



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
ЖУРНАЛ

№2 2018



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2018 йил, 2 сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда 0561-  
ракам билан рўйхатга олинган.

ЎЗР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Тахририят ижодий жамоаси:</b></p> <p><b>Бош муҳаррир:</b><br/>И.ф.д. <b>М.Э.Пўлатов</b></p> <p><b>Бош муҳаррир ўринбосари:</b><br/>доцент <b>Д.Х.Асланова</b></p> <p><b>Масъул котиб:</b><br/>профессор <b>М.Қ.Пардаев</b></p> <p><b>Муҳаррир:</b><br/><b>Ф.А.Сафаров,</b></p> <p><b>Техник муҳаррир:</b><br/><b>С.Хусенов,</b></p> <p><b>Корректор ва саҳифаловчи:</b><br/><b>Ҳ.Н.Очилова</b></p> <p>1 йилда 4 маротаба<br/>чоп этилади.</p> <p><b>Ўзбекистон ҳудудида тарқатилади.</b></p> <p><b>Тахририят манзили:</b><br/>140100, Самарқанд шаҳар,<br/>Амир Темур кўчаси, 9-уй,<br/>тел.: +998(66)233-28-38,<br/>+998(66)233-17-88<br/>факс: +998(366)231-12-53<br/>эл.почта:<br/>samisiservis@inbox.uz</p> | <p><b>Тахририят кенгаши раиси:</b><br/><b>М.Э.Пўлатов</b> – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ректори, иқтисод фанлари доктори</p> <p><b>Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:</b><br/><b>Д.Х.Асланова</b> – СамИСИ илмий ишлар проректори, иқтисод фанлари номзоди, доцент</p> <p><b>Тахрир кенгаши аъзолари:</b><br/><b>Б.Ю.Ҳодиев</b> – Тошкент Давлат иқтисодиёт университети ректори, иқтисод фанлари доктори, профессор.<br/><b>Б.А.Бегалов</b> – Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси раиси, иқтисод фанлари доктори, профессор<br/><b>М.Қ.Пардаев</b> – Менежмент ва статистика кафедраси профессори, иқтисод фанлари доктори<br/><b>Б.К.Ғоибназаров</b> – ЎЗР Давлат Статистика қўмитаси Кадрларни қайта тайёрлаш ва статистика тадқиқотлари маркази директори, иқтисод фанлари доктори, профессор.<br/><b>Д.Р.Зайналов</b> – СамИСИ магистратура бўлими раҳбари, иқтисод фанлари доктори, профессор<br/><b>О.М.Муртазаев</b> – Самарқанд кишлоқ хўжалик институти кафедра мудири, иқтисод фанлари доктори, профессор<br/><b>М.Р.Болтабаев</b> – Тошкент Давлат иқтисодиёт университети профессори, иқтисод фанлари доктори<br/><b>Р.Х.Эргашев</b> – Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти профессори, иқтисод фанлари доктори<br/><b>И.С.Тўхлиев</b> – Халқаро туризм ва туризм сервис кафедраси профессори, иқтисод фанлари доктори<br/><b>М.М.Мухаммедов</b> – Касб-ҳунар таълими кафедраси профессори, иқтисод фанлари доктори<br/><b>К.Б.Уразов</b> – Бухгалтерия ҳисоби ва аудит кафедраси мудири, иқтисод фанлари доктори, профессор<br/><b>Қ.Ж.Мирзаев</b> – СамИСИ ўқув ишлари бўйича проректори, иқтисод фанлари доктори, профессор<br/><b>Б.Абдукаримов</b> – Иқтисодиёт кафедраси профессори, иқтисод фанлари номзоди<br/><b>М.Г.Воснев</b> – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**МУНДАРИЖА:****НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ****М.Қ.Пардаев, М.Э.Пўлатов**

Маркетинг тадқиқотида муаммолар: уларнинг таснифи, гуруҳлари ва аниқлашнинг аҳамияти..... 4

**S. Alieva, N. Ruzibayeva, M. Rahimov**

Increasing the process of stable economic development in uzbekistan..... 11

**А.А. Эралиев**

Корхоналарни модернизация ва диверсификация қилишда бошқаришнинг аҳамияти..... 14

**ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ****Д.Б. Аҳмадалиева**

Кўп тармоқли фермер хўжалигида интенсивлаштиришни ишлаб чиқаришда тутган ўрни..... 18

**ХИЗМАТ КўРСАТИШ ВА СЕРВИС****З.И. Абдуллаева, Н.Б. Рузиева**

Пути совершенствования экспортных операций..... 22

**Д.Исраилова**

Меҳнат бозорини тартибга солиш механизмини такомиллаштириш..... 26

**З.Б.Усманов**

Истеъмол товарлари савдосини ривожлантириш..... 30

**Sh.A. Вахронov**

Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanish istiqbollari..... 34

**Б.С.Болтаев, С.Ж.Султонов**

Хизмат кўрсатиш соҳаси ривожлантиришнинг асосий йўналишлари..... 37

**С.Исмоилова**

Ишсиз аҳолини иш билан таъминлаш муаммоларини ҳал қилишда олий таълим муассасаларининг ўрни..... 42

**ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ****Р. Хаитбоев, Х.Қаршибоев, Джабаров Ш.,**

Туризм географиясининг моделлари ва методлари..... 46

**Г.У.Раджабова Н.М.Бабаева**

Туризмни ривожлантиришда меҳмонхона иши ва рекламанинг ўрни..... 50

**М.А.Куймуратова**

Туристтик хизматлар турлари диверсификациясининг сотилган маҳсулот ҳажмига таъсири..... 55

**Ҳ.А.Раҳимов**

Меҳмонхона хўжаликларида кадрлар менежментини такомиллаштиришда фактларга ва кўп фикрларга таяниб қарор қабул қилиш йўллари..... 60

**Р.С.Амриддинова, С.С.Фозилова**

Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда этник туризмнинг аҳамияти 64

**Ф.А.Ахмеджанова, Ш.М.Каримова**

Туристтик инфратузилмани ривожланишига «ҳалол» стандартларнинг аҳамияти..... 69

**КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК****М.М.Дадажонов**

Кичик бизнес маркетинги бўйича Япония тажрибаси ва ундан Ўзбекистонда фойдаланиш масалалари..... 73

**О.М.Пардаева**

Иш билан таъминланишнинг янги йўналиши – ўзини ўзи банд қилишнинг афзалликлари..... 77

**З.Т.Тешабоева**

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Замонавий шароитда корхона бизнес имкониятларини<br>оширишнинг самарали йўллари..... | 81 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|

**МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ****З.С.Умурзакова**

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Корхоналарда замонавий усулларни қўллаш орқали<br>бошқариш тизими самарадорлигини ошириш..... | 85 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|

**М.Ж. Саидова**

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Хўжалик субъектлари фаолиятини экспорт йўналишига<br>буришда маркетингнинг аҳамияти..... | 91 |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|

**Н.У. Мурадова, А.Т.Ахмедова**

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Продвижение инновационных лизинговых услуг посредством маркетинга... | 94 |
|----------------------------------------------------------------------|----|

**Б.Ш.Мусаев, Д.Ф.Сатторов**

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Бошқариш жараёнида инновацион фаолиятни қўллаш<br>зарурияти ва истиқболни белгилашда унинг аҳамияти..... | 97 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

**МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ****Д.Ж.Норбоева, Ш.З.Жалилов**

|                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Банкларда инвестиция лойиҳаларини молиялаштириш ва<br>мониторингини ташкил этишни такомиллаштириш..... | 101 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

**Б.Ш. Хусанов, З.О. Ахроров, П.Ш. Усмонов, Д. Тоштемиров**

|                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Молиявий хизматларни кўрсатишда маркетингнинг ўрни<br>ва уни ривожлантириш йўллари..... | 105 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|

**А.Сиддиқов, Ш.З.Жалилов, С.А.Усмонова**

|                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Инвестицион капитал оқимини таъминлашда эркин<br>иқтисодий ҳудудларнинг ўрни..... | 111 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|

**М.Ш.Тўхтаева, Д.Х.Холмаматов**

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Кредит бериш механизмининг такомиллаштиришнинг замонавий усуллари... | 116 |
|----------------------------------------------------------------------|-----|

**БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ****К.Б. Уразов, Э.Т. Эргашев, Ж.А.Каримов**

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| Агросервис хизматларининг турлари ва уларнинг тавсифи..... | 120 |
|------------------------------------------------------------|-----|

**Ш.У.Азизов**

|                                                                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Божхона аудити методологиясини ривожланган мамлакатлар<br>тажрибаси ва уни Ўзбекистонда қўллаш имкониятлари..... | 125 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

**З.У. Муҳаммадиев**

|                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Модернизациялаш жараёнлари ва капитал инвестициялар<br>ҳисобини такомиллаштириш йўналишлари..... | 135 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

**Б.Ф. Боронов**

|                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Корхоналар молиявий активларининг ҳисоб объектлари<br>сифатидаги таснифий асослари..... | 141 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|

**ИНФОРМАТИКА ВА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ****Ш.Д.Джуракулов**

|                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Замонавий инфор­мацион тенденцияларнинг бозор<br>муносабатлари ривожига таъсири..... | 148 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|

**ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР**

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Билиб қўйган яхши. Давлат хизматчиларининг одоб-ахлоқ қоидалари..... | 151 |
|----------------------------------------------------------------------|-----|

**АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ****Э.Ф.Годаев, Б.И.Исроилов**

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| Коррупция ва унга қарши кураш чораларига бағишланган атамалар луғати.. | 153 |
| “О” ҳарфи билан боғлиқ атамаларнинг таърифлари.....                    | 157 |

## НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

**М.Қ.Пардаев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.,

**М.Э.Пўлатов** – СамИСИ ректори, и.ф.д.

### МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТИДА МУАММОЛАР: УЛАРНИНГ ТАСНИФИ, ГУРУҲЛАРИ ВА АНИҚЛАШНИНГ АҲАМИЯТИ

**Аннотация:** мақолада маркетинг тадқиқотида муаммолар, уларнинг таснифи, тавсифи, гуруҳлари ва аниқлашнинг аҳамияти ёритилган. Унда товар (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш жойи бўйича муаммолар, маркетинг тадқиқотлари муаммоларининг бир қисми товар (иш ва хизмат)ларни сотиш бозори билан боғлиқлиги, товар (иш ва хизмат)ларни истеъмолчилари бўйича таснифлаш муаммоси қараб чиқилган. Ушбу муаммоларни аниқлашнинг аниқ йўллари кўрсатиб берилган.

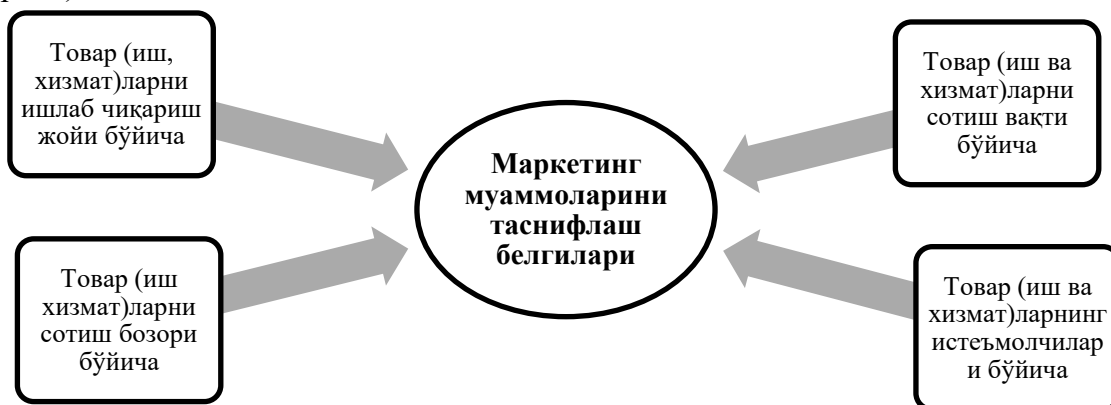
**Калит сўзлар:** маркетинг тадқиқотлари, муаммолар, товар (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш, товар (иш ва хизмат)ларни сотиш, товар (иш ва хизмат)ларни истеъмол қилиш, сотиш вақти, бозорлар кенглиги.

Ҳозирги кунда маркетинг тадқиқотларида жуда катта муаммолар мавжуд. Уларнинг сони ва саноғига етиш қийин. Чунки товар (иш хизмат)нинг кимга, қачон ва қаерда сотилиши ҳамиша ҳам силлиқ кўчавермайди. Бозор ҳам, харидорлар талаби ва диди ҳам тез ўзгарувчан тусга кирган бугунги ҳолатда мўлжални олиш бир мунча мураккаб. Шу туфайли маркетинг тадқиқотларидаги муаммоларни ўрганиш объектив заруратга айланди.

Ҳозирги муаммолар жуда кўплигидан тўғри хулоса қилиш учун уларни таснифлаш мақсадга мувофиқ. Бизнинг фикримизча уларни қуйидагича таснифий белгиларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ:

- товар (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш жойи бўйича муаммолар;
- товар (иш ва хизмат)ларни сотиш бозори бўйича муаммолар;
- товар (иш ва хизмат)ларни сотиш вақти бўйича муаммолар;
- товар (иш ва хизмат)ларни истеъмолчилари бўйича муаммолар;

Ушбу муаммоларнинг боғлиқлигини қуйидагича ифодалаш мумкин (1-расм).



**1-расм. Маркетинг муаммоларини таснифлаш белгилари**

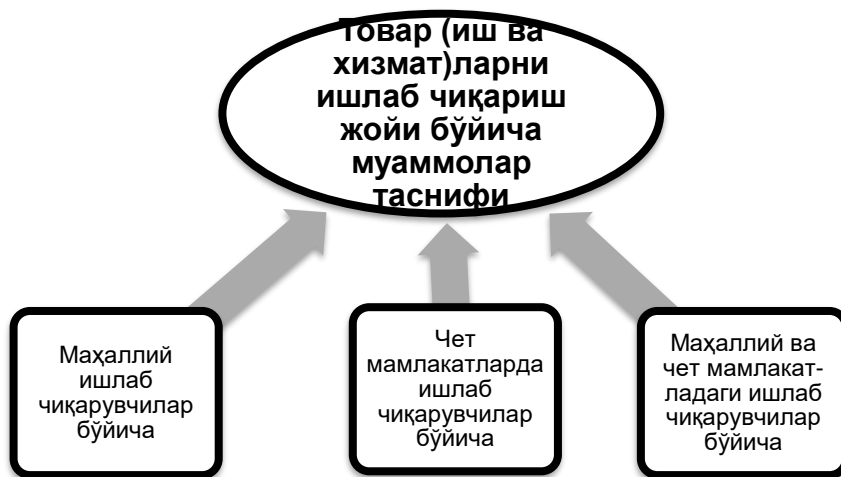
Ушбу расмда келтирилган маркетинг муаммоларининг таснифини унинг ҳар бир гуруҳи бўйича қараб чиқиш мақсадга мувофиқ. Чунки улар бир-бири билан узвий боғлиқ муаммолардир. Бирини ҳал қилиб иккинчиси эътибордан четда қолса қутилган натижани бермайди. Шу туфайли ҳамиша барча мавжуд

муаммоларни аниқлаш билан бирга уларни ҳал қилиш йўлларини ҳам аниқлашни тақозо қилади.

Шуни алоҳида қайд қилиш керакки, муаммолар кўриниб турмайди. Улар кўринмасада ўз таъсирини ўтказади. Масалан маҳсулот (иш, хизмат) сотилмаяпти, сотилса ҳам ўсиш суръати камайиб бормоқда. Бу албатта маълум муаммоларнинг таъсирида содир бўлади, аммо улар, таъкидланганидек кўриниб турмайди. Шу туфайли ҳар бир муаммони аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Бунинг учун ушбу тўртта йўналишдаги муаммоларнинг ҳар бирини таснифлашни тақозо қилади. Қуйида ҳар бир гуруҳ муаммоларнинг тавсифига алоҳида тўхталишни лозим, деб топдик.

**1. Товар (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш жойи бўйича муаммолар таснифи.** Ушбу гуруҳ муаммолар иккита йўналишда содир бўлади. Биринчиси, ишлаб чиқариш жараёнини маркетинг тамойили асосида бошқариш билан боғлиқ бўлса, иккинчидан, бевосита ташқи омилларга (харидорлар диди ва имкониятларининг ўзгариши, рақобат майдонига янги рақобатчиларнинг кириб келиши, инновациянинг корхоналарга бир хил даражада жорий қилинмаётганлиги кабилар) боғлиқ бўлади. Ушбу муаммоларни яхлит ҳолда қарайдиган бўлсак, булар ўз навбатида бир қанча гуруҳларга бўлинади. Ушбу гуруҳларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- маҳаллий ишлаб чиқарувчилар бўйича маркетинг тадқиқотлари муаммолари;
- чет мамлакатларда ишлаб чиқарувчилар бўйича маркетинг тадқиқотлари муаммолари;
- маҳаллий ва чет мамлакатладаги ишлаб чиқарувчилар бўйича маркетинг тадқиқотлари муаммолари. Буларни қуйидаги расмда ифодалаш мумкин (2-расм).



**2-расм. Товар (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш жойи бўйича муаммолар таснифи**

Маҳаллий ишлаб чиқарувчилар бўйича маркетинг тадқиқотлари муаммолари бевосита ишлаб чиқаришнинг қайси бозорга мўлжалланганлиги билан ифодаланади. Чунки товар (иш ва хизмат)ларнинг бир қисми ички бозорга ва бир қисми ташқи бозорга мўлжалланган бўлиши мумкин. Бунда қанча товар қачон ва қаерда сотилишини аниқлаш ҳам ўзига яраша тадқиқотларни талаб қиладиган муаммолардир.

Чет мамлакатларда ишлаб чиқарувчилар бўйича маркетинг тадқиқотлари муаммолари ҳам ўзига хос. Чунки, уларнинг ишлаб чиқариш жараёнлари ўзларининг талаб ва эҳтиёжини инобатга олади ва нарх ҳам биздан холи ҳолда

шаклланади. Шу туфайли бир хил товар ўзимизда ва хорижда ишлаб чиқарилган бўлсада нархи турлича бўлиши мумкин. Энди қайси товар билан муомала қилиш масаласи ҳам маълум даражада муаммоларни келтириб чиқаради.

Маҳаллий ва чет мамлакатлардаги ишлаб чиқарувчилар бўйича маркетинг тадқиқотлари муаммолари. Бунда юқоридаги иккита ҳолат ҳам бўлиши мумкин. Чунки ҳозирги пайтда ишлаб чиқарилган ва истеъмол қилаётган товар (иш ва хизмат)ларимизнинг бир қисми четга мўлжалланган бўлса, бир қисми четдан келтирилмоқда. Шу туфайли ушбу аралаш муаммоларга ҳам эътиборни қаратишни тақозо қилади.

Ушбу муаммоларнинг статистик кўринишини қуйидагича ифодалаш мумкин:

$$M_{\text{ж}} = \sum_{i=1}^n M_i ;$$

**Бунда:**  $M_{\text{ж}}$  – товар (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш жойи бўйича мавжуд бўлган жами муаммолар;

$M_i$  – товар (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш жойи бўйича мавжуд муаммоларнинг алоҳида  $i$  – тури;

$\sum$  – жамлаш белгиси;

$I$  – муаммонинг тури;

$n$  – муаммонинг умумий сони.

**2. Маркетинг тадқиқотлари муаммоларининг бир қисми товар (иш ва хизмат)ларни сотиш бозори билан боғлиқдир.** Чунки ишлаб чиқарилган товар (иш, хизмат)ни қайси бозорга сотишлиги, қандай сотишлиги, қачон ва қанча сотишлиги ҳам катта муаммо. Ушбу муаммолар икки гуруҳга бўлинади:

- ички бозорда сотиш муаммоси;

- ташқи бозорда сотиш муаммоси.

Ташқи бозорда сотиш ҳам икки йўналишда амалга оширилади. Товар (иш, хизмат)ни сотиш фақат хорижий давлатларгагина эмас, балки ўз мамлакатимизнинг ичида бошқа ҳудудларда ҳам сотиш тушунилади. Шу туфайли буни ҳам икки гуруҳга бўлиб ўрганиш мақсадга мувофиқдир. Буларга:

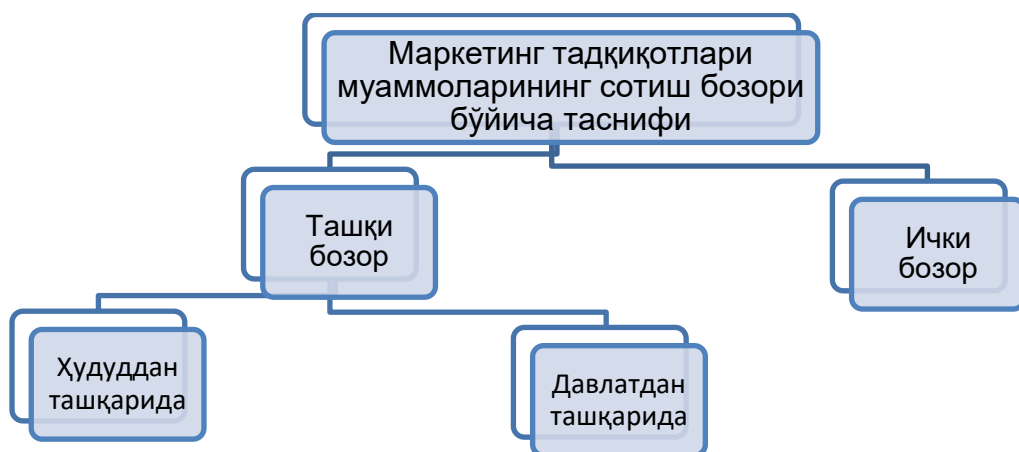
- бир давлат ичида, аммо товар (иш, хизмат) ишлаб чиқарилган ҳудуддан бошқа ҳудудда;

- мазкур давлатдан ташқаридаги бозорда. Бу асосан товар (иш, хизмат)ларни экспорт қилиш йўли билан амалга оширилади. Ташқи бозордан харидорларни топиш ҳам жуда катта муаммо. Аммо бугунги кунда ушбу масалага кенг йўл очиб берилди. Ҳозир товар (иш, хизмат)лар экспорти билан ҳар бир хорижий мамлакатларда жойлашган элчиларимиз ҳам шуғулланмоқда. Бу товар (иш, хизмат)ларни ишлаб чиқарувчилар учун ҳам катта имконият яратилганлигидан далолатдир. Буларнинг боғлиқлигини қуйидагича ифодалаш мумкин (3-расм).

Маркетинг муаммоларидан яна бир гуруҳи товар (иш ва хизмат)ларни сотиш вақти бўйича аниқлашдан иборатдир. Чунки, жуда кўп жараёнлар мавсумий характерга эга ва кўп жихатдан белгиланган қонунчилик асосида бўлмасдан, анъанага асосланган ҳолда бажариладиган юмушлардир. Ушбу муаммолар ҳам ўз навбатида икки гуруҳга бўлинади:

- доимий муаммолар;

- мавсумий муаммолар.



**3-расм. Маркетинг тадқиқотларида товар (иш ва хизмат)ларни сотиш бозори билан боғлиқ муаммолар таснифи.**

Мазкур гуруҳлар қуйидаги расмда келтирилган (4-расм).

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Доимий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Айрим товар (иш, хизмат)лар борки доимий ишлаб чиқарилади ва доимий истеъмол қилиб борилади. Масалан, нон. Ишлаб чиқарилиши ҳам истеъмоли ҳам доимий равишда давом этади. Бундаги маркетинг тадқиқотлари муаммоси ўзига хос.</li> </ul>                                                                                        |
| <b>Мавсумий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Мазкур гуруҳ муаммолар жуда катта. Чунки, шундай товар (иш, хизмат)лар борки, доимий равишда ишлаб чиқарилади, аммо мавсумий истеъмол қилинади. Масалан, ёзги ёки қишги кийимлар, балиқ маҳсулотлари. Айрим товарлар борки, мавсумий ишлаб чиқарилади, аммо доимий истеъмол қилинади. Масалан, мева ва сабзавотлар.</li> </ul> |

**4-расм. Маркетинг муаммоларини сотиш вақти бўйича таснифлаш**

**3. Маркетинг тадқиқотлари муаммоларидан бири товар (иш ва хизмат)ларни истеъмолчилари бўйича таснифлаш муаммосидир.** Мазкур муаммо ҳам ўта нозиклиги учун чуқур тадқиқотни талаб қилади. Буларни тўғри таснифлаш учун яна бир қанча белгиларини инобатга олиш лозим бўлади. Чунки, ушбу тушунчанинг кўлами олдингиларига нисбатан жуда кенгдир. Ушбу гуруҳни яна маълум белгилари бўйича таснифлаб олишга тўғри келади. Бу қуйидагилардан иборат:

- одамларнинг жинси бўйича товар (иш, хизмат)ни етказиб бериш муаммолари;
  - кишиларнинг касби бўйича товар (иш, хизмат)ни етказиб бериш муаммолари;
  - одамларнинг менталитети ва миллий таркиби бўйича товар (иш, хизмат)ни етказиб бериш муаммолари;
  - одамларнинг ёши бўйича товар (иш, хизмат)ни етказиб бериш муаммолари.
- Ушбу тавсифий белгиларнинг бир-бири билан боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (5-расм).

Маркетинг тадқиқотлари муаммоларини товар (иш ва хизмат)лар истеъмолчилари бўйича таснифлашда биринчи навбатда одамларнинг **жинси** бўйича товар (иш, хизмат)ни етказиб бериш муаммоларига эътиборни қаратиш лозим. Айрим товар (иш, хизмат)лар борки, уларни сотишда жинсий табақаланиш инобатга олинмайди. Масалан, нон ва бошқа озиқ-овқат маҳсулотлари, жуда кўп



**5-расм. Маркетинг тадқиқотлари муаммоларини товар (иш ва хизмат)лар истеъмолчилари бўйича таснифлаш**

оилавий умумий фойдаланадиган товарлар (телевизор, холодильник, автомашина кабилар) шулар жумласига киради. Аммо жуда кўп товарларнинг бир қисми фақат аёлларга ёки эркекларга, айримлари эса, болаларга мўлжалланган. Бунга асосан кийим-кечакларни мисол қилиш мумкин. Ҳар бир кийим кечакдан қанча эркекларга, қайси ўлчамда, қанчаси аёлларга ва улар ҳам ўлчами ва бошқа ассортименти турлар бўйича ишлаб чиқариш лозимлиги, кейин уларни сотиш муаммоси барчаси ушбу маркетинг муаммосида жамланади. Буларнинг қай тарзда амалга оширилиши мумкинлигини ушбу муаммоларнинг ечими орқали ҳал бўлишини инобатга олиш лозим.

Маркетинг тадқиқотлари муаммоларини товар (иш ва хизмат)лар истеъмолчилари бўйича таснифлашда кишиларнинг **касби** бўйича товар (иш, хизмат)ни етказиб бериш масаласи ҳам муҳим йўналишлардан биридир. Чунки, айрим касбдаги товарлар махсус шу касбга йўналтирилган бўлади. Буларга тиббиёт ходимларининг махсус касбий халати, айрим йирик компанияларнинг махсус кийими, ишчиларнинг иш кийими кабиларни мисол келтириш мумкин. Ушбу кийимларни ҳам қанча ва қаерда ишлаб чиқиш, қимларга сотиш масаласи ҳам ечимини кутаётган муаммо тарзида ҳамisha кун тартибидан тушмайди.

Одамларнинг **менталитети ва миллий таркиби** бўйича товар (иш, хизмат)ни етказиб бериш муаммоси ҳам маркетинг тадқиқотлари муаммоларини товар (иш ва хизмат)ларнинг истеъмолчилари бўйича таснифлашда алоҳида аҳамият берилиши лозим бўлган масалалардан биридир. Масалан, бизнинг менталитетимиздан келиб чиқиб миллий кийимларимиз шаклланган. Тўн, дўппи, белбоғ кабилар мамлакатимизда шунчалик кўп миллат ёки элатнинг кўплигига қарамасдан уни фақат ўзбек, тожик миллати кияди холос. Қолганларига булар миллий кийим эмас. Бундай ҳолат бошқа миллатларда ҳам учрайди, чунки ҳар бир миллатнинг ўзига хос миллий кийимлари бор. Маркетинг тадқиқотлари жараёнида ушбу ҳолатларни албатта инобатга олишга тўғри келади.

Маркетинг тадқиқотлари муаммоларини товар (иш ва хизмат)лар истеъмолчилари бўйича таснифлашда одамларнинг **ёши** бўйича товар (иш, хизмат)ни етказиб бериш масаласига ҳам эътиборни қаратиш лозим. Чунки, бир хил ўлчамдаги костюм ёшига қараб турли фасонда, кўринишда тикилиши мумкин. Қайси рангдалиги ҳам одамларнинг ёшига қараб танлаш лозимлигини тақозо қилади.

Шундай қилиб, маркетинг тадқиқотлари муаммоларини товар (иш ва хизмат)лар истеъмолчилари бўйича таснифлаш ҳам кўрсатдики, ушбу гуруҳнинг ўзида ҳам жуда катта муаммолар мавжуд экан. Шу туфайли ушбу масалада тўғри хулосаларни чиқариш, тўпланган ахборотларни тизимга келтириш учун

математик, статистик ва иқтисодий таҳлил усулларида кенг фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Ҳозир жаҳон миқёсида кўп қўлланилаётган социологик сўров орқали маркетинг муаммоларни аниқлашмоқда. Шу туфайли, маркетинг тадқиқотларида социологик сўров ўтказиш ҳам муҳим масалалар сирасига киради.

Юқорида келтирилган маркетинг тадқиқотларида муаммоларининг тавсифи ва уларнинг изоҳи шуни кўрсатдики, мазкур соҳада муаммоларни аниқлаш бир қанча объектив заруратга таяниши билан бирга жуда кўп муҳимликларга ҳам эгалигидан далолат беради. Шу туфайли муаммони аниқлашда бир қанча усуллардан фойдаланилади.

Муаммонинг аниқ ва тўғри белгиланиши маркетинг тадқиқотларини самарали ўтказиш учун асос бўлиб ҳисобланади. Маркетинг тадқиқотларининг муаммосини аниқланиши барча фаолиятни тўғри юритилишига, лойиҳани амалга оширилишига асос бўлиб хизмат қилади. Тиббиёт соҳасида касални олдиндан аниқлаш ва уни ўз вақтида даволаш учун тўғри ташхис қўйиш қанчалик муҳим бўлса, маркетинг тадқиқотларида унинг муаммосини аниқланиши ҳам худди шундай муҳимдир. Агар муаммо ўз вақтида аниқланмаса, аниқланган тақдирда ҳам у нотўғри аниқланган бўлса, ўтказиб қўйилган касал қандай бўлса, корхонанинг аҳволи ҳам худди шундай бўлади. Касални даволаш мушкул бўлгани сингари, мазкур корхонанинг ҳам жонланиб, оёққа туриб кетиши жуда қийин кечади. Чунки вақт ва маблағ самарасиз фойдаланишга олиб келиши мумкин.

Таъкидлаш жоизки, маркетинг соҳасидаги муаммолар аниқ ҳисоботда ифодаланадиган кўрсаткичларда ўз аксини топмайди. Шу туфайли мазкур соҳада муаммоларни аниқлашда социологик сўров ўтказиш лозим бўлади. Бу ишнинг бошқа йўли йўқ. Шу туфайли социологик сўровлар бир қанча аниқ саволларни қўйишни тақозо қилади. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Рақобатчиларингизни ўзингиздан кучли деб ҳисоблайсизми?
  - қанча субъектлар бор?
  - улардан нечтаси сиздан кучли?
2. Сиз нима қилсангиз рақобатбардошликни мустаҳкамлайсиз?
  - нархни тушуриш керакми?
  - маҳсулот сифатини ошириш лозимми?
  - арзонлаштирилган баҳо билан таннархингиз ўртасидаги нисбат унчалик яқин эмасми?
3. Муваффақиятга эришиш учун муҳим деб ҳисоблайдиган жиҳатларингиз нимада?
  - инновацияни жорий қилишда;
  - модернизация қилиб, тежамкор технологияларни жорий қилишда;
  - бозорни диверсификация қилишда;
4. Сотилмай қолган товарларнинг ҳолати қандай?
  - сизда ушбу товарлар бўйича меъёр борми?
  - сотилмай қолган товарлар кўпаймаяптими?
  - пул айланишида қандай муаммолар бор?
  - дебиторлар кўпми, муддати ўтганлари қанча?
  - кредиторларингиз билан муносабатлар қандай?
5. Коммунал хизматлардаги муаммоларни айтинг!
  - электр энергия таъминотида қандай муаммолар бор?
  - газ таъминотидаги муаммолар?
  - сув таъминотидаги муаммолар борми?
6. Яна қандай муаммоларингиз бор?

- кадр масаласи ва уларнинг малакаси етарлими?
- банк билан муносабатда қандай муаммолар бор?

7. Муаммоларни ҳал қилиш йўли борми? Агар бўлса, ўзингизнинг фикрингизча қандай чора-тадбирларни қўллаш мумкинлиги хусусида қисқагина тадбирлар айтилиб асосланади.

Социологик сўров натижаси умумлаштирилиб муаммоларнинг умумий сони аниқланади ва улар йўналишлари бўйича таснифланади. Оқибатда қайси йўналишда муаммолар кўплиги аниқланиб, уларни бартараф қилиш чоралари кўрилиши лозим бўлади. Бунда статистик методларнинг гуруҳлаш, индекс усулларида фойдаланилади.

Маркетинг тадқиқотларида муаммоларни аниқлаш ўта муҳим жараён ҳисобланади. Муаммо бор нарсаси, аммо уни кўрмасак, уларни ҳал қилиш чораларини ишлаб чиқмасак, оқибати нима бўлиши тайин. Шу туфайли ҳар йили корхоналарнинг умумий сонига нисбатан 17-20 фоиз субъектлар янгидан ташкил қилинади, афсуски худди шунча корхона “юқини тортолмасдан” банкротлик ҳолатга тушиб қолаётганларини ўзлари ҳам сезмай қолмоқда. Булардан ҳам кўриниб турибдики, социологик сўров ўтказиш орқали муаммоларни аниқлаш ҳам ўта муҳим чоралардан биридир. Унинг муҳимлигига қуйидагиларни киритиш мумкин.

1. Ушбу муаммоларнинг ҳал қилиниши билан бирорта товардан (иш, хизматдан) қаерда ва қанча ишлаб чиқариш лозимлигини аниқлаш имконини беради.

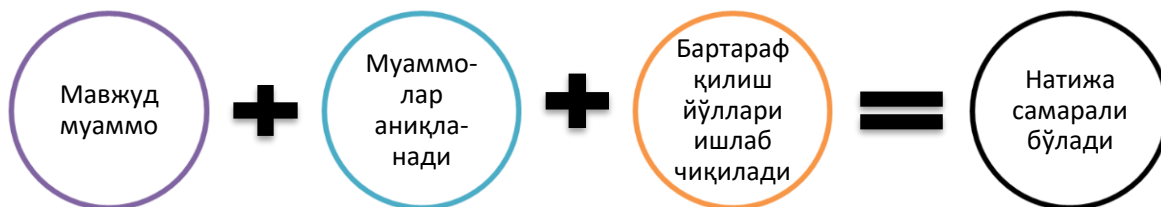
2. Ишлаб чиқарилган товарни (иш, хизматни) қаерга, қанча миқдорда ва баҳода сотиш мумкинлигини аниқлаш билан бирга қайси бозорни танлаш йўллари ҳам кўрсатиб беради.

3. Бозорни тўлдириш учун қанча товар (иш, хизмат)ни ички ишлаб чиқарувчилар ва қанчасини ташқаридан (бошқа ҳудудлардан ва ташқи мамлакатлардан) келтириш лозимлигини ҳам ҳал қилиш йўллари аниқлаш имконияти яратилади.

4. Товар (иш, хизмат)ни вақт нуқтаи назаридан (доимий, мавсумий) аниқ белгилаш имкони туғилади ва улар билан йил давомида таъминлашнинг имкониятлари қидирилади.

5. Ишлаб чиқаришни ва бозорни бевосита аҳолининг миллий таркибидан келиб чиққан ҳолда талабларни қондириш учун қанча ишлаб чиқариш ва сотиш лозимлигини аниқлаш имконини беради.

Ушбу жараённи яхлит ҳолда қуйидагича тасвирлаш мумкин (1-расм)



**1-расм. Маркетинг тадқиқотларида муаммоларни аниқлашнинг муҳимлиги**

Чизмадан кўриниб турибдики, ҳар қандай корхона фаолиятида муаммолар мавжуд бўлади. Маркетинг тадқиқотларида ушбу муаммоларни аниқламасдан унинг фаолиятини стратегик режалаштириб ҳам, унинг самарадорлигини ошириш масалаларини ҳам мукамал ишлаб чиқиши қийин кечади. Шу жиҳатдан муаммоларни аниқлаб олиш албатта керак. Бу эса ўз навбатида, мазкур масалага статистик таҳлил усуллари қўллашни тақозо қилади. Шу тариқа маркетинг

жараёнларидаги муаммоларни бартараф қилиш имконияти туғилади ва мос равишда уларни ҳал қилиш бўйича аниқ чора-тадбирлар ишлаб чиқилади. Хуллас, маркетинг тадқиқотларида муаммоларни аниқлашнинг муҳимлиги жуда кўп ечимларни ҳал қилиш орқали корхоналар фаолияти самарадорлигини ошириш ва рақобатбардошлигини мустаҳкамлаш йўллари аниқ белгилашга асос бўлади.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>М.К.Пардаев, М.Э.Пулатов</b></p> <p><b>Проблемы в маркетинговых исследованиях: их классификация, группы и важность идентификации</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье излагаются проблемы в маркетинговых исследованиях, их классификация, описание, группы и важность идентификации. В ней обсуждается проблема товарного производства, некоторые проблемы маркетинговых исследований, связанных с товарными рынками, классификация товаров по потребителям. Показаны четкие способы идентификации этих проблем.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> маркетинговые исследования, проблемы, производство товаров, продажа товаров, потребление товаров, время продажи, ширина рынка.</p> | <p style="text-align: center;"><b>M.Pardaev, M.Pulatov</b></p> <p><b>Problems in marketing research: their classification, groups and the importance of identification</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article outlines the problems in marketing research, their classification, description, groups and the importance of identification. It discusses the problem of commodity production, some problems of marketing research related to commodity markets, the classification of goods by consumers. Clear ways of identifying these problems are shown.</p> <p><b>Keywords:</b> marketing research, problems, production of goods, sale of goods, consumption of goods, time of sale, market width.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**S.Alieva** – PhD in economy, Senior Lecturer of Samarkand institute of economics and service

**N.Ruzibayeva** – Teacher of Samarkand institute of economics and service,

**M.Rahimov** – student of Samarkand institute of economics and service

#### INCREASING THE PROCESS OF STABLE ECONOMIC DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN

**Annotation:** This article focuses on widely used in foreign academic circles, and among economists, central bank and other authorities on the periphery of the concept of domestic scientific debate "financial stability", where the broad scope of "financial stability" and their elements, and the systemic nature of modern economic processes have been analyzed.

