi.

Kadrlarni tayyorlashda ushbu omillarga muhim e`tibor qaratish lozim. Kadrlarni tayyorlashda ham ushbu jihatlarga alohida urg`u berish lozim. Xorijiy mamlakatlar tajribasiga ko`ra xizmatlar sohasi kadrlariga ta`lim berish jarayoni 2 yo`nalishda olib boriladi. Birinchisi, mijozlar ehtiyojini qondirish, sotish va xizmat takliflarining umumiy samaradorligini oshirishga qaratilgan. Kadrlar uchun innovatsion g`oyalar asosida yangicha tizimda xizmat ko`rsatish sohasini takomillashtirish lozim. Bunda chet el tajribasini kuzatish va ulardan andaza olishga ahamiyat berishimiz lozim. Ikkinchi yo`nalishda esa mijozlar bilan munosabatlarni o`rgatishga e`tibor qaratiladi. Albatta, istalgan yo`nalishdagi kadrlarni ma`naviy bilimlar bilan ham tayyorlash lozim va bu mijozlar e`tiborini qaratishda hamda raqobatda ustunlikka o`z hissasini qo`shadi. Mutaxassislikka ega bo`lgan kadrlarni esa yangi loyihalarga safarbar etish yaxshi natija ko`rsatadi. Xizmat ko`rsatish sohasi past darajada bo`lgan hududlarda esa kadrlar tomonidan o`zining xizmatga ko`rsatishga asoslangan kichik biznes va tadbirkorligini boshlamoqchi bo`lgan aholi qatlami bilan suhbat jarayonlarini olib borish yoki turli shartnomalar tuzishlariga

[61] http://dd.gov.uz/uz/pages/xizmat_ko%E2%80%98rsatish_sohasi

imkoniyatlar yaratilishi lozim. Shu bilan birga ularni qo`llab-quvvatlashlari, kreditlar va imtiyozlarni taklif etishlari orqali ham past darajada rivojlanayotgan hududlarda istiqbollarga erishishga ko`mak berishlari lozim. Xizmat ko`rsatish sohasi oddiy aholi va sayyohlar va turistlar uchun qanchalik farq bilan tashkil etilishi barchaga ma`lum. Yurtimizning har bir xizmat taklifchisi taklif etishda xizmatlarni xuddi turistlarga xizmat qilinadigan darajada tashkillashtirishlariga ahamiyat berilishi lozim. Buni tashkillashtirishda esa mutaxassis kadrlar va tadbirkorlarning birgalikdagi harakati ko`makka keladi. Kadrlarni boshqarishda maxsus tashkilotlar tashkil etilishi jarayonni samaraliroq kechini ta`minlardi. Tashkilotlarni davlat yoki nodavlat bo`lishidan qat`iy nazar kadrlar olib borgan ishlar tahlili va statistik ma`lumotlarni keltirishda hamda xizmatlar sohasini takomillashtirishda qo`l keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Xizmat ko`rsatish va servis sohasini rivojlantirish dasturining bajarilishi haqida. O`zbekiston Respublikasi iqtisodiy taraqqiyot va kambaga`allikni qisqartirish vazirligi. 2014-yil. (https://mineconomy.uz/uz/node/294)
2. O`zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasining rivojlanishi – 2019-yil yakunlari. O`zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo`mitasi. 2019-yil yanvar-dekabr. (https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/qomita-yangiliklar-2020/762-8285-o-zbekiston-respublikasida-xizmatlar-sohasining-rivojlanishi-2019-yil-yakunlari)
3. O`zbekiston Respublikasida 2006-2010-yillarda xizmat ko`rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora0tadbirlari to`g`risida. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori. Toshkent sh., 2006-yil 17-aprel, PQ-325-son. (https://lex.uz/ru/docs/-1124273)
4. Xizmatlar sohasini rivojlanishi – O`zbekiston Respublikasining iqtisodiy o`sishi kafolatidir. O`zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo`mitasi. 2019-yil yanvar-oktabr. (https://stat.uz/uploads/docs/uslugi_18.11.2019_uz.pdf)

Шукуров Икром Абдурашитович
“Олий математика” кафедраси ассистенти,

ҲУДУДЛАРДА АҲОЛИНИНГ БАНДЛИК ДАРАЖАСИГА ИШСИЗЛИК ДАРАЖАСИНИНГ ТАЪСИРИ (РЕСПУБЛИКА МИСОЛИДА)

Аннотация: *Бу ишда республика ҳудудида банд аҳолининг улушини оширишда ишсизлик даражасининг бевосита таъсири ўрганилган.*

Калит сўзлар: *ишсизлик даражаси, бандлик даражаси, таъсир этувчи омил, регрессия, корреляция, t статистика, гипотеза.*

2020 йилнинг 20 октябрь куни “Аҳоли бандлиги тўғрисида”ги Қонун Давлат раҳбари томонидан имзоланди. Ушбу ҳужжат билан аҳолини иш билан таъминлашга оид қатор масалалар Қонун даражасида белгиланди.

Жумладан:

- аҳоли бандлигини рағбатлантириш ва тадбиркорликка жалб этиш учун субсидия, грант ва кредитлар ажратиш;
- ҳар йили иш ўринларини ташкил этишга доир давлат бюртмасини шакллантириш;
- маҳаллий меҳнат органлари томонидан иш қидираётган ва ишсиз шахсларга кўрсатиладиган хизматлар турлари;
- иш қидираёган шахсларни маҳаллий меҳнат органлари томонидан рўйхатга олиш ва ҳисобдан чиқариш тартиби;
- “Ягона миллий меҳнат тизими” идоралараро дастурий-аппарат комплексини юритиш;
- меҳнат стажини электрон тарзда ҳисобга олиш.

Бу борада республика ҳудуди бўйича меҳнат бозоридаги аҳолининг бандлик даражаси ва ишсизлик даражалари ўртасидаги боғлиқликни ўргандик. Ўрганиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг расмий сайтида қайд этилган ҳудудлардаги аҳолининг бандлик ва ишсизлик даражалари маълумотларини тадқиқ этдик.

1-жадвал (https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/labor-market-2)

Ҳудудлар	Аҳолининг бандлик даражаси, у, (%)	Аҳолининг ишсизлик даражаси, х, (%)
Қорақолпоғистон Республикаси	61,3	10,5
Андижон вилояти	67,1	10,9
Бухоро вилояти	67,8	10,6
Жиззах вилояти	66,0	11,0
Қашқадарё вилояти	61,5	11,1
Навоий вилояти	67,6	9,4
Наманган вилояти	64,4	10,6
Самарқанд вилояти	62,8	11,0
Сурхондарё вилояти	63,6	11,1
Сирдарё вилояти	65,0	11,0
Тошкент вилояти	69,0	10,5
Фарғона вилояти	64,6	10,9
Хоразм вилояти	63,5	10,9
Тошкент шаҳри	83,2	8,0

Ушбу маълумотлар асосида энг кичик квадратлар усулидан фойдаланиб корреляция коэффициентини ҳисоблаймиз.

2-жадвал

№	x	y	x^2	y^2	xy
1	10,5	61,3	110,25	3757,69	643,65
2	10,9	67,1	118,81	4502,41	731,39
3	10,6	67,8	112,36	4596,84	718,68

4	11,0	66,0	121,00	4356	726
5	11,1	61,5	123,21	3782,25	682,65
6	9,4	67,6	88,36	4569,76	635,44
7	10,6	64,4	112,36	4147,36	682,64
8	11,0	62,8	121,00	3943,84	690,8
9	11,1	63,6	123,21	4044,96	705,96
10	11,0	65,0	121,00	4225	715
11	10,5	69,0	110,25	4761	724,5
12	10,9	64,6	118,81	4173,16	704,14
13	10,9	63,5	118,81	4032,25	692,15
14	8,0	83,2	64,00	6922,24	665,6
Жами	147,5	927,4	1563,43	61814,76	9718,6

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2}\sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}} =$$
$$= \frac{14(9718,6) - 147,5 \cdot 927,4}{\sqrt{14 \cdot 1563,43 - 147,5^2}\sqrt{14 \cdot 61814,76 - 927,4^2}} = -0,872.$$

Демак, бандлик даражаси ва ишсизлик даражаси ўртасида манфий боғлиқлик бор ва уларнинг корреляция коэффициенти $r = -0,872$ га тенг. Энди корреляция коэффициентининг статистик аҳамиятлилигини текширамиз (a=0,025; H_0:p=0). Нолинчи ва алтернатив гипотезалар қуйидагича бўлади, яъни $H_0: p \leq 0$, $H_1: p > 0$. Корреляция коэффициентининг стандарт хатолигини аниқлаймиз: $S_r = \sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}} = 0,141$. t статистиканинг қийматини аниқлаймиз: $t = \frac{r-\rho}{S_r} = -6,184$. Ҳисобланган t статистика -6,184 t нинг жадвал қийматидан, яъни 2,036 дан кўпроқ, шунинг учун нолинчи гипотеза рад этилади. Хулоса қилишимиз мумкинки, бандлик даражаси ва ишсизлик даражаси ўртасида манфий чизиқли боғлиқлик мавжуд. Бу икки ўзгарувчи орасида манфий боғлиқлик борлигини билган ҳолда, аҳолининг бандлик даражасини башорат қилиш мақсадида $y = b_0 + b_1 x$ регрессия тенгламасини тузиш учун энг кичик квадратлар усулидан фойдаланиб тенглама коэффициентларини топамиз.

$$b_1 = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} = -5,5483, \qquad b_0 = \frac{\sum y}{n} - \frac{b_1 \sum x}{n} = 124,698.$$

Демак, тенглама коэффициентлари асосида топилган регрессия тенгламаси $y = 124,698 - 5,5483x$ кўринишда бўлади.

Регрессия тенгламасидан кўриниб турибдики, аҳолининг ишсизлик даражаси *x* бир фоизга кўтарилса, аҳолининг бандлик даражаси 5,5483 фоизга камаяди, ёки, аҳолининг ишсизлик даражаси *x* бир фоизга камайса, аҳолининг бандлик даражаси 5,5483 фоизга ошади.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, аҳолининг бандлик ва ишсизлик даражаларини статистик маълумотлар асосида таҳлил қилиб, аҳолининг иш билан таъминланиш ҳолатини башорат қилиш мумкин экан.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Кремер Н.Ш., Путко Б.А. Эконометрика: Учебник. – М.: ЮНИТИ-Москва, 2010. – 328 с.
2. Насритдинов Г., Эконометрика 1. Ўқув қўлланма. –Тошкент: Иқтисод-Молия, 2008. – 252 б.

Маҳмудов Лазизбек Убайдулло ўғли – СамИСИ ўқитувчиси
Омонов Иззат Икром ўғли – СамИСИ талабаси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОХАСИДА КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ҲАМДА СОҲА ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ ЯХШИЛАШ МАСАЛАСИ

Иқтисодиётни модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини ошириш шароитида хизмат кўрсатиш соҳасида кадрлар тайёрлаш соҳа инфратузилмасини яхшилаш масаласи бугунги кунда мамлакат иқтисодиёти ривожини таъминловчи омиллардандир. Хизмат кўрсатиш соҳасида кадрлар тайёрлаш молия, кредит ва суғурта тизими, чакана савдо, таълим, тиббиёт, уй жой коммунал хўжаликлари, аҳолига маиший хизмат кўрсатиш тармоғи, жисмоний тарбия ва спорт, маданият ва санъат, атроф муҳитни муҳофаза қилиш ҳамда ижтимоий таъминот каби хизмат кўрсатиш тармоқларида амалга оширилади. Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш жараёнида баъзи босқичлар ҳамда муаммолар намоён бўлади:

- соҳа тармоқларини кенгайтириш ва ходимларни керакли асбоб ускуналар, зарур эҳтиёж воситалари билан таъминлаш;
- истеъмолчиларга юқори тоифадаги шароитларни яратиш;
- хизмат турлари моддий ресурсларини замонавий техника ва технологиялар билан таъминлаш;
- соҳада етук савияли кадрлар тайёрлашни йўлга қўйиш;
- хизмат кўрсатиш кучларини тўғри жойлаштириш;
- жонли меҳнатни камайтириб, соҳани автоматлаштириш;

Умуман олганда ҳар қандай соҳада, хусусан, хизматлар соҳасида ҳам малакали кадрлар тайёрлаш масаласи долзарб муаммолардандир. Кадрлар тайёрлашда сўнгги йилларда амалга оширилаётган ислоҳатлар, таълим жараёнларининг турли хилда(кундузги, сиртқи, кечки, сиртқи, масофавий) ташкил қилишниинг қайта ташкил қилиш сохада кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва билим малакасини ошириш, кўникмаларининг чуқурлашишини таъминлайди. Бундан ташқари таълим жараёнлари жаҳон андозаларига мос ҳолда кредит модул, дуал, инклюзив ҳолатда йўлга қўйилаётгани, албатта, сифатли таълим бериш билан бирга малакали кадрлар тайёрлаш учун янгича ёндашувдир.

“Иқтисодиётнинг ва ижтимоий соҳанинг олий маълумотли малакали кадрларга бўлган эҳтиёжларини, шунингдек аҳолининг олий таълим олишга бўлган эҳтиёжини қаноатлантириш мақсадида мамлакат ҳудудида хорижий

олий таълим ташкилотларининг филиаллари (марказлари, таълим кампуслари) ва бошқа бўлинмалари ташкил этилиши мумкин”62. Чет таълим муассасалари бўладими маҳаллий таълим муассасалари бўладими уларда сифат ва миқдор жиҳатдан бозор иқтисодиёти эҳтиёжиларига мос, умуман жамиятнинг ҳозирги кун талабидаги касб малакага оид билимларга эга кадрларни тайёрлаш лозим.

1- диограмма

Ўзбекистон Республикаси ва Самарқанд вилоятида хизмат кўрсатишда 2018-2020 йилларда банд аҳоли (минг киши)

Манбаа: stat.uz, муаллиф ишланмаси

Биламизки, пандимия даврида энг кўп зарар кўрган иқтисодиёт тармақларидан бири бу хизмат кўрсатиш соҳасидир. Бу даврда соҳада фаолият юритаётган ишчи ходимларнинг иш жойларини йўқотиши маълум даражада аҳоли бандлик даражасини тушишига олиб келди. Соҳада 2019 йилда 2018 йилга нисбатан 101,8%(122,9 минг киши) ўсиш кузатилган бўлса, пандимия даврига келиб, 3,3% (228,4 минг киши) банд аҳоли ўз иш жойидан айрилди. Самарқанд вилоятида ҳам бу тушиш қарийб 4,4%ни ташкил қилди. Шуни таъкидлаш жоизки, ўз иш жойини йўқотган баъзи кадрлар юқори салоҳиятли бўлмаганлигини тан олишимиз керак. Чунки ҳар қандай ташкилот бундай ҳолатда юқори салоҳиятли кадрлани ўзига жалб қилади.