**Key words:** Economist, Central bank, financial stability, elements, economic process.

Economics, like any other science, operates with a set of special terms and categories, establishes their relationship, formulated with the help of their scientific laws and creates scientific theories. However, scientists do not only operate on existing concepts and terms, but also to develop new concepts and terms as the widening and deepening of their submissions on the subject of science. Preparation of new scientific knowledge is closely linked with the development of a new conceptual apparatus and terminology. Introduction to the scientific discussion of new terms begins with the birth of the idea or concept (from Lat sonceptus -. Concept, idea), in the future, this concept clarifies, "acquires" the details, taking shape strict scientific definition and becomes a scientific concept or category<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> J. Benson Durham, "Economic Growth and Political Regimes", Journal of Economic Growth, Vol. 4, No. 1, (March, 1999), pp. 81-111.

Under the concept of "financial stability" in this paper refers to the general idea or mental representation that is embedded in the term "financial stability"<sup>1</sup>. The concept of "financial stability" and assessment of the financial condition of a particular economy at a time - not identical concepts.

Financial stability, in general view, has all the properties inherent to the scientific concept. It is mostly mentioned only the two most significant ones.

The broad scope of the concept of "financial stability" and the heterogeneity of male elements also increase the difficulty of quantifying the level of financial stability, although they do not exclude the measurability of financial stability.

In addition, the concept of "financial stability" reflects the systemic nature of modern economic processes: the relationship of the financial sector and finance the real economy, usually economies of developed countries finance other countries' economies and financial sectors of the real economy due to each other, in some ways one can also make such kind of sector, which can collect, analyze and make better financial plans for the future. Given the complexity of these relationships, the analysis of the financial sustainability of some financial intermediaries and the use of control interventions solely to the financial system in the narrow sense of the word cannot guarantee financial stability in the economy<sup>2</sup>. Achieving and maintaining an acceptable level of financial stability requires a comprehensive approach to the development of appropriate measures of economic politicians.

In practice, in order to explain something less known or abstract is to compare with the familiar concepts. Economists often draw an analogy between the economy and the human body. In particular, the monetary system figuratively called "circulatory system" of the economy. Using a similar metaphorical language can be identified financial stability to human health. At the same time we realize that the absolute of any state is inconceivable in practice and it is difficult to define in theory<sup>3</sup>. It is shown that how cannot be perfect (absolute) health, and in reality there is no absolute financial stability (Please look at the figure № 1).

Thus, the concept under consideration involves relativity, where the absolute level of financial stability is achievable only in a hypothetical state of economic system. In fact, the economy is constantly in a state of deviation from this standard, the lower boundary of which is a state of absolute rejection of financial instability<sup>4</sup>. Zone financial stability assessments "A" and the area estimates of financial destabilization separated boundary strip "B", which characterizes the intermediate states between financial stability and financial destabilization (please look at the picture 1). Assessment of financial stability at the level of the boundary line is sometimes treated as a state.

Due to the relatively recent emergence of the reporting period of the concept, as well as the complexity of its structure marked economic science has not yet developed a clear, unambiguous definition of what is financial stability<sup>5</sup>. Financial stability is considered as a specific public good, which can use each subject of the economy. Such a public good is the ability of the financial system to effectively facilitate and improve

<sup>1</sup> Peter Dombrowski, "From Sovereign States to Sovereign Markets", *International Politics a Journal of Transnational Issues and Global Problems*, Vol. 36, No. 1, (March, 1999), pp. 1-23.

<sup>2</sup> Laszlo Szamuely, "The Transition Economies (CIS, Bulgaria)", *Economic Trends in Eastern Europe*, Vol. 8, No. 1, 1999, pp. 19-24.

<sup>3</sup> Alesina, Alberto, Sule Ozler, Nouriel Roubini, and Phillip Swagel. 1996. "Political Instability and Economic Growth." *Journal of Economic Growth* 1: 189-211.

<sup>4</sup> Alesina, Alberto, and Roberto Perotti. 1997. "The Politics of Growth: A Survey." In *Government and Growth*, edited by V. Bergstrum. Oxford: Oxford University Press.

<sup>5</sup> Levine, R. (1997): "Financial development and economic growth: views and agenda," *Journal of Economic Literature*, 35, 688-726.

the economic processes, to manage financial risks, redistribute risks between economic operators, as well as to absorb negative shocks on the economy.

However, summing up the developed academic definition of financial stability is possible, whereas one should provide the following characteristics of this concept, revealing its essence:

1. The systemic nature of financial stability. Financial stability arises as a result of the synergistic interaction of the system of financial institutions, markets and infrastructure as well as financial relations arising in the real economy;

2. A plurality of possible states of financial stability. Financial stability - is not the only point state, and a number of possible values, each of which corresponds to a margin of safety of the financial system;

3. The relative character of financial stability. Financial stability is not an absolute condition for financial stability. The theoretical probability of financial instability exists even in the most stable financial systems;

4. The dynamic aspect of financial stability. If you have financial stability in the current period of time the risks identified and evaluated properly. Proper assessment of the risks that may affect in the future, allowing providing financial stability in periods, unless there are unexpected and/or negative macroeconomic and financial shocks;

5. The basis of trust in the financial system. Without confidence in financial institutions, markets, instruments and infrastructure, financial stability can be affected negatively;

6. The ability to fully absorb negative shocks in the financial system. There is no negative impact on the real economy from the financial system in a state of financial stability.

Taking into account the level of development of the financial system of the republic of Uzbekistan, which is currently in the definition of financial stability for practical use should be included, above all, to prevent a systemic financial crisis (the payment system of the crisis, banks and insurance companies, currency destabilization of the market, interbank market and government securities market securities). With the development of the financial system in such a definition should be added other essential features of financial stability: the stability of non-bank intermediaries, the stability of financial markets, an effective redistribution of financial resources in the economy. In the longer term, in the operational definition of financial stability, it will be possible to include a function to absorb the negative economic shocks and effective management of financial risks in the economy.

#### Reference list

1. Alesina, Alberto, Sule Ozler, Nouriel Roubini, and Phillip Swagel. 1996. “Political Instability and Economic Growth.” *Journal of Economic Growth* 1: 189-211.
2. Alesina, Alberto, and Roberto Perotti. 1997. “The Politics of Growth: A Survey.” In *Government and Growth*, edited by V. Bergström. Oxford: Oxford University Press.
3. J. Benson Durham, “Economic Growth and Political Regimes”, *Journal of Economic Growth*, Vol. 4, No. 1, (March, 1999), pp. 81-111.
4. Laszlo Szamuely, “The Transition Economies (CIS, Bulgaria)”, *Economic Trends in Eastern Europe*, Vol. 8, No. 1, 1999, pp. 19-24.
5. Levine, R. (1997): “Financial development and economic growth: views and agenda,” *Journal of Economic Literature*, 35, 688–726.
6. Peter Dombrowski, “From Sovereign States to Sovereign Markets”, *International Politics a Journal of Transnational Issues and Global Problems*, Vol. 36, No. 1, (March, 1999), pp. 1-23.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Aliyeva S., Ruzibayeva N.,<br/>Rahimov M.</b></p> <p style="text-align: center;"><b>O‘zbekistonda barqaror iqtisodiy<br/>o‘shishni kengaytirish jarayoni</b></p> <p><b>Annotatsiya:</b> bu maqolada horijiy iqtisodiyotda, markaziy bankda va hokimiyatning boshqa organlarida keng tarzdagi “moliyaviy barqarorlik” haqidagi debatga qaratilgan, hamda “moliyaviy barqarorlik”, uning elementlari va tabiiy rivojlanish iqtisodiyoti sistemasi jarayonlarini tahlil qilish ko‘rib chiqilgan.</p> <p><b>Kalit so‘zlar:</b> iqtisodchi, markaziy bank, moliyaviy barqarorlik, elementlar, iqtisodiy jarayon.</p> | <p style="text-align: center;"><b>Алиева С.С., Рузобаева Н.Х.<br/>Рахимов М.</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Расширение процесса стабильного<br/>экономического роста в Узбекистане</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в данной статье основное внимание уделено широко используемой в зарубежных академических кругах, а также экономистами, центральным банком и другим органам власти на периферии концепции отечественных научных дебатов на тему «Финансовая стабильность», где широко анализируются содержание понятия «финансовая стабильность» и ее элементы, а также системный характер современных экономических процессов.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> экономист, центральный банк, финансовая стабильность, элементы, экономические процессы.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**А.А. Эралиев** – Андижон машинасозлик институти катта ўқитувчиси

### **КОРХОНАЛАРНИ МОДЕРНИЗАЦИЯ ВА ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ҚИЛИШДА БОШҚАРИШНИНГ АҲАМИЯТИ**

**Аннотация:** мақолада ҳозирги даврда корхоналарни бошқаришда раҳбарларнинг роли нақадар муҳим эканлиги ва бу жараёнда бошқариш тамойиллари, унинг функциялари ва тузилмаларини замон талабларига мослаштиришнинг долзарблиги кўрсатиб берилган.

**Калит сўзлар:** мотивация, менежмент, тамойил, «қамчи ва ширинлик», бошқариш функцияси, бошқарувнинг роли, диверсификация, инновацион технологиялар.

Бугун мустақил Ўзбекистон халқаро ҳамжамиятнинг ва глобал молиявий-иқтисодий бозорнинг ажралмас таркибий қисми ҳисобланади. Бунинг тасдиғини жаҳоннинг йирик компания ва концернлари билан яқин, иккиёқлама манфаатдор алоқаларни тобора кенгайтириб бориб, тараққий топган етакчи давлатлар кўмагида иқтисодиёт тармоқларини ривожлантириш, модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш бўйича дастурлар амалга оширилади деганлигида кўриш мумкин.

Жамиятимизни янгилаш ва ислоҳ қилиш борасидаги Ҳаракатлар стратегияси ислохотларни янада чуқурлаштириш, ҳаётимизнинг барча жабҳаларини эркинлаштириш ва янада ривожлантириш йўналишида қилинадиган вазифаларнинг асосийларини белгилаб берди. Сиёсий ва давлат қурилиши соҳаларида эркинлаштиришни жорий этишга қаратилган чора тадбирларни, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органи – маҳалланинг ҳуқуқларини кенгайтириш, унинг жамият ҳаётидаги ўрни ва аҳамиятини ошириш жамиятни демократиялаштиришдаги асосий мақсадларимиздан бири ҳисобланади.

Республикаимиз Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга қилган Мурожаатномасида: «Ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник янгилаш ва диверсификация қилиш, инновацион технологияларни кенг жорий этиш — Ўзбекистон учун жаҳон бозорида янги марраларга чиқишнинг ишончли йўлидир»<sup>1</sup> - деб таъкидлаган эдилар. Иқтисодиётимизда таркибий ўзгаришларни амалга ошириш ва уни модернизация қилиш борасида стратегик муҳим роль ўйнайдиган лойиҳаларни амалга ошириш, биринчи навбатда, ишлаб чиқариш инфратузилмасини шаклланти-

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 25.12.2017 й [www.turkiston.uz](http://www.turkiston.uz)

риш фаолиятига катта аҳамият берилмоқда.

Иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишда корхоналарни модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлашни янада жадаллаштириш, замонавий, мослашувчан технологияларни кенг жорий этиш вазифалари қўйилди. Бу вазифа авваламбор иқтисодиётнинг асосий тармоқлари, экспортга йўналтирилган ва маҳаллийлаштириладиган ишлаб чиқариш қувватларига тегишлидир. Бу ўринда ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш, халқаро сифат стандартларига ўтиш бўйича қабул қилинган тармоқ дастурларини амалга оширишни тезлаштириш вазифаси қўйилмоқда. Ўз навбатида, бу мамлакатимизнинг ҳам ташқи, ҳам ички бозорда барқарор мавқега эга бўлишини таъминлаш имконини беради.

Тамойил бу хўжалик юритишнинг муҳим қондаси ҳисобланиб, уларнинг назарий аҳамияти шундан иборатки, улар бозор иқтисодиёти шароитида бошқариш қонуниятлари билан чамбарчас боғлиқ бўлишига алоҳида эътибор қаратишни талаб этади. Ишлаб чиқариш жараёнида қонуниятлар айнан тамойиллар орқали ўз ҳаракатини амалга оширадilar.

Бошқарув тамойиллари реал амалиётни белгилаб, бошқариш аппарати-нинг тўғри ва аниқ ҳаракат йўлини кўрсатиб беради. Тамойиллар ходиса-воқеалар ва вазиятлар тизимида пайдо бўлиб турадиган мантикий алоқаларни тўғри тушинишга, ҳаракатлар мақсадини тўғри аниқлашга, бошқариш функциясини самарали татбиқ қилишга қаратилган конкрет қарорлар ишлаб чиқишга имконият яратади.

Ўзбекистон Мустақилликка эришгандан кейин уни иқтисодиётини бошқариш тубдан ўзгартириш энг долзарб муаммолардан бирига айланди.

Ҳозирги шароитда Республика корхоналари ва ташкилотларида бошқарув ролининг ошиб бориши қуйидаги омиллар билан белгиланади:

- бозор иқтисодиётининг барпо қилиниши ва у билан боғлиқ бўлган турли мулк шакллари-нинг вужудга келиши (давлат, хусусий, акционер жамиятлар, қўшма корхоналар, маҳалла ва ҳоказолар);

- хўжалик юритишнинг янги шакллари-ни вужудга келиши (акционер жамиятлар, концерн, консорциум, хусусий корхоналар ва ҳоказо);

- иқтисодиётимиз ҳажмининг ўсиши, ундаги сифат ўзгаришлари, саноатимиз илгари ишлаб чиқармаган янги маҳсулотларни ишлаб чиқариши, фан-техника ютуқларини амалиётда қўллашнинг кенг авж олиши;

- хўжалик юритишнинг ноиқтисодий йўналишлари ролининг ошиб бориши (социал меъёрлар, истеъмол мезонлари, атрофдаги муҳит муаммолари ва ҳоказо);

- билим ҳажмининг ошиши ва уларни тузилишининг ўзгариши, янги фан соҳаларининг пайдо бўлиши ва бу билан боғлиқ бўлган фаолият йўналишларини танлаш имкониятини кучайтирилиши;

- бозор шароитида бошқарув тизимининг ўзидаги ўзгаришлар, ҳамма соҳаларда демократик тамойилларнинг кириб келиши.

Маълумки, юқорида қайд қилинган социал-иқтисодий жараёнлар ихтиёрий равишда, ўз-ўзича кечмайди. Уларни тартибга солиш, мувофиқлаштириш, йўналтириш учун бошқарув зарурияти туғилади.

Мотивация – ўзини ва ўзгаларни кўзда тутилган шахсий ва ташкилотнинг умумий мақсадларига эришишга ундаш жараёнидир. Энг биринчи ва тарихий мотивация усуллари-дан бири «қамчи ва ширинлик» усулидир. Яхши ишлаган ходим «ширинлик» олган, ёмон ишлагани эса «қамчи» билан жазоланган.

Бошқаришда ижтимоий-психологик усулларни қўллаш биринчи марта, немис психологи **Зигмунд Фрейд** томонидан амалга оширилди. Бу назария авваламбор Европада тарқалди. 1920 йилларда Тейлор ва Гилбрет томонидан Америкага ёйишга ҳаракат қилинди. Лекин, бу янгилик кенг оммалашмади. Фақат Элтон Мэйонинг илмий ишлари пайдо бўлганидан кейингина бу усулга эътибор кучая бошлади.

Бошқарув бирон-бир мақсадга самарали эришиш учун инсонлар ҳаракатини тартибга солиш ва мувофиқлаштиришдан иборат. Шунинг қайд қилиш жоизки, инсонни ҳар қандай объектга таъсир кўрсатиши бошқариш бўлавермайди. Бошқариш фанини автомобилни бошқариш эмас, балки уни бошқараётган инсон қизиқтиради. Шунинг учун ҳам хорижий мамлакатларда, айниқса, Англия ва АҚШда автомобилни бошқаришни менежмент деб атасангиз тушунмовчилик бўлади. Чунки менежмент тушунчаси бевосита ҳўжалик объектларини бошқарув тушунчаси билан ҳамохангдир.

Шундай қилиб, бошқарувни алоҳида бир фаолиятнинг турига айланиши иқтисодий тараққиётнинг маълум босқичига тўғри келади. Ушбу босқич меҳнат тақсимооти ва уни ихтисослаштириш, ишлаб чиқариш ва ҳўжалик жараёнларининг мураккаблаштириш билан характерланади. Худди шу вазиятда уларни тартибга солиш ва мувофиқлаштириш зарурияти кўндаланг бўлиб туради. Бундай шароитда уларни бошқариб турадиган раҳбар ходимларга талаб пайдо бўлди.

Корхоналарни бошқариш аппаратида турлича хизматга оид бўлимлар мавжуд бўлади. Уларни амалиётда маъмурий-бошқариш ходимлари деб аталади. Одатда корхона бўлимларини бошқариш ишлаб чиқариш (корхонани бошқарадиган) ва функционал қисмларга (молия, таъминот, сотиш, кадрлар, технология, иш юритиш, ташқи иқтисодий алоқаларни бошқариш) бўлинади. Ҳаммасини умумлаштириб раҳбарлар, мутахассислар ва техник ижрочилар деб ҳам атасак бўлади.

Корхона тузилмасида бўлинма, цех, бўлим, лабораториялар ва бошқа бўлимларни кўрсатиш мумкин. Ҳаммасида ўзининг бошқариш органлари мавжуд.

Корхонани бошқариш асосида чизикли ва функционал тамойиллар ётади. Шунинг қайд қилиш жоизки, ҳар қандай ишлаб чиқаришни бошқариш тизимида чизикли тамойил ётади. Тизимнинг ичида бўғин ва поғоналарни бир-биридан фарқ қилиш лозим. Бўғин бу алоҳида функцияларни бажарувчи мустақил бўлинмадир. Бошқариш бўғини тушунчасига шунингдек, бир неча ташкилий тузилмаларни фаолиятини раҳбарлигини амалга оширувчи раҳбарларни кўрсатиш мумкин. Буларга бош муҳандис, бош технолог, смена бошлиқлари ва ҳоказолар киради.

Ҳозирги шароитда корхона раҳбарлари ролининг ошиб бориши бир қатор омиллар билан белгиланади. Буларга корхоналардаги сифатли ўзгаришлар, ишлаб чиқариш ҳажмининг ошиши, ишлаб чиқариш жараёнларининг мураккаблаштириш, даврга хос бўлган янги маҳсулотларни ишлаб чиқариш, ишчи-ходимлар мафкурасининг ўзгариши, бошқаришни шакл ва усуллариининг ўзгариши, ҳамма соҳада демократлаштиришни амалга оширилиши, даврнинг талаби билан раҳбарларнинг алоҳида ўрин эгаллаши ва ҳоказоларни кўрсатиш мумкин.

Ҳозирги шароитда раҳбарлар ролининг ошиб бориши қуйидаги омиллар билан белгиланади:

- турли мулк шакллариининг вужудга келиши (давлат, хусусий, акционер жамиятлар, маҳалла ва ҳоказолар);
- ҳўжалик юритишнинг янги шакллариини вужудга келиши (акционер жамиятлар, концерн, корпорация, консорциум, қўшма корхоналар, хусусий корхоналар ва ҳоказо);
- иқтисодиётимиз ҳажмининг ўсиши, иқтисоддаги сифатли ўсишлар, фан-техника ютуқларини амалиётда қўллаш бошқариш қарорлари вариантларини кўпайтиради, уларни танлаш муммоларини мураккаблаштиради;
- ҳўжалик юртишни ноиқтисодий йўналишлари ролининг ошиб бориши (социал меъёрлар, истеъмол мезонлари, атрофдаги муҳит муаммолари ва ҳоказо) бошқариш кадрлари ва биринчи навбатда раҳбарларнинг масъулиятини оширади;

➤ билим ҳажмининг ошиши ва уларни тузилишининг ўзгариши, янги фан соҳаларининг пайдо бўлиши фаолият йўналишларини танлаш имкониятини кучайтиради ва раҳбарларни бошқаришга таъсир қилиш заруриятини кенгайтиради;

➤ бозор шароитида бошқариш тизимининг ўзидаги ўзгаришлар, ҳамма соҳаларда демократик тамойилларнинг кириб келиши;

➤ қонун устуворлигини таъминлаш бошқариш қарорларини қабул қилишда субъект омилнинг ролини оширади;

➤ бозор механизмларининг таъсири остида бир қатор янги истикболли қарорлар ҳиссаси ошади, доимий равишда янги муаммолар пайдо бўлади. Буларни ўз вақтида аниқлаб ҳал қилиш, биринчи навбатда, раҳбарлардан маҳорат, зийраклик ва билимдонлик талаб қилади.

Ҳозирги замонда кўпчилик қарорларнинг асосий хусусияти шундай иборатки, улар ўзларига иқтисодий, социал, ташкилий ва бошқа йўналишлар нуқтаи назаридан ёндашишни талаб қилади. Айнан раҳбар ўзининг бошқариш тизимида тутган ўрнига қараб юқоридаги ёндашишни амалиётга татбиқ қила олиш мумкин. Бундан ташқари раҳбарлар ролининг ошиб бориши ахборотларни ишлаш жараёнини автоматлаштириш, кенг миқёсда компьютер техникасидан фойдаланиш билан ҳам белгиланади. Юқоридаги техникадан кенг қўламда фойдаланиш бошқариш ходимларини ҳаммага маълум бўлган, ноижодий вазифалардан озод қилиб, асосий диққат эътиборни энг муҳим масалаларга қаратишни талаб қилади. Шундай қилиб, иқтисодиёт мураккаблашиб борган сари раҳбарларнинг ҳам вазифалари мураккаблашиб бораверади.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки, Ўзбекистонда амалга оширилаётган бозор ислохотларининг суръати ва мантикий талабларидан келиб чиққан ҳолда, эркин бозор иқтисодиёти муносабатларини янада ривожлантириш, мамлакатимиз иқтисодий тараққиётининг энг муҳим истикболлари ва устувор йўналишларини белгилаб ва бу йўналишда барча куч ва ғайратларимизни уйғунлаштиришимиз керак. Мамлакатимизни модернизация қилиш ҳамда иқтисодиётнинг барча соҳаларини ривожлантириш бўйича устувор йўналишларни амалга ошириш мақсадида қабул қилинган Ҳаракатлар стратегияси асосида иш тутишимиз эртанги кунга катта ишонч билан қарашга умид беради.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 25.12.2017 й [www.turkiston.uz](http://www.turkiston.uz)
2. Мескон М. и другие. Основы менеджмента. Пер с англ. -Москва: «Дело», 1992.

| <p style="text-align: center;"><b>А.А. Эралиев</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Значение управления в модернизации предприятий и диверсификации производства</b></p>                                                                                                                                                                                                       | <p style="text-align: center;"><b>A.A. Eraliyev</b></p> <p style="text-align: center;"><b>The importance of management in the modernization of enterprises and in the diversification of production</b></p>                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> в статье указана актуальность роли руководителей в настоящее время в управлении предприятиями и в соответствии с процессом управления, принципов, функций и структур к требованиям времени.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> мотивация, менеджмент, принципы, «кнут и пряник», функции управления, роль управления, диверсификация, инновационные технологии.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article highlights the relevance of the role of managers at the present time in the management of enterprises and in accordance with the management process, principles, functions and structures to the requirements of the time.</p> <p><b>Keywords:</b> motivation, management, principles, "carrot and stick", management functions, the role of management, diversification, innovative technologies</p> |

## ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ

Д.Б. Ахмадалиева – АҚХИ ассистенти

### КЎП ТАРМОҚЛИ ФЕРМЕР ХЎЖАЛИГИДА ИНТЕНСИВЛАШТИРИШНИ ИШЛАБ ЧИҚАРИШДА ТУТГАН ЎРНИ

**Аннотация:** ишлаб чиқаришни интенсивлаштиришни доимий ривожлантириш талаб этилади. Айнан шуни инобатга олган ҳолда мақолада қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришини интенсивлаштириш - кўп жиҳатли жараён бўлиб, ҳозирги шароитда қишлоқ хўжалигини интенсивлаштиришнинг мамлакат ривожланишидаги тутган ўрни кўриб чиқилади.

**Калиг сўзлар:** интенсивлаштириш, илмий ишланмалар, замонавий техника-технологиялар, глобаллашув, рақобатбардош товарлар, меҳнат унумдорлиги, инновацион ғоялар.

Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш асосан экстенсив ва интенсив йўллар билан амалга оширилади. Қишлоқ хўжалигида етиштириладиган маҳсулотларнинг ишлаб чиқариш ҳажмини оширишнинг экстенсив йўли – бу экин майдонини кўпайтириш эвазига ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш ҳисобланади.

Маҳсулот ҳажмини оширишнинг интенсив йўлида эътибор асосан маҳсулот унумдорлигини оширишга қаратилади, яъни хўжалик экин майдонини ўзгартирмаган ҳолда серҳосил уруғ навлари, фан-техника ютуқларини ишлаб чиқаришга жалб этиш орқали меҳнат унумдорлигини оширади. Натижада меҳнат унумдорлиги ошганлиги сабабли 1 бирлик маҳсулот таннархи пасаяди, шунингдек, маҳсулот ҳажми ҳам ортади.

Қишлоқ хўжалигида кенгайтирилган такрорий ишлаб чиқаришни таъминланиши икки усулда, яъни экстенсив ва интенсив йўллар асосида амалга оширилади. Ишлаб чиқариш машиналашган, самарали технология ва юксак малакали иш кучи мавжуд бўлган шароитда интенсив ўсиш омиллари асосий ўринда туради ва ишлаб чиқарувчи кучлар ривожланган сари уни аҳамияти қонуниятли тарзида мунтазам ошиб боради.

Интенсив ривожланиш категорияси ўзбек тилида жадал ривожланиш деб аталади (бундан кейинги саҳифаларда жадал ривожланиш деб юритилади). Қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришини жадал ривожланиши назарияси аввало ернинг ўзига хос хусусиятларига, уни қишлоқ хўжалигида асосий ишлаб чиқариш воситаси сифатида тутган ўрнига асосланади. Қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши жараёнида фойдаланилаётган ерларнинг асосий восита сифатидаги ўзига хос хусусиятларига жумладан, уларни чекланганлиги ва ўз унумдорлигини мунтазам ошириб бориши имкониятлари киради.

Ишлаб чиқаришни интенсивлаштиришни доимий ривожлантириш талаб этилади. Қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришини интенсивлаштириш - кўп жиҳатли жараён бўлиб, ҳозирги шароитда қишлоқ хўжалигини интенсивлаштиришнинг қуйидаги омиллари муҳим аҳамият касб этади:

1) Иқтисодий муносабатларни тубдан қайта қуриш. Қишлоқ хўжалигини юксалтиришни бирламчи масалаларидан бири қишлоқда иқтисодий муносабатларини ўзгартириш, деҳқонларга кам харажатлар сарфлаган ҳолда кўплаб сифатли маҳсулот етиштиришга интилиш ҳиссиётига эга бўлган ернинг ҳақиқий эгалик ҳуқуқини қайтариш. Қишлоқда иқтисодий қайта қуришнинг асосида – деҳқонларга мустақил ҳаракат этиш, тадбиркорлик ва ташаббускорликни амалга оширишга замин ярата оладиган хўжалик юритишнинг турли мулкчиликка ва шаклига асосланган муҳитни яратиш.

2) Етиштирилган маҳсулотларни асраш, уни нобудгарчилигини олдини олиш. Қишлоқ хўжалигини мавсумийлик хусусиятини унга мутаносиб ҳолда ишлаб чиқариш инфратузилмасини ривожланишига бўлган талабни янада оширади. Қишлоқ хўжалигида юритишнинг турли мулкчилик шакллари кенг ривожлантириш орқали ишлаб чиқаришга яқин йилларда сақлаш, қайта ишлаш шохобчаларини яратилиши имкониятлари туғилади. Маҳсулотларни нобудгарчилигини олдини олиш билан бир қаторда уларни ташиш билан боғлиқ харажатларни камайишига эришилади.

3) Қишлоқ хўжалигини кимёлаштириш. Ишлаб чиқаришни кимёлаштиришнинг асосида ернинг унумдорлигини ошириш орқали ўсимликчилик ва чорвачилик маҳсулотларини етиштиришни кўпайтиришга қаратилган тадбирлар ётади:

а) ҳосилдорликни оширишга қаратилган минерал ўғитларни татбиқ этиш тадбирлари;

б) кимёвий воситалардан бегона ўтларга қарши курашиш тадбирлари;

в) ўсимлик ва чорва моллари зарарқунанда ҳашоратлари ва касалликларига қарши курашишда кимёвий воситалардан фойдаланиш;

г) чорва молларини тўйимлилигини оширишда кимёвий чиқарилган маҳсулотларини кенг қўламда қўлланишига қаратилган тадбирлар;

д) қишлоқ хўжалигида, Кимё саноатида ишлаб чиқарилган маҳсулотларни кенг қўламда қўлланилишига қаратилган тадбирлар.

4) Қишлоқ хўжалигини мелиорациялаш. Қишлоқ хўжалиги маҳсулдорлигини кўшимчалардан фойдаланиш. Қишлоқ хўжалигида, кимё саноатида, ишлаб чиқаришни оширишда – суғориш, зах қочириш, ерни оҳаклаш, шўрни ювиш тадбирларини ўз вақтида, сифатли амалга ошириш муҳим омиллар жумласига киради.

5) Ресурс талабчанлиги кам бўлган интенсив технологияларни қўллаш. Деҳқончиликда мавжуд технологияларни такомиллаштириш муҳим бўлиб, уларни асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат:

а) илмий асосланган ўғит меъёрларини қўллаш орқали қишлоқ хўжалиги экинларининг озуқа талабчанлигини оптималлаштириш;

б) қишлоқ хўжалик экинларини интенсив навларини ишлаб чиқаришга тадқиқ этиш;

в) ердан ва бошқа асосий воситалардан самарали фойдаланишни кўзда тутган ўсимликларни жойлаштиришнинг рационал схемаларини ишлаб чиқиш;

г) қишлоқ хўжалик машиналарини такомиллаштириш орқали агротехника тадбирларини амалга оширишни қисқартириш ва қўшиб олиб бориш;

д) маҳсулотларни йиғиш, ортиш ва ташишдаги тадбирларни такомиллаштириш.

7) Ишлаб чиқаришни жойлаштириш ва ихтисослаштиришни такомиллаштириш. Фан-техника тараққиёти таъсирида қишлоқ хўжалик ишлаб чиқариш кучларини ривожланиши ва ижтимоий меҳнат тақсимотининг чуқурлашуви тинимсиз юксала боради. Шу билан бирга иқтисодий асосланган қишлоқ хўжалик корхоналарининг оптимал катта-кичиклиги, уларни меҳнатга мувофиқ ихтисослашувига, деҳқончилик ва чорвачилик маданиятини кўтаришга, фан-техника ютуқларини амалиётга татбиқ этилишига замин яратилиб, натижада маҳсулот етиштиришни самарадорлигини оширишга эришилади.

8) Мутахассисларнинг малакасини ошириш. Қишлоқ хўжалигига фан ютуқларни татбиқ этишда кадрларни мутахассислик савиясини ва техник тайёргарлик даражасини оширмай туриб эришиш мумкин эмас. Қишлоқ хўжалигида мутахассисларни малакасини ошириш биринчидан, мутахассисларга

мураккаб ва илгари амалга ошира олмаган ишларни бажариш учун уларни малакасини ошириш ва эгизак касбларни эгаллашига замин яратиш, иккинчидан нисбатан юқори сифатга эга бўлган маҳсулот олиш, учинчидан маълум бир вақт оралиғи давомида аввалдагидан кўпроқ маҳсулот кўламини етиштириш ёки хизматлар ҳажмини бажаришга имкон яратиш.

9) Ишлаб чиқаришга фан-техника ютуқлари ва илғорлар тажрибасини татбиқ этиш. Ҳозирги шароитда қишлоқ хўжалигини интенсивлаштириш суръатларини ошириш ва унинг самарадорлигини кўтаришда фан ютуқлари натижаларини татбиқисиз тасаввур этиб бўлмайди. Фан-техника соҳаларидаги ютуқлар ишлаб чиқариш кучларини янада юксалтирувчи муҳим омил бўлиб, ишлаб чиқариш ресурслари қаторида ишлаб чиқариш жараёнларида иштирок этади. Қишлоқ хўжалигини интенсивлаштиришда амалиётда мавжуд бўлган илғор тажрибалар натижасини таҳлил қилиш ва уларни ишлаб чиқаришга кенг татбиқ қилиниши катта аҳамият касб этиб, маҳсулот кўламини кўпайишига ва ишлаб чиқариш самарадорлигининг ўсишига ижобий таъсир кўрсатади.<sup>1</sup>

Кўп тармоқли фермер хўжалигида ишлаб чиқаришнинг интенсив ривожлантириш куйидаги омиллар асосида амалга оширилади. Интенсивлаштириш жараёнида яхши самара берадиган асосий омиллардан бири бу қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришни тўла механизациялаштириш ҳисобланади. Бунда ходимларни техника билан куrollлантириш даражаси кескин ортиб ишлаб чиқаришдан катта миқдордаги иш кучи сиқиб чиқарилади. Бунинг учун фермер хўжалигини моддий-техника базасини мустаҳкамлашга катта ҳажмдаги инвестицияларни жалб этилиши талаб қилинади. Лекин, фаолият кўрсатаётган кўп сонли фермер хўжаликларини моддий-техника базасини мустаҳкамлаш асосида уларни техник-технологик жиҳатдан қайта куrollлантириш учун етарли бўлган инвестиция манбалари ҳозирги кунда мамлакат ичида мавжуд эмас. Шунинг учун ҳам ушбу масалани қисқа муддатларда самарали ҳал этилиши фермер хўжаликларига катта миқдордаги материал инвестицияларни хориждан жалб этилиши билан боғлиқдир. Бунда асосий эътиборни тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни жалб этилишига қаратиш лозим.<sup>2</sup>

Жадаллаштириш жараёнининг асосий омиллардан бири – қишлоқ хўжалиги тасарруфидаги ерларни мелиоратив ҳолатини яхшилаш ва суғориш тизимини такомиллаштиришдир. Қишлоқ хўжалигини жадал ривожлантириш назарияси ерни бирламчи қишлоқ хўжалигига маҳсулотларини ишлаб чиқариш жараёни тутган ўрни ва аҳамиятига асосланади. Ер қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқаришни алмаштириб бўлмайдиган, доимий ва асосий воситаси бўлиб ҳисобланади. Ер қишлоқ хўжалигида ўзига хос хусусиятларга эга бўлиб, бу аввало уни табиий чекланганлиги ва ўз унумдорлигини тўхтовсиз ошириб бориш имконияти билан характерланади. ернинг бу хусусиятлари қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришни жадал ривожлантиришнинг моддий асосини ташкил этади. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ҳажмини кўпайтиришни экин майдонларини кенгайтириш ҳисобига амалга ошириш имкониятларини чекланганлиги ишлаб чиқаришга қўшимча сармояларни жалб этиш асосида мавжуд фойдаланилаётган ерлар унумдорлигини ошириш асосида жадал ривожлантириш заруриятини келтириб чиқаради.

<sup>1</sup> Муртазов О. “Қишлоқ хўжалик иқтисодиёти” дарслик. 2010 йил.

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти Ислон Каримовнинг мамлакатимизни 2013 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. – “Халқ сўзи” газетаси. – 2014 йил 18 январь.

Фермер хўжаликларини жадал ривожлантиришда юқоридагилардан ташқари, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришни кимёлаштириш ва деҳқончилик маданиятини кўтарилишига ҳам алоҳида эътибор берилиши зарур. Агар қишлоқ хўжалиги экинлари, хусусан пахта ҳосилдорлигини ярмидан кўпи минерал ўғитлар ҳисобига олиниси эътиборга олинса, бу омилларнинг аҳамиятини тушуниб етиш қийин эмас. Фермер хўжаликларини жадал ривожлантиришда юқорида кўрсатиб ўтилган омиллар ўзининг кутилган иқтисодий самарасини бера олиши учун деҳқончилик маданиятини замонавий талаблар даражасига кўтариш лозим. Деҳқончилик маданиятини ошириш ишлаб чиқаришда янги технологияларни қўллаш, экинларнинг интенсив навларини жорий этиш, ишлаб чиқаришни жойлаштириш ва ихтисослаштиришни такомиллаштириш каби тадбирларни ўз ичига олади.

Жадал ривожланиш усулидан самарали фойдаланиш асосида ҳозирги кунда пахта ва ғалла ҳосилдорлигини мос ҳолда 40-45 ва 80-100 центнерга кўтариш имкониятлари мавжуд. Бу деҳқончилик маданиятини кескин ошириш асосида жадал ривожланишнинг юқоридаги омиллардан узвий боғлиқликда оқилона фойдаланишни тақозо этади. Фермер хўжалигини жадал ривожлантиришнинг иқтисодий самарадорлиги унинг якуний натижаси ҳисобланади. Жадаллаштириш даражасини кўтарилиши қўшимча харажатлар ва ресурсларни жалб этилиши асосида амалга оширилса ҳам охир оқибатда маҳсулот бирламига тўғри келадиган ишлаб чиқариш харажатларининг ҳажми қисқариши керак.

Хулоса қилиб айтилганда, жадаллаштириш жараёни маҳсулот таннархини пасайтириб, уни сифатини яхшиланиши асосида қўшимча даромад келтириши лозим. Маҳсулот бирлиги ҳисобига олинган фойда жадаллаштириш жараёнида эришилган иқтисодий самарадорлиқнинг энг асосий кўрсаткичларидан бири ҳисобланади. Бу соҳадаги асосий вазифа фермер хўжаликларида ишлаб чиқаришнинг иқтисодий самарадорлигини кескин ошириш бўлиб ҳисобланади. Самарадорлик мураккаб ва кўп қиррали иқтисодий категория ҳисобланиб уни баҳолашда бир қатор натурал ва қиймат кўрсаткичларидан фойдаланилади. Улар ичида рентабеллик асосий ўринни эгаллайди ва у самарадорлиқнинг асосий якунловчи кўрсаткичи бўлиб ҳисобланади. Пахта-ғалла йўналишидаги фермер хўжаликлари оптимал рентабелликка эришишлари учун уни камида 35 фоизга кўтариш талаб этилади. Акс ҳолда улар кенгайтирилган такрор ишлаб чиқаришнинг бегиланган суръатларда амалга ошириш учун зарур бўлган молиявий имкониятларга эга бўлмайдилар.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Д.Б. Ахмадалиева</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Роль интенсификации многополевого сельского хозяйства в производстве</b></p> <p><b>Аннотация:</b> интенсификация производства требует постоянного улучшения. Принимая это во внимание, в статье основное внимание уделяется интенсификации сельскохозяйственного производства - многомерному процессу, в котором рассматривается текущая роль аграрного сектора в развитии страны.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> интенсификация, научные разработки, современные технологии, глобализация, конкурентоспособные товары, производительность труда, инновационные идеи.</p> | <p style="text-align: center;"><b>D. Akhmadaliev</b></p> <p style="text-align: center;"><b>The role of intensification of multi-field farming in production</b></p> <p><b>Abstract:</b> Intensification of production requires continuous improvement. Taking this into consideration, the article focuses on the intensification of agricultural production - a multidimensional process in which the current role of agrarian sector in the development of the country is being considered.</p> <p><b>Key words:</b> intensification, scientific developments, modern technologies, globalization, competitive goods, labor productivity, innovative ideas.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС

**З.И. Абдуллаева** – старший преподаватель СамИЭС,  
**Н.Б. Рузиева** – ассистент СамИЭС

### ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

**Аннотация:** в данной статье раскрыта сущности внешней торговли и пути совершенствования экспортных операций.

**Ключевые слова:** экономика, экспорт, торговля, модернизация, политика.

31 августа 1991 года - день официального провозглашения Независимости Республики Узбекистан - стал точкой отсчета для полномасштабной и динамичной интеграции Узбекистана в мировое сообщество.

В зарубежных странах и при международных организациях функционируют 46 дипломатических и консульских представительств Республики Узбекистан.

Узбекистан является членом свыше 100 международных организаций и развивает взаимодействие с различными структурами многостороннего сотрудничества. В соответствии с Концепцией внешнеполитической деятельности страны главным приоритетом внешней политики Узбекистана является регион Центральной Азии, с которым связаны его жизненно важные интересы.

Политика Узбекистана в Центральной Азии направлена на обеспечение мира и стабильности в регионе, решение ключевых проблем региональной безопасности, включая содействие урегулированию ситуации в Афганистане, обеспечение справедливого и рационального использования водных ресурсов трансграничных рек Центральной Азии и экологической устойчивости региона, завершение процессов делимитации и демаркации границ, принятие эффективных мер по борьбе с новыми угрозами, налаживание тесного, взаимовыгодного и конструктивного сотрудничества со всеми сопредельными странами.

Узбекистан неизменно остается приверженным проведению открытой, доброжелательной и прагматичной политики в отношении своих ближайших соседей, выступает за решение всех насущных политических, экономических и экологических проблем региона самими странами Центральной Азии на основе взаимного учета интересов, конструктивного диалога и норм международного права. Узбекистан традиционно проводит добрососедскую и дружественную политику в отношении Афганистана, придерживаясь принципиальной позиции невмешательства во внутренние дела этого государства, организации сотрудничества с ним на двусторонней основе, исходя из взаимных национальных интересов и уважая выбор афганского народа. Узбекистан считает, что единственное решение афганской проблемы - это мирные политические переговоры, достижение внутреннего консенсуса между противоборствующими сторонами при финансовой, экономической, гуманитарной поддержке со стороны стран-доноров, при активном участии Организации Объединённых Наций.

Приоритетным направлением внешней политики Узбекистана являются страны-члены СНГ, с которыми его связывают исторически сложившиеся политические, экономические, транспортно-коммуникационные и иные связи. Узбекистан выстраивает двусторонние отношения сотрудничества со странами СНГ на основе равноправия, взаимной выгоды, уважения и учета интересов друг друга. Узбекистан придает важное значение развитию взаимовыгодного сотрудничества с государствами Европы, а также с ЕС и НАТО. Ключевыми

направлениями взаимодействия с европейскими странами и организациями являются вопросы развития торговли, инвестиционного и финансового сотрудничества, трансфера высоких технологий, сотрудничество в области науки, техники, образования, экологии, здравоохранения и культуры, а также укрепление региональной безопасности.

Основными направлениями сотрудничества со всеми ведущими странами АТР являются расширение торгово-экономического сотрудничества на взаимовыгодной основе, привлечение инвестиций и новых технологий в приоритетные производственные отрасли экономики Узбекистана, а также развитие взаимодействия в области науки и образования, здравоохранения, культуры и туризма.

Республика Узбекистан выступает за развитие всесторонних и взаимовыгодных отношений со странами Южной Азии, в частности с Индией и Пакистаном в торгово-экономической и транспортно-коммуникационной сферах. Активно развиваются и укрепляются взаимовыгодные отношения с государствами Ближнего и Среднего Востока в области экономики, развития транспортных коммуникаций, финансов и инвестиций, в т.ч. в рамках ОИС и ИБР.

Узбекистан активно участвует в работе авторитетных международных организаций, прежде всего ООН, рассматривая ее как единственную универсальную организацию, ответственную за поддержание международного мира и безопасности, а также за содействие устойчивому развитию государств в условиях стремительных процессов глобализации. Республика также является активным участником региональных организаций. В рамках Шанхайской организации сотрудничества Узбекистан выступает за дальнейшее развитие партнерства в противодействии вызовам и угрозам региональной безопасности, содействии устойчивому социально-экономическому развитию стран-членов ШОС, осуществлении совместных инфраструктурных и инвестиционных проектов.

Приоритетными направлениями многостороннего взаимодействия Узбекистана в рамках Содружества Независимых Государств являются вопросы торгово-экономического сотрудничества, развития транспортных коммуникаций, борьбы с транснациональными угрозами и вызовами безопасности.

Экспортный потенциал плодовоовощной отрасли Узбекистана Узбекистан имеет высокий сельскохозяйственный ресурсный потенциал и производит свыше 15 млн. тонн плодовоовощной продукции в год. Производимые в стране объемы плодовоовощной продукции позволяют обеспечивать не только потребность населения республики, но и поставлять высококачественную продукцию на рынки зарубежных стран. Благодаря неповторимым вкусовым качествам узбекской плодовоовощной продукции, её экспорт с каждым годом увеличивается как в количественном, так и в стоимостном выражении, а география экспорта расширяется. Например, содержание сахара в узбекских сортах винограда достигает 30%, а содержание сухих веществ в помидорах превышает 5,5%, что значительно выше, чем у многих производителей аналогичных продуктов. Традиционно большим спросом на внешних рынках пользуются виноград свежий и сушеный, гранат, дыни и арбузы, абрикосы и персики, сливы и яблоки, томаты, лук, капуста, а также многие другие виды плодовоовощной продукции, выращиваемые на плодородной земле Узбекистана. В результате принимаемых мер за годы независимости объем экспорта плодовоовощной продукции по основным видам (абрикос, виноград, хурма, гранат, фасоль, сливы, огурцы, морковь, орехи грецкие и др.) увеличился в 7 раз – с 72,1 тыс. тонн до почти 500 тыс. тонн, тогда как экспорт в стоимостном выражении вырос более чем в 25 раз. Рост стоимости экспорта плодовоовощной продукции относительно её объема,

является свидетельством высокого качества продукции, производимой в Узбекистане, а также возрастающего спроса на неё на мировом рынке.

В целях стимулирования увеличения производства экспортной продукции и поддержки отечественных предприятий-экспортеров в условиях мирового финансово-экономического кризиса в республике создана комплексная система льгот и преференций. Значительно упрощены и удешевлены оформительские процедуры при экспорте. Внедрен механизм таможенного оформления экспортных сделок по принципу «в одно окно», обеспечивающий одновременное таможенное оформление, декларирование, сертификацию, санитарно-эпидемиологический надзор и другие процедуры. В целях создания благоприятных условий для расширения масштабов предпринимательской деятельности, активного участия субъектов малого бизнеса в наращивании экспортного потенциала страны постановлением Президента Республики Узбекистан от 25.08.2011г. №ПП-1604 «О мерах по устранению бюрократических барьеров и дальнейшему повышению свободы предпринимательской деятельности» утверждены с 1 октября 2011 года ставки сборов за таможенное оформление при экспорте товаров, предусматривающие их снижение в среднем в 2 раза. Внедрена система электронного декларирования товаров, поставляемых на экспорт. С целью создания дополнительных удобств и поддержки национальных предприятий-экспортеров Государственным таможенным комитетом обеспечивается осуществление процесса оформления экспортных грузов днем и ночью, выходные и праздничные дни, в кратчайшие сроки изучаются обращения экспортеров и принимаются меры для решения возникающих вопросов. Созданы специализированные структуры по оказанию содействия предприятиям-экспортерам, прежде всего субъектам малого бизнеса, в вопросах стандартизации и сертификации продукции, продвижения ее на внешние рынки. Особое внимание уделяется широкому внедрению современных систем управления качеством и проведению сертификации продукции на соответствие международным стандартам, являющегося важнейшей задачей предприятий по увеличению производства продукции, предназначенной на экспорт. В целях обеспечения дальнейшего роста производства и экспорта плодоовощной продукции, увеличиваются объемы земель, отведенных на производство различных видов сельскохозяйственной продукции, в том числе за счет сокращения посевных площадей под хлопчатник. Научно-исследовательскими институтами, на основе изучения передового международного опыта, проводятся мероприятия по развитию семеноводства и виноградарства, внедрению самых современных технологий в производство.

Благодаря принимаемым мерам по развитию и модернизации производственной базы, укрепляется продовольственная безопасность страны, принимаются меры по поддержанию стабильных объемов поставок и цен на внутреннем рынке в течении всего года. С учетом имеющегося огромного потенциала плодоовощной отрасли и принимаемых мер по поддержке и развитию отрасли, в будущем Узбекистан может стать одним из крупных экспортеров высококачественной свежей и переработанной плодоовощной продукции в мире. В краткосрочной перспективе, экспортный потенциал данной отрасли оценивается более чем в 5 млрд.долл.

По нашему мнению разработка и осуществление программы расширения и стимулирования экспорта требует решения следующих задач:

1. Выявление всего экспортного потенциала РУ. Экспортный потенциал должен включать тот перечень товаров и услуг, который обоснован абсолютными и сравнительными преимуществами, с указанием возможностей и путей их

реализации (по ассортименту, объёму, срокам, рынкам сбыта, субъектам, существующим и потенциальным препятствиям и др. показателям);

2. Стимулирование реализации экспортного потенциала. Содействие процессу экспорта должно включать институциональные реформы и ресурсный контроль (имеем ввиду все возможные инструменты: кредитные, банковские, лицензирование, страхование, лизинг и становление другой обслуживающей инфраструктуры). Например, возможно снижение ставки налога с прибыли в зависимости от объёма экспорта.

В условиях выявления и точной оценки экспортного потенциала РУ, создания максимально благоприятных условий для его реализации можно прогнозировать рост объёма экспорта примерно в десять раз в течение предстоящих 10 – 20 лет, что возможно при ежегодном темпе роста экспорта в среднем на 13 – 15%.

Не менее важен вопрос: а каким должен быть показатель темпа роста экспорта, чтобы последний составил заранее определенную долю ВВП? При этом, склонность к экспортированию может рассматриваться как целевой ориентир. Кроме выдвижения программных задач расширения и стимулирования экспорта, необходимо обеспечить предпосылки для их осуществления. Таковыми являются:

— регулирование внешней торговли, улучшение условий торговли с целью повышения доступности внешних рынков сбыта;

— ликвидация административных и технических препятствий для экспорта, обеспечение инфраструктур финансирования и страхования внешней торговли.

— решение постприватизационных проблем, связанных с профессиональным корпоративным управлением, необходимостью привлечения эффективных менеджеров и переподготовки персонала.

Ряд функций по стимулированию экспорта (изучение внешнего рынка, разработка проектов торговых договоров, предоставление информации и рекламных услуг, составление заявок для электронной торговли, организация международных выставок, ярмарок и деловых конференций осуществляют Армянское агентство развития, Торгово-промышленная палата и другие структуры. Задача заключается в повышении эффективности перечисленных мероприятий, конечной целью которых является создание благоприятных условий для всех хозяйствующих субъектов, независимо от типа собственности и сферы деятельности. Единственное условие – производство предназначенных для экспортирования товаров и услуг.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Абдуллаева З.И., Рузиева Н.Б.</b><br/> <b>Экспорт операцияларини</b><br/> <b>яхшилаш йўллари</b><br/> <b>Аннотация:</b> ушбу мақола ташқи савдо моҳиятини ва экспорт операцияларини яхшилаш йўллари очиб беради.<br/> <b>Калит сўзлар:</b> иқтисодиёт, экспорт, савдо, модернизация, сиёсат.</p> | <p><b>Abdullaeva Z. I., Ruziyeva N.B.</b><br/> <b>Ways of improving and mastering</b><br/> <b>export operation</b><br/> <b>Annotation:</b> This article will depict the essence of external trade and ways of improving and mastering exports.<br/> <b>Key words:</b> economy, trade, export, modernization, politic.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Д.Исраилова – Андижон машинасозлик институти катта ўқитувчиси, и.ф.н.

## МЕҲНАТ БОЗОРИНИ ТАРТИБГА СОЛИШ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

**Аннотация:** меҳнат бозорини тартибга солиш бандлик соҳасида бошқарувнинг асосий соҳаси ҳисобланади. Унинг таркибига ишчи кучи таклифини харидор ёки воситачиларга етказиш билан боғлиқ фаолиятни ташкил қилиш ва назорат қилиш киради. Меҳнат бозорини тартибга солиш механизми самарали бандликни шакллантириш бўйича фаолият усуллари ва вазифаларини ўз ичига олади ва меъёрий-услубий ҳужжатлар билан мустаҳкамланади.

**Калит сўзлар:** меҳнат бозори, меҳнат бозорини тартибга солиш, самарали бандлик, ишчи кучига талаб ва таклиф, меҳнат миграцияси, меҳнат бозорини тартибга солиш механизми, ҳудудий дастур.

Ўзбекистон Республикасида иқтисодий ҳолатни ўзгариши, иқтисодиётнинг нодавлат секторини кенг ривожланиши, хусусий мулк шакллари хилма - хиллигининг тан олиниши – буларнинг ҳаммаси меҳнат ҳақидаги амалдаги қонунчиликка ўзгартиришлар киритилишини талаб қилади.

Ишлаб чиқариш жараёнида юзага келадиган меҳнат муносабатлари шароитлари конкрет шахс ҳаётининг ҳамма жиҳатларида намоён бўлади ва инсон шахси устунлигидан келиб чиқадиган алоҳида бошқариш характерини кўзлайди. Конституцион меъёрларни таҳлил қилиш меҳнат шартномалари доирасида меҳнат фаолияти ва ишбилармонлик фаолияти ҳуқуқларни барабар ҳимоя қилиш ҳақида ҳулоса чиқаришга имкон беради. Шунга мос равишда меҳнат қонунчилиги тенг ҳуқуқлиликини, меҳнат шартномаси томонлари ҳуқуқ ва қизиқишларини ҳисобга олишни кўзлаши керак.

Бозор муносабатларига ўтиш меҳнат муносабатларини шартномавий тартибга солишни кенгайтиришни талаб этади. Илгари марказлаштирилган тартибда белгиланадиган кўпгина масалалар ходим ва иш берувчи ўртасидаги келишувга кўра ҳал этила бошланди. Контрактни ёзма шаклда тузиш меҳнат муносабатларини индивидуаллаштириш, томонларнинг манфаатларини тўлиқроқ ҳисобга олиш, уларнинг манфаатларини ҳимоя қилишни амалда таъминлаш имконини берди.<sup>1</sup>

Меҳнат бозорида ишга ёлланувчилар кўпинча меҳнат шартномаларини расмийлаштиришнинг ижтимоий-иқтисодий афзалликларини тушунмайдилар. Ҳар қандай корхона қўл остидаги ишловчини агарда ишдан бўшатилиши кўзда тутилаётган бўлса, камида 2 ой олдин уни огоҳлантириши зарурлиги ва бу ораликда ишчига бошқа жойдан иш топишга ёрдам бериши зарур. Меҳнат шартномаларида томонларнинг бурч ва мажбуриятлари икки томонлама келишиб олинади. Шунга мос равишда меҳнат қонунчилиги тенг ҳуқуқлиликини, меҳнат шартномаси томонларнинг ҳуқуқ ва қизиқишларини ҳисобга олишни кўзлаши керак. Контрактни ёзма шаклда тузиш меҳнат муносабатларини индивидуаллаштириш, томонларнинг манфаатларини тўлиқроқ ҳисобга олиш, уларнинг манфаатларини ҳимоя қилишни амалда таъминлаш имконини берди.<sup>2</sup>

Жумладан, Франциянинг Меҳнат кодекси ходим билан муддатли меҳнат шартномаси тузишнинг батафсил рўйхатини назарда тутди. Қолган барча ҳолларда доимий ишга қабул қилиш расмийлаштирилиши керак. Германияда ҳам муддатли шартномалар тузишга чеклашлар мавжуд. Японияда бир корхонада

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикасида Меҳнат шартномаси(контракт).Т. 1996 йил,6-7 бб.

<sup>2</sup> Ўзбекистоннинг меҳнат тўғрисидаги қонун ҳужжатлари (Саволлар ва жавоблар)Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёти .1999 йил,5-6 бб.

давомли ишлашни рағбатлантириш чора-тадбирлари тизими қўлланилиши яхши маълумдир.

АҚШда “катталиқ” принципи кенг ёйилган. Унга мувофиқ муайян компанияда узоқ вақт ишлаган ходим катта имтиёзлардан фойдаланади, у билан тузилган меҳнат шартномасининг иш берувчи ташаббуси билан тўхталишига энг сўнгги навбатда йўл қўйилади. Муайян муддатга ишга қабул қилинган киши, ўз меҳнат мажбуриятларини қандай бажаришидан қатъий назар, ушбу муддат тамом бўлгандан кейин у билан меҳнат муносабатлари тўхталишини тушунади. Ва вақтинчалик рухияти, меҳнатга ўткинчи, тасодифий бир нарса деб қараш кайфияти шаклланади. Айнан мана шу сабабли бундай ходим кўпинча шартнома муддати тамом бўлишидан анча олдин ўзига бошқа иш излайди ҳамда кетиш кайфияти таъсири остида ҳафсаласизлик билан меҳнат қилади.

Юқоридаги барча камчиликлар Ўзбекистоннинг Меҳнат тўғрисидаги қонунларида ҳисобга олинди. “Ўзбекистон Республикасининг меҳнат қонунлари кодексига ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш” тўғрисида 1993 йил 2 сентябрдаги Қонунда<sup>1</sup> “меҳнат шартномаси” ва “контракт” атамалари ўртасига тенглик белгиси қўйди. Бу барча меҳнат шартномалари ёзма шаклда тузилишини англатади. Ўзбекистон Республикаси Меҳнат кодексининг 372-моддасига мувофиқ, меҳнат шартномаси – ходим билан иш берувчи ўртасида муайян мутахассислик, малака, лавозим бўйича ишни ички меҳнат тартибига бўйсунган ҳолда тарафлар келишуви, шунингдек меҳнат тўғрисидаги қонунлар ва бошқа норматив ҳужжатлар билан белгиланган шартлар асосида ҳақ эвазига бажариш ҳақидаги келишувдир.

Меҳнат бозорида ҳар бир киши ўзининг меҳнатга бўлган қобилиятини ишга солиш имконияти, ўз меҳнатини сарфлаш соҳасини, иш жойини, ходимнинг манфаатларига жавоб берувчи шароитларни танлашнинг реал имконияти берилиши керак. Ходим билан тузилган шахсий шартнома иш берувчи учун анча фойдалидир. Шахсий шартнома тизими ёлланувчининг меҳнат шароити ва унга тўланадиган иш ҳақини шу одамга қараб белгилаш имконини беради. Жамоавий битимларга кўра эса бундай қилиб бўлмайди. Шу билан бирга, тузиладиган шахсий битим кўп ҳолларда ёлланувчиларни ижтимоий кафолатларнинг каттагина қисмидан маҳрум этади.

Кўпгина ривожланган мамлакатларда давлат иш ҳафтасининг энг кўп давомийлиги ва энг кам иш ҳақини тартибга солади. Бозор иқтисодиёти шароитида иш ҳақини маъмурий белгилашдан воз кечиш керак. Унинг миқдори меҳнат бозорида ёлланма ходимлар ва иш берувчилар ўртасида тузилган меҳнат шартномалари ёки контрактлар асосида белгиланиши лозим.<sup>1</sup>

Демак, меҳнат шартномасининг аҳамияти шундан иборатки, у ҳар бир кишининг конституциядаги меҳнат қилиш ҳуқуқи амалга оширилишининг асосий ташкилий-ҳуқуқий шакли, меҳнат ҳуқуқий муносабатлари пайдо бўлишини шартловчи юридик факт, ҳар бир киши томонидан ишнинг эркин танланишининг ва ходимни меҳнатга мажбурлашга йўл қўймаслигининг муҳим кафолати ҳисобланади. Айнан меҳнат шартномаси унинг тарафларига меҳнат муносабатларини тартибга солиш соҳасида кенг имкониятлар беради, ходим ва иш берувчининг манфаатлари уйғунлашишига кўмаклашади, меҳнат бозори самарали фаолият кўрсатиши учун зарур шароит яратади.

Меҳнат бозорини тартибга солиш бандлик соҳасида бошқарувнинг асосий соҳаси ҳисобланади. Унинг таркибига ишчи кучи таклифини харидор (ташкilot,

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгаши ахборотномаси, 1993, №10, 372-модда.

<sup>1</sup> Холмунинов Ш.Р. Қишлоқ меҳнат бозорини шаклланиши ва ривожланишини моделлаштириш (Самарқанд вилояти мисолида) икт.фан.докт. автореферати, Т.: 1998 йил, - 32-бет.

фирмалар) ёки воситачилар (касбий тайёргарлик муассасалари, аҳолининг бандлик хизмати)га етказиш билан боғлиқ фаолиятни ташкил қилиш ва назорат қилиш киради.

Меҳнат бозорини тартибга солиш механизми самарали бандликни шакллантириш бўйича фаолият усуллари ва вазифаларини ўз ичига олади ва меъёрий-услубий ҳужжатлар билан мустаҳкамланади. Мамлакат ва минтақа миқёсида тартибга солишнинг шакл ва услублари қуйидагилар:

-иш ўринларини яратиш ва сақлаш; ишчи кучларининг бўшаб қолишини тартибга солиш; касбга ўқитиш ва қайта тайёрлаш ва ишсизларга моддий ёрдам беришдир;

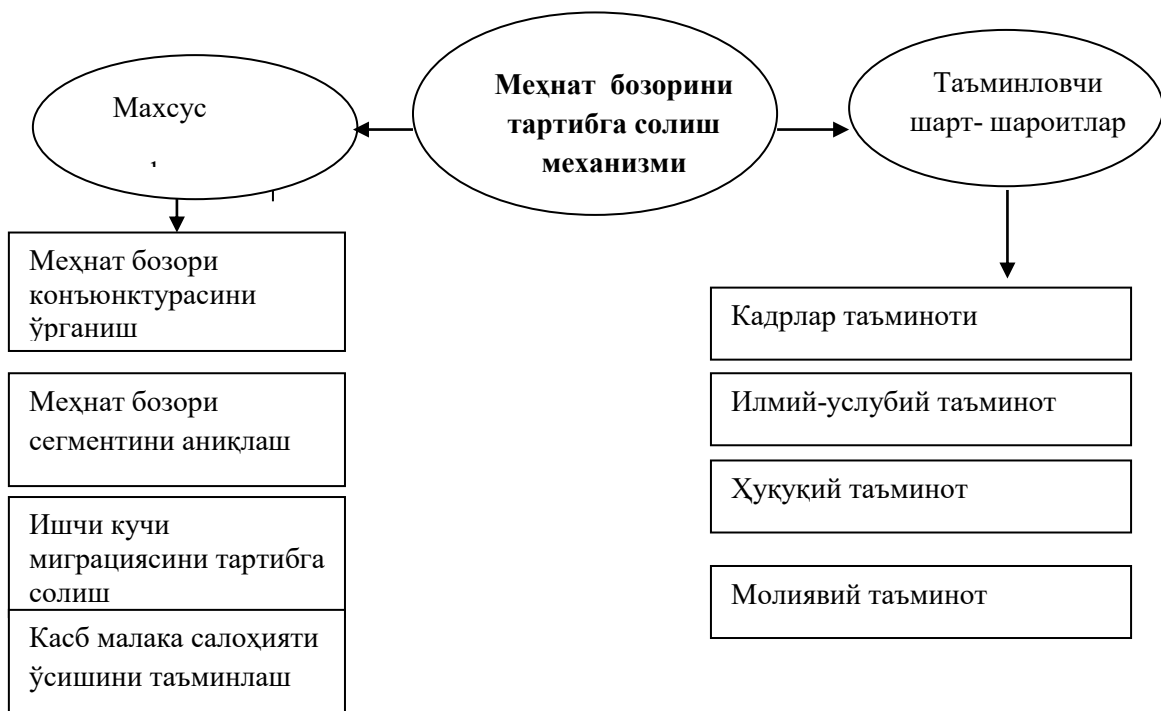
-фаол меҳнат бозори воситачилиги;

-ишчи кучининг рақобатбардошлиги ва ҳаракатчанлигини оширишга қаратилган инвестиция киритиш;

- яратилаётган янги иш ўринларини қўллаб-қувватлаш;

- меҳнат бозори конъюнктурасини ҳисобга олиб бандлик шакллари ривожлантириш билан белгиланади.

Меҳнат бозорини тартибга солишнинг аниқ мақсадли вазифаси – ишчи кучига бўлган талабни кенгайтиришга ва иш кучини самарали таклиф этишни қўллаб-қувватлашга қўмаклашишдан иборат бўлиб, бундан кўзда тутилган мақсад: иқтисодий ўсиш имкониятларини яхшилаш учун меҳнат ресурсларини ривожлантириш ва уларни таркибий ўзгаришларга мувофиқлаштириш; аҳолининг иш билан бандлигини яхшилаш, иш билан бандликка бўлган қобилиятни ошириш йўли билан ижтимоий тенгликка қўмаклашиш; иқтисодий пасайиш йилларида иш билан бандликни барқарорлаштиришдан; зарар кўриб ишлайдиган корхоналарни қўллаб-қувватлашдан иборат (1-расм).



**1-расм. Меҳнат бозорини тартибга солиш механизмнинг тузилмаси**

Бу механизм қуйидаги вазифаларни амалга ошириши мақсадга мувофиқдир:

1. Меҳнат бозори конъюнктурасини ўрганиш ва истиқболлаш сифатли ишчи кучига эҳтиёжларни режалаштириш, меҳнат бозори ҳажми ва тузилмасини, ишчи кучига таклифни таҳлил қилиш ва истиқболлаш, ўсмирлар, нафақахўрлар,

ногиронлар, фарзанд тарбияси билан банд аёлларни ишга жойлаштириш имкониятларини аниқлаш, ишчи кучи рақобатбардошлигини ошириш имкониятларини аниқлаш, уй меҳнатини ривожлантириш тадбирларидан иборат.

2. Меҳнат бозори сегментини аниқлаш вазифасига меҳнат бозорида малакали ва малакасиз ишчи кучига эҳтиёжларни аниқлаш, колледжлар, ОЎЮ битирувчиларига талаб ва таклифни аниқлаш ва истиқболлаш киради.

3. Касбга йўналтириш вазифаларига жамият меҳнатга лаёқатли фуқароларининг касбий таълими, бозор талаблари ва гуруҳлар манфаатларини ҳисобга олган ҳолда, ишдан бўшаган ходимлар ва ишсиз фуқароларни меҳнат фаолияти турларига қайта йўналтиришни амалга ошириш тадбирлари киради.

4. Ишчи кучи миграциясини тартибга солиш вазифаларида меҳнат ресурсларини тақсимлаш, қайта тақсимлаш ва улардан фойдаланишни ташкил қилишнинг ноанъанавий шакллари кўллаш, ишчи кучи мобиллигини таъминлаш кўзда тутилади.

Меҳнат бозорини тартибга солишни таъминлашга қуйидагилар киради: кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш, уларнинг малакасини ошириш, меҳнат бозорини тартибга солиш фаолияти бўйича тадқиқотлар ўтказишни ўз ичига олган илмий-услубий, ташкилий-ҳуқуқий ва молиявий жиҳатлари билан боғлиқ. Юқоридаги вазифалар ва шарт-шароитларни амалга оширилиши меҳнат бозорини тартибга солишни янада такомиллаштиришда яхши натижалар беради.

Айни пайтда қишлоқ иқтисодиётида қишлоқ хўжалик маҳсулотларини қайта ишлашга асосланган саноат ишлаб чиқаришини ривожлантиришга йўналтирилган чуқур таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, йўл-транспорт хўжалигини ривожлантириш мақсадга мувофиқ бўлади. Бундай чора-тадбирлар вилоят туманларини ижтимоий-иқтисодий ривожланиш хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилиши зарур, чунки ҳозирги пайтда туманлар ривожланиши ўртасидаги номутаносиблик сақланиб қолмоқда. Бундай чора-тадбирларни амалга оширилиши мамлакатимиз ва унинг ҳудудларида аҳолини иш билан бандлигини таъминлашга демакки, турмуш даражасини ошишига хизмат қилади.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикасида Меҳнат шарномаси(контракт).Т. 1996 йил.
2. Ўзбекистоннинг меҳнат тўғрисидаги қонун ҳужжатлари (Саволлар ва жавоблар). Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёти. 1999 йил, -5-6 бетлар.
3. Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгаши ахборотномаси, 1993, №10, 372 б.

| <p align="center"><b>Д.К.Исроилова</b><br/><b>Совершенствование механизма регулирования рынка труда</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p align="center"><b>D.K.Israilova</b><br/><b>Perfection of the labor market regulation mechanism</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> рынок труда способствует формированию присущих рыночной экономике взаимоотношений между работодателями и наемными работниками, а также между ними и государством. Однако, механизм согласования экономических интересов между работодателями и наемными работниками недостаточно совершенен, что требует укрепления через государственное регулирование.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> рынок труда, регулирование рынка труда, эффективная занятость, спрос и предложение на рабочую силу, трудовая миграция, механизм регулирования рынка труда, региональная программа занятости.</p> | <p><b>Abstract:</b> The labor market is a key area of economic and social life of society. It is through the labor market is the distribution and use of labor power-off a major national resource, by regions, sectors of the economy, businesses and professions. The labor market has played an active role in the regulation of employment.</p> <p><b>Keywords:</b> labor market, adjustment of the labor market, effective employment, labor migration, demand and offer for the manpower, programs of adjustment of mechanism of improving the labor market.</p> |

З.Б.Усманов – СамИСИ, “Иқтисодиёт” кафедраси ўқитувчиси

### ИСТЕЪМОЛ ТОВАРЛАРИ САВДОСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ

**Аннотация:** ушбу мақолада мамлакатимизда истеъмол товарлар савдосини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари, истеъмол товарлар бозорини ҳаракатга келтирувчи асосий омиллар ва унинг таркибий қисми, истеъмол товарлар бозорини ривожланишини улгуржи ва чакана савдо билан боғлиқлиги, истеъмол товарлар ва хизматлар бозорини такомиллаштиришнинг назарий жиҳатлари ёритилган.

**Калит сўзлар:** истеъмол товарлар ва хизматлар бозори, истеъмолчиларга хизматлар кўрсатиш, харидор бозори, савдо, истеъмолчилар хулқ-атвори, чакана савдо, улгуржи савдо, товар, талаб, таклиф, озиқ-овқат, нарх, экспорт, импорт, рақобат.

Мамлакатда экспорт-импорт операцияларини тартибга солиш ва соддалаштириш, талаб юқори бўлган озиқ-овқат товарларини импорт қилишда тўсиқ ва чекловларни бартараф этиш, ташқи иқтисодий фаолият субъектларининг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш кафолатларини кучайтириш бўйича изчил чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Шу билан бирга, носоғлом рақобат, озиқ-овқат маҳсулотлари импортининг айрим хўжалик юритувчи субъектлар томонидан моноплаштирилиши, сунъий тақчилликни юзага келтириш ва баъзи товарлар учун нарх-навонинг асоссиз оширилиши, оқибатда, бу асосда қўшимча фойда олиш учун шарт-шароитлар яратувчи жиддий тизимли муаммолар сақланиб қолмоқда.

Бозорда айрим импорт қилувчиларнинг устун мавқега эга бўлишига улар учун индивидуал имтиёз ва преференцияларнинг тақдим қилинганлиги, уларнинг фаолияти учун эксклюзив шароитлар яратилганлигига кўмаклашган, бу эса бошқа тадбиркорлик субъектларининг бозорга кириш имкониятини чеклашга олиб келмоқда.

Мазкур соҳада юзага келган вазият ишчанлик фаоллигини ва Ўзбекистоннинг инвестициявий жозибадорлигини пасайтиради, халқаро майдонда мамлакатнинг обрўсига жиддий зиён етказди. Мамлакатнинг озиқ-овқат хавфсизлигини янада таъминлаш, бозорни сифатли, хавфсиз ва арзон озиқ-овқат маҳсулотлари билан тўлдириш, аҳолининг харид имкониятларини мустаҳкамлаш, ташқи иқтисодий фаолиятни либераллаштириш ва соғлом рақобат муҳитини ривожлантириш, шунингдек, мазкур соҳадаги мавжуд тизимли муаммоларга барҳам бериш мақсадида:

2018 йил 1 февралдан бошлаб Ўзбекистон Республикасига озиқ-овқат товарларини импорт қилиш бўйича айрим хўжалик юритувчи субъектларга тақдим қилинган индивидуал божхона, солиқ ва бошқа имтиёзлар, шунингдек, бошқа преференциялар бекор қилинди<sup>1</sup>.

Иқтисодиётимизни модернизациялаш, диверсификациялаш ва ислохотларни чуқурлаштириш шароитида истеъмол товарлари бозорини ривожлантириш ғоят муҳим аҳамиятга эга бўлиб, у аҳолининг ўсиб бораётган талаб эҳтиёжларини тўла-тўқис қондиришда фаол иштирок этади. Бу жараёнда иқтисодиётнинг реал секторини роли ва аҳамияти йилдан-йилга ортиб бормоқда.

**Истеъмол товарлари бозори** аҳолининг шахсий эҳтиёжини қондирувчи ва ҳаёт кечириш учун уй-рўзғорини жиҳозлаш мақсадида харид қилинувчи озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотларини олди-сотди муносабатлари мажмуини ўз ичига олади. Истеъмол товарлари бозори ўз навбатида махсус бозорларга: озиқ-овқат, кийим-кечак, хўжалик, маданий моллар ва бошқаларга бўлинади. Бу

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг “Мамлакатнинг озиқ-овқат хавфсизлигини янада таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони. 2018 йил 16 январь.

бозорнинг моддий-техника асоси инфраструктураси бўлиб: улгуржи савдо базалари, дўконлар, ошхона, чойхона, дорихона, деҳқон бозорлари ва барча чакана савдо-сотиқ билан шуғулланувчи шаҳобчалар ҳисобланади.

Истеъмол товарлари бозорини моҳиятини янада яхшироқ тушуниш учун истеъмол товари тушунчасини изоҳлаш лозим.

Товар деб маълум бир эҳтиёжни қондириш мақсадида бозорга сотиб олиш, фойдаланиш ва истеъмол қилиш учун таклиф этилаётган маҳсулот тушунилади. Маҳсулотга нарх белгиланиши ва бозорга таклиф этилиши биланоқ товарга айланади.

Истеъмол товарлар бозорини ривожлантириш улгуржи ва чакана савдо билан боғлиқ жараён ҳисобланади.

**Чакана савдо** аҳолига тўғридан-тўғри товар сотиш ва хизмат қилиш билан боғлиқ бўлган тадбиркорлик фаолиятини ўз ичига олади. Чакана савдо товарлар ассортиментининг шаклланишида қатнашади, харидорларга товарлар сифат кўрсаткичлари тўғрисида ахборотлар беради, товарларни сақлаш, қўшимча ишлаш, баҳоларини ўрнатиш ва бошқа вазифаларни бажаради.

**Улгуржи савдо** ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи чакана савдо ва товарни охириги истеъмолчилари ўртасидаги умумлашган воситачи ҳисобланади. Улгуржи савдо фирмалари товарни ишлаб чиқарувчи ёки бошқа воситачилардан улгуржисига сотиб олиб, ўзининг вазифаларига мувофиқ бошқа воситачилар; чакана савдо корхоналари ёки хусусий савдо тадбиркорларига, ишлаб чиқарувчи, хизмат кўрсатувчиларга етказиб беради.

Истеъмол товарлар бозорини ҳаракатга келтирувчи асосий омиллардан бири ва унинг таркибий қисми – талаб ҳисобланади.

Истеъмол товарлар – бу бевосита инсонларнинг шахсий эҳтиёжларини қондиришга мўлжалланган энг зарур товарлардир.

Талаб – тўловга қобил эҳтиёж бўлиб, у маълум бир давр мобайнида баъзи нархларда харидорлар томонидан сотиб олинishi мумкин бўлган маҳсулотларни белгилайди. Аҳоли талаби ва истеъмоли ўртасида маълум бир фарқ бор. Аҳолининг истеъмоли деганда унинг барча манбаларидан олган истеъмол товарлари ва хизматлари йиғиндиси тушунилади. Мамлакатда талабга нисбатан истеъмол ҳажми катта бўлади. Бунинг сабабини қуйидагилар билан изоҳлаш мумкин:

- ишлаб чиқарилган истеъмол товарларининг ҳаммаси ҳам бозорга олиб чиқиб пулга сотилавермайди;

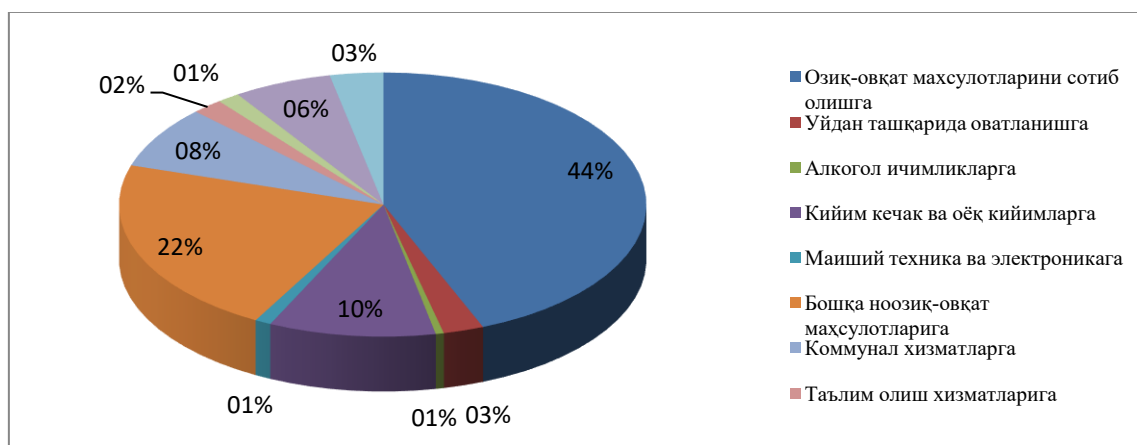
- қишлоқ аҳолиси, шаҳар аҳолиси ҳам агар имконияти бўлса, айрим маҳсулотлар билан ўз - ўзини таъминлаши мумкин.

- кишилар ўз эҳтиёжларининг маълум бир қисмини ижтимоий фондлар ҳисобига бепул ёки имтиёзли нархда қондириши мумкин.

Мана шу омиллар ҳисобига истеъмол ҳажми талаб ҳажмидан катта бўлади.

Қуйидаги графикда истеъмол харажатлари таркибини янада кенгрок талқин этиш орқали, аҳоли томонидан энг кўп озиқ-овқат маҳсулотларини сотиб олишга 44,3%, бошқа ноозиқ-овқат маҳсулотларига 22%, кийим кечак ва оёқ кийимларга 10,3%, коммунал хизматларга 7,7% харажатлар амалга оширилаётганлигини кўриш мумкин.