Хизматлар соҳаси инфратузилмаси ривожи ҳудудларга боғлиқ бўлиб, ҳудудларда аҳоли тақсимланишга қараб, шаҳар ва қишлоқ жойларидаги кўрсатиладиган турларга ажратилади. Ҳар бир ҳудуднинг ўзига хослигига қараб, атроф муҳит, қадриятларига мос равишда турли лойиҳалар амалга ошириш учун 2021-йил банклар томонидан 18 триллион сўм кредитлар ажратилиши белгиланган. Шу билан бирга давлат томонидан тижорат банклари орқали 300 миллион доллар ажратилади.

Хизматлар соҳаси инфратузилмаси ривожланиши албатта кадрлар салоҳиятига боғлиқ бўлиб, малакали кадрлар тақчиллиги булган баъзи ҳудудлар юқори хизмат кўрсатишни талаб қилса, баъзи ҳудудларда малакали

62 “Таълим тўғрисида”ги қонун, 7 август 2020 й.

кадрлар ишсиз ҳолда қолиши ҳозирги куннинг долзарб муаммосидир. Бу эса давлат томонидан белгиланган квоталар асосида тайёрланаётган кадрлар сони сунъий равишда ошиб бораётгани, соҳадаги коррупция, қариндош уруғчилик муносабатлари асосида ташкил қилинган хизматлар сифат ва самарадоллик жиҳатдан оқсамоқда.

Иқтисодиёт тармоқлари ривожи ҳисобланган ҳар қандай соҳа ривожи айнан унда фаолият юритаётган кадрлар салоҳияти ҳамда унинг инфратузилмасининг тўғри ташкил қилинганлигига боғлиқдир. Албатта, бу муаммоларни ҳал қилишда қуйидаги масалаларга эътибор қаратиш лозим:

1. хизмат кўрсатишда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига кенг имкониятлар яратишга;
2. хизмат кўрсатишда замонавий бозор инфратузилмасини ташкил этиш, хизматларни янги турларини яратиш, уни жаҳон иқтисодиёти хизмат талабларига мослаштиришга;
3. соҳада юқори малакали кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштиришга;
4. ҳар қандай ҳолатда қабул қилинган ходимларни қайта тайёрлаш, янгидан янги ғоялар устида тинимсиз ишлашга;
5. президент фармони билан ўзини ўзи банд қилганлар рўйхатини кенгайтиришга(энг кўп нолегал фаолият, масалан такси хизматини легаллаштириш орқали аҳоли бандлик кўрсаткичини ошириш мумкин, хусусан, ЯТТлар ташкил қилиш орқали қонунийлаштирилмоқда);
6. Бу қадамлар орқали маълум даражада сифат жиҳатдан яхши натижага эришишга, инфратузилмани яхшилашга мувофақ бўлишимиз мумкин.

Фойдаланилган манбаалар:

1. “Таълим тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси қонуни, 7 август 2020 й.
2. Статаистика бошқармаси сайти: stat.uz

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси доценти, PhD. Мардонов Б. Б., “Иқтисодиёт” факультетининг III курс талабалари Набиева З. Расулова Д.

ЎЗБЕКИСТОНДА “ИШ МАРКАЗЛАРИНИ” ТАШКИЛ ЭТИШ ЗАРУРИЯТИ
(Социологик сўров натижаларидан)

Аннотация: *Ушбу мақолада аҳоли бандлигини таъминлаш муаммолари ва уларни ечимлари келтирилган. Шунингдек, кунлик меҳнат бозори ҳолати таҳлил этилган. Кунлик меҳнат бозорида «Иш маркази»ни ташкил этиш йўллари ҳам кўрсатиб ўтилган.*

Таянч сўз ва иборалар: *меҳнат, даромад, иш ҳақи, ишчи кучи, кредит, меҳнат унумдорлиги, ишсизлик, бандлик.*

Аннотация: *В данной статье представлены проблемы трудоустройства и пути их решения. И также анализирует состояние повседневного рынка труда. Также показаны способы создания «Бизнес-центра» на повседневном рынке труда.*

Ключевые слова: *труд, доход, заработная плата, кредит, производительность труда, безработица, занятость.*

Annotation: This article presents the problems of employment and ways to solve them. And also analyzes the state of the everyday labor market. It also shows how to create a "Business Center" in the daily labor market.

Key words: labor, income, wages, credit, labor productivity, unemployment, employment.

Кириш

Жамият ўз тараққиёти жараёнида турли муаммоларга дуч келади, уларни ечиш, бартараф этиш асосида ривожланади, юксалишнинг янги поғоналарига кўтарилади. Лекин жамият тараққиёти йўлида пайдо бўладиган муаммолар ичида шундай муаммолар ҳам борки, уларни ечиб, охирига етишнинг имкони йўқ. Ана шундай муаммолар сирасига аҳоли бандлигини таъминлаш муаммоси киради. У гўёки булоқ сувиги ўхшайди. Булоқдан сув олинганда булоқда сув камайгандай бўладию, маълум муддат ўтгандан сўнг у яна тўлиб тошади. Агар бугун биз бор имкониятларимизни ишга солиб, аҳоли бандлиги муаммосини ҳал қилсак ва тўла бандлик даражасига эришсак, салгина вақт ўтгандан кейин яна у муаммога айланади. Шу сабабли ҳам аҳоли бандлигини таъминлаш азалдан энг оғир, энг зиддиятли, энг долзарб ва биринчи навбатда ечилиши лозим бўлган ижтимоий муаммо бўлган. Айниқса ўтиш мамлакатларида ушбу муаммо янада кескинлашади. Шунинг учун ҳар бир мамлакат бандлик муаммосини турли иқтисодий усуллар орқали ҳал этади. Масалан, АҚШ аҳолига кредит бериш орқали уларни доимий иш билан банд этади. Ёки айтайлик оилавий тадбиркорликни ривожлантириш орқали ишсизларни камайтиради. Ўзбекистон ҳам мамлакат аҳолисига кредит бериш, тадбиркорликни ривожлантириш, ишсизларни қайта касбга ўқитиш ва уларни тайёрлаш, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш орқали иш билан таъминламоқда. Бироқ, Ўзбекистонда аҳолини иш билан таъминлаш борасида олиб бораётган саъйи ҳаракатлар, ҳар бир меҳнат ресурсидан мамлакат равнақи йўлида фойдаланиш борасидаги ислоҳотлар олиб борилмасин, ишсизларни доимий иш билан таъминлашнинг имконини бўлмаяпти. Модомики, меҳнат бозоридаги ишчи кучларини доимий иш билан таъминлашнинг имкони бўлмаса, уларни кунлик иш билан таъминлаш йўлларини кўриш лозим. Бизнинг ҳисобимиз бўйича ҳар бир вилоятда камида кунлик меҳнат бозорида ишловчилар қарийб минг кишини ташкил этади. Кунлик меҳнат бозорида “Иш маркази” кишиларга кунлик даромад топиш имконини беради. Ундаги ишловчилар ўз маҳоратларини ишга солиб иш берувчиларнинг талаби даражасида фаолият юритади. Иш берувчининг буюртмасини маълум келишув (даромад) эвазига бажаради ва талабини қондиради. Демакки, қайсидир жиҳатдан миллий махсулотни яратишда ва хизмат кўрсатишда иштирок этади.

Шу сабабли кунлик меҳнат бозорида “Иш маркази” мамлакат тараққиёти учун муҳим роль ўйнайди. “Иш маркази” аҳоли бандлигини таъминлаш, меҳнат ресурсларини меҳнат натижаларига мувофиқ иш ҳақи даромадларини олиш имконини беради. Аниқроқ қилиб айтганда, Ўзбекистонда “Иш марказлари” меҳнат ресурсларидан оқилона ва самарали фойдаланишда, аҳоли бандлигини таъминлашда янгича ёндошиш ҳисобланади.

Тадқиқот методологияси

Билишнинг аниқ усуллари йиғиндисига таянган ҳолда илмий таҳлиллар, социологик сўровлар, анализ ва синтез, индукция ва дедукция, тизимли, ёндашув, таҳлилнинг мантиқий усуллари ҳамда натижани илмий ўрганиш услубларидан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар

Мамлакат иқтисодиётини юксалтиришда меҳнат ресурслари бошқа ишлаб чиқариш омилларига нисбатан кўпроқ самара берадиган ва белгиланган мақсад ва марраларга тезроқ эришиш имконини яратадиган бош омил ҳисобланади. Инсон омили имкониятларидан унумли фойдаланган дунёнинг бир қатор ривожланган мамлакатлари - АҚШ, Франция, Япония, Канада иқтисодий тараққиётининг юқори суръатларига эришдилар ва пировард натижада ўз халқлари учун муносиб турмуш даражасини таъминлаб беришга муваффақ бўлдилар. Ушбу мамлакатлар меҳнатга лаёқатли, ишлаш истаги бор ҳар бир индивиддан самарали фойдаланиш учун кунлик иш билан таъминлашга эътибор қаратиб “Иш марказларини” ташкил этган.

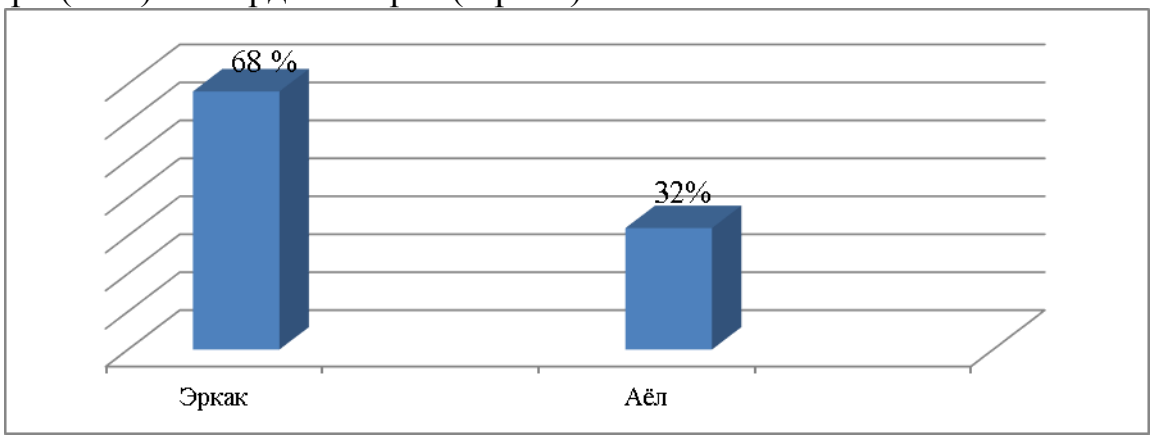
Ўзбекистон ҳам улкан меҳнат ресурсларига бой мамлакат ҳисобланади. Меҳнат ресурслари доимий аҳолининг 57,1 фоизини ташкил этади [63] . Тадқиқотларимиз республикамизнинг турли минтақаларида ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш жараёнида фойданланмасдан, эътибордан четда қолаётган ресурсларни аниқлади. Шулардан бири, кунлик меҳнат бозорига чиқаётган ишчи кучларидир. Улар бизнинг ҳисобимиз бўйича ҳар бир вилоятда қарийб минг кишини ташкил этади. Ўзбекистон шароитида кунлик меҳнат бозорида “Иш марказини” ташкил этиш сабаблари қуйидагилар иборат:

- Биринчидан, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлар тўлиқ бозор талаби даражасида ишламаётганлиги сабабли ишсизларни доимий иш билан таъминлай олмаяпти;
- Иккинчидан, ташкил этилаётган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорларнинг аксарияти мавсумий фаолият билан шуғулланаяпти. Бу эса аҳолини доимий иш билан таъминлай олмаслигидан даолалат беради;
- Учинчидан, хусусий тадбиркорлар ишчиларга меҳнат натижаларига мувофиқ иш ҳақи бермаётганлиги сабаб ишчилар доимий ишлаши учун хохиш билдирмаяпти;
- Тўртинчидан, кунлик меҳнат бозоридан топаётган даромади унинг доимий ишдан топаётган даромадидан юқори ва ҳоказо.

Кунлик меҳнат бозоридаги ёлланма ишчи кучлардан мамлакат равнақи йўлида унумли фойдаланиш мақсадида Самарқанд вилоятининг бир неча

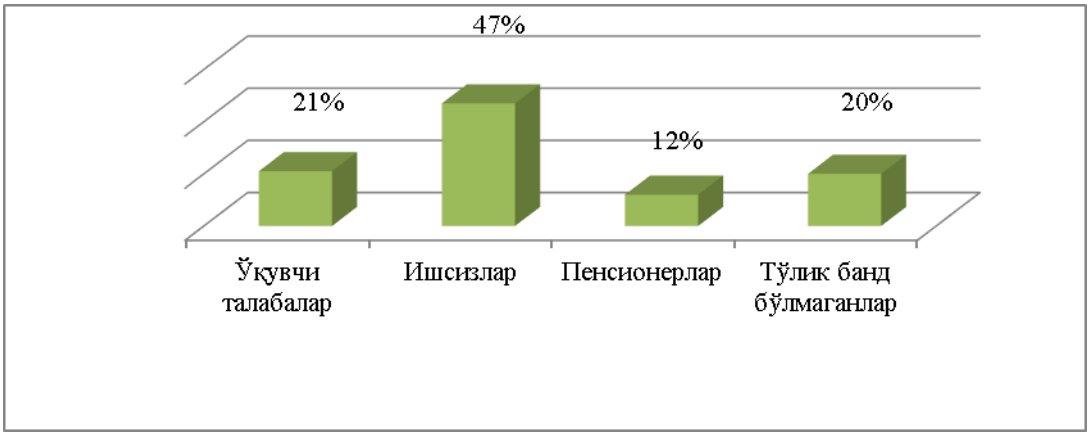
[63] www.stat.uz Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси маълумотлари.

туманларида социологик тадқиқот ўтказилди. Сўровларга жами 200 нафар ёлланма ишчилар жалб қилинган бўлиб, улардан 136 нафари (68%) эркаклар, 64 нафари (32%) аёллардан иборат (1-расм).



1-расм. Сўралганларни жинси бўйича таркиби, фоизда

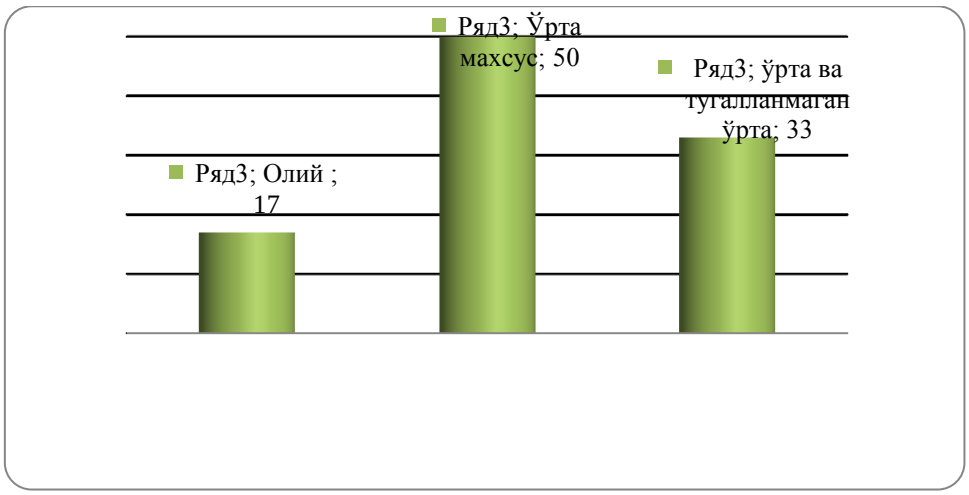
Социологик сўров жараёнида кунлик меҳнат бозоридаги ёлланма ишчиларнинг «Иш марказини» ташкил этиш тўғрисида фикрлари ҳам ўрганилди. Социологик тадқиқотларимиз кунлик меҳнат бозорига нафақат ишсизлар балки, ҳафтасига тўлиқ иш билан банд бўлмаганлар, ўқувчи талабалар ҳамда ёши улғайган пенсионерлар чиқаётганлигини ҳам аниқлади. Жумладан, сўровларда иштирок этганларнинг 47 фоизи ишсизлар, 21 фоизи эса ўқувчи талабалар, 20 фоизи эса иш билан тўлиқ банд бўлмаганлар, (яъни ҳафтада тўлиқ иш билан банд бўлмаганлар) қолган 12 фоизи ёши улуғ пенсионерлар ташкил этган (2-расм).



2-расм. Кунлик меҳнат бозоридаги ёлланма ишчиларнинг таркиби, фоизда

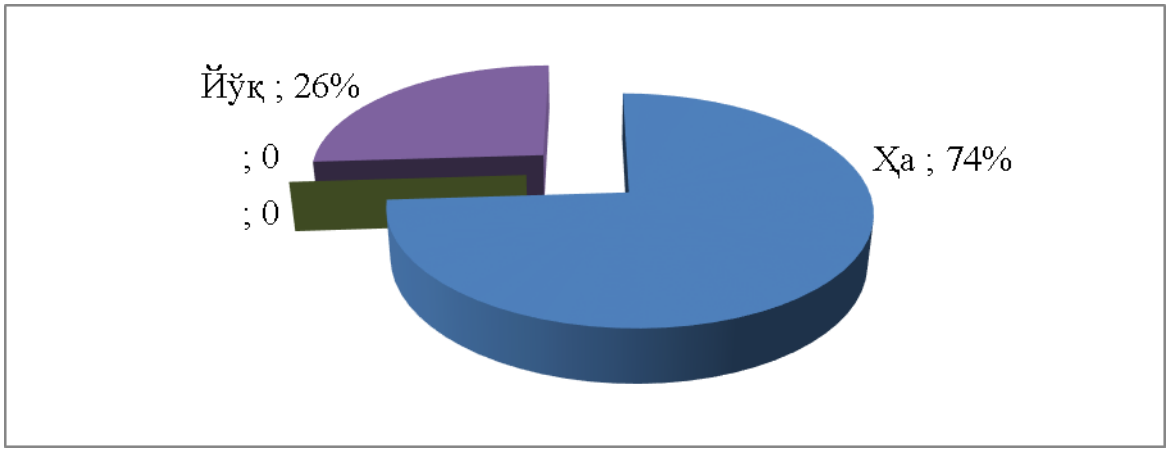
Шунингдек, улар орасида аёллар ҳам бизнинг ҳисобимиз бўйича 32 фоизни ташкил этаяпти.

Кунлик меҳнат бозоридаги ёлланма ишчиларнинг 17 фоизи олий маълумотли, 50 фоизи ўрта махсус маълумотли, қолган 33 фоизи эса ўрта ва тугалланмаган ўрта маълумотлилардир. Умуман олганда кунлик меҳнат бозоридаги ёлланма ишчиларнинг асосан кўпчилиги маълум маълумотга ва касб-ҳунарга эга бўлган кишилардан иборат (3-расм).



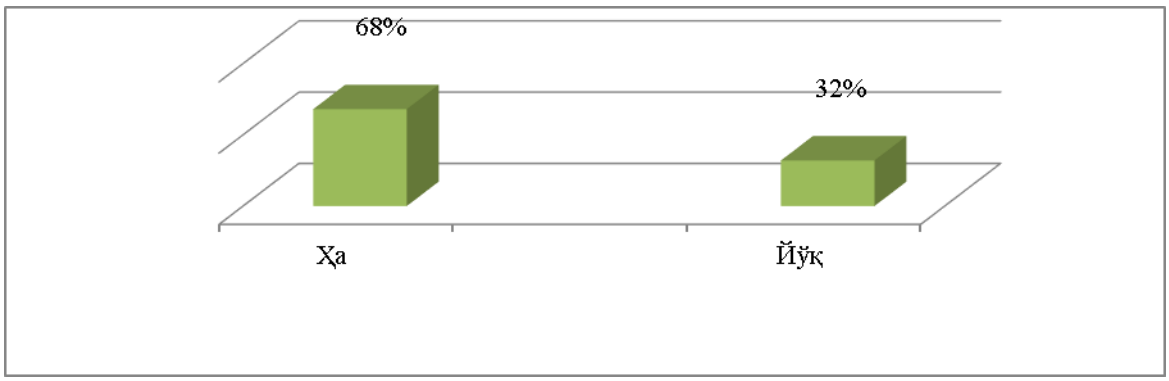
3-расм. Сўралганларнинг маълумоти бўйича таркиби,фоизда

Сўровларимизда ёлланма ишчиларнинг 66 фоизи кунлик меҳнат бозорида ўзларини ноқулай хис этмаётганлигини билдиришди. Демакки, кунлик ёлланма ишчиларнинг бундай ҳолатлари уларни доимо кунлик меҳнат бозорида фаол иштирок этишига ундайди. Шунингдек, ёлланма ишчиларнинг 83 фоизи кунлик меҳнат бозорининг ўзига хос қулайлик томонларини эътироф этишган. Масалан, келишилган иш жойига бориш ва овқатланиш харажатлари иш берувчи томонидан қопланиши, кунлик даромадга эга бўлиш, белгиланган ишни муддатидан олдин бажариш ва бошқалар. Ҳатто, “Кунлик меҳнат бозорида ишингизни қонуний расмийлаштиришни хоҳлайсизми?” –деган савол билан мурожаат қилинганда 74 фоиз ёлланма ишчилар “Ҳа” жавобини беришган (4-расм).



4-расм. Кунлик меҳнат бозорида ишингизни қонуний расмийлаштиришни хохлайсизми?

“Иш маркази” ташкил этилса унга мурожаат қилармидингиз ва у билан шартнома асосида ишлашни истайсизми деган саволлар берилганда эса 68 фоиз ёлланма ишчилар “Ҳа” деган жавобларни маъқуллашган (5-расм). Демак кунлик меҳнат бозорини тартибга солиш учун аввало “Иш марказларини” ташкил этиш мақсадга мувофиқдир.



5-расм. Кунлик меҳнат бозорида “Иш маркази” ташкил этилиши бўйича сўров,фоизда

Аммо кунлик меҳнат бозорида иш берувчи ва кунлик ишловчи ўртасида муносабатларни тартибга соладиган мукаммал қонун-қоидалар йўқлиги учун баъзи муаммолар келиб чиқаяпти. Охирги пайтларда ижтимоий тармоқларда кунлик меҳнат бозоридан ёлланган ишчилар бахтсиз ҳодиса оқибатида ногирон бўлаётганлигини ва уларга ҳеч қандай моддий ёрдам кўрсатмаётганлиги таъкидланмоқда. Ёки айтайлик, иш берувчи ҳам кунлик ишловчининг меҳнатидан қониқмаётганлиги сабабли унга нисбатан аниқ чора кўра олмайди. Бундай ҳолат кунлик меҳнатга чиқувчилар ва иш бурувчилар ўртасида турли низоларни келтиради. Шунинг учун кунлик меҳнат бозорини тарибга солиш ундаги ишчи кучлари меҳнатидан мамлакат равнақи йўлида унумли фойдаланиш мақсадида кунлик меҳнат бозорларида «Иш маркази» ташкил этилса, мақсадга мувофиқ бўлар эди. Кунлик меҳнат бозорида «Иш маркази» аввало, ёлланма ишчиларни ҳуқуқларини ҳимоя қилади, меҳнат хавфсизлигини иш берувчининг зиммасига юклайди. Шунингдек, яна бир қанча муҳим вазифаларни бажаради. Кунлик меҳнат бозорларида “Иш марказларини” ташкил этиш учун қуйидаги механизмларни амалга ошириш таклиф этилади:

Таклифлар

Биринчиси, кунлик меҳнат бозорида давлат хусусий шерикчилиги асосида “Иш марказини” ташкил этиш ва унда ёлланма ишчиларни жалб этиш лозим. Шу мақсадларда кунлик ёлланма ишчиларни фақат “Иш маркази” орқали иш излашларини ва унга мурожаат қилишларини, шунингдек иш беруви ҳам “Иш маркази” орқали ишчиларни жалб этишга ўргатиш бўйича, масалан, “Иш марказига” мурожаат қилинг!, “Иш маркази” сиз учун ташкил этилган!, “Иш маркази” ҳақида нималарни биласиз? каби мавзуларда илмий оммавий рисола, оммавий ахборот воситалар орқали уни тарғибот ва ташвиқот қилиш, ушбу масала юзасидан давра суҳбатларини ўтқазиш орқали кунлик даромад топиш истагида бўлганларни “Иш маркази” га жалб этиш мумкин;

Иккинчиси, кунлик меҳнат бозоридаги давлат хусусий шерикчилиги асосида ташкил этилган “Иш маркази” фаолиятини хуқуқий жиҳатдан мустаҳкамлаш. Бу борада “Иш маркази фаолияти” тўғрисида қонун ишлаб чиқиш. Ушбу қонун кунлик ёлланма ишчилар ва иш берувчиларни ҳуқуқларини ҳимоя қилади, мажбуриятларини белгилаб беради. Шунингдек, иш жараёнида

иш берувчи ва кунлик ишловчи ўртасида юзага келадиган турли хил низоли ҳолатларни, келишмовчиликларни адолатли ҳал этишда хизмат қилади.

Учинчиси, кунлик ёланма ишчиларни “Иш марказига” жалб этишнинг рағбатлантириш механизмини ишлаб чиқиш ва уни амалиётга жорий этиш. Бунинг учун “Иш маркази” орқали кунлик ишга жойлашиб даромад топаётган ишчиларни молиявий қўллаб-қувватлаш. Масалан, истеъмол кредитини олишда “Иш маркази” кафолат бериши, ёки айтайлик, фарзандларини ёзги дам олиш масканларига жойлаштиришга ёрдамлашиш каби ишлар амалга оширилса кунлик меҳнат бозорига чиқувчилар фақатгина “Иш маркази” орқали иш топишга интилади ва бу катта самара беради.

Тўртинчиси, кунлик ишчиларни кунлик топаётган даромадларидан мажбурий солиқ ундириш эмас балки, уларнинг ўз ихтиёрига қўйиб, кунлик топаётган даромадидан келгусида масалан айтайлик, ишга яроқсиз бўлган вақтларда ундан фойдаланиш учун пенсия жамғармасига ўзи истаган миқдорда маблағ қўйишини таъминлаш лозим. Бу эса кунлик ишловчиларни келгусида кимгадир боқиманда бўлмаслигига, ёки мажбурий тўловларни, жумладан коммунал тўловларини мунтазам тўланишига эришилади ва бу жамиятга, ўзига ҳам катта фойда беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. 1.Мухаммедов М.М., Исхакова С.А., Мардонов Б.Б. Қишлоқ хўжалиги: даромадлар ва моддий рағбатлантириш. Монография. «Зарафшон» нашриёти ДК, Самарқанд 2017.-144 б
2. М.М.Мухаммедов ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш сохаси ва туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари. Монография. «Зарафшон» нашриёти ДК, Самарқанд 2017.-300 б
3. Мардонов Б.Б. Шавқиев Э., ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини юксалтириш: муаммо ва ечимлар. Монография. «Fan va texnologiyalar» нашриёти Т.: 2019.-187 б.
4. Мухаммедов М.М., Исхакова С.А., Мардонов Б.Б. Аграр ислоҳотлар ва аҳоли бандлиги. Монография. «Иқтисодиёт» Тошкент, 2015.-204 б.
5. 5.Мардонов Б.Б., Мустафоев Ғ. Кунлик меҳнат бозори ҳолатини ўрганиш ва уни тартибга солиш. Рисола. СамДЧТИ нашр матбаа марказида чоп этилди. Самарқанд 2020.-45б

5-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТУВЧИ СУБЪЕКТЛАРНИНГ МОЛИЯВИЙ БАРҚАРОРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Ҳайдаров З. Ш. – СамИСИ “Банк иши кафедраси”

ЭЛЕКТРОН ПУЛ БОЗОРЛАРИ: РАҚАМЛИ, ВЕРТУАЛ ВА МОБИЛ ПУЛЛАР ВОСИТАСИДА ТЎЛОВЛАРНИ АМАЛГА ОШИРИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: Илмий тадқиқотда рақамли иқтисодиёт шароитида электрон пул бозорларида тўловларни амалга ошириш ва активларни бошқариш масалалари ўз аксини топган.

Аннотация: В научной исследовании отражены вопросы осуществления платежей и управления активами в электронном денежном рынке.

Abstract: The scientific study reflects the issues of making payments and asset management in the electronic money market.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, инновация, эмиссия, рақамли пул, виртуал карта, биткоин, криптовалюта.

Ключевые слова: цифровая экономика, инновация, эмиссия, цифровая валюта, виртуальная карта, биткойн, криптовалюта.

Keywords: digital economy, innovation, emission, digital cash, virtual card, bitcoin, cryptocurrency.

Рақамли иқтисодиёт шароитида электрон пул бозорлари активларини бошқариш масалалари долзарб бўлиб қолмоқда. Электрон пул бозори – бу номоддий кўринишга эга бўлган электрон пуллар, рақамли, виртуал ва мобил пуллар воситасида тўловларни амалга ошириш учун ташкил этилган махсус марказдир.

Рақамли пуллар (digital cash) электрон пулларнинг кенг тарқалиб бораётган тури ҳисобланади. Рақамли пуллар ҳам моддий кўринишга эга бўлган пуллар каби уникал рақам кетма-кетлигига эга бўлади. Шунингдек, электрон ташувчида жойлашган пуллар эгаси ҳақида маълумот олиш мумкин бўлса, рақамли пулларда эса анонимлик мавжуд, яъни пул эгаси ҳақида маълумот олиш имконияти йўқ ва улар кўп маротаба ишлатилиши мумкин. Демак, бу тизимда ички (рақамли) валюта мавжуд бўлиб, уни маълум валюта тизими иштирокчиларида нақдлаштириш мумкин. Рақамли пулларнинг жорий қилиниши электрон савдони янада ривожланишига сабаб бўлди.