Бозор иқтисодиёти шароитида истеъмол товарлари ва хизматлар бозорини ривожлантириш ҳамда такомиллаштириш устувор вазифалардан бири саналади. Чунки у орқали аҳоли ўртасида иқтисодий муносабатлар ўрнатилади ва одамларнинг моддий эҳтиёжлари қондирилади.

**2016 йилда истеъмол харажатлари таркиби<sup>1</sup>**

**Аҳоли томонидан озиқ-овқат маҳсулотларининг истеъмол қилиниши.** Республикада доимий аҳоли ўртача сони 2000-2016 йилларда 29,2 фоиз ошганига қарамай, охириги 16 йил давомида аҳоли даромадларининг мунтазам ўсиши молиявий имкониятларнинг мустаҳкамланишини ва аҳоли томонидан асосий озиқ-овқат маҳсулотларини истеъмол қилиш ҳажмининг ошишини таъминлади. Жумладан, 2016 йил якунлари бўйича сабзавотлар – 277,2 килограмм, мевалар – 148,8 килограмм, тухум – 213,6 дона, гўшт ва гўшт маҳсулотлари – 44,4 килограмм, сут ва сут маҳсулотлари – 279,6 литр, картошка – 56,4 килограмм, шакар – 32,4 килограмм, ўсимлик ёғи – 24,0 килограммни ташкил этди.

2018 йил 1 февралдан бошлаб, истеъмол товарларини республика товар-хом ашё биржаларида сотиш ва сотиб олишга тақиқ бекор қилинди, шакар ишлаб чиқарувчилар 2019 йил 1 январга қадар муддатга импорт хом ашёси асосида ишлаб чиқарилган ҳажмлар қисмига қўшилган қиймат солиғи тўлашдан озод қилинди, истеъмол товарларини товар-хом ашё биржаларининг очиқ электрон савдоларида сотиш ва сотиб олиш учун улгуржи савдони амалга оширишга лицензия мавжудлиги талаб этилмайди, улгуржи савдога лицензия олишда энг кам иш ҳақининг 3500 бараваридан кам бўлмаган миқдорда, шундан пул маблағлари энг кам иш ҳақининг 1200 бараваридан кам бўлмаган миқдорда шакллантирилган устав фонди мавжудлиги ҳақидаги талаб бекор қилинди, ижтимоий аҳамиятга эга озиқ-овқат маҳсулотлари турларини ички истеъмол бозорида нарх-навони барқарорлаштиришга қўмаклашиш жамғармаси маблағлари ҳисобидан импорт қилиш истисно ҳолларда ва фақат товар-хом ашё биржалари, жумладан, хорижий биржаларнинг очиқ электрон савдолари тизими орқали амалга оширилади.<sup>2</sup> 2000-2016 йилларда аҳоли жон бошига тўғри келадиган истеъмол ҳажми, асосий озиқ-овқат маҳсулотларидан гўшт ва гўшт маҳсулотлари 1,3 марта, сут маҳсулотлари 1,7 марта, тухум 4,5 марта, сабзавот ва полиз экинлари 2,2 марта, картошка 1,6 марта, шакар ва қандолат маҳсулотлари 2 марта, мева ва резаворлар 3,5 марта, ўсимлик ёғи эса 2 мартага ошган.

Юртимизда истиқлолнинг дастлабки йиллариданоқ истеъмол товарлар ва хизматлар бозорини такомиллаштириш масаласига алоҳида эътибор қаратиб келинмоқда. Шунга қарамасдан баъзи бир камчиликлар мавжуд. Иқтисодиёт учун, истеъмол товарлар бозорини ривожлантириш учун харидорларнинг хулқ-атворини ўрганиш муҳим аҳамиятга эга. Масалага шу нуқтаи назардан ёндашадиган бўлсак, республикада айтиш мумкин бўлган бўлиб борилаётган тадқиқотларни етарли деб бўлмай-

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикасининг Давлат статистик қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг “Мамлакатнинг озиқ-овқат хавфсизлигини янада таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони, 2018 йил 16 январь.

ди. Ҳолбуки, бу муаммога алоҳида эътибор қаратиш Ўзбекистон учун ўта долзарб вазифалар сирасига киради. Чунки мавжуд иқтисодий-ижтимоий муаммолар аҳолининг даромадлар бўйича сезиларли даражада табақаланишига сабабчи бўлади. Қолаверса, диёримизда шаклланган ҳозирги истеъмол товарлар бозори ўн йил олдингисидан фарқ қилади. Бойси аён: бозор муносабатларини шакллантириш ва ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар товарлар тақчиллигига чек қўйилмоқда ва қандайдир маънода “Харидор бозори” пайдо бўлиши учун замин яратилмоқда. Лекин “Харидор бозори”да жаҳон стандартларига тўла жавоб берадиган товарлар билан бир қаторда, сифати анча паст, истеъмол хусусиятлари талаблар даражасида бўлмаган товарлар ҳам кўп. Шундай бўлсада, улар ўз харидорини топмоқда. Энди ўз-ўзидан ҳақли савол туғилади: республикамиз истеъмол товарлар бозорида юқори сифатли маҳсулотлар бўла туриб, харидорлар нега паст сифатли товарларни харид қилишмоқда?

Агар З.Фрейднинг психотаҳлилига таяниб фикр юритадиган бўлсак, харидорларни ўша товарларнинг сифати ва баҳоси қониқтиради, чунки даромадлари уларни сотиб олишгагина имкон беради. Аммо харидорларнинг у ёки бу товарни харид қилиш тўғрисидаги фикрига даромадлардан бошқа омиллар ҳам таъсир кўрсатади. Биз улар ҳақида юқорида тўхталиб ўтгандик. Ўз навбатида, харидорлар хулқ-атворини белгиловчи омилларнинг таъсири турлича эканлигини унутмаслик керак. Ҳозирги даврда улар орасида таъсири энг кучлиси даромадлардир. Демак, харидорлар хулқ-атворини ўрганиш, уларнинг қарорларига таъсир этувчи омилларни аниқлаш, соҳага оид услубий ишланма-ларни яратиш бугунги куннинг энг долзарб масалаларидан ҳисобланади. Фикри-мизча, ҳар қандай муаммони ижобий ҳал қилиш унинг услубиятини шакллантиришни ва усулларни ишлаб чиқишни тақозо этади. Улар асосида эса амалий таклифлар олға сурилади. Лекин бирон-бир масаланинг услубиятини яратишдан олдин тадқиқотнинг асосий йўналишларини белгиловчиси концепция бўлиб ҳисобланади. 2017 йилнинг январь–декабрида чакана савдо товар айланмаси 105 767,8 млрд. сўмни ёки 2016 йилнинг шу даврига нисбатан 102,4 %ни ташкил қилди.

Йирик корхоналарнинг чакана савдо товар айланмаси 14,5 % га ўсиб, 12 259,7 млрд. сўмни ва умумий чакана савдо товар айланмасидаги улуши 11,6 % ни ташкил қилди. Кичик корхона ва микрофирмаларнинг товар айланмаси 12,1 % га кўпайиб, 23758,8 млрд. сўмга етди, умумий чакана савдо товар айланмасидаги улуши эса 22,5 % ни ташкил қилди. Умумий товар айланмаси ҳажмининг 69749,3 млрд. сўми яқка тартибдаги тадбиркорлар ва жисмоний шахсларнинг ҳисобига тўғри келди ва ўсиш суръати 2016 йилнинг шу даврига нисбатан 2,2 % га пасайди. Ушбу секторнинг жами чакана савдо товар айланмаси ҳажмидаги улуши 65,9 % га тенг бўлди.<sup>1</sup>

| <p style="text-align: center;"><b>З.Б.Усманов</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Развитие торговли потребительскими товарами</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p style="text-align: center;"><b>Z. B. Usmanov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Development trading of consumer goods</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> в этой статье излагаются основные тенденции развития потребительских товаров, основные факторы и компоненты рынка потребительских товаров, оптовая и розничная торговля потребительскими товарами, теоретические аспекты улучшения рынка потребительских товаров и услуг.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> рынок потребительских товаров и услуг, потребительские услуги, рынок покупателей, продажи, потребительское поведение, розничная торговля, оптовая торговля, бренд, спрос, предложение, продукты питания,</p> | <p><b>Annotation:</b> This article outlines the main trends in the development of consumer goods, the main factors and components of the consumer goods market, the wholesale and retail trade of consumer goods, theoretical aspects of improving the market of consumer goods and services.</p> <p><b>Keywords:</b> consumer goods and services market, consumer services, buyers market, sales, consumer behavior, retail, wholesale, brand, demand, offer, food,</p> |

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикасининг Давлат статистик қўмитаси маълумотлари.

цены, торговля, экспорт, импорт, конкуренция. price, trade, export, import, competitive.

**Sh.A.Baxronov** – SamISI, Menejment va statistika kafedrası assistenti

## SAMARQAND VILOYATIDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

**Annotatsiya:** xizmatlar sohasi aholi faoliyatining barcha qatlamlarini qamrab olib, jamiyatda sodir bo'layotgan barcha ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatadi. Iqtisodiyotni diversifikatsiyalash va tarkibiy o'zgarishlarni chuqurlashtirish sharoitida mamlakat aholisining bandligini ta'minlash va turmush sifatini oshirishning muhim yo'nalishlaridan biri sifatida xizmatlar sohasini rivojlantirish bo'yicha tizimli ishlar amalga oshirilmoqda. Inson omiliga e'tiborning kuchayishi xizmat ko'rsatish sohasini strategik rivojlantirish ahamiyatini yanada oshiradi. Mazkur maqolada O'zbekistonda xizmat ko'rsatish korxonalarining rivojlanish tendensiyalari o'z ifodasini topgan.

**Kalit so'zlar:** diversifikatsiya, tadbirkorlik, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, strategik rivojlanish, rivojlanish tendensiyalari.

Iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini ta'minlash, aholining turmush darajasini oshirish va samarali bandligini ta'minlashda xizmatlar sohasining har tomonlama rivojlanishi muhim masalalardan biri bo'lib hisoblanadi. Hozirgi kunda rivojlangan mamlakatlar iqtisodiy o'sishini ta'minlash uchun xizmatlar sohasini jadal rivojlantirishning eng muhim vazifalaridan biri sifatida qaralmoqda.

Xizmatlar sohasi faoliyati aholining barcha qatlamlarini qamrab oladi va jamiyatda sodir bo'layotgan deyarli barcha ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatadi, bu esa mazkur masalaning qanchalik muhim va ahamiyatli ekanligini ko'rsatib beradi (1-rasm).



**1-rasm. Xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturi bo'yicha xizmatlarning asosiy turlari**

Iqtisodiyotni diversifikatsiyalash va tarkibiy o'zgarishlarni chuqurlashtirish sharoitida mamlakat aholisining bandligini va turmush sifatini oshirishning muhim yo'nalishlaridan biri sifatida xizmatlar sohasini rivojlantirish bo'yicha tizimli ishlar amalga oshirilmoqda. Bundan tashqari, iqtisodiyotning barqaror o'sishini ta'minlashda mazkur soha muhim o'rinni egallamoqda. Birgina Samarqand viloyatida xizmatlar

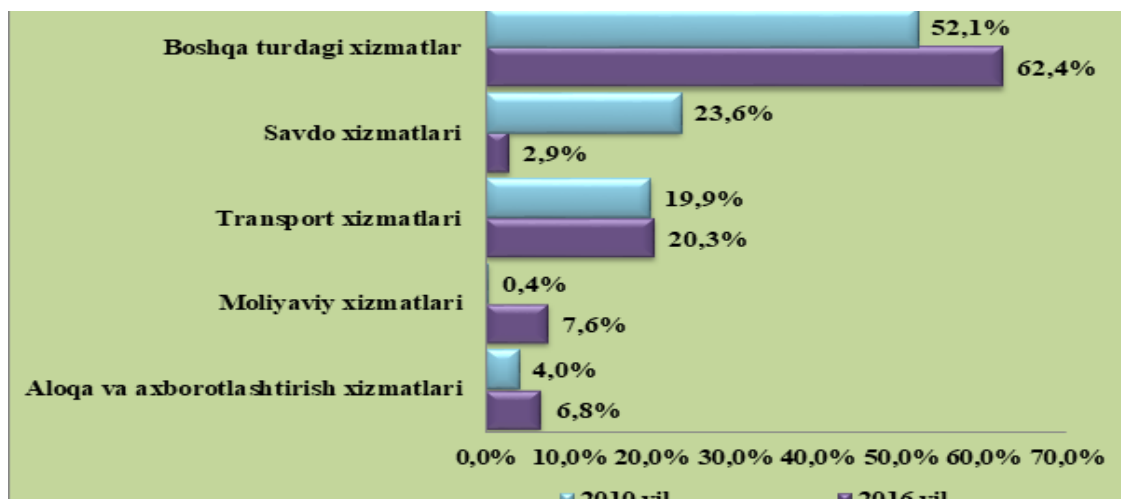
sohasini rivojlantirish dasturining asosiy vazifalari va yo‘nalishlarini amalga oshirish jarayonida, 2010-2016 yillarda bozor xizmatlari xajmi 2,6 martaga oshib, 6060,0 mlrd. so‘mgacha ko‘paydi. Aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi mazkur davrda 2,7 martaga o‘ydi va 1675,0 ming so‘mni tashkil etdi (1-jadval).

1-jadval

**2010-2016 yillarda Samarqand viloyati bo‘yicha xizmatlar sohasi asosiy ko‘rsatkichlari**

|                                                                      | 2010<br>yil | 2011<br>yil | 2012<br>yil | 2013<br>yil | 2014<br>yil | 2015<br>yil | 2016<br>yil |
|----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>I. Xizmatlar hajmi, mlrd. so‘m</b>                                | 1739,9      | 2290,5      | 2995,0      | 4032,0      | 4273,1      | 4847,4      | 6060,0      |
| O‘tgan yilga nisbatan o‘shish, foizda                                | 117,4       | 119,4       | 118,1       | 122,7       | 120,1       | 114,8       | 114,1       |
| 2009 yilga nisbatan o‘shish, foizda                                  | 116,1       | 136,1       | 156,1       | 178,6       | 2,1 m.      | 2,3 m.      | 2,7 m.      |
| <b>II. Aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi, ming so‘m</b> | 544,6       | 694,4       | 893,1       | 1181,3      | 1227,8      | 1365,7      | 1675,0      |

Bugungi kunga kelib, viloyatimizda xizmatlar sohasida 1005 ta tashkilot (bozor xizmatlarini ko‘rsatuvchi notijorat tashkilotlarni qo‘shgan xolda) va 5845 ta kichik tadbirkorlik sub’ektlari faoliyat ko‘rsatmoqda. Bu sub’ektlar tomonidan ko‘rsatilayotgan xizmatlar turlari ulushining tahlili ko‘rsatishicha, savdo xizmatlari ulushi 2016 yilda 2010 yilga nisbatan 23,6% dan 2,9% ga pasayganligini va transport xizmatlarining ulushi deyarli o‘zgarmaganligini ko‘rishimiz mumkin.



**2-rasm. 2010-2016 yillarda jami xizmatdagi alohida xizmat turlarining ulushi, foizda**

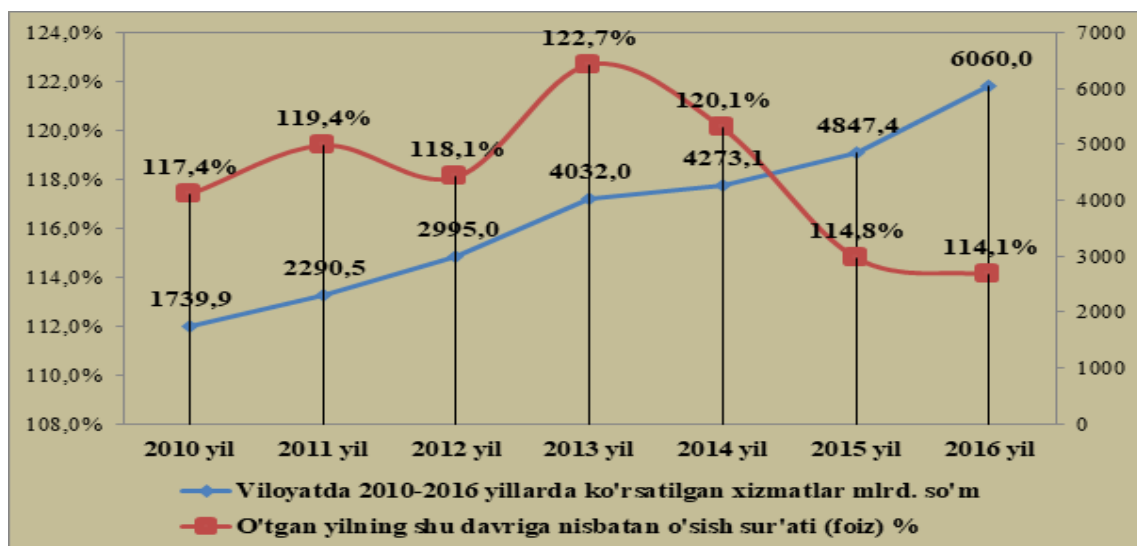
Inson omiliga e‘tiborning kuchayishi xizmat ko‘rsatish sohasini strategik rivojlantirish ahamiyatini yanada oshirdi.

Iqtisodiyotni tashkil etish va boshqarishning an'anaviy usullarining yangi bozor munosabatlariga mos kelmasligi ko'plab xizmat ko'rsatish va servis korxonalari samaradorligining pastligiga sabab bo'lmoqda.

Mazkur holatlar xizmat ko'rsatish sohasining nafaqat tashqi muhitni tahlil qilish va kelajakdagi holatini bashorat qilish, balki tashqi muhit va korxona faoliyati natijalari o'rtasidagi muvozanatni saqlab turishga qaratilgan tadbirlarni ishlab chiqish zaruriyatini keltirib chiqaradi.

Iqtisodiyot tarmoqlarining notekis rivojlanayotganligi, an'anaviy ishlab chiqarish tarmoqlarida foyda me'yorining tushib borayotganligi, fan-texnika taraqqiyotining tezlashuvi kabi sabablar xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarning milliy va jahon iqtisodiyotidagi vaziyatga mos keluvchi strategik rivojlanishga e'tiborini kuchaytirdi.

O'zbekiston iqtisodiyotining barqaror rivojlanishining asosiy natijalaridan biri xizmat ko'rsatish va servis sohasining rivojlanishi, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan xizmatlar ishlab chiqarishning kengayishi, xizmatlar sohasining jadal rivojlanishini ta'minlamoqda. Xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturini amalga oshirish doirasida, tadbirkorlik sub'ektlariga, xizmatlar kursatish buyicha yangi tashkil etiladigan korxonalarni texnologik jihozlash uchun katta miqdordagi kreditlar taqdim etilmoqda. Natijada kichik tadbirkorlikning bozor xizmatlari ishlab chiqarish umumiy hajmidagi ulushi 53,9 foizdan 61,4 foizga ko'paydi.



Yangi ish o'rinlarini tashkil etish, investitsiya, soliq, pul-kredit va ilmiy –texnik siyosatni takomillashtirish hamda yangi axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda kichik biznesni rivojlantirish orqali iqtisodiyotning yanada barqaror o'sishini ta'minlash, bozor xizmatlarining tarmoq tuzilmasida sifatli tarkibiy o'zgarishlar qilish imkonini beradi. Bu esa O'zbekistonda xizmatlar ishlab chiqarish va iste'mol qilishning oqilona tuzilmasini shakllantirish hamda aholi turmush darajasi va sifatini yanada oshirilishini ta'minlash imkonini beradi.

Bu sharoitda xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining samarali faoliyat ko'rsatishi strategik rivojlanish dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish bilan bog'liq bo'lib, bu korxonalarning barqaror faoliyat ko'rsatishi, mijozlarning ehtiyojlarini to'laroq qondirish va bozordagi raqobatbardoshligini ta'minlash bilan belgilanadi.

Har bir korxona o'zining xizmat ko'rsatish strategiyasini ishlab chiqadi – bu uning tegishli bozor muhitida qanday raqobat qilishini aniqlaydigan harakatlar rejasidir.

Xizmat ko'rsatish strategiyasi shu sohaning istalgan tadbirkorligiga tegishli uch asosiy komponentga to'xtalib o'tadi:

1. Mijozlar ehtiyojlari.
2. Kompaniyaning bu ehtiyojlarni qondirish qobiliyati.
3. Kompaniyaning uzoq muddatli foydasi.

- Iste'molchilarning qanday ehtiyojlari va harajatlariga xizmat qilamiz?  
- Boshqalarga nisbatan yaxshi xizmat ko'rsatish uchun yetarli bilim va malakaga egamizmi?

- Quyilgan kapitalga mos foyda olish va uzoq muddatga raqobatbardosh bo'lish imkoniyatini beradigan daromad olish uchun biz qanday xizmat ko'rsatishimiz lozim.

Muammoning dolzarbligi xizmat ko'rsatish sohasida strategik rivojlanish masalalarining kam o'rganilganligi, xizmat ko'rsatish strategiyasi tushunchasining aniq mazmuni ochib berilmaganligi va zamonaviy boshqaruvda strategik rivojlanishning ahamiyati oshib borishi bilan belgilanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida istiqboldagi rivojlanish yo'nalishlarini aniq belgilab olgan holda harakat qilish tashkilot xayotiylikini ta'minlovchi asosiy shartlardan biridir. O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish va servis sohasining rivojlanishini ilmiy tashkil etish mazkur sohaning barqaror rivojlanishini ta'minlab beradi. Shu jumladan, xizmat ko'rsatish korxonalarining uzoq muddatli istiqboldagi faoliyatini boshqarish muhim ahamiyatga ega. Samarqand viloyatida ham zamonaviy, ilmiy yondashuvni talab etadigan xizmat turlari bilan birga an'anaviy, yuqori daromadli xizmatlar, jumladan turizmning rivojlantirilishi xizmat ko'rsatish sohasini boshqarishga yangicha talablar qo'yadi.

| <p style="text-align: center;"><b>Ш.А.Бахронов</b><br/><b>Перспективы развития сферы услуг в Самаркандской области</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p style="text-align: center;"><b>Sh.A.Bahronov</b><br/><b>Prospects for service development in Samarkand region</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> Сфера услуг охватывает все социально-экономические процессы, которые происходят во всех сферах деятельности населения. В условиях диверсификации экономики и углубления структурных изменений одним из важных направлений занятости и повышения качества жизни населения является осуществление систематических мер по развитию сферы услуг. Усиление внимания к человеческому фактору еще больше увеличивает роль стратегического развития сектора услуг. Эта статья отражает тенденции в развития сферы услуг в Республике Узбекистан.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> диверсификация, предпринимательство, стратегическое развитие, тенденции развития.</p> | <p><b>Abstract:</b> The services sector covers all social and economic processes that take place in all sectors of the population. In the conditions of diversification of the economy and deepening of structural changes one of the important directions of employment and improvement of quality of life of the population is carried out systematic work on the development of the sphere of services. Strengthening the focus on human factor will further enhance the strategic development of the service sector. This article reflects trends in the service industry.</p> <p><b>Keywords:</b> diversification, entrepreneurship, strategic development, trends in development.</p> |

**Б.С.Болтаев** – СамДУ ассистенти,  
**С.Ж.Султонов** – СамДУ талабаси

## ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

**Аннотация:** бозор иқтисодиёти шaroитида амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларнинг асосий йўналишларидан бири миллий иқтисодиётнинг таркибий қисми

бўлган хизмат кўрсатиш тармоғини ривожлантириш, аҳолининг ҳаёт сифатини янада яхшилашдан иборатдир. Ушбу масаланинг долзарблигидан келиб чиққан ҳолда мақолада аҳолига маиший хизмат кўрсатиш инсоннинг кўп томонлама эҳтиёжларини қондиришга қаратилган тизимни такомиллаштириш механизмлари ўрганилиб тегишли таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

**Калит сўзлар:** ижтимоий меҳнат, истеъмол бозори, меҳнат бозори, иш билан банд бўлганлар, корхона ресурсларини самарали бошқариш.

Бозор иқтисодиёти шароитида амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларнинг асосий йўналишлардан бири миллий иқтисодиётнинг таркибий қисми бўлган хизмат кўрсатиш тармоғини ривожлантириш, аҳолининг ҳаёт сифатини янада яхшилашдан иборатдир. Унинг турли хилдаги талабларини қондириш муҳим йўналишларидан бири ҳисобланади. Чунки мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётида ушбу соҳанинг ривожини муҳим аҳамиятга эга.

Шу нуқтаи назардан Президентимиз Ш.Мирзиёев таъкидлаганларидек, “... 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”<sup>1</sup> долзарб масала ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасида ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш ижтимоий меҳнат муносабатларининг амалга оширилишида назарий ва амалий жиҳатдан энг муҳим муаммолардан бири ҳисобланади. Шунингдек, бу иқтисодий муносабатлар тизимида мураккаб ва муаммоли энг муҳим назарий тушунча бўлиб, меҳнат бозори ва меҳнат билан банд бўлган шахслар билан бевосита боғлиқдир.

Хизмат кўрсатиш соҳасида ишлаб чиқариш фаолияти мураккаб ва кўп қиррали жараён ҳисобланади. Ушбу жараён корхона ходимларини ва ресурсларини самарали бошқариш, ишлаб чиқариш стандартларига риоя қилиш, меҳнат унумдорлигини ошириш орқали таъминланади. Бу эса хизмат кўрсатиш корхоналарида меҳнатни илмий асосда ташкил этиш, бошқариш ва меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш механизмларини такомиллаштиришни талаб этади.

Бозор муносабатлари шароитида ишлаб чиқарилган маҳсулот ёки кўрсатилган хизматларнинг рақобатбардошлилигига эришишнинг асосий йўналишларидан бири – ташкил этиш, нормалаш ва шулар асосида ишлаб чиқариш самарадорлигини ва меҳнат унумдорлигини ошириш катта аҳамиятга эга.

Бизга маълумки, Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаларининг ўсиш суръатлари маълумотлари таҳлили шуни кўрсатадики, ривожланган мамлакатларда хизмат кўрсатиш соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги ҳиссаси мунтазам ўсиш тенденциясига эга.

Натижада сервис иқтисодиётининг фарқ қилувчи хусусияти сифатида ахборотлар алмашуви ҳал қилувчи рол ўйнай бошлади. Шунингдек, ҳозирги кунда хизмат кўрсатиш соҳаси ахборотларни тарқатувчи ва ундан фойдаланувчи тармоққа айланиб бормоқда. Масалан, бугунги кунда 63,0 фоиз хизматлар интеллектуал хизматлар категориясига киритилади. Масалан, АҚШда 1991 йилда компьютер ресурслари бизнесининг 76,6 фоизи хизмат кўрсатиш соҳаси ҳиссасига, фақатгина 11,9 фоизи компьютерлардан интенсив фойдаланувчи хизмат кўрсатиш тармоқлари ҳиссасига тўғри келган.

<sup>1</sup> “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 2017 йил 7 февралдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПФ-4947-сонли Фармони, 1-илова, 4.1-банд.

Мамлакатимизда сўнгги 5 йил мобайнида йилига ўртача 50,0% ўсишни таъминлаётган ахборот коммуникация технологиялари соҳасида хизмат кўрсатиш жадал ривожланаётганини алоҳида таъкидлаш лозим. Натижада хизмат кўрсатиш соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2012 йилдаги 26,6 фоиздан 2013 йилда 21,0 фоизга ўсди. 2014 йил якуни билан бу кўрсаткич 10,8 фоизга етди. 2015 йил эса 13,4 фоизга ўсганини кўришимиз мумкин. Шунингдек, 2016 йилда жами кўрсатилган хизматлар ҳажми ўтган йилга нисбатан 12,5 фоизга ошган.

**1-жадвал**

**Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаларининг ўсиш суръатлари  
(олдинги йилга нисбатан, фоизда)**

| <b>Хизмат турлари</b>                              | <b>2012 й.</b> | <b>2013 й.</b> | <b>2014 й.</b> | <b>2015 й.</b> | <b>2016 й.</b> |
|----------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Жами хизматлар                                     | 126,6          | 121,0          | 110,8          | 113,4          | 112,5          |
| Шундан: савдо ва умумий овқатланиш хизматлари      | 132,5          | 126,8          | 111,2          | 115,7          | 113,1          |
| Транспорт хизматлари                               | 121,1          | 112,7          | 106,2          | 107,1          | 107,9          |
| Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари                | 151,5          | 140,1          | 118,2          | 129,0          | 131,2          |
| Молия ва банк хизматлари                           | 123,8          | 132,2          | 119,9          | 122,6          | 123,0          |
| Туристик саёҳат хизматлари                         | 122,3          | 126,3          | 101,7          | 112,7          | 113,0          |
| Меҳмонхона хизматлари                              | 133,5          | 122,5          | 107,3          | 109,0          | 110,3          |
| Маиший ва коммунал хизматлар                       | 109,3          | 108,4          | 110,8          | 110,3          | 111,0          |
| Автомобилларни таъмирлаш ва бошқа техник хизматлар | 138,7          | 139,2          | 121,3          | 124,4          | 119,0          |
| Бошқа хизматлар                                    | 142,5          | 130,6          | 117,6          | 120,5          | 115,6          |

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида ҳисобланган.

Республикаимизда мустақилликдан сўнг амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар негизида вужудга келаётган янги иқтисодий муносабатлар хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш учун қулай имкониятлар яратди. Яъни, иқтисодий ислохотлар хизмат кўрсатиш корхоналари ва ташкилотлари фаолиятини такомиллаштириш, янги хизмат кўрсатиш шакллари ва усуллариининг вужудга келишига имконият яратди.

Бугунги кунда хизмат кўрсатиш корхоналари фаолияти иқтисодий жиҳатдан ишлаб чиқаришга қараганда самарали бўлиб бормоқда, чунки хизмат кўрсатиш корхоналарида молиявий маблағларнинг айланиши ҳам тезроқ ва энг асосийси дастлабки фаолиятни бошлаш учун кам пул маблағлари талаб этади.

Мамлакатимиз иқтисодиёти ривожланишининг ҳозирги босқичида сервис хизматлари сони ва сифатига қўйилаётган талаблар ошиб бормоқда. Ривожланган давлатлар тажрибасининг қўлланилиши хизматларга бўлган талабнинг ошишига олиб келди. Бу ўз навбатида, истеъмол бозори таркибида ўзгаришларни вужудга келтирди. Аҳолининг айрим қатламлари моддий фаровонлигининг ошиши натижасида хизматларга ўзларининг талаблари ва эҳтиёжлари мавжуд бўлган истеъмолчиларнинг янги категорияси вужудга келди. Моддий жиҳатдан таъминланган истеъмолчилар ўзларининг ҳаёт қулайликларини оширишни

таъминлайдиган турли ассортиментдаги хизматларга катта талабгор ҳисобланишади. Шу сабабли айрим хизмат кўрсатиш корхоналари ўз фаолиятини айнан аҳолининг ушбу талаблар ва эҳтиёжларини қондиришга қаратадилар.

Ҳозирги шароитда амалга оширилаётган ислохотлар миллий иқтисодиёт самарадорлигини оширишга қаратилиши лозим. Унинг таркибий қисми бўлиб ҳисобланган хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш аҳолини хизмат сифатини ошириш, унинг турли хилдаги талабларини қондириш муҳим йўналишлардан бири ҳисобланади.

Ялпи ички маҳсулотнинг кейинги йиллар мобайнида нисбатан ўсиш тенденцияси (ўтган йилга нисбатан 2000 йилда – 3,8%, 2016 йилда – 7,8%) республикаимизнинг барча соҳаларида кузатилди. Жумладан, ҳудуд иқтисодиётининг барча соҳа ва тармоқларида олиб борилаётган туб ислохотлар кейинги йиллар мобайнида ўзининг ижобий натижаларини бериб келмоқда. Мамлакатимиз иқтисодиётида саноат маҳсулоти ишлаб чиқариши ўтган йилга нисбатан 2000 йилда 104,2%ни, 2016 йилда эса 106,6%ни ташкил этди. Худди шундай ўсиш суръатларини бошқа соҳа ва тармоқларда ҳам кўришимиз мумкин, яъни таҳлил этилаётган йиллар мобайнида қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқариш 2016 йилда 48431,1 млрд. сўм, ишлаб чиқарилган хизматлар ҳажми 90991,7 млрд. сўм, аҳолига кўрсатилган пуллик хизматлар ҳажми 28038,9 млрд. сўм, қурилиш-пудрат ишлари 29265,8 млрд. сўм, асосий капиталга киритилган инвестициялар ҳажми 49476,8 млрд. сўмни ташкил этган (2-жадвал).

## 2-жадвал

### Ўзбекистон Республикасининг асосий макроиқтисодий кўрсаткичлари, млрд. сўмда

| Кўрсаткич-лар                        | 2000 й. | Ўтган йилга нис-т ўсиш, %да | 2005 й. | Ўтган йилга нис-т ўсиш, %да | 2010 й. | Ўтган йилга нис-т ўсиш, %да | 2016 й.  | Ўтган йилга нис-т ўсиш, %да |
|--------------------------------------|---------|-----------------------------|---------|-----------------------------|---------|-----------------------------|----------|-----------------------------|
| Ялпи ички маҳсулот                   | 3255,6  | 103,8                       | 15923,4 | 107,0                       | 62388,3 | 108,5                       | 199325,1 | 107,8                       |
| Саноат маҳсулоти                     | 407,6   | 104,2                       | 11028,6 | 107,2                       | 34499,1 | 108,5                       | 111267,2 | 106,6                       |
| Қишлоқ хўжалиги маҳсулоти            | 1387,2  | 103,1                       | 5978,3  | 105,4                       | 16774,7 | 106,9                       | 48431,1  | 106,6                       |
| Қурилиш                              | 196,2   | 102,9                       | 771,1   | 110,7                       | 4033,5  | 105,1                       | 29265,8  | 117,8                       |
| Ишлаб чиқарилган хизматлар           | х       | х                           | х       | х                           | 32749,8 | 115,1                       | 90991,7  | 112,5                       |
| Аҳолига кўрсатилган пуллик хизматлар | 309,9   | 115,7                       | 1628,5  | 116,3                       | 7858,0  | 112,5                       | 28038,9  | 110,7                       |
| Жами капитал қўйилмалар              | 744,5   | 101,0                       | 3165,2  | 105,7                       | 15338,7 | 108,7                       | 49476,8  | 109,6                       |

Муаллиф томонидан Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида ҳисобланган

Тадқиқотлар шундан далолат берадики, ҳозирги кунда сервис фаолияти билан шуғулланувчи корхона ва ташкилотлар ҳамда яқка тартибдаги тадбиркорлар фаолияти давлат иқтисодиётига катта ҳисса қўшмоқдалар.

XX асрнинг сўнгги йилларида ривожланган мамлакатларда келгуси тараққиётнинг глобал қарашлари тўғрисида тасаввурлар шакллана бошлади. Жамиятда инсонлар турмуш даражасини яхшилашнинг зарурлигидан келиб чиқиб, хорижий ва мамлакатимиз олимлари инсонларни ўртача ҳаёт тарзини таъминлаш ҳамда аҳолининг моддий жиҳатдан табақаланишининг фарқини қисқартиришга илмий жиҳатдан кўпроқ эътибор қаратмоқдалар. Шунингдек, улар ҳозирги ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг бош мақсади сифатида «турмуш сифати» масаласининг тадқиқоти бўйича кўпроқ фикр юритмоқдалар.

Тадқиқотларнинг кўрсатишича, ҳозирги вақтда хизмат бозорида маиший хизматларнинг умумий салмоғи ошиб бориш тенденциясига эга. Бу ҳолат ушбу соҳада меҳнат ресурсларини кўпроқ жалб этилишига сабаб бўлмоқда. Аммо ушбу соҳада меҳнат ресурсларининг сифат кўрсаткичларини (иш стажи, малакаси, касбий маҳорати, маълумоти) умумий ҳисобда юқори эмаслигини кўрсатишимиз мумкин. Кузатишлар шундан далолат берадики, вилоят миқёсида ходимларнинг сифат коэффиценти 20-30 %ни ташкил этмоқда. Албатта, бундай ҳолат маиший хизматларнинг умумий ҳажми ошган ҳолда, бу соҳада самарадорликни пасайишига сабаб бўлмоқда. Шунинг учун маиший хизмат соҳасида банд бўлган меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш, соҳада ходимлар хизмати сифатини таъминлашга марказлашган ҳолда ёндашилса, мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бунинг учун, бизнинг фикримизча, қуйидаги тадбирларни амалга ошириш лозим:

- соҳада замонавий мутахассисликлар ва касблар бўйича ходимларни тайёрлаш ва уларнинг малакасини узлуксиз ошириб бориш;
- меҳнат жараёнини ташкил этишни янги, илғор усулларини ўзлаштириш ва жорий этиш;
- маиший хизмат соҳасига янги замонавий техника ва технологияларни киритиш;
- соҳада янги очилаётган иш ўринлари бўйича ходимларга талабни истиқболлаштириш;
- хизматлар бозорида ишчи кучи таклифи бўйича рақобат муҳитини яратиш ва рақобатбардошлигини таъминлаш;
- маиший хизмат соҳасида ходимларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш юзасидан махсус мақсадли дастурлар ишлаб чиқариш ва бошқалар.

Хизмат кўрсатиш корхоналарида меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини оширишга бевосита таъсир кўрсатувчи иқтисодий механизм элементларидан бири – бу ходимларни моддий рағбатлантириш тизимини такомиллаштириш ҳисобланади. Тадқиқотлар кўрсатишича, соҳада иқтисодий рағбатлантиришни тўғри йўлга қўйилиши меҳнат ресурсларининг якуний натижаларидан манфаатдорлигини оширган ҳолда, уларнинг ўз меҳнат вазифаларига, фаолият натижаларига, меҳнат кўникмаларини ва тажрибаларини оширишга бўлган қизиқишларини тобора ошириб боради.

#### **Фойдаланилагн адабиётлар рўйхати:**

1. “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 2017 йил 7 февралдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПФ-4947-сонли Фармони, 1-илова, 4.1-банд.

2. Абдурахмонов Қ.Х. ва бошқалар. Инсон тараққиёти. Дарслик. – Т.: “Фан ва технологиялар”, 2013 й., – 474 б.

3. Абдурахмонов Қ.Х. ва бошқалар. Ижтимоий соҳа иқтисодиёти. Дарслик. –Т.: “Иқтисодиёт”, 2013 й, – 378 б.