Охирги йилларда молия бозорларида жадал суръатларда ривожланиб бораётган чакана электрон тўлов тизими воситаларидан бири “Виртуал карталар”дир. Виртуал карта – бу махсус банк картаси бўлиб, у интернет орқали тўловларни амалга ошириш учун фойдаланиладиган воситадир. У моддий кўринишга эга эмас ва унга интернет орқали савдо қилиш учун зарур бўлган фойдаланувчи маълумотлари киритилган бўлади.

Одатда, виртуал карталар реквизитларига қуйидагилар киради:

1. Карта рақами (ПАН).
2. Амал қилиш муддати (ой ва йил).
3. Хавфсизлик коди (SVV2/SVS2).
4. Карта эгасининг исм-шарифи (виртуал карталарда кўрсатилмаган бўлиши ҳам мумкин).

Виртуал пуллар ўз келиб чиқишига кўра махсус йўналишга эга бўлган онлайн инструментдир. Ушбу карталарнинг бошқа карточкалардан аҳамиятли томони шундаки, бу карталар орқали ҳориж интернет-магазинларида савдо қилиш имконияти кенгроқ ва энг асосийси, "виртуал карта" бу банк ҳисобрақами ва физик картаси бўлмаган қатнашчилар учун қулай воситадир.

Виртуал карталарнинг ҳусусиятлари қуйидагилар бўлиши мумкин: универсаллик, картани олишнинг қулайлиги, хавфсизлик ва анонимлик.

Виртуал карталарнинг универсаллиги. Банк пластик карточкалари, шу жумладан виртуал карталар, бутун дунёда интернет-магазин орқали ҳаридни амалга оширишда қулай тўлов воситасидир. У нобанк тўлов тизимидан (рақамли пуллардан) фарқ қилади. Ушбу тизимдан фойдаланиш учун картага пул маблағларини ўтказиш талаб этилади.

Виртуал карталарни олишнинг қулайлиги. Виртуал карталарни банкка ташриф буюрмасдан интернет ёки мобил алоқа иловаси орқали олиш, шунингдек физик кўринишга эга бўлмаган картани кечиктирилмаган ҳолда бир мурожаатнинг ўзида йўқотиш мумкин.

Виртуал карталарнинг хавфсизлиги. Виртуал карталардан фойдаланиш жараёнида интернет орқали ўғирлик қилиш ва маълумотларни олиш риски жуда кичик, чунки виртуал карталар одатда бир марталик тўловни амалга ошириш учун етарли бўлган суммага очилади.

Виртуал карталарнинг анонимлиги. Виртуал карталар дебитли ёки олдиндан тўланган бўлиши мумкин. Олдиндан тўланган карталар банк ҳисобрақами очиш учун банкка мурожаат қилишни талаб этмайди. Шу сабабли виртуал карталар эгасининг исми-шарифи картанинг асосий реквизити ҳисобланмайди.

Мобил пуллар – мобил телефон воситаси орқали ихтиёрий киритилган ва тугатилган молиявий транзакциялардир. Мобил пуллар орқали таклиф этиладиган хизматлар турли шаклларда бўлиши мумкин: мобил тўлов, мобил банкинг, мобил ўтказмалар. Мобил пуллар (тўловлар) мобил тижорат учун мўлжалланган восита ҳисобланади.

Мобил е-банкинг – банк карталари ёки ҳисобрақамларни планшет, смартфонлар орқали бошқариш ҳисобланади ва у онлайн тизимида ишлайди ва барча турдаги молиявий ҳужжатлар билан ишлаш имконини беради. е-банкинг 24 соат давомида тезкор ва мижозларнинг электрон банкинг хизматлар инспекторидан тўлиқ функцияда фойдаланишни таъминлайди. Ушбу хизмат турининг таркибида яна бир нечта номлар билан қайд этиладиган, айрим чекланган имкониятларгагина эга бўлган бошқа банк хизматлари ҳам мавжуд. Масалан, Жава-банкинг, СТС-банкинг, Пхонс-банкинг ва бошқалар. Бундай

тизимларнинг ривожланишида электрон тижоратнинг аҳамияти катта. Унинг йилдан-йилга ривожланиши янгидан-янги чакана тўлов тизимларининг жорий этилишига замин яратмоқда.

Банкинг-оффлайн тизимида банк карталари ҳамда ҳисобрақамларни бошқариш хизмати барча турдаги молиявий ҳужжатлар билан ишлаш имконини беради. Бу банк-мижоз хизматининг эволюцион ривожланиши натижаси ҳисобланади. Электрон рақамли имзо шифрлаш механизмига эга банк сервери билан боғланган ҳолда мижозлик компонентларини автоматик янгилашни таъминлайди, жамоа бўлиб ишлаш имконини яратади ҳамда бухгалтерия дастурлари билан ўзаро алоқада ишлаш имкониятига эга.

“Банкинг” тизимининг “йирик мижозлар учун” ҳамда “нозик мижозлар учун” тизимлари мавжуд. Охирги йилларда банклар чакана хизматларининг “нозик мижозлар учун” шаклини афзал кўрмоқдалар, чунки интернет-банкингда мижозлар ҳар қандай интернет тармоғига уланган компьютер ёрдамида махсус дастурий таъминот ўрнатмасдан туриб ҳам ишлаш имкониятига эга бўладилар. Техника воситаларидан, ахборот технологияларидан ва ахборот тизимлари хизматларидан фойдаланган ҳолда электрон тўлов ҳужжатлари воситасида “нақд пулсиз ҳисоб-китобларни амалга ошириш” электрон тўловдир.

Электрон чўнтакни тўлдириш ва улардан пул ечиш қуйидаги усуллар билан амалга оширилиши мумкин:

1. Тижорат банкларида нақд пул билан.
2. Банк карталари (Виза карт, Мастер карт, Узкарт, Хумокарт) ёрдамида.
3. Почта орқали.
4. Интернет-банкинг ёрдамида.
5. Пул ўтказмалар тизимлари ёрдамида.
6. Мобил алоқа ёрдамида.

Жамиятимизда мавжуд пуллардан тез ва қулай фойдаланишга бўлган эҳтиёж ошиб бориши билан, пулнинг эволюцион ривожланишидаги инновацион кўриниши, электрон пуллар вужудга келди.

Электрон пуллар – муомалада бўлган миллий бирликдаги пуллар ёки нодавлат хусусий (шахсий) пул ва унга тенглаштирилган бирликлардир. Электрон пуллардан фойдаланиш ва уларни тартибга олишда мамлакатнинг Марказий Банки томонидан белгиланган ва қабул қилинган тартиб-қоидаларга ёки нодавлат тўлов тизимлари қоидаларига амал қилинади.

Дунё пул бозорида, янги электрон пуллар, виртуал пуллар назарияси пайдо бўлганидан сўнг, кўпчилик олимлар ушбу назарияни тўлақонли маъқуллашмаган. Электрон пуллар консепциясини ўрганиш натижасида, бугунги тадқиқотларимизнинг асосий объекти сифатида эътиборимизни “Биткоин” виртуал пуллар назариясини ўрганишга қаратдик. “Биткоин”ни ҳам пулнинг бир эволюцион кўриниши дейиш мумкин.

1998 йилда биринчи марта “B-money” ҳақидаги илмий изланишини ёзган Ви Дей (Wei Dai) ҳам ушбу пул турини келажакда қандай машҳурликка

эришишини тасаввур ҳам қилмаган бўлса керак. Кейинчалик, 2000 йиллар бошида ўз изланишларини (шахсий веб-блоги ёрдамида) оммага тақдим қилиш орқали олиб борган Ник Сабо (Nick Szabo), ўзининг Битголд (Bitgold) ғояси орқали криптовалюта атамасини кенг тарғиб эта бошлади. Лекин унинг изланишлари 2000 йил ўрталарига келиб номаълум сабабларга кўра тўхтаб қолади ва шунга қарамасдан 2008 йилда Япониялик тадқиқотчи Сатоши Накамото ўзининг "Биткоин" ҳақидаги тадқиқот қоғозини янги очган веб-сайти www.bitcoin.org орқали чоп этади ва шу йилнинг ноябр ойидан бошлаб, уни кенг ривожлантиришга киришади. Бунинг натижаси ўлароқ, 2009 йилнинг январ ойида Биткоиннинг биринчи Бета версияси (илк шакли) тайёр бўлади ва биринчи биткоинлар эмиссияси бошланади.

"Биткоин" (BitCoin) – бу пиринг (икки алоқа қатнашчилари орасида воситачисиз боғланиш), умуман олганда Биткоинлар ("биткоин" кичик ҳарфда ёзилганда танга ёки биткоин бирлиги тушунилади) деб номланувчи виртуал валюта тизимидир. Унинг тўлиқ таърифи ҳозирча мунозарали бўлиб қолмоқда, масалан, айрим мутахассислар уни "рақамли валюта" деб характерлаган бўлса, расмий ҳужжатларда, асосан Жаҳон банки ёки Европа Марказий банки томонидан "виртуал валюта" деб изоҳланади. Шу билан бирга АҚШ Молия вазирлиги қошидаги ФинСен (FinCen) ташкилоти биткоинни "марказлашмаган виртуал валюта" сифатида таснифлайди.

Шунингдек, Биткоин криптографиянинг криптовалюталар эмиссион жараёнини ва унинг ҳисоб-китобларини ассиметрик рақамлашга, proof-of-work (ҳолатнинг бажарилганлигини исботлаш усули) ёки proof-of-stake (ҳолатни тасдиқлаш) сингари крипто ҳимоялашга асосланган тоифасига ҳам киради.

Биткоинни марказий бошқарув ёки назоратга эга бўлмаган, криптографик электрон рақамли валюта сифатида кўришимиз мумкин. У яратилмасидан олдин ҳам кўплаб виртуал валюталар амалиётда қўлланилган ва қўлланилиб келинмоқда. Уларга мисол қилиб, e-Gold, WebMoney, Ripple, LiteCoin ва бошқаларни келтиришимиз мумкин. Лекин Биткоинниг марказлашмаганлиги, ундаги тўловларнинг анонимлиги, биткоин бирлиги эмиссиясининг чегараланганлиги (21 миллион бирликдан ортиқ биткоинни эмиссия қилиш мумкин эмас) ва ҳеч қандай ташкилот ёки давлат томонидан бошқарилмаслиги каби сифатлари бирлашиб, уни ривожланган интернет криптовалюталари орасида алоҳида ажралиб туришига ёрдам беради. Бу ноанъанавий валютанинг ривожланиши натижасида қуйидаги масалалар ҳал этилади:

- трансфер қилишнинг осонлиги;
- ҳимоя қилишнинг соддалиги;
- ҳақиқийлигига текширишнинг қулайлиги ва осонлиги;
- бўлаклашнинг қулайлиги (ҳар бир бирлик биткоинни 0,00000001 гача бўлаклаш мумкин).

Шу билан бирга, одатдаги нақд қоғоз (фиат) пуллардан фарқи ва устунликлари:

1. Таъминлашнинг чекланганлиги, яъни пул эмиссияси маълум бир нуқтагача чегараланган бўлиб, уни ҳеч ким хоҳлаганча эмиссия қила олмайди.

2. Марказий бошқарув органи томонидан назорат ўрнатилмаганлиги.

3. Қарз мажбуриятига асосланмаганлиги, яъни транзакция амалга оширилганда эмитентнинг харидор олдидаги мажбурияти сақланиб қолмаслиги ва бошқалар.

Биткоиннинг одатий электрон пуллардан фарқли жиҳатлари:

- музлатиб бўлмаслиги;
- трансферларнинг тезлиги;
- трансфер баҳоларининг арзонлиги.

Бир бирлик биткоин нархининг тартибсиз ўзгариши унинг эмиссион ҳолатига ҳам бевосита таъсир кўрсатган. 2009-2016 йиллар оралиғида биткоинлар эмиссион ҳолатининг доимий ўзгарганлигини, яъни биткоинлар эмиссиясининг умумий қиймати 4333,3 бирликдан то 15 миллион бирликкача кўпайганини кўришимиз мумкин.

2010-2016 йиларда дунё молия бозорида талаб ва таклиф қонунлари асосида биткоинларнинг электрон биржаларда шаклланган умумий капитализация қийматининг кескин ўсишини кузатиш мумкин, яъни 2010 йилнинг 17 июл ҳолатида 295941,8 АҚШ долларини ташкил этган бўлса, 2016 йил 1 январ ҳолатида биткоиннинг капитализация даражаси 6,5 миллиард АҚШ долларидан ошиб кетган. Бу эса унинг дунё молия бозорида ўз ўрни борлигини англатмоқда.

Бугунги кунда бир бирлик биткоиннинг нархи ўртача 700-750 АҚШ доллари миқдорида бўлса ҳам, мутахассисларнинг турли хил ижобий ва салбий фикр ва қарашларига сабаб бўлмоқда. Масалан, баъзилари келажакни белгилаб берувчи кашфиёт дейишса, бошқалари ҳали етилмаган оддий иқтисодий ва молиявий консепция деб қараб, биткоинни танқидга олишмоқда.

Таклиф ва тавсиялар. Ҳамма нарсанинг ўз салбий томонлари бўлгани каби биткоин ҳам камчиликлардан холи эмас. Булардан бири, балки энг кўзга кўрингани унинг таъминланмаганлигидадир. Биткоин бир ўзи ҳеч қандай қийматга эга эмас, унинг қиймати ва барқарорлигини таъминлаш ва нобарқарорлигини олдини олишнинг ягона йўли бу уни оммалаштириш деб ўйлаймиз.

Умуман олганда, Биткоин пул эволюцион ривожланишининг инновацион кўринишидир. Электрон пулларнинг уларга тенглаштирилган нодавлат хусусий (шахсий) бирликлари бўлган биткоинлар тўловларни амалга оширишда муҳим ўринга эга.

Рақамли иқтисодиёт шароитида электрон тўлов тизимларининг ривожланиши банк-мижоз хизматининг эволюцион ривожланиши натижаси ҳисобланади ва электрон пул бозорининг ривожланишига замин яратади.

СамДУ Тармоқлар иқтисодиёти
кафедраси ассистенти Ш.С.Шарифов
СамДУ 1-курс магистрантлари
Парсаев Акрам Азамович
Элмуродова Хулкар Каршиевна

КОРОНАВИРУС ПАНДЕМИЯСИ ЎЗБЕКИСТОННИНГ ИНВЕСТИЦИОН МУҲИТИГА ҚАЙ ДАРАЖАДА ТАЪСИР КЎРСАТДИ?