4. Шоюсупова Н., Арабов Н., Насимов Д. Ижтимоий сиёсат ва ижтимоий ҳимоя. – Т.: “Иқтисодиёт”, 2014 й, – 496 б.

| <b>Б.С. Болтаев, С.Ж.Султонов</b><br><b>Основные направления развития сферы услуг</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>B.Boltaev, S.Sultonov</b><br><b>Main directions of development of the sphere of services</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> одним из основных направлений экономических реформ в рыночной экономике является повышение качества жизни населения и развитие сервисной сферы, которая является составной частью национальной экономики. Исходя из актуальности данного вопроса, в статье рассматриваются механизмы улучшения благосостояния людей, а также разработаны рекомендации и рекомендации.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> социальная работа, потребительский рынок, рынок труда, занятость, эффективное управление ресурсами.</p> | <p><b>Abstract:</b> One of the main directions of economic reforms in a market economy is improvement of the quality of life of the population and development of the service sector, which is an integral part of the national economy. Based on the importance of this issue, the article deals with mechanisms for improving people's well-being, as well as recommendations and recommendations.</p> <p><b>Keywords:</b> social work, consumer market, labor market, employment, efficient resource management.</p> |

С.Исмоилова – ФарДУ ўқитувчиси

## ИШСИЗ АҲОЛИНИ ИШ БИЛАН ТАЪМИНЛАШ МУАММОЛАРИНИ ҲАЛ ҚИЛИШДА ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИНИНГ ЎРНИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> мақола Ўзбекистонда аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш, аҳоли бандлигини ошириш, айниқса ишсиз ўрта ёш аҳолини ўқитиш ва малакасини ошириш борасида олий таълим муассасаларини ролини ошириш муаммоларини ўрганишга қаратилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> меҳнат ресурслари, ишсиз ўрта ёш аҳоли, қайта ўқитиш ва малакасини ошириш, Европа тажрибаси, “Магнет” лойиҳаси.</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Мамлакатимизда аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш чораларининг муҳим омилларидан бири сифатида аҳоли бандлигини ошириш, янги иш ўринларини яратиш, ишга жойлаштиришга муҳтож иш билан банд бўлмаган аҳолини касбга тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, уларнинг малакасини ошириш борасида қатор ислохотлар амалга оширилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикасининг "Аҳолини иш билан таъминлаш тўғрисида"ги Қонуни (1998 й.), "Ишсиз шахсларни касбга тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, уларнинг малакасини оширишни ташкил этиш тўғрисида"ги Низом (1999 й.), "Ижтимоий муҳофазага муҳтож ва иш топишга қийналаётган шахсларни ишга жойлаштириш учун иш ўринларини банд қилиб қўйиш тартиби тўғрисида"ги Низом (2008 й.) каби меъёрий ҳужжатлар қабул қилинди. Шу билан биргаликда, ҳар йили янги иш ўринларини ташкил этиш ва аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича йил номи билан боғлиқ ҳолда давлат дастурлари ишлаб чиқилади. Ушбу давлат дастурларида йил давомида минтақалар кесимида янги иш ўринларини яратиш, ишсиз аҳоли қатламларини иш билан таъминлаш ҳамда аҳолининг турмуш фаровонлигини ошириш бўйича алоҳида бўлимлар мавжуд ва бу бўлимларда белгиланган вазифаларни амалга ошириш юзасидан сезиларли натижаларга эришилмоқда. Амалга оширилаётган ислохотларга қарамай бу борада қилиниши керак бўлган ишлар талайгина. Мисол учун Фарғона вилоятини 2017 йил меҳнат бозори таҳлили шуни кўрсатадики,

вилоят аҳолиси 3534900 кишини ташкил этган бўлса, ундан меҳнат ресурслари 2017200 кишини ташкил этади. Умумий меҳнат ресурсларининг 79%и иқтисодий фаол аҳоли (1596636 киши) дан иборат. Иқтисодий фаол аҳолининг иш билан банд қисми 1508296 кишидан иборат бўлиб, бундан 877796 нафари, яъни 58%и иқтисодиётнинг расмий секторида, 489618 киши, яъни 32%и норасмий секторда бандларни ташкил этади. Иқтисодиётнинг норасмий сектори, яъни рўйхатга олинмаган кўча савдоси, улгуржи воситачилик операцияларида, хизмат соҳасида ва бошқаларда иш билан банд бўлган фуқаролар ишсизликни камайтиришнинг маълум амартизатори бўлиб келган, лекин норасмий секторда банд бўлганларнинг асосий қисмини шуғулланаётган фаолиятининг мавсумийлиги, айрим хизмат турларига талабнинг доимий эмаслиги, ҳамда ушбу секторда банд бўлганларнинг таҳлили борасидаги аниқ маълумотларга эга бўлишнинг қийинлиги сабабли, бизнингча яширин ишсизлик миқдори расмий ишсизлик миқдоридан кўпроқни ташкил этмоқда.

Маълумки, меҳнат ресурсларини ёш мезонлари бўйича 5 гуруҳга бўлиб ўрганилади:

1-гуруҳ. Ёшлар- (16-29 ёш);

2-гуруҳ. Ўрта ёшлилар (30-49 ёш);

3-гуруҳ. Пенсияолди ёшдагилар (аёллар 50-54 ёшгача; эркаклар 50-59 ёш);

4-гуруҳ. Пенсия ёшдагилар ( 55 ёш ва ундан юқори аёллар; 60 ёш ва ундан юқори эркаклар);

5-гуруҳ. Ишловчи пенсионерлар.

Мамлакатимиз аҳолисининг 60 % ини ёшлар ташкил этишини ҳисобга олиб, шуни айтиш мумкинки, асосан ёшлар билим олиш, касбий маҳоратини ошириш, ҳарбий хизматни ўташ билан машғул бўладилар. Шунинг учун меҳнат ресурсларининг энг юқори фаоллиги ва иш билан бандлиги 25-49 ёш оралиғидаги ўрта ёш аҳолига тўғри келади. 50 ёшдан сўнг эса, меҳнат фаоллиги аста-секин пасайиб боради.

Расман рўйхатга олинган ишсизларни янги касбга йўналтириш ҳам ишсизликни камайтириш йўлларида биридир. Бундай тадбирларни маҳаллий, минтақавий ва миллий даражада молиялаштириш амалга оширилмоқда. Ушбу маблағлар Давлат дастурлари доирасида кўзда тутилган ёшларни, биринчи навбатда, касб-ҳунар коллежи битирувчиларини иш билан таъминлаш йўналишидаги тадбирлар учун сарфланиб, ўрта ёшдаги иш билан банд бўлмаган аҳоли қатламларини иш билан таъминлаш муаммосини тўлиқ камраб олмаган. Шу билан бирга турли давлат ва нодавлат институционал тизимлар томонидан ташкил этиладиган ишсиз аҳолини касбга йўналтириш ва қайта тайёрлаш тадбирлари қисқа муддатли ўқитиш тизимларидан иборат. Лекин, ишсиз ўрта ёш аҳоли ўртасида ишсизлик даражаси юқорилиги, уларни иш билан банд қилиш, малакасини ошириш ва қайта тайёрлашда қуйидаги камчиликларнинг мавжудлиги бу борадаги олиб борилаётган ислохотларнинг тўқис амалга ошишига ўзининг салбий таъсирини кўрсатмоқда:

- миллий менталитетимизга кўра ишсиз аҳоли меҳнат органларига иш сўраб мурожаат қилиш даражаси пастлиги;

- ишсиз аҳолини касбга йўналтириш бўйича меҳнат органлари ва хусусий субъектлар томонидан ташкил этилган ўқув курсларига ишсиз ўрта ёш аҳолининг камроқ мурожаат этиши (моддий омиллар, ўқув курслари гуруҳларини ташкил этишда тингловчилар ёшининг инобатга олинмаслиги аҳоли ўртасида курсларга ишончсизликнинг мавжудлиги);

- аксарият ўқув курсларини олиб бораётган тренерларнинг етарли билим, тажриба ва малака ҳамда мотивацияга эга эмаслиги;

- ишсиз ўрта ёш аҳолининг иқтисодий, ҳуқуқий билимини етишмаслиги, компьютер саводхонлиги даражасининг пастлиги.

Айтиб ўтилган жараёнларни бартараф этилиши, бизнингча, ишсизлик ҳолати даражасининг пасайишига олиб келишига шубҳа қилмаса ҳам бўлади.

Ўзбекистон Республикасининг "Аҳолини иш билан таъминлаш тўғрисида"ги Қонунида таъкидланишича, ишсиз шахсларни касбга тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, уларнинг малакасини ошириш ўқув юртларида меҳнат органларининг йўлланмалари бўйича амалга оширилиши белгилаб қўйилган. Шунга қарамай, ўқув юртлари ва меҳнат органлари ўртасида ишсиз шахсларни касбга тайёрлаш ва қайта тайёрлаш бўйича ҳамкорликни янада самарали ташкил этиш мақсадида Олий таълим муассасалари (ОТМ) бу муаммога жиддий қарашлари лозим. Чунки ОТМда мазкур ишларни амалга ошириш учун етарли шароитлар мавжуд. Жумладан, интеллектуал потенциалнинг юқорилиги, моддий-техник базанинг етарлилиги, меҳнат бозорини ўрганиш ва касбга тайёрлаш ва қайта тайёрлаш курсларини ташкил этиш бўйича тажрибанинг мавжудлиги ва бошқалар. Шу билан бирга бандликка қўмаклашиш тизими билан ҳамкорлик олий таълим муассасалари томонидан меҳнат бозоридаги талаб мавжуд бўлган йўналишлар ва мутахассисликларни аниқлаш асосида талаб юқори бўлган таълим йўналишлари бўйича таълим хизматларини йўлга қўйиш имкониятини кенгайтиради.

Юқоридаги муаммоларни самарали ҳал этилиши мақсадида Фарғона давлат университети ташаббуси билан республикамиздаги академик ва ноакадемик ҳамкорлардан иборат консорциум аъзолари "Университетлар – Ўзбекистонда ишсиз ўрта ёш аҳолини касбга йўналтириш марказлари тармоғининг асосий ҳамкори сифатида" (MAGNET) лойиҳасини амалга оширишга қарор қилинди. Ушбу лойиҳа ишга жойлаштиришга муҳтож, меҳнат билан банд бўлмаган ўрта ёш аҳолини касбга йўналтириш ва шу орқали уларнинг реал даромадини ошириш, турмуш даражасини яхшилаш учун хизмат қилади. Лойиҳада таъкидланган марказ аҳолининг ишсиз қатламига зарурий маслаҳатлар, зарурий маълумотларни етказишда муҳим бир воситачи бўлиб фаолият юритади.

Ишсиз аҳолини ўқитиш ва касбга йўналтириш мамлакатда ишсизликни камайтиришга қўмаклашади. Маълумки, Европа аҳолисининг аксарият қисмини ўрта ёшлилар ташкил қилади. Шу сабабли Европа давлатларида аҳолининг ўрта ёш қатламини ўқитиш, касбга йўналтириш ёки қайта тайёрлаш борасида жуда катта тажриба тўпланган. Европа давлатларида ушбу фаолият билан шуғулланувчи институтлар, марказлар мавжуд (European Centre for the Development of Vocational Training (CEDEFOP), founded in 1975, Thessaloniki, Greece). Аксарият Европа Олий таълим муассасаларида ўрта ёш аҳолини касбга йўналтириш ва тадбиркорлик кўникмаларини шакллантиришга алоҳида фаолият сифатида қаралади. Ўзбекистон ОТМларида эса бу соҳадаги фаолият мавжуд муаммоларни деярли камраб олмаган. Айнан шу сабабли мазкур институтлар ва марказларнинг иш фаолиятларини ўрганиш, ўрта ёш аҳолини касбга йўналтириш, тадбиркорлик кўникмаларини шакллантириш, қайта тайёрлаш тажрибасидан кенг фойдаланиш лойиҳани самарали амалга ошириш имкониятини беради.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда ЕИ ҳамкорлари томонидан лойиҳани амалга ошириш давомида ЕИ мамлакатларида шаклланган тажрибаларни Ўзбекистон ОТМларида ва бандликка қўмаклашувчи институционал тизимлар фаолиятида жорий этилишига амалий ёрдам кўрсатиш кўзда тутилади.

Фикримизча лойиҳани амалга ошириш бир томондан жамиятдаги меҳнат бозорида мавжуд бўлган муаммоларни ҳал қилиш билан бирга, иккинчи томондан, олий таълим муассасаларининг таълим хизматлари бозорида талаб юқори бўлган таълим йўналишларини таклиф этиб бориш имконини кенгайтиради.

Лойиҳа доирасида яратиладиган Марказларнинг интернет сайтида марказ фаолияти билан боғлиқ бўлган хабарлар, ўқув курсларини тамомлаган тингловчилар, бўш иш ўринлари тўғрисидаги маълумотлар базасининг ташкил этилиши ҳамкор ташкилотлар ҳамда фаол иш қидираётганлар ва иш ўринларини яратувчилар ўртасида ахборотлар алмашинуви узлуксизлигини таъминлашга хизмат қилади.

Шу билан бирга, Марказда касбга йўналтириш курсларининг меҳнат бозори эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда ташкил этилиши, жалб қилинадиган тингловчиларни танлаш жараёнида уларнинг базавий маълумотининг сўралмаслиги, ёш омилини ҳисобга олиниши, иқтисодиётнинг жадал ривожланиши шароитида меҳнат ресурсларини замон талабига мослаштиришга йўналтирилганлиги, тингловчилар ҳамкор ташкилотлар орқали жалб қилиниши кабилар лойиҳанинг инновативлигини кўрсатади.

Лойиҳа доирасида ташкил этилиши кутилаётган Карьер марказлари (Фарғона, Нукус ва Қарши) билан ҳамкорликни йўлга қўйган Бандликка кўмаклашиш ва аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш Марказлари "Ишсиз шахсларни касбга тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, уларни малакасини оширишни ташкил этиш тўғрисида"ги Низомнинг 2.3-бандига кўра туман (шаҳар) меҳнат органларининг ишсиз шахсларнинг касбий таълимини ташкил этиш масалалари бўйича корхоналарнинг кадрлар хизмати ва ўқув юртлари билан ўзаро ҳамкорлигига доир фаолиятини самарали ташкил қилади ва мувофиқлаштиради.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. “Аҳолини иш билан таъминлаш тўғрисида” ги Қонун. 1998.
2. “Ишсиз шахсларни касбга тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, уларни малакасини оширишни ташкил этиш тўғрисида”ги Низом. 1999. “Ижтимоий ҳимояга муҳтож ва иш топишга қийналаётган шахсларни ишга жойлаштириш учун иш ўринларини банд қилиб қўйиш тартиби тўғрисида”ги Низом. 2008.
3. Меҳнат кодекси. – Т.: “Адолат”, 2008.
4. Абдурахмонов Қ.Х. Меҳнат иқтисодиёти. – Т.: “Меҳнат”, 2004.
5. Фарғона вилояти меҳнат бошқармаси маълумотлари. 2016.

| <p><b>С.Исмоилова</b></p> <p><b>Роль университетов в решении проблемы занятости безработного населения среднего возраста</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p><b>S.Ismoilova</b></p> <p><b>The role of universities on occupation problems and their decisions of middle age generation unemployment</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация;</b> данная статья о социальной защите и увеличении занятости населения в Узбекистане, в особенности, увеличении роли университетов в обучении и переквалификации среди безработного населения среднего возраста.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> трудовые ресурсы, безработица среди населения среднего возраста, профессиональная ориентация, повышение квалификации, европейский опыт, проект «Магнет».</p> | <p><b>Abstract:</b> This article is about social protection and increasing the status of employment of population in Uzbekistan, especially increasing the role of universities in training and retraining middle age generation unemployment.</p> <p><b>Keywords:</b> labour resources, middle age generation unemployment, training and retraining, European experience, “MAGNET” project.</p> |

# ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

**Р.Хантбоев** – СамИСИ катта ўқитувчиси,

**Х.Қаршибоев** – СамИСИ доценти,

**Ш.Джалилов** – СамИСИ катта ўқитувчиси

## ТУРИЗМ ГЕОГРАФИЯСИНИНГ МОДЕЛЛАРИ ВА МЕТОДЛАРИ

**Аннотация:** мақола туризм марказлари ва туристик ҳудудларнинг туризм географиясининг моделлари ва методлари асосида ташкил қилинишига бағишланган.

**Калит сўзлар:** модел, метод, марказ, ижтимоий география, интеграция, рекреация, лойиҳа, минтақа, кенглик, харита, биологик, ҳудуд.

Ҳозирда республикамызда туризмнинг соҳаларини, турларини, ривожланишини, уларнинг ички ва халқаро туризмдаги ўрнини белгилаш, географиясини аниқлаш ва туризмда фойдаланиш даражаларини ишлаб чиқиш юзага чиқмоқда. Шу ўринда мамлакатимизда туризм географиясини тадқиқ қилиш туризмдаги долзарб масалалардан ҳисобланади.

Туризм географияси ҳақида ҳозиргача санокли тадқиқотлар натижалари эълон қилинди. Ушбу тадқиқотлар ҳам мамлакатимизнинг вилоятларидаги туризм ресурсларидан фойдаланиш йўналишида амалга оширилди. Ўзбекистондаги туризм таълимида туризм географияси фанининг ҳозиргача ўқитилмаётганлигининг, ташкил топмаганининг албатта объектив сабаблари бор. Биринчидан, туризм соҳаси мамлакатимиз ҳаётида бутунлай янги ижтимоий-иқтисодий соҳа бўлиб бораётганлигидан туризм ривожланиши билан боғлиқ барча илмий ва ишлаб чиқариш соҳаларини, йўналишларини бирданига қамраб бўлмайди.

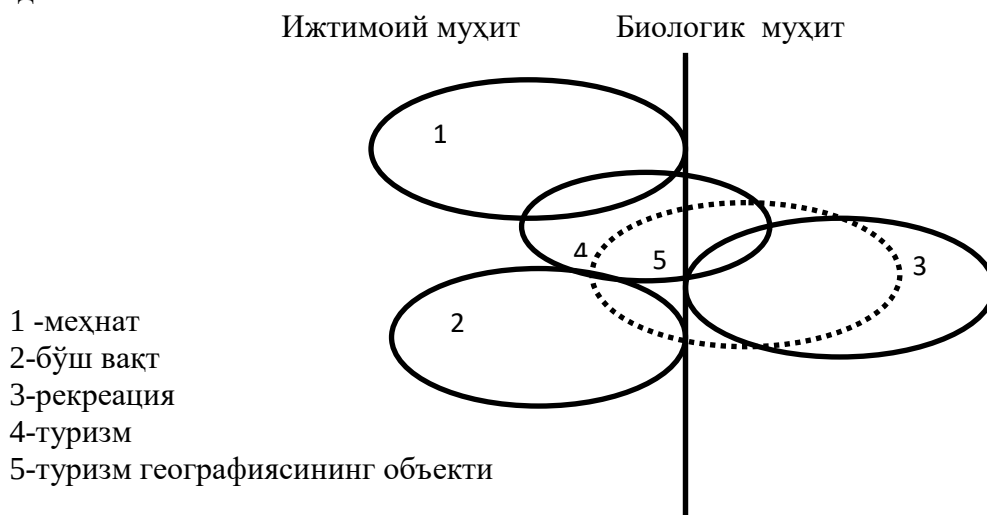
Иккинчидан, ўз -ўзидан маълумки, бу фан бўйича ҳали республикамызда мутахассислар йўқ. Шунинг учун ҳам, биз туризм географиясининг моделлари ва методлари мавзусида ушбу фаннинг ўрганиш объекти, предмети ва бу фаннинг шаклланиши, мақсади ва вазифалари, моделлари ва методлари, туризм ривожланишидаги ўрни ҳақида дастлабки тадқиқотларнинг таҳлилий натижаларини келтирамыз.

Туризм географияси ўзининг махсус тадқиқот объекти ва предметиға эға бўлган фан сифатида асосан АҚШ, Европа мамлакатларида, Россияда шаклланган ва бу мамлакатларнинг туризм таълимида ўқитилмоқда. Россиялик таниқли географ В.С. Преображенскийнинг туризм географиясини ижтимоий-иқтисодий география фанларининг ўхшаш йўналиши – ижтимоий ва иқтисодий географиянинг муҳим тармоғи дейилгани тан олинди. Шу нуқтаи-назардан туризм географиясининг маъносини, моҳиятини тушуниш учун бу фаннинг асоси бўлган ижтимоий-иқтисодий географиянинг тадқиқот объекти ва предметиға эътибор қаратиш лозим.

Ижтимоий географиянинг (жамоавий) билиш предмети ҳудудий жамоавий тизим ҳисобланади. Ҳудудий жамоавий тизим эса, жамиятнинг интеграллаштирилган (бир мақсадға бирлаштирилган), жамият ҳаётини вақтинча ташкиллаштирган ҳудудий қайта ишлаб чиқаришиға асосланади.

Ижтимоий географиянинг, яъни жамият географиясининг тадқиқот объекти ва предметининг таъриф ва тавсифи қуйидагича–, „Иқтисодий ва ижтимоий“ (жамоавий) география аниқ табиий муҳитда жамиятнинг ҳудудий ташкилланишини ўрганади. Жамият географиясининг кўплаб тармоқлари табиий география, сиёсий география ва бошқалар жамият ҳаётининг ўзига хос соҳаларини ўрганади. Бу фанларнинг ўз мақсади ва вазифаларидан келиб чиққан хусусий ўрганиш объектлари ва предметлари бор.

Туризм географиясининг *предмет жиҳатдан мавжудлиги* унинг рекреация географияси билан ўзвий боғлиқлигини келтириб чиқаради. Туризм географиясининг чегараларини белгилаш, унинг тадқиқот объекти ва предметини аниқлашда туризмни рекреация билан ажратилган ҳолда таҳлил қилган маъқул. Шунингдек, бўш (бекор) вақт, ишдан холи вақт ва дам олиш, тиним, ором олишнинг ўзаро муносабатларини ҳам аниқлаш талаб қилинади. Чунки, бу атамалардан рекреацияли ва туризм жараёнларини ўрганишда кўплаб фойдаланилади. Туризмнинг ижтимоий-иқтисодий моҳияти унинг чегарасизлиги катта оқимдалиги ва аҳамияти – туризмдаги “дам олиш”, “бўш вақт”, “рекреация”, “туризм”ларнинг биргаликдаги ёки алоҳида-алоҳида ҳаракатланишларини англади.



**1-чизма. Вақт ўтказишда ижтимоий ва биологик тушунчаларнинг ўзаро нисбати**

Лекин, ҳамма вақт ҳам туристик фаолият рекреация ҳисобланмаганидек, рекреацияли фаолият ҳам ҳамма вақт туристик фаолият бўлаолмайди. Масалан, Бутунжаҳон туризм ташкилоти съездларга, илмий конференцияларга, ишлаб чиқариш йиғилишларига, кўргазмаларга, симпозиумларга қатнашишни хизмат сафари билан боғлиқ ишчанлик туризм деб баҳолаган. Бу қатнашишлардаги туристик фаолиятларда рекреация деярли сезилмайди.

“Дам олиш”, “бўш вақт”, “рекреация” ва “туризм” тушунчаларини чегаралаш туризм географиясининг бош масаласи, тадқиқот объекти ва предметини аниқлашни енгиллаштиради(1-чизма). Худди шундай фикрларни, яъни туризм, бўш вақт, иш, жиддий дам олиш ва рекреациянинг бир- бири билан бирга аралашган ҳолда туризмни ҳосил қилиши ва бирга жамланган ҳолда келиши инглиз географлари С.М.Холл ва С.Ж.Пейжларнинг тадқиқотларида ҳам келтирилган.

Туризм географияси туризмдаги одамларнинг ҳар хил фаолиятларини ўрганади. Бу фаолиятлар эса маълум вақтда ва маълум макон, манзилда амалга оширилади. Бу фаолият туризмда туристик ҳудуд ва туристик вақт деб аталади. Шунинг учун ҳам, туризм географияси назариясининг асосчиларидан бири С. Ердавлатов Р. –“рекреацияли ҳудудлар ва туристик ҳудудларнинг бири-бирига тўғри келишини” ўз вақтида эътироф этганди.

Рекреация географияси аҳоли рекреацияли фаолиятининг ҳудудий ташкилланишини ўрганади. Туризм географиясининг тадқиқот предмети эса инсонлар туристик фаолиятининг ҳудудий ташкилланиши ҳисобланади. Туризм географияси ижтимоий-иқтисодий (жамоавий) географиянинг муҳим тармоғи,

таркибий қисми бўлиб, инсонларнинг туристик фаолиятини ҳудудий ташкил қилиш ва ривожлантириш ҳақидаги мустақил, алоҳида фан ҳисобланади.

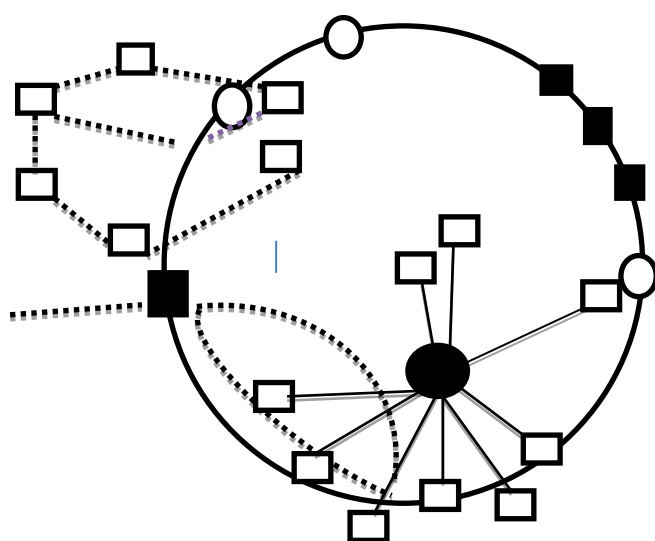
Туризм, мутахассисларининг фикрича, *туризм географиясининг энг муҳим вазифалардан бири ҳудудларнинг туризмга яроқлилиги ва туризм тизимини ҳудудий ва минтақавий лойиҳалаштиришидир*. Туризм географиясининг назарий асослари “туризм географиясининг халқаро моделлари” ўтган асрнинг 1970-1980 йилларида яратила бошланди. Бу моделларнинг муаллифлари Канада, АҚШ ва Европа мамлакатларининг олимлари ҳисобланишади. Ҳозирги вақтда туризм географиясининг барча моделларини қуйидаги тўрт гуруҳга бўлиш мумкин:

- 1.Туристтик саёҳатларнинг кўчиши модели.
- 2.Бориш ва келиш модели.
- 3.Таркибли-кенглик модели.
- 4.Туризмнинг ривожланиши модели.

Дастлабки вақтларда чех олими П. Мариотнинг “саёҳатлар маршрути” модели туризмда жуда оммавийлашган ва у биринчилардан бўлиб, туристларни улар ҳоҳлаган туристик ресурсларга олиб бориш ва дастлабки жойига қайтариш маршрутларида “дам олиш маршрутларини” ташкил қилишни таклиф қилди.

Бу маршрутнинг қулайлиги шундан иборатки, туризм географиясини ташкил қилишда туристларнинг кўп ҳолларда асосан узоқ маршрутларда чарчаши ва зерикишининг олдини олади ва туристик марказнинг оммавийлашувига сабабчи бўлиб, янги туристик ҳудудларни ташкил қилишда қўллаш мумкин.

Туристтик саёҳатларнинг таркибли модели (кенглик) ўтган асрда ҳам туризм географиясини ташкил қилишда, ҳозирги туризмни ташкил қилишда ҳам муваффақият билан ишламоқда. Бу моделнинг асосчиси Америкалик географ С.К. Кэмпбелл ҳисобланади. Туризм марказини ташкил қилишда бу моделнинг қулайлиги шундан иборатки, туристик марказдаги кўплаб туристик гуруҳларни марказ атрофидаги рекреация марказларига ва марказга яқин бўлган шаҳарларга тақсимлаш мумкин. Бунинг учун, туристик марказ хилма-хил рекреацияли хизматларга эга бўлган рекреация марказларини яратиши лозим бўлади. Туризм географиясининг моделларидан мамлакатимизда туризм марказларини ташкил қилишда муваффақият билан қўллаш мумкин.



С.К.Кемпбеллнинг  
“Саёҳатларнинг  
кенглиги” модели

- - туристик оқимларни тўпловчи шаҳар;
- - бошқа шаҳарлар;
- - рекреацияли марказлар;

- - дам олиш жойлари;  
 ——— - саёҳатчиларнинг маршрутлари;  
 ..... - дам олувчи саёҳатчиларнинг маршрутлари;  
 ——— - дам олувчиларнинг маршрутлари.

Туризм географиясининг тадқиқот методлари ҳозирга келиб асосан Европа мамлакатларида, АҚШ ва Францияда такомиллашиб бормокда. Россия давлатида ҳам туризм географиясининг кўплаб тадқиқот методлари яратилган бўлиб ҳозирги вақтда жаҳонда туризмни ва туризм марказларни ташкил қилишда энг кўп ишлатиладиганлари қуйидаги методлар ҳисобланади:

**1. Баҳолаш методи.** Бу методнинг талаблари қуйидагилардан иборат: 1) туристик объектни баҳолаш (табиий мажмуаларни, уларнинг компонентларини, биологик хилма-хилликни баҳолаш); 2) баҳолашнинг субъектини ажратиш (туризмнинг тури, рекреацияли машғулотларнинг цикли, дам олувчиларнинг даражалари, фойдаланиш юкламаларини баҳолаш); 3) баҳолашнинг мезонларини тадқиқ қилиш ва баҳолаш балларини ишлаб чиқиш.

**2. Табиий биологик баҳолаш.** Бу баҳолаш методида иқлим шароитларининг инсонга таъсир даражалари, табиий иқлим шароитларнинг қулай ва ноқулайликлари ўрганилади. Соғломлаштириш марказлари ва курортлар яратишда туризм географиясининг ушбу методи кўпроқ қўлланилади.

**3. Руҳий эстетик метод.** Бу методда табиатдаги бетакрор кўринишлар ландшафтлар (тоғ даралари, қўллар, булоқлар, табиат музейлари ва ҳайкаллари, флора ва фауна турлари ва б...) туристларни қизиқтириши ўрганилади.

**4. Технологик баҳолаш методи.** Туризм географиясининг бу методида янги ташкил қилинадиган туристик марказларни ташкил қилишда ушбу жойлардан технологик жиҳатдан фойдаланиш даражалари ўрганилади.

**5. Ижтимоий сўров методи.** Туризм географиясининг бу усулида янги туристик марказларни ташкил қилишда оммавий ахборот воситалари, теле-радио эшиттиришлар орқали аҳоли орасида сўров анкеталари тарқатилади, жавоблар таҳлил қилиниб хулосалар ишлаб чиқилади.

**6. Хариталаш методи.** Туризм географиясининг энг замонавий методларидан ҳисобланиб, асосан икки хил йўналишда ривожланмоқда: 1) туристлар ва экскурсиячиларга реклама, ҳаракатланиш ва фойдаланиш хариталарини ишлаб беради; 2) мамлакатда, унинг ҳудудларида туризм индустриясини ривожлантириш хариталарини ишлаб беради.

#### Хулоса:

Туризм географиясининг моделлари ва методларидан янги туристик ҳудудларни ва марказларни ташкил қилиш учун: табиий ресурсларнинг салоҳияти; аҳоли ва ижтимоий соҳалар; меҳнат ресурслари ва меҳнат тақсимооти; ҳудудларнинг туристик рекреацияли салоҳиятларини тадқиқ қилишда кенг фойдаланиш мумкин.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Александрова А.Ю., География туризма. Москва, КноРУС, 2010- 592 с.
2. Ердавлетов С.Р., География туризма: история, теория, методы, практика. Алматы, 2000, -331 с.
3. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н., Рекреационная география. Саратовский государственный университет. Саратов, 2005.-503 с.
4. Hall C.M., Page S.J., The Geography of Tourism and Recreation Environment piase and Spase. London-N.Y..Routledge.1999,-256 p.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Хаитбоев Р., Қаршибоев Х.,<br/>Джалилов Ш.</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Модели и методы географии туризма</b></p> <p><b>Аннотация:</b> статья посвящена значению применения моделей и методов географии туризма в деле организации туристских центров и туристских территорий.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> модель, метод, центр, социальная география, интеграция, рекреация, проект, зона, пространство, карта, биологический, регион.</p> | <p style="text-align: center;"><b>Haitboev R., Karshiboev H.,<br/>Djalilov Sh.</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Models and methods of tourism geography</b></p> <p><b>Abstract:</b> The following article is about use of models and methods of tourism geography in organization of tourist centres and tourist territories.</p> <p><b>Keywords:</b> model, methods, centre, social geography, integration, recreation, project, zone, space, map, biological, region.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Г. У. Раджабова**– Қуқон Давлат педагогика институти катта ўқитувчиси,  
**Н.М. Бабаева**– Қуқон Давлат педагогика институти доценти, и.ф.н.

### ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МЕҲМОНХОНА ИШИ ВА РЕКЛАМАНИНГ ЎРНИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> мақолада замонавий туризм индустрияси жаҳон ҳўжалигининг энг йирик, сердаромад ва энг фаол тармоқларидан бири ҳисобланиши ва уни ривожлантиришда меҳмонхона иши ва рекламанинг аҳамияти ўрганиб чиқилган. Унда бугунги кунда туризм – жаҳон иқтисодиётининг шиддат билан ривожланаётган тармоғи эканлиги кўрсатиб берилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> туризм индустрияси, туристик ресурслар, меҳмондўстлик ва меҳмонхона иши, туристик хизмат, реклама, маркетинг, маркетингли коммуникация, слоган.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Жаҳон сайёҳлик ташкилотининг маълумотларига кўра, товар ва хизматларни тақдим этиш бўйича жаҳон экспортида туризм биринчи ўринга чиқиб бормоқда. Туризм индустриясини ривожлантиришни долзарблигини айрим Европа давлатларига қараб билиш мумкин. Масалан, экспортдан келадиган умумий даромаддаги туризмнинг улуши Австрияда - 40%, Испанияда - 60% ни ва давлат бюджетининг асосий қисмини ташкил этади. Жаҳон сайёҳлик ташкилотининг маълум қилишича, дунёнинг 83% мамлакатида даромадларнинг бешта асосий манбаларидан бири туризм индустрияси ҳисобланади. Бундан ташқари, туризм янги иш ўринларини яратишда иқтисодиётнинг бошқа соҳаларига нисбатан етакчи ўринни эгаллаб турибди<sup>1</sup>. Бирок, афсуски, ҳозирги пайтда Ўзбекистоннинг туристик-рекреацион салоҳиятидан тўлақонли фойдаланилаётгани йўқ.

Бу борада кичик шаҳарларни туристик маҳсулот сифатида жозибадорлигини тубдан янгилаш ва уларни рақобатбардошлигини оширишга қаратилган чора тадбирларни амалга ошириш зарур. Ўзбекистон сайёҳлик кўлами ҳамда тарихий қадамжолар ва бошқа туристик объектларни кўплиги бўйича етакчи ўн мамлакатлар қаторида туради. Уларга Самарқанд вилоятидаги Регистон мажмуаси, Улуғбек расадхонаси, Бухоро вилоятининг кўҳна Арк қалъаси, Сомонийлар мақбараси, Хоразм вилоятидаги Ичан-қалъа, Қаршининг Одина, Кўкгумбаз обидалари, Шахрисабзнинг Оқсарой маданий ёдгорлиги, Қўқон ўрдаси каби қатор мажмуаларни келтириб ўтиш мумкин.

Мамлакатимизда туризм индустриясини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Шу маънода Президентимиз Шавкат Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони, 2017 йил

<sup>1</sup> Бондарев Д.А. Гостиничное дело в сфере туризма. – Курск, 2016. – С.36.

16 августдаги “2018-2019 йилларда туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони, 2017 йил 5 декабрь куни Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Чорвоқ” эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисида”ги Фармонлари қабул қилинди<sup>1</sup>.

Бизнинг халқимиз меҳмондўст халқ – бу фазилят эса туризмни ривожланишида жуда катта аҳамиятга молик саналади. Таъкидлаш жоизки, меҳмондўстлик ва туризм терминларини алоҳида ўрганиб бўлмайди, улар ўзаро боғлиқ бўлган тушунчалардир. Шунинг учун туризмни ривожланиши меҳмонхона ишининг қай даражада шаклланганлигига боғлиқ. Меҳмонхоналарни қуйидаги турларини ажратиш мумкин: флотель, пансион, апартамент, ротель, акварель, кемпинг, мотель, ботель бунгало, отель, сайёҳлик уйи ва бошқалар. Ўзбекистонда меҳмонхоналарнинг европача классификацияси ўрнатилган, бироқ уларни ҳаммасини ҳам бу юлдузли тоифаларга мос келмайди.

Меҳмонхона иши туризм индустриясида энг асосий омиллардан бири ҳисобланади. Агар сайёҳларни қабул қилувчи томон, уларни жойлаштириш бўйича ғамхўрлик қилмаса, сайёҳ ё дам олишни охирига етказмасдан кетиб қолади, ёки қайтиб бошқа бу ерга келмайди. Дунёда кўплаб ўзида барча қулайликларни: тунни ўтказишдан бошлаб, турли соғломлаштириш муолажаларини мужассамлаштирган меҳмонхона комплекслари мавжуд.

Меҳмонхоналарни қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш мақсадида туризм соҳасида – World Travel Awards – номли Бутун дунё мукофоти таъсис этилган. У 1993 йил жорий этилган бўлиб, сайёҳлик ташкилотлари учун олий мукофот саналади. Ушбу нуфузли мукофот ҳар йили халқаро компанияларнинг етакчиларига топширилади.

#### 1-жадвал. Жаҳон туризм индустриясининг етакчилари, 2016 йил маълумоти<sup>2</sup>

| Номинация                       | Мамлакат  | Номи                                                   |
|---------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------|
| “Дунёнинг энг ҳашаматли отели”  | Россия    | “Гранд ОТЕЛЬ Европы (Grand Hotel Europe)”              |
| “Энг яхши отель”                | БАА       | “Hotel Burj Al Arab”                                   |
| “Энг яхши дизайн-отель”         | Туркия    | Adam & Eva, Белек”                                     |
| “Энг яхши спа-отель”            | Греция    | “Aldemar Royal Mare Village”                           |
| “Энг яхши оилавий курорт-отель” | Багамалар | “Beaches Turks & Caicos Resort Villages & Spa”         |
| “Энг яхши конференц-отель”      | БАА       | “Emirates Palace”                                      |
| “Энг яхши тоғ-чанғи отели”      | Швейцария | “Kempinski Grand Hotel des Bains”                      |
| “Энг яхши пляж-отель”           | БАА       | “Le Royal Meridien Beach Resort & Spa”                 |
| “Энг ҳашаматли курорт отель”    | Туркия    | “Mardan Palace”                                        |
| “Энг яхши аэропортдаги отель”   | Малайзия  | “Pan Pacific Kuala Lumpur International Airport Hotel” |

Жадвалдан кўришиб турибдики, Ўзбекистон ҳеч бир номинацияда ғолибликни қўлга киритгани йўқ. Инвесторларни қизиқтирадиган объект

<sup>1</sup> Президент Шавкат Мирзиёевнинг 2017 йил 16 августдаги “2018-2019 йилларда туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 17 август.

<sup>2</sup> Жадвал муаллифларнинг турли манбаларни ўрганишлари ва кузатувлари асосида тузилган.

сифатида йирик индустриал марказлар ва миллионер-шаҳарлар бўлиб қолаверади, чунки бу ҳудудларда фаол иқтисодий ўсиш, юқори турмуш даражаси ва доимий сайёҳлар оқими мавжуддир. Мамлакатимизда энг жозибадор ҳудудларга: Самарқанд, Бухоро, Хоразм ва Тошкент вилоятларини киритиш мумкин.