Коронавирус пандемияси шароитида бутун дунёда бўлгани каби Ўзбекистон иқтисодиёти учун ҳам синовларга бой бўлди. Инсон саломатлигини сақлаш мақсадида ҳукуматлар томонидан турли чекловларни қўллаш зарурати туғилди. Демак, ҳукумат олдида инсон саломатлигини асраб қолиш билан бирга иқтисодий барқарорликка эришиш каби муаммоларга ечим топиш мажбуриятини юклади. Хўш, пандемия Ўзбекистон иқтисодиётига, хусусан, инвестиция муҳитига қандай таъсир кўрсатди, қандай чора тадбирлар амалга оширилди? Мазкур тезисда Ўз олдига улкан иқтисодий ислоҳотларни мақсад қилиб қўйган Ўзбекистоннинг инвестицион жозибадорлигига пандемиянинг қай даражада таъсир кўрсатганлиги ҳамда унинг сабаблари ўрганилган.

Ўзбекистон 2020 йилда коронавирус пандемияси даврида халқаро молия институтларидан маблағларни фаол жалб қилишни давом эттирди.

Давлат статистика қўмитаси расмий веб саҳифасидан олинган маълумотларга кўра, Ўзбекистонда 2020 йилда 2019 йилга нисбатан инвестицион фаоллик секинлашди ҳамда 91.8 % пунктга пасайди. Жумладан, 2020 йилда барча молиялаштириш манбалари ҳисобидан доллар эквивалентида 20.1 млрд АҚШ долл. ўзлаштирилган бўлса, 2019 йилда 21.5 млрд АҚШ долл. миқдорида маблағ ўзлаштирилди. Бироқ, шуни алоҳида қайд этиш лозимки, 2018 йилда 13.3 млрд. АҚШ доллари эквивалентида асосий капиталга инвестициялар ўзлаштирилган бўлиб, мазкур кўрсаткич 2019 ва 2020 йилларга нисбатан мос равишда 18.1 % ва 33.9 % га ошган бўлса, 2018 йилга нисбатан, яъни келгуси икки йилда жами 43.8 % га ўсганлигини кўришимиз мумкин. Бундан кўриниб турибдики, Ўзбекистонда инвестицион фаоллик тенденцияси пандемия вужудга келтирган шарт–шароитларга қарамасдан нафақат сақланиб қолди, балки ўсишга ҳам эришди.

Мутахассисларининг фикрича, мамлакатнинг инвестицион жозибадорлигини сақлаб қолиш учун ички ресурсларни фаоллаштириш, эркин иқтисодий зоналарни ривожлантириш, ҳудудларда кластерлар яратиш, капитални қайта инвестициялаш ва бошқа тадбирларни қамраб оладиган инвестицияларни жалб қилишнинг комплекс концепциясини ишлаб чиқиш керак. [1]

Шунингдек, ривожланган давлатларнинг тажрибаларига кўра, молиявий ўсиш моделида инвестицияларнинг ўзлаштириш манбалари инвестицион фаолиятни ўрганишнинг асосий муаммоларидан бири ҳисобланади. Шундай экан инвестициялар таркибий қисмлари бўйича таҳлил қилинадиган бўлса,

ўтган йилларга нисбатан марказлашган ва марказлашмаган инвестициялар бўйича ўсиш тенденциялари кузатилган. Жумладан, 2019 йилда жами асосий капиталга ўзлаштирилган инвестициялар **190.0 трлн. сўмни** ташкил этган бўлса, 2020 йилда ушбу кўрсаткич **202.0 трлн. сўмни** ташкил этган. Худди шундай тарзда марказлашган ва марказлашмаган инвестициялар бўйича ўсиш пандемияга қарамасдан барқарор ўсишда давом этган. Сўнги уч йилда марказлашмаган инвестицияларнинг асосий капиталга ўзлаштирилган инвестицияларга нисбати мос равишда **68 %дан 81 %гача** кўтарилганлиги мамлакат ҳудудида қулай инвестицион муҳит шаклланганлигини кўрсатади.

Мос равишда, марказлашмаган молиялаштириш манбалари ҳисобидан **163,0 трлн. сўм** ёки жами ҳажмдан **80,5 %** инвестициялар ўзлаштирилган бўлиб, бу кўрсаткич 2019 йилга нисбатан **8,0 %** пунктга кўпайди.

Бироқ, тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ҳисобидан молиялаштирилган инвестициялар 2019 йилга нисбатан **32,7 % га** камайган. Бунинг асосий сабаби мамлакат ҳудудида геологик қидирув ишларини олиб бориш, конларни қайта ишлаш ва углеводород қазиб чиқариш каби йирик инвестиция лойиҳалари бўйича ўзлаштирилган инвестицияларнинг камайиши натижасида юзага келган.

Ушбу кўрсаткичлар давлат статистика қўмитаси томонидан тақдим этилган маълумотлар асосида қуйидаги жадвал кўринишига эга бўлди. Жадвалда рақамлар бутун сонлар сифатида, соддалаштирилган тартибда ифода этилган.

Ўзбекистон республикасида 2018-2020 йилларда асосий капиталга ўзлаштирилган инвестициялар тўғрисида маълумот

трлн. сўм

Йил	**Жами асосий капиталга инвестиция**	**Марказлашган инвестициялар**		**Марказлашмаган инвестициялар**		**Асосий капиталга инвестицияларнинг ЯИМга нисбати**
		суммаси	**жами асосий капиталга инвестиция нисбати, фоизда %**	**Суммаси**	**жами асосий капиталга инвестиция нисбати, фоизда %**	
2018 й	107	34	32%	73	68%	31%
2019 й	190	51	27%	139	73%	38%
2020 й	202	39	20%	163	81%	35%

Юқорида келтирилган рақамлар Ўзбекистонда 2020 йилда коронавирус пандемиясига қарамасдан инвестицион фаоллик кузатилганлигини ифодалайди. Республика раҳбарияти томонидан ўз вақтида қабул қилинган қарорлар марказлашмаган инвестицияларнинг жами ҳажмга нисбатини ошишига асосий омил сифатида хизмат қилганлигини таъкидлаш лозим. Жумладан, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни пандемия шароитида қўллаб-қувватлаш бўйича Президентнинг 2020 йил 19 мартдаги ПФ-5969-сонли ҳамда 2020 йил 18 майдаги ПФ-5996-сонли фармонлари асосида кичик корхона ҳамда микрофирмаларга имтиёз ва преференциялар берилди. Мисол учун, фармонда ягона ижтимоий солиқ бўйича тақдим этилган солиқ имтиёзлари мамлакатда кичик бизнес доирасида мавжуд иш ўринлари сақлабниб қолинишига асосий омил бўлиб хизмат қилди.

Қолаверса, хорижий инвестицияларнинг 2020 йилда 2019 йилга нисбатан кескин тушиб кетиши, соҳа масъулларнинг йирик инвестицион лойиҳаларни жалб қилишда янада кўпроқ иш олиб бориши далзарб эканлигини англатмоқда. Чунки рақамлардан кўриниб турибдики, йирик лойиҳалар мамлакат иқтисодий фаровонлигининг асосий омиллардан ҳисобланади.

Демак, хулоса сифатида таъкидлаш лозимки, Ўзбекистонда инвестицион жозибадорликни янада яхшилаш учун вужудга келган муаммолар бўйича ўз вақтида тўғри ва аниқ қарорлар қабул қилиниши инвестицион жозибадорликни пандемия шароитида яхшиланишига асосий омил бўлиб хизмат қилди. Лекин пандемия таъсири маълум даражада ўз таъсирини кўрсатди. Рақамлардан кўриш мумкинки, инвестицияларнинг жами улушида марказлашмаган инвестициялар улушининг йилдан йилга усиб бориши мамлакатда тўғри инвестицион сиёсат йўлга қўйилган деган фикрга келиш мумкин. Бу эса ўз навбатида, Ўзбекистонга инвестицион оқимнинг кириб келиши ҳали узоқ давом этажагини англатади…

Фойдаланилган манбаалар

1. https://invest.gov.uz/uz/mediacenter/news/discussion-on-the-impact-of-the-covid-19-pandemic-on-foreign-direct-investment-with-the-berlin-economic-research-group/.
2. https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2020/07/05/834008-covid-investitsii.
3. https://stat.uz/uz/?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=176&id=319&Itemid=1000000000000
4. https://stat.uz/uz/?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=180&id=390&Itemid=1000000000000
5. https://stat.uz/uz/?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=319&id=1385&Itemid=1000000000000
6. www.lex.uz

Каланова Мохигул Бахритдиновна - Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти стажёр тадқиқотчиси

МАМЛАКАТИМИЗДАГИ УМУМИЙ ОВҚАТЛАНИШ КОРХОНАЛАРИ ФАОЛИЯТИДА ОЗИҚ-ОВҚАТ МАҲСУЛОТЛАРИ НАРХЛАРИНИНГ ТАЪСИРИ

Аннотация. Ушбу мақолада аҳолининг умумий овқатланиш корхоналарида кўрсатиладиган хизматлар соҳалари ва якка тартибдаги тадбиркорлар фаолиятига қизиқишларига алоҳида урғу берилган. Шунинг билан биргаликда, аҳолини янги иш ўринлари билан таъминлашнинг инновацион шаклларини оммалаштириш ҳамда шарт-шароитларни яратиш мумкинлигига эътибор қаратилган.

Калит сўзлар: умумий овқатланиш корхоналари, инвестиция, озиқ-овқат маҳсулотлари, нархларининг ўсиши.

Аннотация. В статье подчеркивается заинтересованность населения в услугах, оказываемых на предприятиях общественного питания, и деятельности индивидуальных предпринимателей. При этом уделяется внимание возможности популяризации инновационных форм создания новых рабочих мест и создания условий.

Ключевые слова: общественное питание, инвестиции, питание, рост цен.

Annotation. The article emphasizes the interest of the population in the services provided at public catering enterprises and in the activities of individual entrepreneurs. At the same time, attention is paid to the possibility of popularizing innovative forms of creating new jobs and creating conditions.

Key words: public catering, investments, food, price increases.

Жаҳондаги каби мамлакатимизда ҳам инновацион иқтисодиётга мос меҳнат бозорининг инновацион ривожланиш жараёни шаклланиб бормоқда. Мазкур жараён меҳнат бозорида иш билан инновацион бандлик шакллар ва турларини жорий этишнинг ижтимоий-иқтисодий, институционал асосларини такомиллаштириш ва рағбатлантиришнинг ўзига хос механизмини шакллантиришни зарурат этмоқда. Инновацион йўналишда меҳнат бозорининг ривожланиш стратегияси замонавий ижтимоий-иқтисодий ҳодисаларни назарий, услубий ва амалий жиҳатдан таҳлил этиш ҳамда тизимлаштиришни, иш билан бандликни тартибга солиш тизимидан, унинг анъанавий йўналишларининг сифат кўрсаткичларини ўзгартиришни назарда тутувчи янги талабларни белгилайди. Шунга кўра, рақамли иқтисодиётга ўтиш шароитида Ўзбекистонда меҳнат бозорининг ривожланишининг ҳудудий хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, иш билан бандликнинг замонавий шакллари ва турларини жорий этиш ҳамда уларнинг институционал асосларини такомиллаштириш алоҳида аҳамиятга эга.

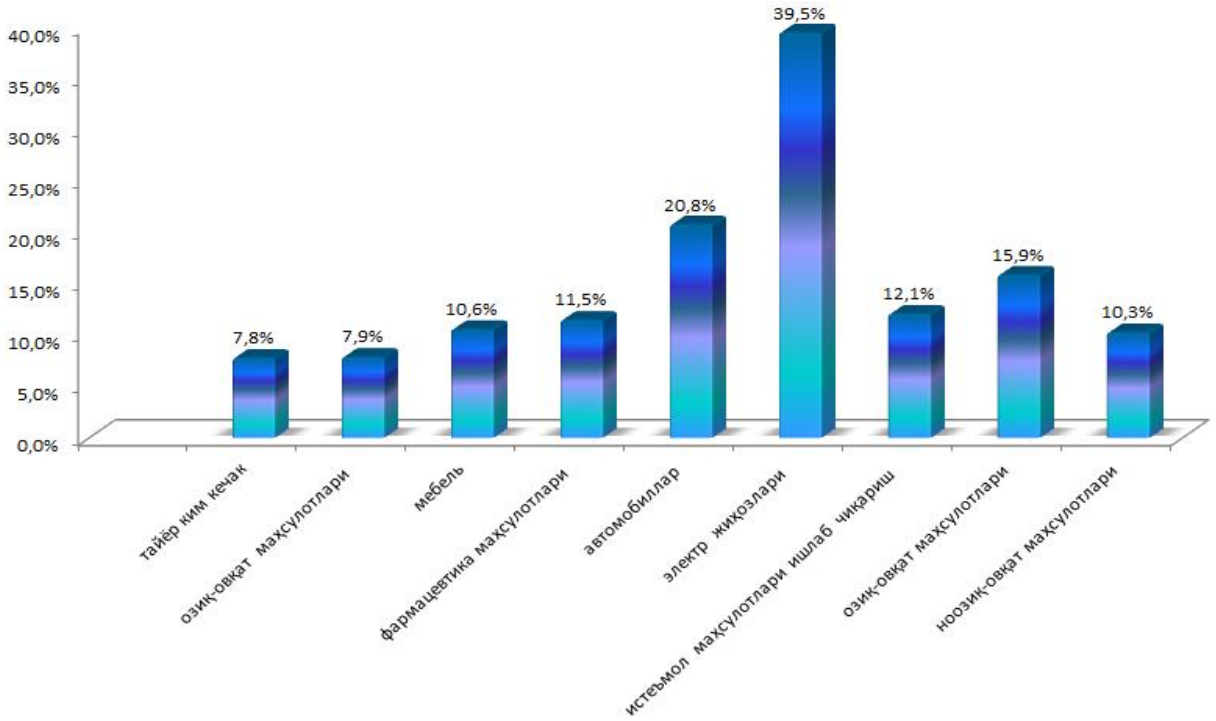
Мамлакатимизда аҳолини иш ўринлари билан таъминлашнинг инновацион шаклларини оммалаштириш ҳамда шарт-шароитларни яратиш муҳим аҳамият касб этади. Ривожланган мамлакатлар тажрибасини ўрганган

ҳолда таъкидлашимиз мумкинки, аҳолини иш ўринлари билан таъминлашнинг замонавий ҳамда истиқболли шаклларидан бири – бу масофавий иш билан бандлик ҳисобланади. Уй меҳнатининг асосий устунлиги, унинг мослашувчанлигидадир. Ходимлар корхона жойлашувидан қатъий назар ўзаро келишув асосида меҳнат фаолиятини масофавий тарзда ташкил этишлари мумкин.

Аҳолининг умумий овқатланиш корхоналарида кўрсатиладиган хизматлар соҳалари ва якка тартибдаги тадбиркорлар фаолияти (ресторан, бар, кафе, ошхоналар)га қизиқиши аста-секин ортиб борди. Чунки улар томонидан амалга оширилаётган хизматлар сони ва сифати давлат корхоналаридан анча юқори эди.

2018 йилда иқтисодий ўсишнинг муҳим драйвери бўлиб хизмат қилган иқтисодиётдаги инвестицион ва истеъмол талаби ошиши тенденциялари ҳисобот йилида ҳам давом этди. Бунда 2019 йилда инвестиция мақсадларига хорижий кредитлар ва инвестициялар, бюджет маблағлари ҳамда банк кредитлари ҳисобидан янада кўпроқ маблағларнинг йўналтирилиши, фаол солиқ-бюджет сиёсати юритилиши ҳамда аҳоли реал даромадларининг юқори суръатда ўсишда давом этиши натижасида ички талаб ҳажми 2018 йилдагига нисбатан янада жадалроқ ўсди. Хусусан, 2019 йилда республикамиз иқтисодиётида барча молиялаштириш манбалари ҳисобидан ўзлаштирилган инвестициялар ҳажми 189,9 трлн. сўмни ташкил этган ҳолда, 2018 йилга нисбатан реал ҳисобда 33,9 фоизга (2018 йилдаги ўсиш 29,9 фоиз) кўпайди. Асосий капиталга йўналтирилган инвестицияларнинг ЯИМга нисбати 2018 йилдаги 30,6 фоиздан 37,1 фоиз-гача ошди ҳамда мазкур кўрсаткич кўплаб ривожланаётган мамлакатлар, шу жумладан, МДҲ давлатларидаги кўрсаткичлардан анча юқори даражада шаклланди.

2019 йилда қайта ишлаш саноатида ишлаб чиқариш ўсиш суръати 7,9 фоиздан 9,4 фоизгача тезлашган бўлиб, жумладан, тайёр кийим-кечак (2019 йилдаги ўсиш 6,2 фоиз), қоғоз ва ундан тайёрланган маҳсулотлар (7,8 фоиз), озиқ-овқат маҳсулотлари (7,9 фоиз), мебель (10,6 фоиз), фармацевтика маҳсулотлари (11,5 фоиз), автомобиллар (20,8 фоиз) ҳамда электр жиҳозлари (39,5 фоиз) ишлаб чиқариш ҳажмлари ўсиши жадаллашган. Хусусан, истеъмол маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмининг сезиларли даражада (12,1 фоизга) ошиши, шу жумладан, озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат истеъмол маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг мос равишда 15,9 ва 10,3 фоизга кўпайганлиги ички бозорда нархларнинг барқарорлашишида сезиларли омил бўлди.



1-расм. 2019 йилда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўсиш суръати

2019 йилда хизмат кўрсатиш соҳасида ўсиш суръати бирмунча пасайган бўлиб, бу ҳолат асосан савдо, яшаш ва овқатланиш хизматлари соҳасида ўсиш кўрсаткичининг 2018 йилдаги 5,4 фоиздан 5 фоизгача ҳамда ташиш, сақлаш, ахборот ва алоқа хизматлари соҳасида 6,9 фоиздан 5,6 фоизгача секинлашганлиги ҳисобига юз берди.

Ҳисобот йилида озиқ-овқат маҳсулотлари инфляциясида, 2018 йилдаги пасайиш тенденциясидан фарқли равишда яққол ўсувчи тренд куза-тилди. Хусусан, ҳисобот йилининг январь ойида озиқ-овқат маҳсулотлари нархларининг ўсиши, йиллик инфляция даражасининг 6,1 фоиз ташкил этган бўлса, август ойига келиб ушбу кўрсаткич 8,4 фоиз бандгача ошди. Бунда йил бошида озиқ-овқат маҳсулотлари нархларининг йиллик ҳисобдаги ўсиши 14,1 фоизни ташкил қилган бўлса, ушбу кўрсаткич йил якуни бўйича 18,6 фоизгача (2018 йилда 14,9 фоиз) кўтарилди.

Маҳсулотлар кесимида мева-сабзавотлар нархлари ўзгаришининг озиқ-овқат маҳсулотлари йиллик инфляциясига таъсири бирмунча пасайди. Озиқ-овқат маҳсулотлари инфляцияси (мева-сабзавотларни ҳисобга олмаганда) 19,6 фоизни ташкил этди ҳамда унинг бундай юқори шаклланиши асосан дон, ун ва унга боғлиқ маҳсулотлар нархларининг эркинлаштирилиши ҳамда ички бозорда озиқ-овқат маҳсулотлари нархларининг минтақадаги ўртача нархлар даражасига мослашиши билан изоҳланади. Бундан ташқари, жаҳон бозорида буғдой нархининг ошиши натижасида импорт қилинган ун ва буғдой нархларининг ўсиши қатор маҳсулотлар нархларининг ошишига таъсир кўрсатди. Хусусан, 2019 йилнинг I ярим йиллигида гўшт нархининг йиллик ўсиши сезиларли даражада секинлашиб, июнь ойида 13,1 фоизни ташкил этган бўлса, III чоракдан бошлаб нархлар ўсиш суръати жадаллашди ва декабрь ойида 23,4 фоизгача етди. Жойларда ўтказилган сўров

ва ўрганишлар, чорва учун озуқа нархининг юқори суръатларда ўсиши, ишлаб чиқариш базасининг ривожланмаганлиги ва ҳудудларда чорвачиликни ривожлантириш дастурлари доирасида чорва молларига талабнинг ўсиши, умумий овқатланиш – "ресторан бизнеси" соҳасининг жадал ривожланиши гўшт ва чорва моллари нархларининг ошишига таъсир қилувчи асосий омиллардан бўлганлигини кўрсатмоқда. Бунда қўшни давлатлардан чорва моллари импортининг кўпайиши ички бозорда гўшт нархи кескин ўсиб кетишининг олдини олишга хизмат қилди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Оборудование предприятий общественного питания: Тепловое оборудование. Учеб. пособие / М.П.Могильный, Т.В.Калашнова, А.Ю.Баласанян; Под ред. М.П.Могильного. – М.: Издательский центр "Академия", 2004. – 192 с.
2. Шарипов Т.С., Абдукаримов Б.А. Умумий овқатланиш: ҳолати, муаммо ва ечимлар. Монография. -Тошкент: Иқтисодиёт, 2011.
3. Қ.Ж.Мирзаев, З.И. Равшанов. Умумий овқатланиш хизматларини ташкил этишнинг муҳим хусусиятлари Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. № 3, май-июнь, 2017 йил.
4. Т.Худайшукуров, И.Х.Шукуров "Овқатланиш корхоналарида санитария ва гигиена". Олий ўқув юртлари учун Дарслик. Тошкент-2012 йил.

Гайбуллаев Рахим Муродович,
СамИСИ кафедра профессори, и.ф.д.

КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ МОЛИЯЛАШТИРИШ МАНБАЛАРИ БИЛАН ТАЪМИНЛАШ ШАРТ-ШАРОИТЛАРИ

Аннотация: *Мақолада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда инвестицияни молиялаштириш масалалари, тадбиркорликни молиявий қўллаб-қувватлаш тизими ва инвестицион фаоллигини ошириш, кичик бизнесни молиялаштириш манбаларидан бири сифатида банк кредитларини олишдаги мавжуд муаммолар ва улар ечимидаги ёндошишлар кўрсатиб ўтилган.*

Калит сўзлар: *кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик тузилмалари; инвестицион молиялаштириш; молиявий қўллаб-қувватлаш тизими; инвестицион фаоллик; банк кредитлари.*

Аннотация: *В статье освещены вопросы финансирования инвестиций в малый бизнес и частное предпринимательство, система финансовой поддержки предпринимательства и повышения инвестиционной активности, существующие проблемы при получении банковских кредитов как одного из источников финансирования малого бизнеса и подходы к их решению.*

Ключевые слова: *структуры малого бизнеса и частного предпринимательства; инвестиционное финансирование; система финансовой поддержки; инвестиционная деятельность; банковские кредиты.*

Annotation: *The article highlights the issues of investment financing in small business and private entrepreneurship, the system of financial support for entrepreneurship and increasing investment activity, the existing problems in obtaining bank loans as one of the sources of financing small business and approaches to solving them.*

Keywords: *small business and private entrepreneurship structures; investment financing; financial support system; investment activity; bank loans.*

Инвестицияни молиялаштириш манбаларининг тузилмаси асосан, мамлакатдаги иқтисодий сиёсат, қонунчилик (асосан солиқ қонунчилиги), инвестицияни жалб қилиш инфратузилмаси аҳволига боғлиқ бўлади. Таҳлиллар шуни кўрсатадики, тадбиркорлик тузилмалари инвестицион базасининг ривожланиши кўп жиҳатдан тадбиркорликни молиявий томондан қўллаб-қувватлашнинг давлат сиёсати ўтказилаётганлиги билан боғлиқдир. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёвнинг кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари учун янада кенг шарт-шароитлар яратиш, уларнинг эркин фаолиятини таъминлаш, инвестицион сиёсатни фаол олиб бориш иқтисодиётимиздаги барқарорликни, таркибий ва сифат ўзгаришларини белгиловчи муҳим омил бўлишига ва амалга ошаётган ислоҳотларни чуқурлаштиришга қаратилган Фармони [1] кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни устувор даражада ривожлантиришни мамлакат иқтисодий ҳаётида давр тақозасига айлантирди.

Бозор ислоҳатларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни модернизациялашга қаратилган ҳозирги босқичда корхоналар учун инвестицияни қайси манбалар ҳисобидан молиялаштириш устидан бош қотиришлари зарурияти пайдо бўлмоқда.

Тадбиркорлик субъектларида, хусусан хусусий корхоналарда ўз маблағларининг етишмовчилиги инвестициялашда кредитларга эҳтиёж уйғотади.

Капитал қўйилмаларни молиялаштириш учун кредит капиталини ишлатиш амалий жиҳатдан анча қийин кечади, чунки банклар кредитларни юқори фоиз миқдорида таклиф қиладилар. Юқори фоизли кредитлар барқарор ишлаётган корхоналарни оғир молиявий аҳволга солиб қўяди. Кредитларни расмийлаштиришдаги ортиқча молиявий харажатлар (кредит суммасидан муайян фоизда суғурта учун, нотариал расмийлаштириш учун тўланади) ҳам қўшимча юкдир. Банк бу расмийлаштиришларсиз ўз кредитини бермайди. Халқаро молия корпорацияси ўтказган сўровлар натижаларига кўра, банклардаги расмиятчилик энг асосий муаммо бўлиб қолаётганлигини 35% респондентлар тасдиқлаган [2]. Шу сабаб, тижорат банклари томонидан берилаётган кредитларнинг инвестициядаги улуши анча камдир ва йилдан-йилга бу даражанинг ўзгаришида сезиларли силжиш кузатилмаяпди.

Ҳамма кредитлар асосий фондлар гарови остида берилади, уларнинг мавжудлиги эса чегаралангандир. Шунинг учун, қарз маблағлари қисқа муддатли кредитлар кўринишида асосан айланма маблағларни тўлдириш ёки савдо-воситачилик операцияларида фойдаланилади.

Кичик тадбиркорликда иннвестицияни молиялаштириш манбаларидан бири сифатида банк кредитларини олишда тижорат банкларининг лойиҳаларга ишончли кафилликсиз кредит беришни истамасликлари муаммолари унинг ривожланишида ва рақобатдошлигини таъминлашда тўсиқ бўлиб қолмоқда. Ваҳоланки, кичик бизнесни банклар томонидан бу масалада рағбатлантирилиши шубҳасиз, юқори самарали бозор иқтисодиётига ўтишнинг амалий шарт-шароити бўлиб ҳисобланади. Кичик корхоналарда кредитлар олиш учун зарурий гаров имкониятларининг йўқлиги, кафолат тизими ва лизинг механизмини яхши йўлга қўйилмаганлиги бозор стратегияси одимларига ўз таъсирини ўтказмай қолмайди.

Шундан хулоса қилишимиз мумкинки, тадбиркорликни ривожланишига тўсиқ бўлаётган бош сабаблардан бири - энг аввало, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий қўллаб-қувватлаш тизими бозор ислоҳатларини чуқурлаштиришнинг устувор йўналишида сусткашлик қилаётганлигидир. Ваҳоланки, Германияда кичик ва ўрта компанияларни ривожланишида қўллаб-қувватлаш ва кўмак кўрсатиш мақсадида уларни молиялаштириш имкониятларини кенгайтирадиган хусусий банклар давлат томонидан рағбатлантирилади. Бу мамлакатда 2 млн. кичик ва ўрта фирмалар ишлаб чиқарган маҳсулотлар ЯИМнинг 50%ини ташкил этади. Бу фирмалар йирик корхоналар билан ишлаб чиқаришни бошқариш ва янги техника ва технологияларни татбиқ этишда рақобатлашмоқдалар [3]. Молия-кредит тизимининг фаол ҳаракати эса кичик ва хусусий бизнесга барқарор ишлаётган корхоналар билан муаффақиятли рақобатга киришга имкон берар эди. Кичик ва хусусий бизнесда бошланғич капитални шакллантириш учун молиявий ресурслар тақчиллиги уларнинг инвестицион фаоллигини чегаралаб турибди ва афзал даражада воситачилик соҳасининг ривожланишига сабаб бўлмоқда.

Шу ўринда таъкидлаш жоизки, кичик тадбиркорликни ривожлантиришда давлат кўмагининг бир кўриниши сифатида инвестицион фаолликни ошириш манбаларидан бўлган кредит маблағлари билан таъминлаш шарт-шароитларини яратиш ва бу ишлар рағбатлантирилиши зарур.

Бу борада қатор тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир ва улар жумласига, фикримизча, қуйидагилар киради:

- кичик ва хусусий бизнесни ривожлантириш учун бошланғич капитални имтиёзли кредитлар асосида шакллантириш;
- кичик корхоналарни молиялаштириш учун турли хил манбалардан маблағларни жалб эттиришнинг илғор тузилмаларини шакллантириш;
- кичик ва хусусий бизнес корхоналарига кредитлар беришни суғурта қилиш махсус тузилмаларини ташкил этиш;

- кичик ва хусусий бизнес субъектлари лойиҳалари остида кредит берувчи молия-кредит муассасаларига кафиллик берувчи кафолат фондларини яратиш;
- - кредит олиш ва уни қоплаш билан боғлиқ харажатларни таннарх таркибига киритиш билан кичик корхоналарга имтиёзлар бериш мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Тадбиркорлик фаолиятини жадал ривожлантиришни таъминлашга, хусусий мулкни ҳар тамонлама ҳимоя қилишга ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги Фармони –Т.: 2016 йил 5 октябрь, ПФ-4848-сон.
2. Деловая среда в Узбекистане глазами представителей малого и среднего бизнеса. Отчет. - Международная финансовая корпорация., 2003г.,-160с.
3. Попонова Н.Г., Павлюченко В.П. О налогообложении предприятий в ФРГ.//Финансовая газета. -1998. №14(4). с.5.
4. Гайбуллаев Р.М. Тадбиркорликни ривожлантириш муаммолари. Ташкент: Фан, 2004. 193 бет.