Туристик ресурслардан тўлиқ фойдалана олиш ва туризм тармоғининг ЯИМ даги улушини кўпайишига эришиш учун, бизнинг назаримизда, замонавий рекламанинг барча асосий қоидаларини туризмда ҳам қўллаш керак. Туризм ўзининг характериға кўра хўжалик фаолиятининг бошқа соҳаларидан кескин фарқ қилмайди. Шунга кўра замонавий рекламанинг барча асосий қоидаларини туризмда ҳам қўллаш мумкин. Шу билан баргаликда, туризмнинг фақат товар савдосида эмас, балки, хизматлар савдосида ҳам ўзига хос жиҳатлари мавжуд. Бу ерда ҳам хизматлар, ҳам моддий кўринишдаги товарлар савдога чиқади. Шунингдек, туристик хизматлар ва товарларни уларни ишлаб чиқариш жойида ва маълум бир шароитларда истеъмол этишнинг ўзига хос хусусиятлари мавжуд.

Реклама савдо ҳажмининг ортишини таъминлайди. Туристик хизматлар истеъмолининг кўпайиши эса туристик фирмалар даромади ва ходимлари меҳнати ҳақининг ўсишига олиб келади.

Бугунги кун ҳаётини рекламасиз тасаввур этиб бўлмайди. У бизни ҳар томонлама ўраб олган: уйда телевизор кўраётганимизда ёки радио эшитаётганимизда, кўчада стентлар ва кўргазмалар кўринишида, газеталар, журналлар, хатто, биз ўқиётган китобларда. Баъзан ғашимизни келтиради, баъзан қизиқтиради ва хатто қувонтиради, аммо доим унинг таъсирида онгда ҳар доим нимагадир ундовчи ёрқин ва маъноли, аниқ бир образ шаклланади.

Реклама – бу қадимги даврдан буён эътиборни жалб этишга йўналтирилган муомала ёки маълумот усули сифатида мавжуд бўлиб келган жараёндир. Унинг тарихи ишлаб чиқариш ва товар айирбошлашнинг ривожланиши, ҳамда бутун жамият тараққиёти билан узвий боғлиқ. Замонавий дунёда реклама мустаҳкам олдинги ўринни эгаллаб, иқтисодий, ахборот-коммуникатив, умуммаданий ҳодиса сифатида кун тартибига чиқмоқда. Реклама, хусусан туристик, бадий бўлтирилган шаклда, эмоционал бўялган маълумотда намоён бўлади ва потенциал истеъмолчилар онгига туристик маҳсулотлар ва туристик корхоналар ҳақида муҳим ахборотлар ва фактларни етказди.

Реклама, маркетингли коммуникацияларнинг бир кўриниши сифатида, туристик фирмалар стратегик реализациясида муҳим роль ўйнайди. У жамиятга ижтимоий-маданий ва руҳий таъсир ўтказди. Маданийлашган реклама – бу ижтимоий фикрни бошқариш бўлмай, балки, долзарб, ўз-ўзини ривожлантиришга йўналтирилган инсон эҳтиёжларини шакллантириш демакдир. Реклама истеъмолчиға янги билим, тажриба, хариддан қониқиш ҳиссини беради. Реклама ёрдамида туристик корхоналар янги истеъмол бозорларини эгаллаб борадилар. Реклама рақобат курашининг усули сифатида уни кучайтиради, туристик хизматлар сифатини ошишини таъминлайди.

Бугунги кунда Ўзбекистонда туристик хизматлар бозорининг ривожланиш суръатига нисбатан туристик рекламанинг тараққиёти ортида қолмоқда. Ассортиментларнинг кенгайиши ва рақобатчи фирмаларнинг кўпайиши, албатта, сифатли рекламаларни яратиш, тарқатиш муаммосини долзарб қилиб қўймоқда.

Маркетингли коммуникацияларнинг тараққий этишиға мос равишда туристик рекламалар таркиби мураккаблашади. Уларни бир неча хил тавсифлаш мумкин. Шулардан айримларини кўриб чиқайлик.

Реклама қилинаётган объектға кўра: товарли ва нуфузли реклама фарқланади. Агар товарли рекламанинг асосий вазифаси – туристик маҳсулотға бўлган талабни вужудға келтириш ва рағбатлантириш, истеъмолчиларға маҳсулотнинг

устунликларини маълум қилиш бўлса, нуфузли ёки имиджли-реклама эса, фирманинг рақобатчилардан фарқловчи фазилатларини реклама қилишни ифода этади. Йўналиши бўйича имкониятлар рекламаси ва туристик фирмалар истеъмоли рекламасига ажратилади. Биринчиси, мақсадли аудиторияга корхонанинг имкониятлари ҳақидаги маълумотни етказишни мўлжалласа, иккинчиси, ишбилармон шерикларни истеъмол ҳақидаги ахборотлар билан таъминлашга қаратилган. Маълумотнинг характери ва хусусиятларига кўра: ахборотли, уқтирувчи ва эслатувчи рекламаларга бўлинади. Ахборотли реклама мижозларга умуман фирма, унинг хизматлари ва устунликлари тўғрисида маълумот беради. Уқтирувчи реклама – рекламанинг агрессивроқ кўриниши. Унинг вазифаси мижозларга реклама қилинаётган маҳсулотнинг устунликларини аста-секин уқтиришдан иборат. Ва ниҳоят, эслатувчи реклама мижозларнинг бозорда маълум бир маҳсулотнинг мавжудлиги ҳақидаги хабардорликларини мустаҳкамлаб туришга қаратилган. Бу кўпроқ барқарор талабга эга бўлган маҳсулотга нисбатан қўлланилади. Бундан ташқари реклама мақсадли аудиторияга таъсир этиш усулига кўра, аниқ сегментда жамланиши даражасига кўра, эгалланган ҳудудга кўра, молиялаштирилишига кўра ҳам тавсифланади.

Маркетингли коммуникациянинг асосий воситаларидан бири ҳисобланган туризм соҳасидаги рекламанинг фарқловчи хусусияти рекламанинг ўзига хос жиҳатлари сифатида ҳам, туристик саноат ва унинг товари – туристик маҳсулот сифатида ҳам аниқланади. У қуйидагича бўлади:

- ношахсий характер. Коммуникацион сигнал мижозга фирманинг шахсан ходими орқали эмас, балки воситачи (оммавий ахборот воситалари, хиёбонлар, каталоглар, афишалар ва ҳ.к.) орқали келиб тушади;

- самарадорликни аниқлаш нуқтаи-назаридан ноаниқлик. Ушбу хусусият аввалгисининг мантиқий давомидир. Реклама фаолиятидаги тесқари алоқа эҳтимоллик характерига эга. Туристтик маҳсулотларни сотиб олиш факти рекламага бевосита боғлиқ бўлмаган, субъектив характерга эга бўлган кўплаб омилларга боғлиқ;

- мажмуавийлик. Туристларда турмаҳсулотларни сотиб олишдан юзага келадиган таассуротга жуда кўп омиллар таъсир этади. Масалан, кутиб олувчи томон вакилининг, официантларнинг ва меҳмонхона хизматчиларининг хулқ-атворлари ва шу кабилар. Айнан шулар турмаҳсулотларни истеъмол этишдан олинган қониқиш ҳиссини тўлдиради;

- таъкидланишлик. Туристтик хизматларнинг ўзига хос жиҳатлари туристик қизиқиш уйғотадиган объект тўғрисида тўлиқ таассуротни юзага келтирадиган кўргазмали куроллардан фойдаланиш заруриятини тақозо этади;

- англомаслик ёки номоддий характер. Турхизматларни олмасдан туриб, намоиш этиш, кўриш, ҳис этиш ёки ўрганиш имкони мавжуд эмас. Харидор сотувчининг сўзларига ишонишга мажбур. Сотувчи эса харидорнинг хизматдан фойдаланиш натижасида оладиган устунликларини фақат тасвирлаши, хизматларни ўзини эса улар бажарилгандан сўнггина баҳолаш мумкин<sup>1</sup>.

Жаҳон тажрибасига кўра, туризм соҳаси энг катта реклама берувчилардан бири ҳисобланади. Хорижий туристик фирмаларнинг иш тажрибалари шуни кўрсатмоқдаки, туристик саёҳатлар эвазига олинаётган даромадларининг ўртача 5-6%и улар томонидан реклама харажатларига сарфланар экан. Афсуски, Ўзбекистонда туристик рекламанинг фақат бир тури – матбуотда реклама ривожланган, рекламанинг қимматроқ кўринишлари – радио ва телерекламалар жуда кам учрайди.

<sup>1</sup> Дурович А. П. Реклама в туризме. – Минск, 2001, С.35

Реклама яратишда туристик маҳсулот образини яратиш энг муҳим муаммо саналади. Бошқа истеъмол товарлари ва хизматларида бўлгани каби туристик саёҳатлар ва экскурсияларда ҳам доим мода ўзгариб туради. Шунинг учун мақсадли аудитория истеъмолини ўрганишда товарнинг рақобатчилар таклифидан фарқловчи фойдали томонларини, таклифнинг янги ва ягона эканлигини ифода этувчи жозибатор ва истеъмолчилар эътиборини жалб этувчи томонларини кидириш зарур. Бу борада туристик рекламанинг муҳим унсури саналган слоганни эслатиб ўтиш мақсадга мувофиқдир.

Слоган – бу қисқа, бироқ кенг маъноли, эътиборни жалб этувчи ва фирманинг асосий ғоясини ифодаловчи фирма шиори, у ёки бу хизматни характерловчи тушунчадир. Масалан, журналлардаги туристик рекламаларда кенг фойдаланиладиган слоганларга қуйидагиларни келтириш мумкин: “Парижни кўрмасдан ўлиш мумкин эмас!”, “Дам олиш – ишлаш эмас”, “Муаммолар барҳам топадиган жой”, “Сизнинг фантазиянгиз – бизнинг татбиқда”, “Сифат анъаналарга эга бўлган жой”. Бундай сарлавҳаларнинг устунлиги шундаки, катта саҳифа ёки чиройли фотосуратлардан фойдаланиш имконияти мавжуд бўлмаган ҳолда ҳам, улар эътиборни жалб этиши ва турли тушунчалар массасидан “Серкуёш Ўзбекистон” ёки “Самарқанд мафтункорлигини ҳис қилинг” каби реклама мурожатларини ажратиш мумкин. Бундан ташқари, сарлавҳалар ва слоганлар асосий матнга нисбатан беш баробар кўпроқ ўқилади.

Агар кўплаб туристик марказларнинг таклифларини кўриб чиқадиган бўлсак, уларда бирхиллик мавжудлигини аниқлаш мумкин, хусусан, экскурсия дастурларига талабни қисқаришига олиб келувчи кўرғазмали объектларнинг қандайдир стереотипининг киритилиши. Шундай қилиб, реклама орқали ҳаракатланувчи товар образи, масалан круизнинг истеъмол хусусиятларини акс эттириши, сифатли ва кафолатли саёҳат эканлигига ишонтириши лозим. Шу билан биргаликда, эълонда саёҳатни яхши ташкилланишидан манфаатдор бўлган иккинчи томон, рекламага мос хизматни кафолатловчи – конкрет туристик фирма акс этиши мақсадга мувофиқдир.

Бошқа томондан, реклама қабул қилинган барча қонунчилик нормаларига мувофиқ бўлиши керак. Масалан, экзотик саёҳатлар рекламасида ушбу саёҳатнинг барча ўзига хос жиҳатлари ёритилган бўлиши лозим. Реклама истеъмолчиларни айрим чекловлар мавжудлиги, бу ҳамма учун фойдали ва қулай эмаслиги ҳақида огоҳлантириши керак. Агар шу каби маълумот реклама эълонида ёки роликида акс этмаган бўлса, унда фирма уни мижозга биринчи имкониятдаёқ етказиши талаб этилади. Акс ҳолда истеъмолчилар томонидан норозиликлар ва хатто суд даъволари юзага келиши мумкин.

Хуллас, туристик маҳсулот барча моддий ва номоддий унсурлар йиғиндисидан иборат. Туризм соҳасидаги корхона бозорда фаолият қилиши учун “меҳмондўстлик”ни сотиш каби вазифани бажариши лозим. Бу мижозларга унинг хизматини сотиш масаласини қийинлаштиради ва бир вақтнинг ўзида рекламанинг ролини оширади.

Самарали туристик реклама яратиш учун ушбу соҳанинг ўзига хос хусусиятларини эътиборга олиш ва шундай рекламаларнинг бир қатор аспектларини яхлит комплексга жамлай билиш зарур. Бу шунингдек, у ёки бу саёҳатни ёки хизматни ўзида мужассам этган ва чиройли фото (матбуотда), ёки ролик (телевиденияда) каби жозибатор омиллар ёрдамида етказиладиган маълум бир образ, ҳамда аниқ мақсадли аудиторияни жалб қилишга қаратилган тўлиқ ва аниқ маълумотлардир.

**Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Президент Шавкат Мирзиёевнинг 2017 йил 16 августдаги “2018-2019 йилларда туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 17 август.
2. Дурович А. П. Реклама в туризме. – Минск, 2001, С.35–37.
3. Бондарев Д.А. Гостиничное дело в сфере туризма. – Курск, 2016. – С.36-39.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Г.У.Раджабова, Н.М.Бабаева</b><br/> <b>Место гостиничного дела и рекламы в развитии туризма</b><br/> <b>Аннотация:</b> в статье рассматривается индустрия современного туризма, которая является одной из крупных, высокодоходных и активных отраслей мирового хозяйства. А также значение гостиничного дела и рекламы в развитии туризма. Сегодня туризм – ускоренно развивающаяся отрасль мировой экономики.<br/> <b>Ключевые слова:</b> индустрия туризма, туристические ресурсы, гостеприимство и гостиничное дело, туристические услуги, реклама, маркетинг, маркетинговая коммуникация, слоган.</p> | <p><b>G.U.Radjabova, N.M.Babayeva</b><br/> <b>The place of hotel business and advertising in the development of tourism</b><br/> <b>Abstract:</b> in the article the modern tourism industry is considered, which is one of the large, highly profitable and active branches of the world economy. And also the importance of hotel business and advertising in the development of tourism. Today tourism is an accelerating branch of the world economy.<br/> <b>Keywords:</b> tourism industry, tourist resources, hospitality and hotel business, tourist services, advertising, marketing, marketing communication, slogan.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**М.А.Куймуратова** – Наманган мухандислик технология институти ўқитувчиси

**ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР ТУРЛАРИ ДИВЕРСИФИКАЦИЯСИНING  
СОТИЛГАН МАҲСУЛОТ ҲАЖМИГА ТАЪСИРИ**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> мақолада туристик хизматлар турлари диверсификациясининг сотилган маҳсулот ҳажмига таъсирини ҳисоблаш усули ишлаб чиқилган. Унда сотилган маҳсулот (хизмат) ҳажмига туристик хизмат турларининг сони, яъни диверсификацияси, битта туристик хизмат турига тўғри келадиган туристлар сони ва битта туристга тўғри келадиган ўртача тушумнинг ўзгариш тенденцияларининг таъсирини ҳисоблаш йўллари аниқланган. Омилли таҳлил натижасида бошқарув қарорларини қабул қилишда нималарга аҳамият берилиши ҳам кўрсатиб ўтилган.<br/> <b>Калит сўзлар:</b> туристик хизматлар, хизматлар турлари, диверсификация, сотилган маҳсулот ҳажми, омиллар, омилли таҳлил, ички имкониятлар.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Бозор муносабатларининг шаклланиб, босқичма-босқич амалга ошганлиги, унинг ҳар бир босқичининг ўзига хос ривожланиш даражаси бир-бири билан боғлиқ бўлган ихтисослашишни ва диверсификация даражаларини ҳисобга олишни тақозо қилади. Тарихий манбаларга кўра, кўплаб давлатларда диверсификациянинг иқтисодий категория сифатида юзага чиқиши XX асрнинг ўрталарига, тахминан 50-йилларга, яъни ишлаб чиқаришни самарали ўстириш учун ички манбалар нисбатан тугаётган бир даврга тўғри келади<sup>1</sup>.

Иқтисодиёт ва илмий-техника тараққиёти ривожланишининг секинлашаётганлиги муҳитида халқаро бозор учун кураш кескинлашиб боради. Бу ўз навбатида ишлаб чиқаришни глобал қайта қуришни талаб қилди. Бундай шароитда замонавий техника ва технологияларни қўлга киритиш, соҳага

<sup>1</sup>Морозова М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.Б., Экономика туризма:учебник, Москва, 2014, 306 с.

инновацияларни жорий қилиш орқали иқтисодий ривожлантириш асосий ролни ўйнамади, натижада капиталнинг концентрациялашувида энг оммавий тарқалган диверсификация қилишга эҳтиёж ошиб боради.

**Иқтисодий диверсификация қилишнинг мақсади** фирманинг, бизнеснинг ўсиши учун янги уфқларни пайдо қилиш, битта бозорга, битта маҳсулотга, битта товар (хизмат) турига боғлиқликни пасайтириш, бозорнинг мавсумий тебранишини тенглаштириш каби муҳим жиҳатларни бартараф қилишдан иборат.

**Диверсификацияларнинг стратегияси** бевосита тармоқдаги мавжуд ривожланиш йўналишларининг бизнес учун тўпланиши, уни бошқариш нуқтаи-назаридан жуда кўплаб ташкилий, бошқарув ва стратегик қулайликларни амалга оширишни келтириб чиқаришга қаратилган. Натижада кўшимча вақт ва кучларнинг талаб қилиниши, бу вақтни топиш ва кучларни ташкил қилиш муддатларида албатта ишлаб чиқаришга қўйилган харажатлардан олинadиган даромадлар пасаяди. Диверсификациялашнинг стратегиясини яратиш айнан, шу тариқа келиб чиқади. Корхона ишлаб чиқаришида келиб чиққан бу муаммоларни йўқотиш ва турли ресурсларни оптимал қайта тақсимлаш учун корхонанинг диверсификацияси аниқ курул сифатида турли мақсадлар ва вазифаларни олдинга чиқариб, корхонанинг иқтисодини қайта кўриб чиқиш йўналишларида мувофиқлаштирувчи ролни бажаради.

Туристтик хизматлар турлари қанчалик кўп бўлса, ўшанчалик туристларга кўрсатилadиган хизматларга бўлган эҳтиёжи қондирилиб борилади ва мос равишда сотилган маҳсулот ҳажми ошиб боради. Бундан кўриниб турибдики, хизмат турларининг диверсификацияси унинг ҳажмига бевосита таъсир қилади. Натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиқлик қуйидаги жадвалда келтирилган (1-жадвал).

1-жадвал

**Туристтик фирмада туристтик хизматларни диверсификация қилиш  
жараёнининг 2016-2017 йиллардаги қиёсий таҳлили<sup>1</sup>**

| Т/р | Кўрсаткичлар                                                             | Ўтган<br>2016<br>йилда | Ҳақиқат-<br>да 2018<br>йилда | Фарқи<br>(+,-) | Ўзгариш<br>суръати, % |
|-----|--------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------|----------------|-----------------------|
| 1.  | Сотилган маҳсулот<br>(хизматлар ҳажми), минг<br>сўм                      | 30540,0                | 32650,0                      | +2110,0        | 106,9                 |
| 2.  | Туристлар сони, киши                                                     | 2400                   | 2500                         | +100           | 104,2                 |
| 3.  | Туристтик хизмат турла-<br>рининг сони, бирликда                         | 17                     | 21                           | +4             | 123,5                 |
| 4.  | Битта хизмат турига тўғ-<br>ри келадиган туристлар<br>сони, киши (3к/2к) | 141,2                  | 119,0                        | -22,2          | 84,4                  |
| 5.  | Битта туристга тўғри<br>келадиган ўртача тушум,<br>минг сўм (1к/2к)      | 12,73                  | 13,06                        | +0,33          | 102,6                 |

Туризмда сотилган маҳсулот ҳажми (сотилган хизматлар ҳажми) (Q) ўзгаришига хизматларни диверсификация қилиш билан боғлиқ омилларга қуйидагилар киради:

- туристтик хизмат турларининг сони, яъни диверсификацияси, бирликда (Дхт);
- битта туристтик хизмат турига тўғри келадиган туристлар сони, киши (Тс);

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан ҳисоб-китоб қилинган.

- битта туристга тўғри келадиган ўртача тушум, минг сўм (Ўт).

Ушбу хизматларни диверсификация қилиш билан боғлиқ омилларнинг натижа, яъни туризмда сотилган маҳсулот (сотилган хизматлар) ҳажми билан боғлиқлиги қуйидагича изоҳланади.

Биринчи галда туристик хизмат турларининг сони, яъни диверсификациясини оладиган бўлсак, туристик хизматлар турлари қанча кўп бўлса, туристларнинг хизматларни истеъмол қилиш имконияти шунча кенгайди ва мос равишда сотилган маҳсулот (туристик хизматлар) ҳажми кўпаяди. Шу туфайли туристик хизматларнинг янги-янги жозибадор турларини топиш ва амалиётга жорий қилиш лозим бўлади. Бунинг учун хорижий тажрибаларни ўрганиш, маҳаллий хизмат турларини кўпайтириш устида тинимсиз ва тизимли ишларни олиб боришни тақозо қилади.

Иккинчидан, битта туристик хизмат турига тўғри келадиган туристлар сони ҳам туристик хизматларнинг диверсификациясидан далолат беради. Чунки, туристик хизматлар кўпайиши туристларни кўпайтиради ва мос равишда ҳар бир хизматга тўғри келадиган туристлар сони ҳам кўпайиб боради. Бу ўз навбатида, туристик маҳсулот ҳажмининг кўпайиш имконини беради. Шу туфайли ҳозирги рақобат шароитида ҳар бир туристик хизматга туристлар сонининг кўпайиши учун ҳам хизмат қилиш лозим бўлади.

Учинчидан, хизматлар диверсификацияси натижасида битта туристга тўғри келадиган ўртача тушум ҳам кўпаяди. Шу туфайли ушбу кўрсаткични ҳам кўпайтириш чораларини кўриш керак бўлади. Бу албатта мураккаб жараён, чунки ушбу кўрсаткични кўпайтириш учун хизматлар турларини диверсификация қилиш орқали туристлар сонини ва уларга тўғри келадиган туристик маҳсулотларни кўпайтириш лозим бўлади.

Ушбу омилларнинг натижа билан боғлиқлигини қуйидаги формула орқали ифодалашни тавсия қиламиз:

$$Q = D_{хт} * T_c * \dot{U}_t;$$

Бунда: Q – туристик хизмат турларини диверсификациялаш натижасида сотилган маҳсулот (хизматлар ҳажми);

$D_{хт}$  – туристик хизмат турлари сонининг диверсификацияси;

$T_c$  – диверсификация қилинган хизматлар натижасида битта туристик хизмат турига тўғри келадиган туристлар сони;

$\dot{U}_t$  – диверсификация қилинган хизматларни ҳам инobatта олиниши натижасида битта туристга тўғри келадиган ўртача тушум.

Мазкур формула натижасида туристик хизмат турларини диверсификациялаш натижасида сотилган маҳсулот (туристик хизматлар) ҳажмининг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни аниқлаш мумкин бўлади. Бунинг учун иқтисодий таҳлилда қўлланиладиган занжирли алмаштириш усулидан фойдаланишни<sup>1</sup> мақсадга мувофиқ, деб топдик. Чунки, ушбу усул туризм ва меҳмонхона хўжаликларини фаолиятини таҳлил қилишда кўп қўлланилиб келинаётган усуллардир.

Юқорида келтирилган омиллар таъсирини кетма-кет равишда қуйидагича ҳисоблаш мумкин.

1. Туристтик хизмат турларини диверсификациялаш натижасида сотилган

<sup>1</sup> Абдукаримов И.Т., Пардаев М.К. Турфирмалар молиявий-хўжалик фаолияти таҳлили. Самарқанд, СамИСИ, 2011. – 80-87 бетлар., Пардаев М.К. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. Самарқанд, “Зарафшон” нашриёти, 2001. – 97-102 бетлар., Пардаев М.Қ., Холикулов А.Н. Иқтисодиёт субъектларида омилли таҳлилни такомиллаштириш. Монография. – Т.: “Наврўз” нашриёти, 2014. – 64-107 бетлар., Пардаев М.Қ., Холикулов А.Н., Раҳимов Ҳ.А. Меҳмонхона хўжаликларида Самарадорликни ошириш муаммолари. Монография. – Т.: “Иқтисодиёт” нашриёти, 2013. 109-119 бетлар.

маҳсулот (хизматлар ҳажми) ўзгаришига туристик хизмат турлари сонининг диверсификациясини аниқлаш учун биринчи омилнинг ҳақиқий миқдори ( $D_{хт1}$ ) билан қайта ҳисоблаб олинади ( $D_{хт1} * T_{с0} * \check{Y}_{т0}$ ) ва ундан натижанинг режадаги миқдори ( $D_{хт0} * T_{с0} * \check{Y}_{т0}$ ) айрилади:

$$\Delta Q_{дхт} = (D_{хт1} * T_{с0} * \check{Y}_{т0}) - (D_{хт0} * T_{с0} * \check{Y}_{т0});$$

2. Натижанинг, яъни туристик хизмат турларини диверсификациялаш натижасида сотилган маҳсулот (хизматлар ҳажми) ўзгаришига иккинчи омил – диверсификация қилинган хизматлар натижасида битта туристик хизмат турига тўғри келадиган туристлар сонини аниқлаш учун иккинчи омилнинг ҳақиқий миқдори ( $T_{с1}$ ) билан қайта ҳисоблаб олинади ( $D_{хт1} * T_{с1} * \check{Y}_{т0}$ ) ва ундан натижанинг биринчи омил миқдори билан қайта ҳисобланган ҳажми ( $D_{хт1} * T_{с0} * \check{Y}_{т0}$ ) айрилади:

$$\Delta Q_{тс} = (D_{хт1} * T_{с1} * \check{Y}_{т0}) - (D_{хт1} * T_{с0} * \check{Y}_{т0});$$

3. Таҳлил қилинаётган натижа кўрсаткичи, яъни туристик хизмат турларини диверсификациялаш натижасида сотилган маҳсулот (хизматлар ҳажми) ўзгаришига учинчи омил – диверсификация қилинган хизматларни ҳам инобатга олиниши натижасида битта туристга тўғри келадиган ўртача тушумнинг таъсирини аниқлаш учун учинчи омилнинг ҳақиқий миқдори ( $\check{Y}_{т1}$ ) билан қайта ҳисоблаб олинади ( $D_{хт1} * T_{с1} * \check{Y}_{т1}$ ) ва ундан натижанинг биринчи ва иккинчи омил миқдори билан қайта ҳисобланган ҳажми ( $D_{хт1} * T_{с1} * \check{Y}_{т0}$ ) айрилади:

$$\Delta Q_{\check{Y}т} = (D_{хт1} * T_{с1} * \check{Y}_{т1}) - (D_{хт1} * T_{с1} * \check{Y}_{т0});$$

Барча омилларнинг таъсири натижа кўрсаткичининг умумий фарқига тенг бўлиши лозим. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta Q = \Delta Q_{дхт} \pm \Delta Q_{тс} \pm \Delta Q_{\check{Y}т};$$

Мазкур усулга амалий маълумотларни қўллаб сотилган маҳсулот (хизматлар ҳажми)нинг ўзгаришига алоҳида омиллар таъсирини ҳисоблаш мумкин (2-жадвал).

## 2-жадвал

**Туристтик хизматларни диверсификация қилиш жараёнининг сотилган маҳсулот (туристик хизматлар) ҳажми ўзгаришига таъсининг ҳисоб-китоби**

| Т/р | Кўрсаткичлар                                                     | Ўтган<br>2016<br>йилда | Ҳақиқа<br>тда 2017<br>йилда | Биринчи<br>омилнинг<br>таъсирида | Иккинчи<br>омилнинг<br>таъсирида |
|-----|------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 1.  | Туристтик хизмат турларининг сони, бирликда                      | 17                     | 21                          | 21                               | 21                               |
| 2.  | Битта хизмат турига тўғри келадиган туристлар сони, киши (3к/2к) | 141,2                  | 119,0                       | 141,2                            | 119,0                            |
| 3.  | Битта туристга тўғри келадиган ўртача тушум, минг сўм (1к/2к)    | 12,73                  | 13,06                       | 12,73                            | 12,73                            |
| 4.  | Сотилган маҳсулот (хизматлар ҳажми), минг сўм                    | 30540,0                | 32650,0                     | 37658,0                          | 31812,3                          |

Жадвал маълумотлари асосида туристик хизматларни диверсификация қилиш жараёнининг сотилган маҳсулот (туристик хизматлар) ҳажми ўзгаришига таъсирини аниқлаш мумкин. Бунинг учун ҳисобот йилидаги эришилган маълумотларни ўтган давр маълумотлари билан қиёслаш лозим. Бундай таҳлил ушбу таҳлил қилинаётган кўрсаткичнинг фарқини аниқлашдан бошланади. Мазкур жадвалда сотилган маҳсулот ҳажмининг 2017 йилдаги суммаси 2016 йилга нисбатан 2110,0 минг сўмни ташкил қилади. Бунинг ҳисоб-китоби

куйидагича аниқланади:

$$2110,0 = 32650,0 - 30540,0 = (21 \cdot 119,0 \cdot 13,06) - (17 \cdot 141,2 \cdot 12,73);$$

Ушбу натижанинг ўзгаришига биринчи омил ўзгаришининг, яъни туристик хизмат турларининг диверсификацияланганлигининг таъсири 7118,0 минг сўмни ташкил қилади:

$$7118,0 = 37658,0 - 30540,0 = (21 \cdot 141,2 \cdot 12,73) - (17 \cdot 141,2 \cdot 12,73);$$

Натижанинг ўзгаришига иккинчи омил таъсирини, яъни битта хизмат турига тўғри келадиган туристлар сонининг таъсирини аниқлаш учун қилинган ҳисоб-китоблар 5845,7 минг сўмга кам эканлигини кўрсатди:

$$5845,7 \cdot 0 = 31812,0 - 37658,0 = (21 \cdot 119,0 \cdot 12,73) - (21 \cdot 141,2 \cdot 12,73);$$

Натижанинг учинчи омил, яъни битта туристга тўғри келадиган ўртача тушум эвазига ўзгаришини аниқлаш учун куйидаги ҳисоб-китоблар амалга оширилди ва натижа ижобий бўлиб, минг сўмни ташкил қилади:

$$837,7 = 32650,0 - 31812,0 = (21 \cdot 119,0 \cdot 13,06) - (21 \cdot 119,0 \cdot 12,73)$$

Барча омиллар таъсири 2110,0 минг сўмни ташкил қилади. Буни барча омиллар таъсирини қўшиш йўли билан куйидагича аниқланди:

$$7118,0 - 5845,7 + 837,7 = +2110,0 \text{ минг сўм}$$

Омилли таҳлил натижасида туризм соҳасида хизматларни диверсификация қилиш бўйича бошқарув қарорларини қабул қилишни тақозо қилади. Таҳлиллар кўрсатдики, натижа кўрсаткичи ҳисобот йилида ўтган йилга нисбатан 2110,0 минг сўмга ошган. Ушбу ўзгаришга иккита омил ижобий ва битта омил салбий таъсир қилган, яъни битта хизмат турига тўғри келадиган туристлар сонининг 22,2 кишига камайиши натижа ўзгаришини 5845,7 минг сўмга камайишига олиб келган. Агарда ушбу омил ҳеч бўлмаганда ўтган йилги даражада қолганда эди, сотилган маҳсулот (хизматлар ҳажми) яна шунча сўмга кўпайган ва унинг ҳажми 30540,0 минг сўм эмас, балки 36385,7 минг сўм ( $30540,0 - 5845,7$ ) бўларди. У ҳолда натижа кўрсаткичининг ўсиш суръати 106,9 % эмас, балки 119,1 %ни ташкил ( $36385,7 \cdot 100 / 30540,0$ ) қилган бўларди. Кўриниб турибдики, мазкур субъектда қўлланилмай қолган ички имконият жуда катта бўлган. Унинг даражаси 12,2 %ни ( $119,1 - 106,9$ ) ташкил қилади. Демак келгусида хизмат турларини диверсификация қилиш жараёнида асосий эътиборни хизмат турларининг кўпайтириш билан бирга битта хизмат турига тўғри келадиган туристлар сонининг ҳам кўпайишига алоҳида аҳамият бериш лозим экан.

| <p><b>М.А.Куймуратова</b><br/><b>Влияние диверсификации</b><br/><b>туристических услуг на объем продаж</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p><b>M.Kuymuratova</b><br/><b>The impact of the diversification of tourism</b><br/><b>services on sales</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> в статье описывается метод расчета влияния диверсификации туристических услуг на объем продаж. В ней определены способы расчета влияния изменений средних объемов продаж одного туриста, количества туристических услуг, то есть диверсификации, количества туристов на туристическое обслуживание и объема продаж. Факторный анализ также показывает важность, придаваемую управленческим решениям.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> туристические услуги, диверсификация услуг, объем реализованной продукции, факторы, факторный анализ, внутренние возможности.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article describes the method of calculation of the influence of diversification of tourist services on the sales volume. It defines ways of calculating the impact of changes in the average sales volumes of one tourist, the number of tourist services, that is, diversification, the number of tourists for tourist services and sales. Factor analysis also shows the importance attached to management decisions.</p> <p><b>Keywords:</b> tourist services, service diversification, volume of products sold, factors, factor analysis, internal opportunities.</p> |

Ҳ.А.Раҳимов – СамИСИ ўқитувчиси

## МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА КАДРЛАР МЕНЕЖМЕНТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШДА ФАКТЛАРГА ВА КЎП ФИКРЛАРГА ТАЯНИБ ҚАРОР ҚАБУЛ ҚИЛИШ ЙЎЛЛАРИ

**Аннотация:** мақолада меҳмонхона хўжаликларида кадрлар менежментини такомиллаштиришда фактларга ва кўп фикрларга таяниб қарор қабул қилиш йўллари қараб чиқилган. Бунда фикрлар, гипотезалар ва фаразларга таянган ҳолда турли қарашларни шакллантириб бошқарув қарорларини қабул қилиш йўллари кўрсатиб берилган.

**Калит сўзлар:** меҳмонхона хўжалиги, менежмент, кадрлар менежменти, фикрлар, гипотезалар, фаразлар, самарали қарорлар, инновацион ёндашув, анъанавий ёндашув.

Меҳмонхона хўжаликларида кадрлар менежментини ташкил қилиш ва такомиллаштиришда нима учун фактларга таяниш ва кўп фикрни ўртага ташлашга эришиш лозим, деган савол муҳим ҳисобланади. Қарорларни қабул қилишга асос бўлган жиҳатлар ҳам жуда кўп. Улар мазмуни жиҳатидан 3 та гуруҳга бўлинади. Буларга фактлар, гипотеза ва қарорлар ҳамда турли фикрлар киради. Келтирилган ҳар бир гуруҳни таҳлил қилиш асосида шуларни таъкидлаш жоизки, қарорларни қабул қилиш учун биринчи галда **фактларга** таянилади. Бу ҳолат реал воқеликни ифодалайди. Аммо ҳаётнинг шиддат билан ўзгариши, бир субъектнинг иккинчисига нисбатан технологик жиҳатдан фарқ қилиши бугунги фактнинг эртага тўғри келмаслигини, бир корхонадаги фактнинг бошқасидан фарқ қилишини таъминлайди. Бу эса ўз навбатида фактларни мантикий таҳлил қилишни тақозо қилади.

Қарорлар қабул қилишда фактлар асосида турли **фикрлар, гипотезалар ва фаразларга** ҳам таянишга тўғри келади. Лекин шуни эътироф этиш керакки, фаразлар ва гипотезалар битта факт бўйича турлича бўлиши мумкин. Шу туфайли қарама-қарши фикрлар асосида уларни мувофиқлаштирган ҳолда қабул қилинган қарор ҳамиша самарали бўлади. Шу туфайли қарорларни қабул қилишда фақат фактларга таяниб қолмасдан гипотеза ва фаразларга ҳам таянилади.

Аммо шуни эътироф этиш керакки, бугунги вазиятни кузатиб, хорижий тажрибаларни ўрганиб, мамлакатимизнинг истиқболидан келиб чиқиб ихтирочилар, олимлар ва тажрибали мутахассислар у ёки бу жараёни такомиллаштириш учун турли таклифларни берган бўлиши мумкин. Бундай таклифлар кўпинча илмий жиҳатдан асосланган бўлади. Шу туфайли қарорларни қабул қилишда берилган таклифларга ҳам таяниш уларнинг самарадорлигини таъминлаш имконини беради.

Энди факт нималигига аҳамиятни бериш лозим бўлади. **Факт** – бу реал жараён бўлиб, ҳақиқий содир бўлган воқелик асосида пайдо бўлган ҳодисадир. Аммо факт содир бўлган ҳодиса. Келгусида айнан шу фактнинг содир бўлиши учун шундай шароит бўладими йўқми, бу номаълум. Чунки ўзгаришлар даврида яшаётганлигимиздан ҳам кўриниб турибдики, бугунги факт эртанги кунга тўғри келмаслиги табиий.

Самарали қарорларни қабул қилишда бугунги факт мунозара предмети бўлиши мумкин. Аммо уни эртанги кун учун айнан қабул қилиш тараққиётни таъминламаслиги мумкин. Шунинг учун мунозара, мулоҳаза, гипотеза, фикрлар ва тафаккур маҳсули бўлган бошқа қарашларга таянилиши бежиз эмас.

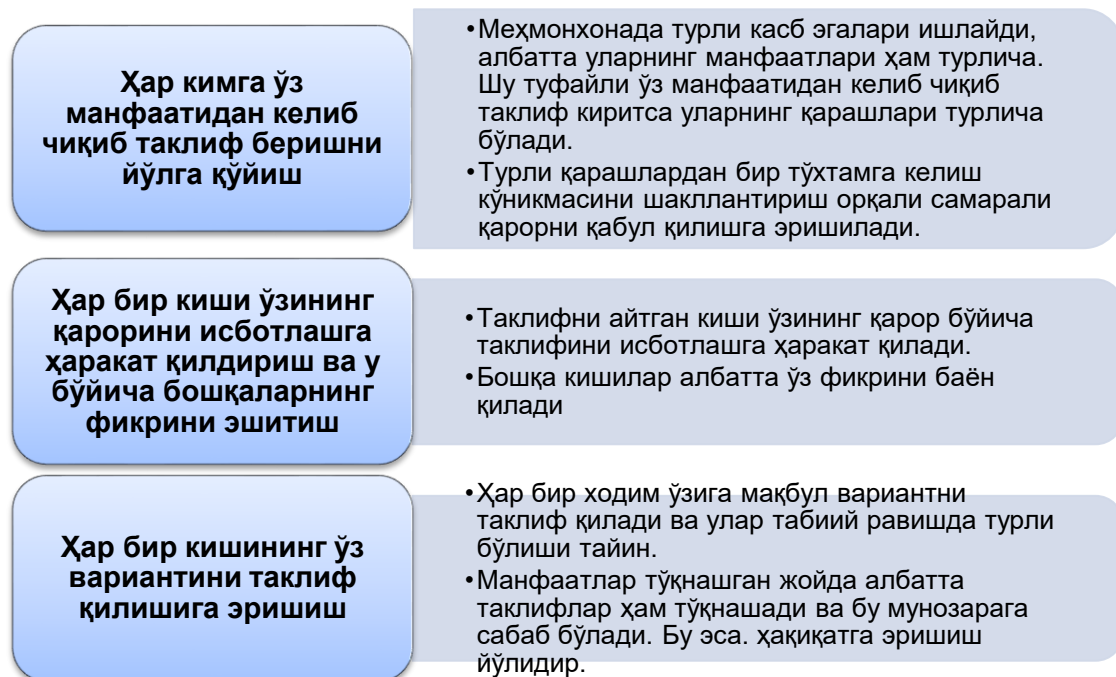
Самарали қарорларни қабул қилишда бир қанча фикрлар тўпламини таш-

кил қилиш лозим. Уларда масаланинг ечими бўйича жуда кўп таклифлар ҳам жамланган ва мужассамлашган бўлади. Аммо битта қарорни бир вариантда қабул қилиш мумкин. Шу туфайли барча турли йўналишлардаги таклифлар ўрганилиши асосида уларнинг бир қанчасидан битта мақбул қарорни қабул қилиш мумкин.

Қарор қабул қилишда албатта ғоялар ва таклифлар тўпламини ташкил қилиш лозим. Булардан танлаб олиш имконияти кўпаяди. Энг муҳими, бир киши ўйлаган нарсасини ҳамиша тўғри деб ҳисоблайди. Шу жараёнда бошқа фикрларнинг ташланиши ҳам унинг қарори ёки масалани ҳал қилиш йўли ҳали пишмаганлигига ҳам гувоҳ бўлиши мумкин. Шу тариқа одамларнинг тажрибаси ва малакаси ҳам ошиб бораверади. Бундай малакали кадрлар вақт ўтиши билан такомиллашиб боради ва самарали қарорларни қабул қилиш имконияти пайдо бўлади. Бу жараён хўжалик юритувчи субъектнинг, яъни меҳмонхоналарнинг ҳам самарадорлигини ошишига олиб келади.

Жаҳон амалиётида самарали қарорларни қабул қилиш учун **турли қарашларни шакллантириш** усули мавжуд. Кўп ҳолларда қарор қабул қилиш учун раҳбарнинг фикри устуворликни ташкил қилади. Бу ҳамиша ҳам тўғри бўлавермаслиги мумкин. Раҳбар ҳамма участкаси учун ўзи масъуллиқни олиши, унинг ҳамма сир-асрорларини билади, деган гап эмас. Шу туфайли қарор қабул қилишда барча ходимларнинг, айниқса мутахассисларнинг фикрлари билан ҳисоблашишлари керак.

Бир масала бўйича турли фикрлар айтилаётганда бирортасини буғиб қўйиш ёки уни танқид қилиш муҳитидан йироқ бўлиши керак. Шундагина ҳамма ўз фикрини эркин ифода этадиган бўлади. Бу меҳмонхонанинг самарали фаолият кўрсатиши учун самарали қарор қабул қилишда муҳим аҳамиятга эга. Шу туфайли турли қарашлар тизимини шакллантириш лозим ва бу объектив заруратга айланишини таъминлаш керак. Бунинг учун бир қанча вариантларни қўллаш мумкин. Бу қуйидаги расмда келтирилган (1-расм).



**1-расм. Турли қарашларни шакллантириш вариантлари<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Мазкур расм тадқиқот натижасида муаллиф томонидан шакллантирилди.

Мазкур расмдан ҳам кўриниб турибдики, **ҳар кимга ўз манфаатидан келиб чиқиб таклиф беришни йўлга қўйиш** орқали турли касб эгалари ишлайди меҳмонхонада уларнинг манфаатлари ҳам турлича бўлганлиги туфайли турли фикрларни айтишига тўғри келади. Чунки, улар ҳар бирининг ўзига хос манфаати мавжуд. Ходимлар эса, таклиф киритганда, асосан ўз манфаатидан келиб чиқади. Шу жиҳатдан, бундай ҳолда таклиф киритган ходимларнинг қарашлари турлича бўлади. Мазкур масала бўйича иккинчи йўналиш турли қарашлардан бир тўхтамга келиш кўникмасини шакллантириш орқали самарали қарорни қабул қилишга эришиш лозим бўлади. Бунинг учун ҳам катта ташкилий ишларни амалга оширишга тўғри келади.

Турли қарашларни шакллантириш бўйича иккинчи йўналиш – бу ҳар бир кишини ўзининг қарорини исботлашга ҳаракат қилдириш ва бу бўйича бошқаларнинг фикрини эшитиш масаласи ҳам ўта муҳим ва жиддийдир.

Одатда таклифни айтган киши ўзининг қарор бўйича таклифини исботлашга ҳаракат қилади. Бу жуда яхши ҳолат. Одамлар бир-бирининг нимага қодирлигини ҳам яққол билиб олади. Бунда шуни назарда тутиш керакки, мазкур қарор бўйича бошқа кишилар албатта ўз фикрини баён қилиш кўникмасини шакллантириши лозим.

Яна бир йўналиш – бу ҳар бир кишининг ўз вариантини таклиф қилишига эришишдан иборатдир. Бу масала ҳам ўта жиддий. Аммо бунга ҳар бир ходим ўзига мақбул вариантни таклиф қилиш ва уларни ҳар бирини исботлаши лозим бўлади. Чунки, табиий равишда турли шахслардан турли вариантлар пайдо бўлиши тайин. Ушбу йўналишнинг бир қисми манфаатлар тўқнашган жойда албатта таклифлар ҳам тўқнашади, деган ақидага асосландик. Чунки бундай таклифлар жуда катта мунозарага сабаб бўлади. Натижада ҳақиқатга эришиш мумкин бўлади. Одатда ҳақиқатга эришишнинг энг мақбул йўли шу мунозарадир.

Буларнинг барчасидан кўриниб турибдики, меҳмонхона хўжаликларида кадрлар менежментини такомиллаштириш жараёнида самарали қарорлар қабул қилиш учун фактларга таяниш, улар асосида тафаккурни ишга солиб кўплаб таклифларни ишлаб чиқиш ва кўп фикрни ўртага ташлаган ҳолда чуқур мунозара қилишга эришиш орқали амалга оширилади. Бунинг ҳар бир йўналишини амалиётда кўриб чиқиш лозим бўлади.

Самарали қарорларни қабул қилиш нафақат меҳмонхонада, балки барча соҳаларда битта қонуниятга асосланган бўлиши керак. Мазкур қарор билан аҳвол нечоғлиқ ўнгланади? Бунга қанча куч ва вақт кераклиги ҳам аниқ белгиланган бўлиши керак. Қарор шунчаки қарор учун бўладиган бўлса, ундан вақтни йўқотишдан бошқа ҳеч қандай наф олиб бўлмайди.

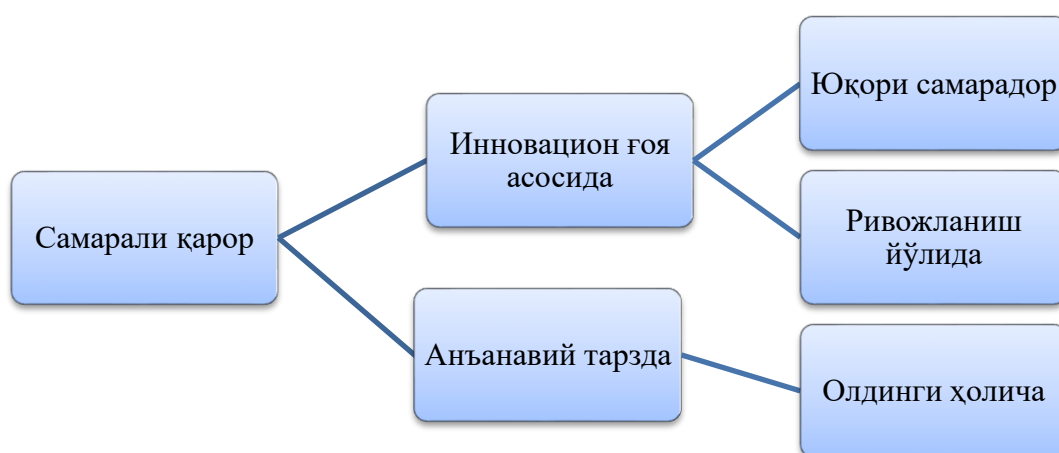
Таҳлил натижасида қабул қилинадиган қарор албатта меҳмонхона хўжалигининг аҳволини ўнглашга хизмат қиладиган бўлиши керак. Ўнгланиш куйидаги йўналишларни ўз ичига олиши керак:

- меҳмонхона хўжалигига наф келтирадиган ва унинг самарадорлигини оширадиган;
- шу ташкилотда ишлайдиганларга маълум даражада фойда келтирадиган, ҳеч бўлмаганда уларнинг фаолиятига маълум қулайликларни киритадиган;
- давлатга ҳам нафи тегадиган;
- энг муҳими истеъмолчиларга қулайлик туғдириб, уларни шу меҳмонхонага жалб қиладиган;
- меҳмонхонанинг жозибадорлигини оширадиган бўлиши ва ҳ.к.

Шуни эътироф этиш керакки, фақат ишни ўнглаш юзасидан қарор қилишга ҳаракат қилмасдан, қабул қилинадиган қарорлар меҳмонхона хўжалигида

сақланиб қолган муаммоларни ҳал қилишга, эскириб қолган фаолият турларини янгилашга ҳам қаратилган бўлиши керак. Масалан, жарроҳ организмда ҳосил бўлган иллатни операция қилиши керак бўлса, уни тўлиқ олиб ташлаши керак. Акс ҳолда у яна иллатланиб одамни ҳалок қилиши мумкин. Шу туфайли шаклланиб қолган салбий натижа берадиган одатлар ҳам худди шундай. Улардан бутунлай қутилишни талаб қилади. Самарали қабул қилинган қарор айнан шу нарсалардан бутунлай қутилишга хизмат қилиши лозим.

Самарали қарорларни қабул қилишда инновацион ғояларга ҳам таяниш лозим бўлади. Чунки, олдингиларга нисбатан фарқ қилиш шунчаки фарқ бўлиб қолмасдан ижобий томонга йўналтириладиган фарқ асосан олдинги анъанавий усулларга нисбатан такомиллашган усулларни талаб қилади. Бундай такомиллашиш инновацион ғоялардан фойдаланишни тақозо қилади. Шу туфайли инновация билан самарали қарорларни қабул қилиш ўртасида ҳам айрим боғлиқликлар бор. Булар қуйидаги расмда намоён бўлмоқда (2-расм).



**2-расм. Самарали қарорни қабул қилишда инновацион ва анъанавий ёндашувлар ўртасидаги боғлиқлик<sup>1</sup>**

Ушбу расмдан кўриниб турибдики, самарали қарорни қабул қилишда инновацион ва анъанавий ёндашувлар ўртасидаги мустақкам боғлиқликлар мавжуд. Инновацион ғоялар сингдирилган қарорнинг натижаси албатта меҳмонхона фаолияти самарадорлигини оширишга, унинг ривожланишига олиб келади. Аммо анъанавий тарзда қабул қилинадиган қарор ҳамisha ушбу муваффақиятларга эришавермаслиги мумкин. Уларнинг натижаси ўтган давр даражасида сақланиб қолган тақдирда ҳам бугунги кун талабига жавоб бера олмайди. Чунки, ўтган давр даражаси ўтган давр учун самарали бўлган бўлиши мумкин. Аммо бугунги кун талаби даражасида баҳолаганда, у талабга тўлиқ жавоб бермаслиги тайин. Чунки ҳаёт шу даражада шиддат билан ривожланиб такомиллашиб бормоқдаки, у билан ҳамнафас кетиш учун фақат инновацион ғоялар билан ривожланишни таъминлашни тақозо қилади.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, қарорнинг бажарилишини қаттиқ назорат қилишга тўғри келади. Керак бўлса, аччиқ гапларни ҳам гапириш лозим. Чунки ҳар қандай касалликни даволаш учун аччиқ дорини истеъмол қилишга тўғри келади. Шу туфайли қарорнинг бажарилишига эришиш учун барча усуллардан фойдаланишни тақозо қилади.

<sup>1</sup> Мазкур расм тадқиқот натижасида муаллиф томонидан шакллантирилди.

| Х.Рахимов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | H.Rahimov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Способы принятия решений с использованием фактов и многих идей в улучшении управления человеческими ресурсами в отелях</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p><b>Methods of making decisions using facts and many ideas in improving the management of human resources in hotels</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Аннотация:</b> в статье рассматриваются пути совершенствования управления персоналом гостиничного бизнеса на основе фактов и мнений. Предложены способы формулирования различных мнений, основанных на мыслях, гипотезах и гипотезах, и как принимать управленческие решения.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> гостиничное хозяйство, менеджмент, управление человеческими ресурсами, идеи, гипотеза, эффективные решения, инновационный подход, традиционный подход.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article examines the ways of improving the management of the hotel business staff on the basis of facts and opinions. Methods of formulating different opinions based on thoughts, hypotheses and how to make managerial decisions are proposed.</p> <p><b>Keywords:</b> hotel management, management, human resources management, ideas, hypothesis, effective solutions, innovative approach, traditional approach.</p> |

**Р.С.Амриддинова** – и.ф.н, СамИСИ катта ўқитувчиси,  
**С.С.Фозилова** – СамИСИ магистранти

## ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ЭТНИК ТУРИЗМНИНГ АҲАМИЯТИ

**Аннотация:** ушбу мақолада этник туризм тушунчаси ва Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантиришдаги аҳамияти ёритилган. Шунингдек, этник туризмнинг кумсаи, этнографик, антропологик, джайлоо, абориген йўналишлари ҳақида маълумотлар келтирилган.

**Калит сўзлар:** этник туризм, этно-маданий туризм, кумсаи(генеалогик) йўналиш, этнографик йўналиш, антропологик йўналиш, джайлоо йўналиши, абориген йўналиши.

Бугунги кунда мамлакатимизда туризм соҳасига бўлган эътибор кундан-кунга ривожланиб бормоқда. Айниқса, Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармонида “Мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий-ҳуқуқий шарт-шароитлар яратиш, ҳудудларнинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, туризм тармоғини бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғибот қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантириш...”<sup>1</sup> каби муҳим вазифалар белгиланган. Фармоннинг 1-бандида “Мамлакатда туризмни жадал ривожлантириш, мавжуд улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, анъанавий маданий-тарихий туризм билан биргаликда туризмнинг бошқа салоҳиятли турларини — зиёрат қилиш, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик, спорт, даволаш-соғломлаштириш, қишлоқ, саноат, ишбилармонлик

<sup>1</sup> «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. 2016 йил 2 декабр, ПФ-4861-сон.

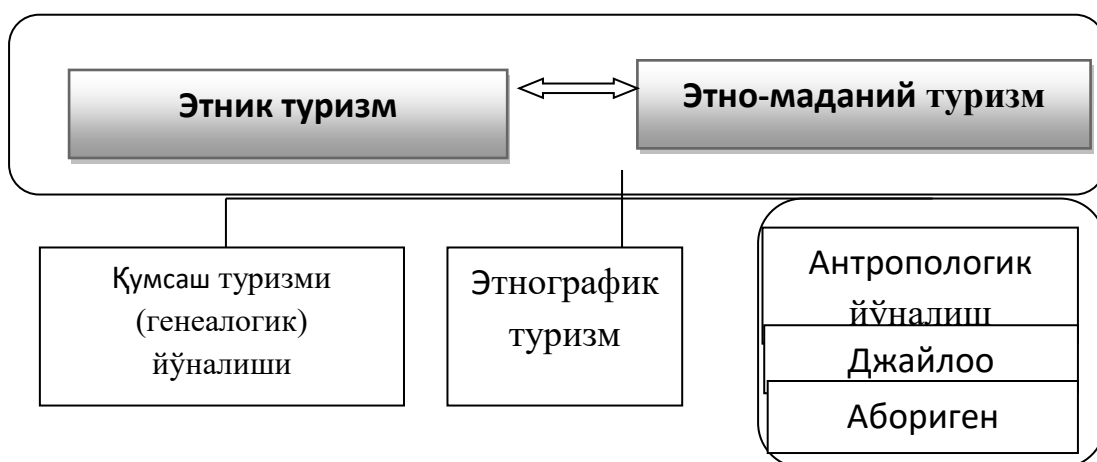
туризми ва бошқа турларини жадал ривожлантириш...”<sup>1</sup> алоҳида таъкидланиб ўтилган.

Ҳозирда дунёда этник туризмга бўлган қизиқиш тобора ўсиб бормоқда. Бу давлатда туризмни ривожлантириш билан бир қаторда, мамлакат ҳудудларидаги ўзига хос урф-одат ва анъаналарни сақланиб қолинишига ҳам ёрдам беради.

Этник туризм – бу маданий туризм турларидан бири бўлиб, бунда турист мамлакатга ташриф давомида маълум бир халққа мансуб этник гуруҳнинг ҳаёти, маданий хусусиятлари ва яшаш тарзи билан танишади.

Туризмнинг ушбу тури, айниқса, кўп миллатли ва миллатлар ҳамдўстлиги кучли бўлган давлатларда яхшироқ ривожланади. Ўзбекистон улкан этно-маданий ва маданий-тарихий потенциалга эга мамлакат сифатида бутун дунёга машҳур бўлиб, этник туризмни ривожлантириш учун кўплаб ноёб ва бебаҳо этник ресурслар захирасига эга. Ўзбекистонда 130 дан ортиқ турли миллат вакиллари истиқомат қилади. Бу миллатларнинг ҳар бири ўзига хос яшаш тарзи, урф-одатлари, маданиятига эгадир.

Қуйида этник туризм йўналишларини батафсил ёритамиз:



ушбу туризм турини янада ривожланиши натижасида даромад ҳажми 2,4 миллиард АҚШ долларини ташкил этиши кутилмоқда.<sup>1</sup>

Кумсаш туризмнинг яққол мисоли сифатида Ладога кўли атрофидаги Фин фуқаролари гуруҳини келтириш мумкин. Иккинчи жаҳон уруши йилларида тахминан 500 мингдан ортиқ финлар ўз она ватанларини тарк этишга мажбур бўлган. Ленинград худудига кўчиб ўтишга рухсат берилганидан сўнг улар оммавий тарзда кўчиб ўтган.

Кумсаш туризми бўйича ҳам турли-туман ва ўзига хос туристик дастурлар яратиш мумкин. Кўпгина ҳолларда ҳар бир турист учун индивидуал туристик маршрут тузилади, чунки у ўзи ёки яқинлари яшаган худудларга ташриф буюради ва ташрифи давомида ота-боболарининг яшаган манзиллари ҳамда қабрларини излашга киришади. Маҳаллий аҳолидан суриштириш ишларини олиб боради. Афсуски, охириги пайтларда кумсаш туризми аста-секинлик билан пасайиб бормоқда. Бу ёш авлоднинг ўз аجدодлари ва улар тарихи билан унчалик қизиқмай қолаётганлиги билан боғлиқдир.

**Этнографик йўналиш** – бу ахборот олиш ва кўнгил очиш мақсадини кўзда тутувчи туризм тури бўлиб, кўп сонли туристларни маълум бир халқнинг ҳаёти, либослари, тили, фольклори, анъаналари, урф-одатлари ва маданияти билан таништиради. Этник туризмнинг бу йўналиши маълум бир халқ маданияти қадимий элементлари, ердан фойдаланишнинг анъанавий кўринишларини, тарихий-меъморий қиёфасини сақлаб келаётган қишлоқ аҳолиси ва уларнинг санъати билан танишишни назарда тутди. Бунда қишлоқлар (аҳоли пунктлари) реал ва намоиш этиш учун (хизмат қиладиган аҳоли бошқа пунктда яшаб бошқа жойга ишга бориб келиши) мўлжалланган турларга бўлиниши мумкин.

**Антропологик йўналиш** – бу этнографик туризмнинг бир кўриниши бўлиб, бу йўқолиб кетган этник қабилаларнинг маданияти ва илгариги яшаш тарзи билан танишиш ҳамда йўқолиб бориш хавфи остидаги кам сонли халқларнинг яшаш тарзи билан танишиш ва замонавий яшаш тарзи билан солиштириб кўриш имконини яратишни ўз олдига мақсад қилиб қўяди. Бунга Перуда йўқолиб кетган инклар маданиятини ўрганиш ёки Қримда йўқолиш хавфи остидаги скифлар маданияти билан танишиш учун ташриф буюришни ёрқин мисол сифатида келтириш мумкин. Яна бир камайиб бораётган халқ бу Эмбера қабиласига қарашли ҳиндлар бўлиб, бу халқ этник ҳаёти билан танишиш мақсадида Панамага ташриф буюрувчилар сони кундан-кунга ошиб бормоқда.

**Аборигинал йўналиш** – бу маҳаллий аҳолини бевосита туристик фаолиятга жалб қилувчи туризм туридир. Бунда туб аҳоли ўзи истиқомат қиладиган худуд бўйлаб, ўз халқининг маданиятини чуқурроқ ўрганиш мақсадида саёҳат уюштиришидир. Бу бир неча кунлик экскурсияларни ўз ичига олиши мумкин.

Бунга мисол сифатида Таиланднинг шимолий қисмида жойлашган Акха Ҳилл қабиласини келтириш мумкин. Бу қабила аъзолари ташриф буюрувчиларга ҳақиқий таиландча яшаш тарзини намоиш этиб берадилар. Бунда чой плантациялари ва гуруч далалари бўйлаб ажойиб саёҳат ҳамда водий кўринишидаги бамбукли бунгалолар, ўрмон ҳамда шаршараларга ташриф буюриш имкониятлари мавжуд бўлиб, ҳар бир таиландлик ўзини ҳақиқий миллат вакили эканлигини ҳис этади.

**Джайлоо** – бу этник туризмнинг энг ёш турларидан бири. Бу тушунча қирғиз тилидан олинган бўлиб, "Джайлоо"- "Алп майсазори", "тоғ яйлови" деган

<sup>1</sup> «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чоратадбирлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. 2016 йил 2 декабр, ПФ-4861-сон.

маъносини англатади. Джайлоо туризми бу цивилизациядан анча олисда, ибтидоий тузум даврида бир оз яшаб кўриш имконини яратиб берувчи туризм туридир. Джайлоо туризми 1990 йил охирларида Қирғизистонда, маҳаллий туроператорлар туристларга бир оз вақтга тоғ чўпонлари юртларида яшаб, уларнинг ҳаёт тарзи билан танишишга имкон яратиб берганларидан сўнг пайдо бўлди. Бу турдаги саёҳатларни энг биринчи Швейцария, Германия, Буюк Британия ва Россиядан келган туристлар синовдан ўтказишган. Ҳозирги кунгача джайлоо туризми бўйича етакчи мамлакат Қирғизистон ҳисобланади. Энг машҳур туристик маршрутлардан бири бу Иссиқкўл қирғоқлари бўйлаб ташкил этилган турлар ҳисобланади. Мисол учун: “Бишкек - Корчорка қишлоғи – Сарала - Саз – Бишкек” туристик маршрути. Ушбу маршрут давомида туристлар кўчманчи халқ маданияти, миллий ўйинлари, алакизи ва ширдаки матолари ҳамда наमत гиламлар билан танишишади ва отларда сайр қилиш имконига эга бўлишади.

Этник туризм – туризмнинг ўзига хос тури бўлиб, агротуризм, экотуризм, спорт туризми каби бугунги кунгача адабиётларда яхши ёритилган эмас. Шу сабабли ҳам унинг таснифи географик хусусиятларини ишлаб чиқиш зарурати пайдо бўлмоқда.

Этник туризмнинг муҳим ўзига хос хусусияти унинг таркибини туристлар эҳтиёжлари ва қизиқишларини эътиборга олган ҳолда диверсификациялаш имкониятининг мавжудлигидадир.

Этник туризмнинг туристик маршрутини ишлаб чиқишда тайёргарлик босқичи муҳим саналиб, бунда маълум бир ҳудудда туризмнинг ушбу турини ривожлантириш учун зарур бўлган барча ҳужжатлар, режалар ва зарурий материалларни йиғиш асосий шартлардан бири саналади. Ундан сўнг ушбу ҳудуднинг ҳозирги пайтдаги иқтисодий-ижтимоий ҳолатини ўрганиб чиқиш керак бўлади. Бунинг учун:

Инвестиция киритиш бўйича таклифлар ҳақидаги маълумотлар базасини шакллантириш ва имкониятлар даражасини баҳолаш;

Этник туризмни ривожлантиришга қизиқиши ва хоҳиши бўлган туристик фирмалар билан ҳамкорлик қилиш;

Ҳудуддаги этник туризм объектлари салоҳиятини, инфратузилма ҳолатини, жамиятда туризм тафаккури қай ҳолатдалигини ва ўз ҳудудида ушбу туризм турини шакллантиришга бўлган хоҳиш, ҳаракатлар даражасини ўрганиш учун комплекс маркетинг тадқиқотини ўтказиш талаб қилинади.

Ўзбекистон улкан этно-маданий ва маданий-тарихий салоҳиятга эга мамлакат сифатида бутун дунёга машҳурдир. Бу ерда этник туризмни ривожлантириш учун кўплаб ноёб этник ресурслар захираси мавжуд. Ўзбекистонда 130 дан ортиқ турли миллат ва элат вакиллари истикомат қилади. Бу миллатларнинг ҳар бири ўзига хос яшаш тарзи, урф-одатлари, маданияти ва тилига эга. Мамлакат ҳудудида миллатларнинг географик жойлашиши ҳам бир текис эмас. Бунинг биринчи сабаби миллатларнинг тарихий ривожланиши бўлса, иккинчидан республикада халқ хўжалик тармоқларининг ривожланиш хусусиятларидир.

Ўзбекистонда яшовчи халқлар кўп йиллардан бери бир ҳудудда яшагани сабабли урф-одатлари бир-бирига қоришиб кетган ва уларда ўхшашлик жиҳатларини учратишимиз мумкин. Айниқса, қардош халқларнинг яшаш тарзи ва удумлари бир-бирига жуда яқин. Мамлакатимиз ҳудудларида кўплаб миллат вакиллариининг маданият марказлари фаолият юритаётган бўлиб, ушбу марказлар орқали керакли маълумотлар билан танишиш имкони мавжуд.

Ўзбекистонда этник туризмни ривожлантиришнинг самарали дастури афсуски, ҳалигача ишлаб чиқилмаган. Туризмнинг бу турини

ривожлантиришнинг асосий шarti бу этник ресурслар мавжуд бўлган ҳудудлар аҳолисини ушбу туризм тури билан шуғулланишга жалб этиш ва қишлоқ жойларида инфратузилмани талаб даражасида шакллантиришдан иборат. Ушбу туризмнинг ўзига хос яна бир хусусияти бу ундан келадиган даромадни ҳудуд туризм инфратузилмаси ва аҳолининг яшаш тарзини яхшилашга ишлатиш имконини бериши билан ажралиб туради.

Этник туризмни ривожлантириш лойиҳаларининг муҳим вазифаси туб аҳолини фаол жалб қилиш орқали этник туризмни қисқа муддатли тенденцияларда барқарор ривожлантиришдан иборат. Кам сонли маҳаллий аҳолининг этник туризм лойиҳаларини амалга оширишда ўз мустақил бошқарувини қўлга олиши, бу турни тез орада барқарор ва самарали ривожланишига эришишни кафолатлайди.

Бизнингча, этник туризм уч компонентни қамраб олади:

- анъанавий ҳаёт тарзи билан яшовчи маҳаллий аҳолини;
- халқнинг хўжалик фаолияти натижаси сифатидаги маданий ландшафтни;
- маҳаллий аҳоли маданиятининг ажралмас бир қисми бўлмиш анъана ва маросимларни.

Этник туризмни муваффақиятли ривожлантириш ҳамда анъанавий маданият ва манзарани сақланишини таъминлаш учун қуйидагиларни амалга ошириш зарур:

- маданий ландшафтни сақлашда асосий шарт сифатида, ҳудуднинг табиатини сақлаш;
- ҳудудда туристлар оқимини кўпайтиришда маҳаллий аҳолини онгли тарзда тўла ҳуқуқли шериклар сифатида қараш;
- маҳаллий аҳоли ва туристлар ўртасидаги ўзаро муносабат тартибли кечиши керак. Бунда “меҳмон-меzbон” анъанасига амал қилиш лозим.

Ҳудуднинг фаровонлик даражаси тўғридан-тўғри туристлар оқимига боғлиқ бўлиб қолиши керак эмас. Бундай дастурларни ишлаб чиқишда, қуйидагиларга эътибор бериш керак, деб ҳисоблаймиз:

- ✓ биринчи ўринда, табиатдан анъанавий тарзда фойдаланишни таъминлаб бериш;
- ✓ ҳудудда ишлаб чиқарилган маҳсулотларни (қишлоқ хўжалиги ва ҳунармандчилик маҳсулотлари каби) анъанавий усулларга оид қўшимча қийматларни ҳисобга олган нархда сотиш;
- ✓ этник туризмдан келган асосий даромадни ҳудуд ривожланишига сарфлаш (йўллар қуриш ва таъминлаш, янги бино ва иншоотлар барпо этиш, таълим ва соғлиқни сақлашни янада ривожлантириш, ногирон, кўп болали ва ёш oilаларга уй-жой тўловларини кредитлашни молиялаштириш);
- ✓ этник туризмдан келган даромадларни тўғри ва тенг тақсимлаш. Бунда маҳаллий аҳоли ўртасидаги туристлардан тушаётган даромадлар бўйича рақобат истисно;
- ✓ ҳудудда амалга оширилаётган ижтимоий лойиҳаларни молиялаштиришда юридик шахсларни манфаатли жалб қилиш ва шу кабилар.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Амриддинова Р.С., Фозилова С.С.</p> <p><b>Этнический туризм и его значение в развитии туризма в Узбекистане</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной статье раскрыто значение этнического туризма. А также дана информация о таких направлениях этнического туризма, как, ностальгический, этнографический, антропологический, джайлоо, аборигенные направления.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> этнический туризм, этнокультурный туризм, ностальгические направления, этнографические направления, антропологические направления, направления джайлоо, аборигенные направления.</p> | <p>Amriddinova R.S., Fozilova S.S.</p> <p><b>Ethnic tourism and its importance in the development of tourism in Uzbekistan</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article reveals the importance of ethnic tourism. And also information about such directions of ethnic tourism as nostalgic, ethnographic, anthropological, jailoo, aboriginal directions is given.</p> <p><b>Keywords:</b> ethnic tourism, etno-cultural tourism, nostalgic direction, ethnographic direction, anthropological direction, jailoo direction, aboriginal direction.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Ф.А.Ахмеджанова** – СамИСИ доценти,  
**Ш.М.Каримова** – СамИСИ ассистенти

### ТУРИСТИК ИНФРАТУЗИЛМАНИ РИВОЖЛАНИШИГА «ҲАЛОЛ» СТАНДАРТЛАРНИНГ АҲАМИЯТИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> 2018 йилда «Ўзстандарт» агентлиги томонидан ЎзДст 3286:2018 - "Ҳалол" давлат стандарти жорий қилинди. Бу турдаги янги стандартларни жорий этиш бир пайтнинг ўзида сертификатлаш орқали миллий маҳсулотларнинг сифатига эътибор беришга, ишлаб чиқарувчиларнинг истеъмол товарлари бозорини кенгайтиришда, ҳамда мамлакатда сердаромад соҳа бўлган зиёрат туризмнинг жадал ривожланишига, хусусан хорижлик сайёҳларни республикамизга кенг жалб қилиш билан зиёратчилар сонининг ортишига ва туризм индустриясининг жадал ривожланишига асос бўлади.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> Давлат стандарти, "Ҳалол" стандарти, сертификат, маҳсулотларнинг сифати ва хавфсизлиги, туризм индустрияси, туризм инфратузилмаси.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегиясида иқтисодий ривожлантириш ва либераллаштириш масаласига алоҳида эътибор қаратилган<sup>1</sup>. Хизматлар сифатини таъминлаш, унинг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини ошириш ва уни бошқариш мамлакат иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади. Хизматлар сифати ва хавфсизлигига қўйиладиган талаблар стандартлар орқали белгиланади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев томонидан қабул қилинган «Мева-сабзавот маҳсулотлари, узум, полиз, дуккакли экинлар, шунингдек, қуритилган сабзавот ва меваларни маҳаллий экспорт қилувчиларни қўллаб-қувватлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори<sup>2</sup> асосида «Ўзстандарт» агентлиги томонидан тадбиркорларга янада қулайлик яратиш мақсадида «Ҳалол» стандарти қабул қилинди.

Туристлик маҳсулотлар ўзига хос хусусиятига эга бўлиши билан бирга, бу маҳсулот турлари истеъмолчиларнинг талабларига қараб кун-сайин ўзгариб боради ва тўхтовсиз ривожланади. Ҳозирги кунда янги ишлаб чиқариладиган ва амалдаги меъёрий ҳужжатлар талабларига мос келадиган туристик маҳсулотлар сифатини янада яхшилаш бўйича самарали ишлар олиб борилмоқда. Шу сабабдан

<sup>1</sup> “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегияси”- 2017 й. Ўзбекистон қонунлар тўплами, 70-модда.

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Мева-сабзавот маҳсулотлари, узум, полиз, дуккакли экинлар, шунингдек, қуритилган сабзавот ва меваларни маҳаллий экспорт қилувчиларни қўллаб-қувватлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори.

туристик маҳсулотларни стандартлаштириш, сертификатлаштириш ва жаҳон талабларига мослаштириш мураккаб масалалардан бири ҳисобланади.

Мамлакатимизда туризм соҳасини жадал ривожлантириш, унинг иқтисодийдаги аҳамияти ва ҳиссасини ошириш, туристик хизматлар сифатини диверсификация қилиш ва такомиллаштириш, ҳамда унинг инфратузилмасини кенгайтиришга экспорт фаолиятини либераллаштириш ва соддалаштириш, экспорт тузилиши ва географиясини диверсификация қилиш, иқтисодий соҳалари ва ҳудудларнинг экспорт имкониятларини кенгайтириш ва сафарбар қилиш каби масалалар белгилаб берилган<sup>1</sup>.

Шу мақсадда «Ўзстандарт» агентлиги томонидан ривожланаётган мамлакатларнинг туристик инфратузилмасининг ҳолати ва экспорт имкониятларини янада ошириш механизми чуқур ўрганилди. Сайёҳларнинг эҳтиёжидан келиб чиқиб, сифатли ва қулай хизматларни кўрсатиш орқали туризм соҳасини ривожлантириш учун мамлакатимизда «Ҳалол» стандартлари бўйича маҳсулотларни ишлаб чиқариш, шу жумладан овқатланиш хизматлари туризмни такомиллаштириш муҳим аҳамият касб этмоқда.

Инсоният ҳалолликка интилиши табарруқ заминдан етишиб чиққан Имом Бухорий, Мотуридий, Имом Ат Термизий, Навоё, Берунийлар авлодларини камолга етказишда муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

«Ҳалол» (яъни «руҳсат этилган») тушунчаси – бу Ислом динида руҳсат этилган ва йўл қўйилган барча маҳсулотлар бўлса, «Ҳалол» стандартлари эса – маҳсулотларни Ислом дини талаблари бўйича ишлаб чиқариш, сақлаш, ташиш, сотиш ва тамғалаш жараёнларига бўлган талабларни белгилайди.

«Ҳалол» араб атамасига нисбатан умумий методик кўрсатмалар “Kodeks Alimentarius” Комиссиясининг 1997-йилдаги 22 сессиясида қабул қилинган. “Kodeks Alimentarius” (лотинчада – овқат бўйича қонунлар ёки қонунлар тўплами) ягона шаклда баён этилган озиқ-овқат маҳсулотларига стандартларнинг халқаро ҳамжамияти томонидан қабул қилинган тўпламни ўзида ифодалайди.

Статистик маълумотларга кўра, «Ҳалол» стандартини жорий этиш бўйича Малайзия, Туркия, БАА, Саудия Арабистони, Қатар, Индонезия каби мамлакатлар илғор ҳисобланади. «Ҳалол» белгиси остида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларга Европа Иттифоқи, АҚШ, Буюк Британия, Австралия, Канада, Хитой, Ҳиндистон, Лотин Америкаси давлатлари, Янги Зеландия ва Таиланд каби мамлакатларда ҳам алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бундан ташқари, дунёда мусулмон аҳлининг ортиб бориши (тахминан 1,8 млрд. одам, ер аҳолисининг 24 фоизи дегани) «Ҳалол» белгиси остида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларга талабнинг янада ошишини таъминламоқда.

«Олам яралибдики, инсонга ҳалол соғлом яшаш, фарзандларини соғлом тарбиялаш неъмат сифатида буюрилган. Эккан дарахтаримиз, нафас олиб турган ҳавомиз, лукма нонимиз, ичаётган сувимиз барчаси ҳалол бўлиши керак деб буюрилган. Ҳалолликни доимо таъминлаш ва келажак авлодга мерос қолдириш динимиз томонидан инсониятга фарз қилинган. Шу боис, бутун дунёда озиқ-овқат, сув, кийим-кечак, соғлиқ ва тижорат каби барча соҳаларда ҳалол ишлаб чиқариш йўлга қўйилган. Ҳалол озиқ-овқат, ҳалол туризм, ҳалол текстил, ҳалол тиббиёт каби соҳаларни замонавий технологиялар ёрдамида аслини йўқотмаган ҳолда ривожлантириш ва келажак авлодга мерос қолдиришимиз лозим. Биз ва авлодларимиз бу қимматли неъматларнинг қадрига етиб, ҳалол еб, ҳалол ичиб,

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида” ги фармони, 2016-йил 2-декабр.

ҳалол яшашимиз жоиздир. Биз ўз зиммамизга тушган вазифани виждонан бажаришимиз ва инсониятга ҳалолликни уқтиришимиз даркор.

Ҳалол туризм индустрияси жадал суръатларда ривожланаётган соҳа бўлиб, бу бозорнинг йиллик ҳажми 126 миллиард АҚШ долларини ташкил этмоқда ва 2020 йилга бориб камида уч баробар ортиши (419 млрд. АҚШ доллари бўлиши) кутилмоқда. Жаҳон сайёҳлик ташкилотининг маълумотларига кўра, ҳар йили 300-330 миллион сайёҳлар дунёдаги энг муҳим диний объектларга ташриф буюришади. Чет элдан юртимизга келадиган меҳмонлар, айниқса араб давлатларидан ташриф буюрувчи сайёҳларнинг маҳсулотларимизга бўлган ишончи ортади.

Биргина Бирлашган Араб Амирликлари 200дан ортиқ давлатлар билан савдо-сотиқ ишларини амалга оширади, бунда маҳсулотларни экспорт қилиш учун «Ҳалол» белгиси билан сертификатланган маҳсулот талаб этилади. «Ҳалол» стандартлари талаблари асосида ишлаб чиқарилган маҳсулотлар бозори ҳажми 4,0 триллион АҚШ долларини ташкил этади, 2018-йил охирига келиб ҳалол маҳсулотлари бозори ҳажми тахминан 6,4 триллион АҚШ долларини ташкил этиши кўзда тутилган.