СамДУ ўқитувчиси PhD. Шарифов Ш.С.
СамДУ талабаси Умурзоқов Ш.А.

МАМЛАКАТИМИЗ ИҚТИСОДИЁТИГА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ ЖАЛБ ҚИЛИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Инвестициялар иқтисодиётни модернизациялаш, техник ва технологик янгилашда, унинг таркибий тузилишини тубдан ўзгартириш ва диверсификация қилишда, юқори барқарор ва мутаносиб иқтисодий ўсишни таъминлашда муҳим аҳамият касб этмоқда. Мамлакатимизда инвестиция сиёсати доирасида қуйидаги чора-тадбирлар амалга оширилмоқда:

- саноат корхоналарини барпо этиш жараёнларини тезлаштириш;
- саноат объектлари қурилишини молиялаштиришда хусусий капитал иштирокини рағбатлантириш;
- қишлоқ хўжалигида суғориладиган ерларнинг мелиоратив ҳолатини яхшилаш, тармоқда таркибий ўзгартиришларни амалга ошириш, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик жиҳозлаш;
- ижтитмоий инфратузилма соҳаларини, транспорт-коммуникация тизимини янада ривожлантириш, реконструкция қилиш, қишлоқ жойларида намунали лойиҳалар асосида уй-жойлар қуриш;
- иқтисодиёт субъектларининг эркин фаолият юритишига имкон яратиш;

- инвестициявий фаолиятга тааллуқли ахборот ва маълумотлар олишни янада эркинлаштириш;
- саноат корхоналари фаолиятини баҳолаш.

Ўзбекистонда фаол инвестиция сиёсатининг амалга оширилиши натижасида сўнгги беш йил мобайнида инвестицияларнинг ўртача йиллик ўсиши суръати 9 фоиздан зиёдни ташкил қилмоқда ва бу дунёда юқори, барқарор кўрсаткичлардан бири ҳисобланади.

Кейинги 10 йилда мамлакатимиз иқтисодиётига киритилган инвестициялар ҳажми 3,2 баробар ошган бўлса, шу даврда тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ҳажми 20 баробардан зиёд ўсган.

Асосий капиталга киритилган инвестицияларнинг қарийб 74%и ишлаб чиқаришнинг модернизация қилиш ва янгилашга қаратилган дастур ва лойиҳаларини амалга оширишга йўналтирилган. 2020 йилда 1 миллиард 600 миллион доллардан ортиқ бўлган капитал қўйилмалар ўзлаштирилиб, 205 та инвестиция объектлари қуриб битказилди. Жумладан, «Шўртаннефтгаз» корхонасида қиймати 74,2 миллион доллар бўлган пропан-бутан қоришмаси асосида 50 минг тонна суюлтирилган газ қурилмани ўрнатиш, Навоий иссиқлик электр станциясида Япониянинг «Мицубиси» компанияси томонидан ишлаб чиқарилган 478 мегавольт қувватга эга бўлган буғ-газ қурилмасини ишга тушириш бўйича қиймати 529,78 миллион долларлик лойиҳа, Навоий вилоятида кремний ишлаб чиқаришни ташкил қилишнинг биринчи босқичи (қиймати 19,04 миллион доллар), Самарқанд вилоятида юк автомобиллари ва унинг эҳтиёт қисмларини ишлаб чиқарувчи янги комплекс барпо этишнинг иккинчи босқичини (қиймати 29,38 миллион долларлик лойиҳа) ишга тушириш якунланди. Сурғил кони базасида қиймати 25 миллиард доллардан зиёдни ташкил этадиган Устюрт газкимё мажмуаси қурилиши бошланди.

Иқтисодиётга йўналтирилган жами капитал қўйилмаларнинг 24,2% марказлаштирилган инвестицияларни ташкил этган бўлса, қолган 75,8% марказлашмаган маблағлар, яъни корхоналарнинг ўз маблағлари, тижорат банклари кредитлари ва бошқа қарз маблағлари, тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ва кредитлар ҳамда аҳоли маблағларидан иборат бўлган.

Республикамизда қулай инвестициявий, шу жумладан, ишбилармонлик муҳити яратилганлигига қарамасдан, хорижий инвестицияларни жалб этишда ҳудудлар ўртасида номутаносибликлар ва муайян камчиликлар мавжуд. Булар мамлакат минтақалари ва ҳудудларининг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражасидаги, шу жумладан, зарурий ишлаб чиқариш, бозор ва ижтимоий инфратузилма билан таъминлашдаги фарқларнинг мавжудлиги билан изоҳланади. Шунингдек, ҳудудларда инвестиция лойиҳалари ташаббускорларининг етарли даражада билимга эга эмаслиги, иқтисодий-таҳлилий ишларнинг етарли даражада олиб борилмаслиги, салоҳиятли маҳаллий инвесторларни аниқлаш ишларидаги сусткашлик, замо-навий маълумот базасидан унумли фойдаланмаслик, имтиёзли хорижий кредит линиялари ва хорижий инвестиция лойиҳалари тўғрисидаги маълумотларни

маҳаллий тадбиркорларга ўз вақтида етказиб бермаслиги хорижий инвестицияларни жалб қилиш борасидаги камчиликлар ҳисобланади.

Ишлаб чиқаришни модернизациялаш, техник ва технологик янгилаш, диверсификация қилиш, саноат кооперацияси асосида тайёр маҳсулотлар, бутловчи буюмлар ва материаллар ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш дастурининг амалга оширилиши ҳам муҳим аҳамият касб этмоқда.

Ўзбекистонда 2020 йилда иқтисодиёт ва унинг етакчи тармоқларини модернизация қилиш техник ҳамда технологик яхшилашни жадаллаштириш ва унинг кўламини кенгайтириш ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш мақсадида 370 дан ортиқ стратегик. муҳим лойихани амалга оширишни кўзда тутадиган инвестиция дастури қабул қилинган бўлиб, ушбу мақсадлар учун 13 миллиард доллар эквивалентида, 2019 йилга нисбатан 11% кўп киритилади.

1-жадвал.

Ўзбекистон Республикасининг 2020 йилги инвестиция дастурининг асосий кўрсаткичлари

Молиялаштириш манбалари	Миллион сўм	Фоизда
Жами капитал қўйилмалар, шундан:	27123275	100,0
1. Марказлашган инвестициялар	6691366	24,7
1.1. Бюджет маблағлари	130000	4.8
1.2. Суғориладиган ерларнинг мелиоратив ҳолатини яхшилаш жамғармаси	13100	0,5
1.3. Бюджетдан ташқари фондлар	1876750	6,9
1.4. Ўзбекистон Тикланиш ва тараққиёт жамғармаси (сўм эквивалентида)	1632833	6,0
1.5. Давлат кафолати остидаги хорижий инвестициялар ва кредитлар (сўм эквивалентида)	1750783	6,5
2. Марказлашмаган инвестициялар	20431910	75,3
2.1. Корхоналар маблағлари	8150655	30,0
2.2. Тижорат банклари кредитлари ва бошқа қарз маблағлари	3236108	12,0
2.3. Тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ва кредитлар (сўм эквивалентида)	4563159	16,8
2.4. Аҳоли маблағлари	4481988	16,5

Ўзбекистон Республикаси Иқтисодиёт, Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирликлари тегишли бошқармалари ҳамда вилоят, шаҳар,ва туман ҳокимликлари биргаликда инвестиция ва маҳаллийлаштириш дастурлари ижросини мунтазам мониторинг қилиб боришлари, дастурларга киритилган корхоналар дуч келаётган муаммоларни аниқлаш ва уларни ҳал этиш чора-тадбирларини биргаликда ишлаб чиқиш ва амалга оширишлар керак;

1. Мамлакатимиз ҳудудларида янги турдаги маҳсулоттлар ишлаб чиқаришни импорт ўрнини босувчи ва экспортбоп маҳсулотлар ишлаб

чиқаришни ташкил этиш лойихаларини ҳудудий инвестиция дастурларига, маҳаллийлаштириш дастурига киритишга кўмаклашиш; бунинг учун ҳудудларда йирик ва кичик тадбиркорлик корхоналари ўртасида саноаткооперация алоқаларини ривожлантириш учун қулай шарт-шароитларни яратиш ишларини давом эттириш;

2. Республикамиз вилоятлари, шаҳар ва туманларининг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаларини бир-бирига яқинлаштиришга қаратилган минтақавий сиёсат доирасида уларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг 2025 йилга, ҳатто, 2030 йилга мўлжалланган стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш. Бунинг учун Самарқанд вилояти тажрибасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Исхакова С. А.
СамИСИ "Тармоқлар иқтисодиёти"
кафедрасининг доцент в.б.(PhD),
Қаршиева Ч.М.
СамИСИ магистранти

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ ХОДИМЛАРИ ДАРОМАДЛАРИНИНГ ТАРКИБИЙ ТУЗИЛИШИ

Аннотация: мақолада хизмат кўрсатиш соҳаси ходимлари даромадларининг таркибий тузилиши таҳлил қилинган ва уни такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: хизмат кўрсатиш соҳаси, аҳоли даромадлари, иш ҳақи даромадлари, меҳнатли даромадлар, номеҳнат даромадлари, мулкдан олинадиган даромадлар, трансфертлар, хизмат кўрсатиш соҳасидан олинадиган даромадлар

Ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг ҳозирги босқичида Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш аҳоли ҳаёт фаровонлигини юксалтиришнинг муҳим йўналиши сифатида қаралмоқда. Иқтисодиётнинг ушбу соҳасини ривожлантириш истиқболлари кўп жиҳатдан ушбу соҳа ходимлари даромадларининг шакллантириш механизмини такомиллаштириш билан узвий боғлиқдир. Шу сабабли, хизмат кўрсатиш соҳаси ходимлари даромадларининг таркибий тузилиши ва шакллантириш муаммоларини ўрганиш жуда долзарбдир.

Даромадлар, муҳим иқтисодий категория сифатида, ҳар бир инсоннинг ҳаёти ва турмуш кечириши, ҳаётий эҳтиёжларини қондириш даражасини белгиловчи, моддий фаровонликни таъминлашнинг ва юксалтиришнинг муҳим омили ҳисобланади. Даромадлар инсоннинг маънавий ривожланиш имкониятларини ҳам кенгайтиради. Улар инсоннинг табиати, руҳияти, кайфияти ва дунёқарашига ижобий таъсир кўрсатади.

Аҳоли даромадларининг иқтисодий моҳиятини очиб беришда аҳолининг умумий даромадларини шакллантирувчи таркибий элементларни ўрганиш муҳим аҳамиятга эгадир. Аҳоли даромадларини ҳар томонлама ва янада тўлиқроқ даражада таҳлил қилиш мақсадида биз даромадларни аҳолининг бандлик соҳаларига боғлиқ ҳолда ўрганиш мақсадга мувофиқдир.

Маълумки, аҳолининг умумий даромадлари иқтисодиётнинг икки соҳасида – моддий ишлаб чиқариш соҳаси ва хизмат кўрсатиш соҳасида шаклланади. Шу сабабли даромадларнинг қуйидаги турларни фарқлашни таклиф этамиз:

1. Моддий ишлаб чиқариш соҳаси ходимларининг даромадлари;
2. Хизмат кўрсатиш соҳаси ходимларининг даромадлари.

Аҳоли даромадларини бундай гуруҳлаш иқтисодиётнинг турли соҳалари ва тармоқларидаги ходимлар даромадлари ва ўсиш тенденцияларини аниқлашга имкон беради ва шу асосда уларни янада оширишнинг йўлларини белгилаш мумкин бўлади.

Мамлакат иқтисодиётининг энг истиқболли соҳаси сифатида хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган аҳолининг даромадлари таркиби ва шаклланиш масалаларига эътибор қаратдик.

Илмий адабиётларда “аҳоли даромадлари” категориясига жуда кўп иқтисодчи олимлар томонидан турли таърифлар берилган. Тадқиқотлар шуни кўрсатдики, иқтисодий адабиётларда келтирилган таърифларда, “аҳоли ялпи даромадлари” тушунчаси бир томонлама талқин этилиб, улар аҳолининг фақат пул ва натура шаклидаги даромадларини ўз ичига олиши таъкидланади.[64] Лекин ушбу таърифларда аҳолининг хизмат кўрсатиш соҳаси билан боғлиқ даромадлари, уларнинг ялпи даромадлари таркибида салмоқли улушга эга бўлишига, яъни хизматлар соҳаси ЯИМни ишлаб чиқаришда унинг умумий хажмининг 37,8% ни ташкил этиб, етакчи ўринни эгаллаши ва меҳнатга қобилиятли аҳолининг ярмидан кўпроғини (50,5%) ижтимоий фойдали меҳнат билан таъминлашига қарамасдан, берилган таърифларда ўз аксини топмаган.

Бизнинг фикримизча, аҳолининг истеъмол харажатларини тежашдан, бўш вақтнинг кўпайиши ва самарали ҳордиқ чиқариш ҳисобидан кўрадиган нафларини ҳам даромад, деб ҳисоблаш мантиқан тўғри бўлади. Шунингдек, адабиётларда келтирилган таърифларнинг биронтасида пулсиз хизматларни ҳам аҳоли даромадларининг ўзига хос бир тури сифатида қараш қабул қилинмаган.

Мазкур муаммо бўйича ватанимиз ва чет эл иқтисодчи олимларининг асарларини ўрганиш аҳоли даромадларининг турли мезонларга асосланган жуда кўп таснифлари ишлаб чиқилганлигини кўрсатди[65]. Бунда мезон сифатида даромад олишнинг шакли, даврийлиги, ялпи даромаддаги аҳамияти, қонунийлиги, ўзлаштириш субъекти, эгалик усули, шаклланиш манбаи кабилар қўлланилганлигини таъкидлаш лозим. Биз мавжуд таснифларни танқидий

[64] Борисов Е.Ф. Экономическая теория в вопросах и ответах: Учебное пособие. - М.: Проспект, 2007.-256 с.;Абдураҳмонов Қ.Х. Меҳнат иқтисодиёти (назария ва амалиёт). Дарслик, -Т., 2019. – 512 б.; Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Занятость, доходы и уровень жизни. Монография.//– Т.: Иқтисодиёт, 2016. – 252 б.

[65] Горелов Н.А. Политика доходов и качество жизни населения. Учебное пособие. // - СПб.: Питер, 2003. – С.47.; Суринов А.Е. Статистика доходов населения./ М.: ЗАО «Финстатинформ», 2002. – С.12.;

ўрганиш ва таҳлил қилиш натижасида хизмат кўрсатиш соҳаси ходимлари ялпи даромадларининг ўзгача таснифини ишлаб чиқдик.

Ушбу таснифга асосан, хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлганларнинг даромадларини икки гуруҳга бўлишни таклиф қиламиз, яъни меҳнат фаолияти натижасида олинадиган (меҳнатли) даромадлар ва меҳнат қилмасдан олинадиган (номеҳнат) даромадларга. Меҳнатли (меҳнат асосига эга бўлган) даромадларига ушбу соҳада бандликдан келадиган даромадларни, яъни ишчи-ходимнинг меҳнатига тўланадиган иш ҳақи, шу жумладан ёлланма бошқарувчининг ҳам иш ҳақи, шунингдек хизмат кўрсатиш соҳасининг турли тармоқларида тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишдан, шахсий томорқа хўжалигида етиштирилган маҳсулотларни сотишдан олинадиган даромадлар киритилди. Меҳнат қилмасдан олинадиган (номеҳнат) даромадлар ҳам ўз навбатида икки гуруҳга бўлинади, яъни ижтимоий тўловлар ҳамда капиталга боғлиқ даромадларга ва хизмат кўрсатиш соҳасидан келадиган даромадларга. Ижтимоий тўловлар ҳамда капиталга боғлиқ даромадларга молия тизимидан тушадиган тушумлар, жумладан суғурта қопламалари, кредит ва ссудалар, жамғармалар бўйича фоизлар, мулкдан олинадиган даромадлар, шу жумладан кўчмас мулкдан олинадиган даромадларни киритиш мумкин.

Хизмат кўрсатиш соҳасидан келадиган даромадларга истеъмол харажатларини тежаш ҳисобидан, вақтни тежаш, самарали ҳарид, бўш вақтни кўпайтириш ва пулсиз хизматлар ҳисобидан олинадиган даромадларни киритиш мумкин.

Юқорида айтилганларни умумлаштирган ҳолда, “хизмат кўрсатиш соҳаси ходимлари ялпи даромадлари” категориясининг қўйидаги таърифини таклиф этамиз - “хизмат кўрсатиш соҳаси ходимлари ялпи даромадлари ходимларнинг меҳнат фаолиятидан олинган (меҳнатли) даромадларининг ва меҳнат қилмасдан олинган (номеҳнат) даромадларининг, яъни хизмат кўрсатиш соҳасидан келадиган даромадлар, ижтимоий тўловлар ҳамда капиталга боғлиқ бўлган даромадларнинг йиғиндиси”дан иборатдир.

Шундай қилиб, хизмат кўрсатиш соҳаси ходимлари даромадлари таркибининг уни иқтисодиётнинг бошқа соҳаларидан фарқ қилишини кўрсатди.

“Аҳоли даромадлари” тушунчасини таърифлашда биз таклиф этаётган ёндашув хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлганлар меҳнатига, унинг мамлакат ижтимоий-иқтисодий тараққиётида тутган ўрнига баҳо беришда ўзгача назар билан қараш, унинг миллий иқтисодиётда тобора мустаҳкамланиб бораётган мавқеини эътироф этиш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Абдураҳмонов Қ.Х. Меҳнат иқтисодиёти (назария ва амалиёт). Дарслик. -Т.: 2019.
2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория в вопросах и ответах: Учебное пособие. - М.: Проспект, 2007.
3. Горелов Н.А. Политика доходов и качество жизни населения. Учебное пособие. // - СПб.: Питер, 2003.

4. Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Занятость, доходы и уровень жизни. Монография.//– Т.: Иқтисодиёт, 2016.
5. Суринов А.Е. Статистика доходов населения. М.: ЗАО «Финстатинформ», 2002.

МУНДАРИЖА

1-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ЖАРАЁНИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШ ЗАРУРАТИ		
О.Д. Хамракулова – к.э.н., доцент	Модернизация экономики и совершенствование сферы услуг узбекистана……..	**3**
Shukurov Ikrom Abdurashitovich	Chiziqli tenglamalar sistemasini yechishning gauss usulini iqtisodiyotga qo'llash…….	**6**
З.К. Рахимов, И.К. Зохидов	Современные тенденции менеджмента и маркетинга…….	**9**
З.К. Рахимов, М.А. Абдивохидов, И.К. Зохидов	Савдо хизматларини ривожлантириш орқали аҳоли турмуш даражасини ошириш.....	**11**
Хайдаров З. Ш.	Определение специфических особенностей и факторов влияющие на процесс внедрения международных требований и стандартов в коммерческих банков Республики Узбекистан…….	**13**
Маматкулова Ш.Ж, И. Муталибова, Э. Рахматуллаев	Инновацион иқтисодиёт шароитида маҳаллий корхоналарда товар сиёсатининг асосий йўналишлари.....	**19**
Н.Б. Яҳёхонов	Хизматлар соҳасини ривожлантиришда инновацион маркетинг технологияларининг аҳамияти.....	**23**
Абдуазизов И. А., Джульматова С. Р.	Развитие сферы услуг……....	**26**
Г. М. Шадиева, Тогаева Д. А.	Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида қишлоқ жойларида кичик бизнес ва оилавий тадбиркорликни ривожлантириш имкониятлари.....	**29**
Коссе Рулен Бекирович	Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришда туризм хизматларнинг тутган ўрни.....	**34**
к.э.н. Улашев Х.А., Усманов Ф.Ш.	Анализ модели олигополии со сговором форхаймера……	**36**
Mamatov S.A., Anvarova D.A.	Hududiy turistik klaster – turizm sohasini rivojlantirishning samarali mexanizmi sifatida (iqtisodiyotni modernizatsiyalash jarayonida xizmat ko`rsatish sohasini innovatsion rivojlantirish zarurati).....	**41**
O'.R.Zubaydullayev, U.A. Rasulev	Ta'lim oluvchilar mustaqil ishlarini tashkil etishda innovatsion texnologiyalarning ahamiyati……..	**46**
Umurzakova D. E., Kuldoshev L. SH., SHaripov M. R., Elmurodova X. K.	Mamlakat iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash, iqtisodiy rivojlanishi garovidir.....	**49**

А.А.Бектемиров	Хизматлар бозорини ривожлантириш жараёнида инновацион хизмат турларини ташкил этиш йўллари.....	**51**
Usmonov B.Sh., Norkulova D.Z .	O'z o'ziga xizmat ko'rsatishning iqtisodiyotga ta'siri……	**54**
PhD Z.S. Artikov, D.R. Najmiddinov	Iqtisodiyotni modernizasiyalash jarayonida xizmat ko'rsatish sohasini innovasion rivojlantirish yo'llari.....	**57**
Исхакова С. А.	Хизмат кўрсатиш соҳасининг тармоқлар бўйича таркибий тузилишини оптималлаштириш йўллари.....	**60**
Sattorova Z. I., Khamitov M. J.	Implementation of structural changes in the service sector in the context of economic modernization: problems and solutions……	**64**
проф. Ж.М. Қурбонов, Н.А. Ражабов	Савдода хизмат кўрсатиш сифати ва унинг инновацион ривожланиш механизмининг модели...	**66**
PhD Р.Ж. Курбанова, И.Амиров	АҚШ минтақаларининг инновацион ривожланишини баҳолаш методикасининг зарурияти (portfolio innovation index, pii).....	**69**
i.f.n., Sh.A.Sultonov, Sh.N.Mirzayeva, M.A.Abduvoxidov	Pandimiya sharoitida xizmatlar sohasining milliy iqtisodiyot tizimidagi o'rni.....	**71**
Саттарова З.И.	Культурный туризм как наиболее востребованный вид туризма……	**75**
2-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ИНФРАТУЗИЛМАЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ ВА ЕЧИМЛАРИ		
Абдураимов Д.М.	Туризм инфратузилмасининг ривожланиш омиллари.....	**81**
H.M. Norqarayev, p.f.n O.J. Suyunov	Yoshlar tarbiyasida ularni bo'sh vaqtlarini mazmunli o'tkazishning ahamiyati.....	**85**
и.ф.д. К.Б. Уразов, Ж.У. Хайруллаев	Қурилиш материалларини ишлаб чиқариш жараёнларининг хусусиятлари ва уларнинг аудиторлик текширувини ўтказишга таъсири.....	**87**
Махмудов Л. У.	Хитойда электрон тижоратни ривожланиши ва ўзгариши.....	**92**
Махмудов Л. У.	Халқаро электрон савдонинг ривожланишини аҳамияти……	**95**
PhD, Шакирова Ф.Б., Олимова Н.Н.	Иқтисодиётни рақамлаштиришда "электрон хукумат" хизматларини ривожлантиришнинг долзарб масалалари.....	**99**
доц. Э.Шавқиев А.П.Хазратов	мамлакатимиз хизматлар соҳасини ривожлантиришда алоқа хизматларининг ўрни.....	**102**

Холбутаева Ш.А.	Консалтинг хизматларини рақамлаштириш инновацион ривожланиш омили сифатида.....	**106**
Бердимуродов А.Ш.	Эркин туристик ҳудудлар фаолиятига ташқи бошқарувни жорий этиш орқали туризм инфратузилмасини ривожлантириш.....	**108**
3-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИСНИ ТАШКИЛ ЭТИШ МУАММОЛАРИ		
доц. Ш.А.Султонов, Ш.Н.Мирзаева, М.А.Абдувохидов	Самарқанд вилоятида хизмат кўрсатиш соҳасининг умумий ҳолати ва кўрсаткичлар таҳлили……..	**114**
З.Ш. Сувонов, Хабибуллаев Б.	Инновацион иқтисодиёт шароитида ресторан сервисига “ҳалол” стандартларини жорий этиш истиқболлари.....	**117**
Sh.S. Sharifov, Tilovov Sh. A.	Milliy iqtisodiyotning jahon iqtisodiyotiga integratsiyalashuvi jarayonlari…….....	**120**
З.К. Рахимов, Ш.Б. Омонов, И.К. Зохидов	Савдо хизмати сифатини кўтаришда истеъмолчилар талабини ўрганиш − муҳим омил.....	**122**
и.ф.д Г. М. Шадиева, PhD. О.М. Пардаева	Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хизмат кўрсатиш соҳасида оилавий тадбиркорликни ривожлантириш ошириш: муаммо ва ечимлар.....	**126**
Р.Б.Коссе	Иқтисодиётни ривожиантириш шароитида экологик саёҳатларнинг ахоли ўртасида тутган ўрни.....	**132**
и.ф.д Г. М. Шадиева, Йўлдошев Бекзот	Мамлакатимизда туристик хизматларни ривожлантириш имкониятлари.....	**134**
Д.Э.Умурзакова	Мактабгача таълим хизматлари тизимини такомиллаштириш йўллари.....	**140**
Шукуров И. А.	Ҳудудларда кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўзгариш тенденцияси (республика мисолида).....	**142**
Джумаев А. Ҳ.	Меҳмонхона бизнесини ривожланишидаги янги тенденциялар.....	**145**
У.Х.Қаландаров, М.Э.Исмаилова	Ўзбекистон республикасида туризм сохасини ривожлантиришда, талабни шакиллантириш ҳолати ва муаммолари……..	**148**
Ф.А. Ахмеджанова	Керамика товарлар ассортименти ва сифатини такомиллаштириш йўллари……..	**152**
Саттарова Зухра	Европейский опыт организации сельского туризма в условиях пандемии…….	**158**

4-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ, УЛАРНИ ИШ БИЛАН ТАЪМИНЛАШ ВА БОШҚАРИШ МУАММОЛАРИ		
PhD. Sh.S. Sharifov., S.B. Boboqulov., X.T.Meliyev.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida yoshlar ijtimoy bandligi masalalari……	**161**
У.Х.Худайбердиев, А.Н.Холиқулов	Камбағалликни қисқартириш йўллари.....	**164**
i.f.n. I.H. Ibragimov A.F Sherqulov	Munosabatlar marketingi – korxona boshqaruvining zamonaviy konsepsiyasi.....	**167**
Абдуллаева З. И., Раджабова Ш. И.	Основными направлениями государственной политики в сфере туризма……	**172**
Ахтамов Ж. Б.	Хозирги замон талаба ва ёшлар хаётида саёҳат ва сайёҳликнинг ташкил этиш.....	**174**
PhD. Sharifov Sh.S., Ashurov A.	Ishlab chiqarish korxonalarida mehnat resurslaridan foydalanish samaradorligi.....	**176**
PhD Norqulova D.Z. Tohirova Z.Sh.	Iqtisodiyotni modernizatsiyalashda xizmat ko`rsatish sohasida kadrlarni tayyorlash, ularni ish bilan ta`minlash va boshqarish muammolari.....	**180**
Шукуров И. А.	Ҳудудларда аҳолининг бандлик даражасига ишсизлик даражасининг таъсири (республика мисолида).....	**183**
Маҳмудов Л. У. Омонов И. И.	Хизмат кўрсатиш сохасида кадрлар тайёрлаш ҳамда соҳа инфратузилмасини яхшилаш масаласи.....	**186**
PhD. Мардонов Б. Б., Набиева З. Расулова Д.	Ўзбекистонда “иш марказларини” ташкил этиш зарурияти (Социологик сўров натижаларидан).....	**188**
5-ШЎЪБА. ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА ХИЗМАТ КЎРСАТУВЧИ СУБЪЕКТЛАРНИНГ МОЛИЯВИЙ БАРҚАРОРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ ЙЎЛЛАРИ		
Ҳайдаров З. Ш.	Электрон пул бозорлари: рақамли, вертуал ва мобил пуллар воситасида тўловларни амалга ошириш хусусиятлари.....	**195**
Ш.С.Шарифов, Парсаев А. А. Элмуродова Х. К.	Коронавирус пандемияси ўзбекистоннинг инвестицион муҳитига қай даражада таъсир кўрсатди?.....	**200**
Каланова М. Б.	мамлакатимиздаги умумий овқатланиш корхоналари фаолиятида озиқ-овқат маҳсулотлари нархларининг таъсири.....	**203**
и.ф.д.Гайбуллаев Р. М.	Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда инвестицияларни молиялаштириш манбалари билан таъминлаш шарт-шароитлари.....	**206**

PhD. Шарифов Ш.С.	Мамлакатимиз иқтисодиётига инвестицияларни жалб қилишнинг асосий йўналишлари.....	**209**
PhD. Исхакова С. А., Қаршиева Ч.М.	Хизмат кўрсатиш соҳаси ходимлари даромадларининг таркибий тузилиши.....	**212**

ҚАЙДЛАР УЧУН

2021 йил. Қоғоз бичими А5,
Офсет қоғози. Times New Roman" гарнитураси
Босма табоғи 14.00
Буюртма № 004В, Адади 55 нусха

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Босмахонасида чоп этилди
REESTR № 18-2464
Манзил: Шохрух кўчаси, 60-уй