2018 йилда «Ўзстандарт» агентлиги томонидан сайёҳларнинг эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда, сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва қулай хизматларни кўрсатиш орқали туризм соҳасини ривожлантириш учун ЎзДст 3286:2018 - "Ҳалол" давлат стандарти жорий қилинди. "Ҳалол" стандарти халқаро стандартлар менежменти системасининг озиқ-овқат маҳсулотлари хавфсизлиги бўйича ИСО 22000 сериясига тегишли ҳисобланади. «Ўзстандарт» Агентлигининг маълумотларига кўра, ҳозирги кунда республикамиз ҳудудидаги 129 та ишлаб чиқариш корхоналари ИСО 22000 серияси талабларига жавоб беради. Агентликнинг хабар беришича, "Ҳалол" стандартлари ишлаб чиқариш, сақлаш, юклаш, реализация қилиш ва маҳсулотни тамғалаш (маркировкалаш) жараёнларида Ислом қонун-қоидалари талабларига тўла жавоб беришини таъминлайди.

Яқин кунларда сертификатлаштириш органлари "Ҳалол" сертификати ва ИСО 22000 сериясининг бошқа стандартларини жорий қилишни режалаштирмоқда. Халқаро "Ҳалол" сертификати - Халқаро стандартлаш ва сертификатлаш маркази томонидан жиддий текширувлардан кейин тақдим этилади. "Ҳалол" сертификати – бу озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришда фойдаланилган хом ашё ва зираворлар, ишлаб чиқариш цех- бинолари, асбоб-ускуналари, компания бизнес услуги ва тайёрлов маҳсулотлари "Ҳалол" стандарти талабларига тўлиқ жавоб беришини билдиради.

«Ўзстандарт» агентлиги томонидан «Ҳалол» стандартининг қабул қилиниши, тадбиркорларимиз томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг сифати ва хавфсизлигини юқори стандарт талаблари асосида таъминлашга замин яратади. Экспертларнинг фикрича, 2025-йилда ҳалол маҳсулотларининг улуши дунёда ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг камида 20 % ини ташкил этади. Бугунги кунда, МДХ мамлакатлари (Россия, Украина, Қозоғистон, Қирғизистон), Саудия Арабистони, БАА, Эрон, Иордания, Миср, Баҳрайн каби мусулмон мамлакатларига «Ҳалол» белгиси остида ўз маҳсулотларини экспортга чиқаришни йўлга қўйган.

Бу турдаги янги стандартларни жорий этиш бир пайтнинг ўзида сертификатлаш орқали миллий ишлаб чиқарувчиларнинг истеъмол товарлари бозорини кенгайтиришда ҳамда мамлакатда сердаромад соҳа бўлган зиёрат туризмнинг жадал ривожланиши, хусусан, хорижлик сайёҳларни

республикаларга кенг жалб қилиш билан зиёратчилар сонининг ортишига, туризм индустриясининг жадал ривожланишига туртки бўлади.

**Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегияси”- 2017 й. Ўзбекистон қонунлар тўплами, 70-модда.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Мева-сабзавот маҳсулотлари, узум, полиз, дуккакли экинлар, шунингдек, қуритилган сабзавот ва меваларни маҳаллий экспорт қилувчиларни қўллаб-қувватлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида” ги фармони 2016-йил 2-декабр.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Стандартлаштириш тўғрисида” ги қонуни, 1993-йил 28-декабр.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Маҳсулот ва хизматларни сертификатлаштириш тўғрисида” ги қонуни, 1993-йил 28-декабр.
6. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни, 1999 йил 20 август.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Ф.А.Ахмеджанова, Ш.М.Каримова</b><br/> <b>Роль стандарта “Халол” в развитии инфраструктуры туризма</b><br/> <b>Аннотация:</b> в 2018 году агентством «Узстандарт» разработан и внедрён государственный стандарт ЎзДст - 3286:2018–“Халол”. Внедрение нового стандарта не только улучшит качество и расширит географию потребления национальной продукции, но и повлияет на качество и развитие туристических услуг, на привлечение иностранных туристов в республику, а также и на развитие туристской индустрии<br/> <b>Ключевые слова:</b> государственный стандарт, стандарт “Халол”, сертификат, качество и безопасность продукции, туристская индустрия, инфраструктура туризма.</p> | <p><b>F.A.Ahmedjanova, Sh.M.Karimova</b><br/> <b>The role of the “Halol” standard in the development of tourism infrastructure</b><br/> <b>Abstract:</b> In 2018, the agency "Uzstandart" introduced the state standard ЎзДст 3286: 2018 - "Halal". The introduction of the new standard will not only affect the certification and expansion of the range of national products, but also the development of tourism services, including attracting foreign tourists to the republic and developing the tourism industry as a super-profitable service industry.<br/> <b>Keywords:</b> state standard, "Halal" standard, certificate, quality and safety of products, tourist industry, tourism infrastructure.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК

**М.М.Дадажонов** – Андижон машинасозлик институти доценти, и.ф.н.

### КИЧИК БИЗНЕС МАРКЕТИНГИ БЎЙИЧА ЯПОНИЯ ТАЖРИБАСИ ВА УНДАН ЎЗБЕКИСТОНДА ФОЙДАЛАНИШ МАСАЛАЛАРИ

**Аннотация** – мақолада макро ва микромаркетинг нуктаи назаридан Япония иқтисодиётининг таркиби, инфратузилмаси, ривожланиш даражаси бўйича бир-биридан фаркланадиган ҳудудлардаги кичик бизнесни ривожланиш суръатлари ёритилиб, республикалар кичик бизнесининг микро ва макро маркетингни

такомиллаштиришда япон тажрибасидан фойдаланиш бўйича тегишли тавсиялар берилган.

**Калит сўзлар:** маркетинг, менежмент, маркетинг, микро, макро маркетинг, сегмент, конъюнктура, коммуникация, инновация, инфратузилма, экспорт.

Иқтисодийтимизни мутлақо янги асосда ташкил этиш ва янада эркинлаштириш, унинг ҳуқуқий асосларини такомиллаштириш, ишлаб чиқаришни модернизация ва диверсификация қилиш бўйича қатор қонунлар, фармон ва қарорлар, пухта ўйланган дастурлар қабул қилинди.

Бугунги куннинг асосий талаби-истеъмол талабларини синчиклаб ўрганиш асосида ишлаб чиқариш дастурлари ва хизмат турларини шакллантириш, тегишли хизматларга ижтимоий ва шахсий талаб- эҳтиёжларини қондиришга қўмаклашадиган, фаол ва сифатли ишлаб чиқариш сиёсатини ўтказиш, кўрсатилаётган хизматларнинг рақобатбардошлигини ошириш, сарфланган маблағлар айланувчанлигини жадаллаштириш ва шу каби масалаларни қамраб олади.

Маркетинг юқорида санаб ўтилган муаммоларни ҳал этишнинг таъсирчан воситаларини таклиф қилади, шу сабабли уни – ҳўжалик юритувчи бирлик фаолиятини бошқаришнинг бозор тизими деб аташ мумкин.

Дунёнинг барча мамлакатлари корхоналарининг маркетинги ривожланиши ўзига хос хусусиятларга эга. Ушбу хусусиятларга қуйидагиларни киритишимиз мумкин:

- давлатнинг сиёсати;
- табиий иқлим шароити;
- демографияси;
- аҳолининг урф-одатлари ва анъаналари;
- маҳаллий хом-ашё ресурслари турларининг мавжудлиги ва бошқалар

таъсир кўрсатади.

Ҳозирги даврга келиб саноати юксак даражада ривожланган Япония корхоналарида иккинчи жаҳон урушидан сўнг маркетинг билан шуғулланиши революцион тарзда кечди. Япон ҳўжалигининг кичик ва йирик бизнес чирмашиб кетган иқтисодий деб аташимиз мумкин. Кичик ва катта корхоналарнинг иерархик тартибда интеграциялашгани бу мамлакат бизнесининг ўзига хос ажралиб турадиган хусусияти ҳисобланади. Бундай корхоналар ягона бозор ва пировард истеъмолчи учун ишлайди. Улар маҳсулот сифатини, таннархи, тақсимот каналлари, савдони рағбатлантиришни ўзаро мувофиқлаштирган ҳолда маркетинг билан шуғулланади. Ҳатто бозор конъюнктурасини ўрганиш ва тадқиқотлар ўтказишда ҳам ўзаро уйғунликда ҳаракатланади.

Маркетинг тадқиқотлари шуни кўрсатдики, фан-техника тараққиётининг жадаллашиши натижасида мини технологиялар вужудга келар экан. Бу, маълум маънода Японияда кичик корхоналарнинг ўзида барча ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этиш имконини яратди. Пировардида аксарият кичик корхоналар бозорда мустақил иштирокчига айлана бошлади. Шу сабабдан ҳозирда корхоналар уларнинг асосий қисми алоҳида маркетинг фаолиятини ташкил қилган ҳолда нарх, тақсимот, коммуникация, товар сиёсатини олиб боришни эркин белгилашади. Илм-фанни ривожлантириш, ютуқларидан оқилона фойдаланиш, инновацияларни ўз вақтида жорий қилиш бўйича дунёда етакчи бўлган япон кичик бизнеси ҳозирда нафақат маҳаллий бозорларда, балки хориж бозорларига чиқиб, халқаро маркетинг фаолияти билан шуғулланмоқдалар. Улардаги маркетинг вазифаларини бажарувчиларнинг аксарият қисми корхона эгалари ёки ёлланган маркетинглардир. Бундай ишлар билан шу соҳани, товар бозорини яхши биладиган шахслар машғул бўлишади. Мустақил кичик бизнес

субъектлари халқаро маркетингда асосан экспорт билан қатнашишади. Бу фаолият қанчалик мунтазамлашиб бораберса, корхона ҳажми ҳам кенгайиб боради ва йириклашади. Йирик корхоналар билан ҳамкорлик қилувчи кичик корхоналар аксарият ҳолларда маҳаллий шароитларда фаолият юритади.

Япон кичик корхоналарининг яна бир ўзига хос хусусияти, кадрларни амалий жиҳатдан тайёрлаш вазифасини ҳам ўташидир. Ёлланган кадрлар ўз вазифаларини бажариш билан бирга корхонанинг маркетинг, менежмент, молия ва бошқа соҳаларига оид масалаларини ечишда фаол қатнашадилар. Иш даврида ходимларнинг ўзлари бозор конъюнктураси ҳақида ахборотни йиғиб, корхонанинг нарх, товар, коммуникация, тақсимот сиёсатлари каби маркетинг комплекси элементлари борасидаги қарорларни қабул қилишда кўмаклашадилар. Бозор вазиятлари, ундаги ўзгаришларга мослашиш, корхонанинг ишлаб чиқариш тамойиллари ва ҳоказолар тўғрисида билим, малака ва тажрибага эга бўлган ходимларнинг аксарияти кейинчалик ўз бизнесларини ташкил этадилар.

80-йилларга келиб, йирик корхоналар давлатнинг қўллаб-қувватлаши натижасида ишлаб чиқаришни ташкилий-технологик жиҳатдан янгилаб, товар сиёсатини ўзгартирди ва ички инқирозни бартараф этди. Бу ўз навбатида йирик корхоналарнинг кичик бизнесга нисбатан рақобатбардошлигини кучайтирди. Қимматбаҳо самарали жиҳозлар билан қуролланди. Уларни ишлатиш учун юқори малакали ишчи кучи жалб қилинди. Бундай ишларни амалга оширишга кичик ва ўрта корхоналар қодир эмас. Фан-техника тараққиёти билан боғлиқ бўлган кичик бизнес субъектлари учун молия, информация, хом ашё, технология билан таъминлайдиган иқтисодий муҳит ўта зарур. Макромаркетинг нуқтаи назаридан Япония иқтисодиётининг таркиби, инфратузилмаси, ривожланиш даражаси бўйича бир-биридан фарқланадиган 3 ҳудудга бўлинади:

- Шимолий ( Хоккайдо, шимолий Хонсю). Бу ҳудудда аҳоли зичлиги паст бўлиб, кичик бизнес субъектлари асосан ёғочсозлик, кўнчилик, балиқчилик, ипакчилик, боғдорчилик каби анъанавий соҳалар билан шуғулланадилар. Айниқса пойабзал ишлаб чиқарувчи кичик бизнес вакиллари бошқаларига нисбатан тезроқ ривожланмоқда. Уларнинг аксарияти мустақил ҳолда бозорда маркетинг фаолияти билан иштирок этишади. Енгил саноат ва қишлоқ хўжалигида машғул бўлган кичик бизнеснинг аксарият қисми суғирилмоқда.

- Марказий (жанубий ва марказий Хонсю, шимолий Кюсю). Бу ҳудуд аҳолиси энг зич ҳисобланиб, кичик бизнес асосан, хизмат кўрсатиш, йирик саноат корхоналари учун бутловчи ва эҳтиёт қисмлар етказиб бериш, электроника, савдо ва бошқа йўналишларда машғулдирлар. Япониянинг ушбу қисмидаги кичик бизнеснинг ривожланиши бир мунча фарқланади. Улар электротехника, информация технологиялар каби илм талаб қилувчи соҳалар бозорларида ўз ўринларига эга. Йирик корхоналар билан ҳамкорлик қилувчи кичик бизнес субъектлари ягона сегмент учун ишлайди. Аҳолининг кўпчилиги хизмат кўрсатиш соҳасининг кенгайиши ва кичик бизнес маркетингининг фаоллашишига олиб келди.

- Жанубий (Сиккоку, жанубий Кюсю). Япониянинг ушбу қисмида асосан, импорт қилинган ресурсларни қайта ишловчи йирик саноат корхоналари жойлашган бўлиб, ишлаб чиқариш бўйича кичик корхоналар сони кам ҳисобланади. Хизмат кўрсатиш соҳасида эса, салмоғи юқори. Уларнинг фаолиятлари асосан, йирик корхоналар қондира олмаётган эҳтиёжларни қондиришга асосланган.

Японияда кичик бизнесни ривожланишида “Хусусий тадбиркорлик”, “Хусусий корхона” тўғрисидаги қонунларнинг қабул қилиниши натижасида, ҳукумат томонидан маркетинг хизмати ёрдамида кичик бизнесни инновациялаш ва молиялаш борасида қатор ислохотлар олиб борилди. Жумладан, илғор

техникани сотиб олишни кредитлаш, илмий-тадқиқот ва тажриба конструкторлик ишларини кенгайтириш даврида солиқ тўлашни кечиктириш каби қўллаб-қувватловчи чора-тадбирлар амалга оширилди. Ўзбекистонда ҳам кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий қўллаб-қувватлаш амалга оширилмоқда. Бунинг натижасида биргина 2017 йилда мамлакатимиз учун ғоят муҳим бўлган янги иш ўринларини ташкил этиш масаласи доирасида саноат корхоналарини куриш, хизмат кўрсатиш объектларини ишга тушириш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш ҳисобидан 336 мингдан зиёд янги иш ўринлари ташкил этилди. Шу билан биргаликда, Япониядаги каби замонавий фан-техниканинг сўнгги ютуқларидан фойдаланувчи соҳаларга кўпроқ аҳамият берилиб, кўмаклашилса, ривожланишимиз янада жадал суръатларда кечиши мумкин.

Микромаркетинг нуқтаи назаридан олиб қарасак, Япония кичик бизнесининг асосий қисми юқори технология талаб қилмайдиган анъанавий усулда ишлаб чиқариладиган товарлар билан бозорда қатнашади. Масалан, пойабзал ва анъанавий маҳсулотларнинг аксариятини кичик корхоналар ишлаб чиқармоқда. Улар ички бозорларни тўлдирибгина қолмай, жаҳон бозорида экспорт қилиш билан ҳам шуғулланиб келмоқда.

Хулоса қилиб айтганимизда, Япония кичик бизнесини ривожланишининг маркетинг хусусиятларини макро ва микро даражаларда олиб қараш мумкин. Биринчи ҳолда:

- Япония кичик бизнес субъектларини аҳолининг зичлиги ва тармоқларда ихтисослашиши асосида жойлашиши;

- йирик корхоналар билан ҳамкорлик қилиб, ягона сегментга хизмат қилиши;

- илм талаб қилувчи ишлаб чиқариш соҳаларининг бозорларида кичик бизнес вакилларининг фаоллашиши алоҳида аҳамиятга эга.

Иккинчи ҳолда:

- мунтазам бозор кузатувларини олиб бориши;

- мижозлар учун ўз вақтида керакли қийматни ярата олиши;

- янги ғояларни тезда синаб кўриши;

- инновацияларни тезкор жорий эта олиши;

- юқори савдо маданияти;

- тез мослашувчанлиги;

- японларнинг меҳнатсеварлиги туфайли ходимларнинг корхона маркетинг стратегиясига яқдиллик билан бирлашиши;

- бозор конъюнктурасига мос фаолият юритувчи маркетинг ходимларнинг шаклланиши;

- “Харидор ҳамма вақт ҳақ” деган маркетинг тамойилига доимо риоя қилиши ўзига хос белгиларни ифода этишидир.

Кейинги даврларда яратилаётган, самарадорлиги юқори бўлган мини технологиялардан фойдаланаётган бир гуруҳ кичик бизнес субъектлари иқтисодиётнинг ушбу секторида янги йўналишни бошлаб бермоқдалар. Улар илм талаб соҳаларга ҳам кириб бормоқда. Масалан: электротехника, фармацевтика, илмий-тадқиқот ва бошқа соҳаларни камраб олмоқдалар.

Мамлакатимиз иқтисодий ривожланишида муҳим ўринга эга бўлган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлигининг микро ва макро маркетингини такомиллаштиришда японлар тажрибасини тўғридан-тўғри, тўлиқ қўллаш имконияти бўлмаса-да, кўпгина жиҳатларидан фойдаланилса, янада ижобий натижаларга эришишимиз мумкин. Жумладан:

Японлардаги инсонларнинг ўзаро ҳурмат муносабатлари истеъмолчиларга нисбатан юқори даражада муомалали бўлишга ундайди. Ўзбекларнинг маданияти ҳам шарқ халқларники билан уйғунликда ривожланган бўлиб, инсонлараро илиқ муносабатлар тарихан шаклланган. Ушбу хусусият мамлакатимиз тадбиркорларининг онгига “Истеъмолчи- бозор кироли” деган маркетинг ақидасининг тўлиқ сингдирилиши муҳим пойдевор бўлиб хизмат қилиши мумкин деб ҳисоблаймиз. Пировардида савдо маданияти истеъмолчиларга бўлган муносабат ҳам бир мунча ижобий томон юксалиши мумкин.

Японлардаги каби ўзбек халқининг меҳнатсеварлигидан оқилона фойдаланиш ходимларни корхонанинг ягона маркетинг стратегиясини амалга ошириш учун жипслаштиришда катта самара беради.

Илмий-тадқиқот тажриба конструкторлик ишларини ривожлантириш мамлакатимиз олимларининг илмий салоҳиятини кенг жалб қилган ҳолда, маҳаллий табиий арзон хом ашёлардан фойдаланилиб, экспортга йўналтирилган ва импорт ўрнини босувчи янги товарларни яратиш ва бозорга киритиш лозимдир.

Макромаркетинг жиҳатидан республикаимиз ҳудудларидаги мавжуд салоҳиятни ҳисобга олган ҳолда, соҳаларни ривожлантириш дастурларини ижросини таъминлашга эътиборни кучайтириш мақсадга мувофиқдир.

Республикаимиздаги ҳозирги давлат сиёсатида кўпроқ илм талаб қилувчи соҳаларда кичик бизнес субъектларининг ташкил этилиши моддий-техника, хом ашё, молия, маҳсулотни сотиш томонидан рағбатлантирувчи маркетинг давлат дастурини ишлаб чиқиш ва жорий қилиш республикаимиз иқтисодиётида муҳим аҳамиятга эга.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотлар натижасида ишсиз ёшларни ишга ёллаб, уларда харидоргир маҳсулотларни ишлаб чиқарилишини йўлга қўйилиши, бозор конъюнктураси тебранишларига мос ҳаракатлана олиш қобилиятларини шакллантирмоқда. Бунинг натижасида бозор муносабатлари бўйича тажриба ва кўникмаларга эга маркетинг ходимлар тайёрланиб, кадрлар муаммоси ҳам ечилиб борилмоқда.

Йирик саноат корхоналари билан кичик бизнес ўртасида субподряд тизими асосида ҳамкорлик муносабатларини шакллантириш ва ягона бозор сегментига хизмат қилиш учун йўналтириш мақсадга мувофиқ деб ҳисобланади. Бунда кичик бизнес субъектлари эҳтиёт қисмларни етказиб бериш орқали қиймат яратади ва фаолиятни барқарорлаштиради.

Моддий ва молиявий имкониятлари кенг, ўз фаолиятларини муқобил ривожлантиришга ҳаракат қилувчи йирик корхоналар республикаимизда мавжуд бўлиб, улар билан кичик бизнес субъектлари ўртасида ўзаро манфаатли алоқаларни ўрнатиш муҳим аҳамиятга эгадир. Бунинг натижасида кичик бизнес фаолиятидаги таваккал хавфи даражаси пасаяди, имиджи пайдо бўлади, тезда харидорлар ишончини қозонади, сотиш ишлари жадаллашади.

Биз юқорида жаҳоннинг иқтисодиёти энг юксак даражада ривожланган мамлакатларидан бирининг кичик бизнес маркетинги ривожланиши асосида ишлаб чиқилган таклифлар Ўзбекистон кичик бизнеси, хусусан унинг маркетингини ривожланишига инновацион маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва жорий этиш соҳасида юқори тажриба ва салоҳиятга эга бўлган хорижий (халқаро) ташкилотлар билан ҳамкорлик қилиш асосида иқтисодиётни ривожлантиришни долзарб муаммоларини ҳал қилишда фойдаланиш мумкин. Бу эса, Ўзбекистон кичик бизнеси, хусусан унинг маркетинги ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади.

**Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси, 25.12.2017 й. [www.turkiston.uz](http://www.turkiston.uz)
2. Котлер Ф. “Основы маркетинга” Пер. с англ., Москва, “Прогресс”, 1990 год.
3. Ходиев Б.Ю. Қосимова М.С. Самадов А.Н.” Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик”. Тошкент, “Иқтисод-Молия” 2014 йил.
4. Каримов Ф.Ш ва бошқалар “Кичик бизнесни бошқариш” Тошкент - 2009 йил.

| <b>М.М.Дадажонова</b><br><b>Возможности использования</b><br><b>маркетинга малого бизнеса Японии в</b><br><b>условиях Узбекистана</b>                                                                                                                                                                                                                           | <b>М.М.Dadajonova</b><br><b>Experience of application of Japanese small</b><br><b>business marketing in Uzbekistan</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В статье предложены пути развития микро и макромаркетинга малого бизнеса на основе изучения опыта японской экономики и с учётом различий в развитии, инфраструктуре и условий регионов.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> управление маркетингом, микро, макро-маркетинг, сегмент, потребление, связь, инновации, инфраструктура, экспорт.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article suggests the ways of development of micro and macro-marketing of small business on the basis of studying the experience of the Japanese economy and taking into account the differences in development, infrastructure and conditions of the regions.</p> <p><b>Keywords:</b> management of marketing, micro, macro marketing, segment, consumption, communications, innovation, infrastructure, export.</p> |

**О.М.Пардаева** – СамҚХИ ўқитувчиси

### **ИШ БИЛАН ТАЪМИНЛАНИШНИНГ ЯНГИ ЙЎНАЛИШИ – ЎЗИНИ ЎЗИ БАНД ҚИЛИШНИНГ АФЗАЛЛИКЛАРИ**

**Аннотация:** мақолада бандликдаги янги йўналиш бўлган ўзини ўзи банд қилишнинг ўзига хос хусусиятлари, тамойиллари ва уларнинг тавсифи ҳамда ўзини ўзи банд этишнинг чекловлари, уларнинг шакллари қараб чиқилган. Бунда ўзини ўзи иш билан таъминлаган кишининг нуфузи (имиджи), унинг имкониятлари, иш фаолиятидаги эркинлиги, тенглиги, иқтисодий хавфсизлиги, товарлар ва хизматларнинг етарли даражада даромадлилиги, иш вақтининг ихтиёрийлиги, уларнинг мослашувчанлик хусусиятлари ҳам ёритилган.

**Калит сўзлар:** тадбиркор, бизнес, бизнесмен, мулк эгаси, тадбиркорлик субъекти, тадбиркор хусусиятлари, бозор инфратузилмаси, фойдага интилиш, иқтисодий эркинлик, иқтисодий масъулият, иқтисодий таваккалчилик, рақобатда қатнашиш, тадбиркорлик сири, ҳалоллик.

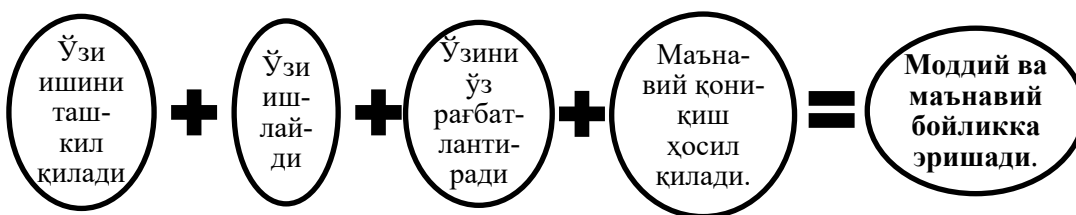
Мамлакатимизда ижтимоий масалалардан бири аҳолини иш билан таъминлашга қаратилган. Бу борада жуда кенг кўламли чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Бу тадбирларнинг яна бир янги йўналиши аҳолининг ўзини ўзи иш билан таъминлашдан иборатдир. Ўзини ўзи банд қилишнинг бошқа йўналишларга нисбатан ўзига хос хусусиятлари мавжуд. Бу хусусиятлар ўзини ўзи банд қилиш тамойилларига асосланиб иш кўришида намоён бўлади. Бу ҳолат одатда қуйидаги беш сабабдан келиб чиқишади:

- шахсий қониқиш;
- мустақилликка интилиш;
- фойда олиш;
- бандлик кафолати;
- шахсий мавқе.

Ушбу тамойилларни қараб чиқамиз. Улардан бири **шахсий қониқиш** бўлиб ҳисобланади. Инсоннинг табиати шундай, у қаерда ишламасин, қаерда

яшамасин, энг аввало, шахсий қониқиш ҳосил қилишга ҳаракат қилади. Аммо бунга меҳнат жамоаларида жуда яхши ишлаб ҳам эриша олмаслиги мумкин. Аммо одам ўзи хоҳлаган ишни ўзи қилса ва ундан маълум даражада манфаатдорлик таъминланса, жуда катта шахсий қониқиш ҳосил бўлади. Бундай ҳолат одамни жуда катта ва йирик ишларни амалга ошириш учун асос бўлиши мумкин.

Айрим одамлар учун ўзини ўзи иш билан таъминлаш эвазига шахсий қониқиш ҳосил қилиши мумкин. Бу билан одам ўзини ўзи тақдирлаган бўлади. Демак, ушбу жараённинг ўзига хос хусусиятларидан бири, ўзи ишни ташкил қилади, ўзи ишлайди, ўзини ўзи рағбатлантиради. Натижа эса моддий бойлик орттириш билан бирга маънавий қониқишни ҳам ўзи ташкил қилади. Буларнинг ўзаро боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (1-расм).



**1-расм. Аҳолининг ўзини ўзи иш билан банд қилиб, моддий ва маънавий бойликка эришгунча бўлган босқичлар**

Расмдан кўриниб турибдики, одам ўзини ўзи иш билан таъминласа моддий ва маънавий натижага эришгунча маънавий қониқишни қўлга киритиш мумкин. Чунки у бошқа бирор корхонада ишласа, ўзини ўзи тақдирлагандек, тақдирланмаслиги мумкин эди. Шу туфайли ҳар бир одам ўзи хоҳлаган ва танлаган ишни қилишининг ўзи унинг тақдирланганлиги бўлиб ҳисобланади. Бундай кишилар ўзларини-ўзлари ҳар куни тақдирлаб борадилар. Агар бирорта меҳнат жамоасида фаолият кўрсатилганда маълум давр, яъни ҳисобот даври ўтиши керак эди. Шу туфайли одамлар ўзларини сафарбар қилиш учун ҳам катта имконият бўлиб ҳисобланади.

Ўзини ўзи банд қилиш одамга ҳар бир иш кунини ва вақтини ўзига роҳат бағишлайдиган ишни бажаришга сарфлашига имкон беради. Масалан, расм олишни яхши кўрсангиз, хусусий студиянгизни ташкил этишингиз мумкин. Ҳар сафар мижоз ўз фотопортретидан қониққанини билдирганда, сиз ҳам шахсий қониқиш ҳис қиласиз ва маълум миқдорда хизматингиз учун ҳақ оласиз. Бу эса, ўзини ўзи иш билан банд қилиш билан бирга катта маънавий қониқиш ҳам олишини кўради.

Ўзини ўзи иш билан банд қилиш тамойилининг бири **мустақиллик**дир. Ўзини ўз иш билан таъминлаган одам ўз билимини, кўникмасини ва қобилиятини ўзи хоҳлаган тарзда қўллаши мумкин. Бошқа ишлайдиганларга нисбатан ўзини ўзи банд қилган одамлар кўпроқ эркинликка эга. Чунки ихтиёри билан ташкил қилинган ишда ихтиёрийлик ҳукм суради.

Мазкур тамойилга дахлдор яна бир йўналиш ушбу шахснинг **фойда** олишида намоён бўлади. Бу барча харажатларни тўлагандан кейин қоладиган даромаднинг бир қисмидир. Фойда ишни ташкил қилган шахснинг ўзига қолади. Жуда кўп ҳолларда ишни ташкил қилган одамга кўпроқ вақт ва кўпроқ ҳаракат қилишини тақозо қилади. Бундай ҳолат ҳам ихтиёрийлик асосига қурилганлиги туфайли ҳам завқидир. Бироқ инсон бошқа бировларга ишлаганида бундай ҳолат камдан-кам учраши мумкинлиги ҳаммага аён.

**Бандлик кафолати** инсонлар учун жуда муҳим, чунки кўпгина корхоналар бандлик кафолатини тўлиқ таъминлай олмайди. Иш кўлами қисқарса, корхона касодга учраса албатта ходимларни ушлаб туриш имконияти бўлмайди. Шу туфайли одамларнинг доимий иш билан таъминланган бўлишлигига истаги юқори бўлади. Бироқ, ёлланган меҳнатда бунга эришиб бўлмайди. Бу эса одамларни ўзини ўзи иш билан бандлигини таъминлаш истагини туғдиради. Ўзини ўзи банд қилган одамлар ишдан бўшатилиши, корхонадан ҳайдалиши ёки маълум ёшга етганда мажбурий тарзда ишдан пенсияга чиқариб юборилиши мумкин эмас. Демак, одамлар ўзларини ўзлари иш билан таъминласа, уларнинг иш жойи кафолатланган бўлади. Бундай шахслар ҳаётда жуда кўп бўлиши мумкин, аммо ҳунармандлар, художниклар, томорқа эгалари, миллий буюмларни ишлаб чиқарувчилар, гилам тўқийдиганлар, атлас, адрас ишлаб чиқарувчи каби одамлар ўзларини ўзлари кафолатланган иш билан таъминлайди.

Ўзини ўзи банд қилган одамлар маълум даражада **мавқе** баланд бўлади. Чунки ўзини ўзи банд қилган одамлар истеъмолчилар билан ўрнатган алоқалари ва уларнинг фаолияти оммавий ахборот воситаларида ёритилиши туфайли, диққатни жалб этади ва эътирофга сазовор бўлишади. Бунинг натижаси сифатида, улар кўпгина бошқа ишлаётганлардан юқорироқ мавқега эга бўлиб, бундан шахсий қониқиш олиб, ўз касбининг натижасидан роҳатланиши мумкин.

Қайд этиш жоизки, ўзини ўзи банд этишнинг маълум чекловлари ҳам мавжуд. Бундай чекловлари қуйидагилардан иборат: инвестиция қилинган сармояни йўқотиш эҳтимоли, ишончсиз ёки паст даромадли бўлишлиги, кўп вақт сарфланиши, фақат ўзи бўлганлиги туфайли зерикарли бўлишлиги, барча ишларни ўзининг бажаришга бўлган зарурати.

Ўзини ўзи банд қилишнинг ўзига хос чекловлари энг аввало, ўзи **инвестиция қилган сармоясининг йўқотиш хавфи** борлигида намоён бўлади. Маълумки, “инвестиция қилинган сармоя” атамаси ўзини ўзи банд қилган кишининг ўз фаолиятини ташкил этганда сарфланган харажатларини билдиради. Бу харажатлар тез ва самарали қоплансагина эгасини қаноатлантиради. Агар ўзининг фаолияти яхши ривожланаётган бўлса, оладиган фойдаси етарли бўлиши мумкин. Агарда, ушбу фаолият омадсизликка учраса, унга инвестиция қилинган сармоя йўқотилиши мумкин. Шу туфайли ўзини ўзи банд қилган киши маълум маънода эҳтиёткорлик билан иш кўришига тўғри келади. Аммо Самарқанд шаҳрида ўзини ўзи иш билан таъминлаётган кўплаб одамлар қаторига “Самарқанд нони”ни ишлаб чиқараётганларни мисол келтириш мумкин. Уларнинг касби ва бандлиги авлоддан-авлодга ўтиб келмоқда.

Яна бир чеклов ўзини ўзи банд қилган шахсларнинг **иш ҳақлари ёлланган ходимларнинг иш ҳақидан фарқли ўларок, ўзгариб туриши** мумкин. Ёлланган ходим бир маъромда ойлик олади, аммо ўзини ўзи иш билан таъминлаган одамда бу ҳолат бир маромда бўлмаслиги мумкин. Бир ойда жуда кўп ва иккинчи ойда кам бўлиб қолиш хавфи йўқ эмас. Фойда миқдори ойдан-ойга ўзгариши мумкинлиги ҳам бундай кишиларни бироз хавотирда ушлаб туриши мумкин. Аммо даромад келиб турганда ҳам, у шахсий ва оилавий эҳтиёжларни қондириш учун етарли бўлмаслиги мумкин. Бундай ҳолат кўпинча фаолиятнинг бошланғич давларида кузатилади. Чунки ҳали етарли тажриба ва кўникма ҳосил қилмаган бўлади.

Яна бир чеклов **иш вақтининг чегараланмаганлиги** билан изоҳланади. Ўзини ўзи иш билан банд қилган кишилар ўз иш вақтини ҳафтада қирқ соат билан чекламайди. Кўпгина ўзини-ўзи банд қилган одамлар кунига ўн тўрт соат ва ундан кўпроқ, ҳафтасига олти ёки етти кун ишлайди. Агар бундай фаолият корхона даражасига кўтарилса, кўп ҳолларда ушбу корхона эгаси эрталаб

биринчи бўлиб ишга келади ва кечкурун охирги бўлиб ишдан кетади. Корхонанинг иш вақти эгасининг ихтиёри билан эмас, истеъмолчилар учун қулайлик нуқтаи назаридан белгиланади. Масалан, кўп дўконлар 8:00 дан 21:00 гача ишлайди. Нон ёпадиганлар эрта тонгда нонуштага иссиқ нонни етказиб бериш учун кечаси билан ишлаб чиқади ва ҳ.к. Бундай мисолларни кўплаб келтириш мумкин.

Ўзини ўзи иш билан таъминлаган кишилар истеъмолчилар талабига мослашиши учун **ўзларига ноқулай бўлган вақтда фаолият кўрсатишига ва ўзларига ёқмаган ишларни қилишлигига ҳам мажбур бўлади**. Масалан, ўзини ўзи иш билан таъминлаган ошпазни олайлик, у нима бўлганда ҳам ўзининг мавқеини ушлаб туриши учун албатта истеъмолчиларнинг вақтига ва талабига мослашиши лозим бўлади. Агар истеъмолчилар салгина ранжийдиган бўлса улар бошқасига боради. Бу ҳолат рақобат шароитида мумкин эмас. Ҳар бир тадбиркор ўз мавқеини мустаҳкамлаб бориши лозим. Бунинг учун истеъмолчилар талабига мослашишга тўғри келади. Бу албатта унчалик осон иш эмас, аммо на чора, кун кўришни хоҳлаган одам, шунга мослашишга мажбур. Бизнес билан шуғулланиш сиз мутлақо бажаришни истамайдиган, лекин бажаришингиз мажбур бўлган ишлар зарурати билан боғлиқ бўлиши мумкин.

Ўзини ўзи иш билан банд қилган одамнинг ўзига хос хусусияти, ўз фаолияти натижасида ўзининг, оиласининг даромадини таъминлаш имконини яратади. Бунинг чизмаси қуйидаги расмда келтирилган (1-расм).



**1-расм. Ўзини ўзи иш билан банд қилган кишининг оила даромадлари манбалари**

Ушбу расмда ўзини ўзи банд қилган кишининг оила ёки ўзининг шахсий даромадлари манбаларининг айримларини келтирдик. Ҳар бир одам ҳозирги пайтда ўзлари тадбиркорлик очиб фаолият кўрсатиш ҳукукига эга. Бундай имкониятдан ҳар бир фуқаро фойдаланиши мумкин.

Кишилар ўзларини ўзлари банд қилиши учун оилавий анъаналарни давом эттириши ҳам мумкин. Масалан, Самарқанд шаҳрида кўпгина йўналишлар бўйича хунарамандлар, ёғоч ўймакорлиги, кулолчилик кабиларни келтиришимиз мумкин. Ушбу кишилар ўзларининг манфаатларини қондириш билан бирга бир қанча ижтимоий-иқтисодий вазифаларни ҳам бажаради. Масалан, улар миллий анъаналарни сақлаб қолган ҳолда авлоддан-авлодга ўтказиб келади, зарур маҳсулотлар ишлаб чиқариб жамиятга ҳам катта фойдаси тегади. Ўз фаолияти натижасидан солиқ тўлаш эвазига давлат бюджетини ҳам тўлдириб боришга ўзларининг муносиб ҳиссаларини қўшади.

Кўриниб турибдики, одамларнинг ўзларини ўзлари иш билан таъминлаш масаласи ва шу орқали бандлик муаммосини ҳал қилиниши жуда катта ижтимоий аҳамиятга эга. Бундай жараён мамлакатимизнинг келгуси ҳаётида катта аҳамият касб этади.

| <p style="text-align: center;"><b>О.М.Пардаева</b><br/><b>Новое направление занятости - это преимущества самозанятости</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p style="text-align: center;"><b>O.Pardaeva</b><br/><b>The new direction of employment is the advantages of self-employment</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> в статье рассматриваются особенности, принципы и характеристики самозанятости, новой тенденция в сфере занятости, ограничения самостоятельной занятости и их формы. Это включает в себя репутацию, потенциал, свободу, равенство, экономическую безопасность, достаточность товаров и услуг, время работы добровольцев и их гибкость.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> предприниматель, бизнес, собственник, субъект предпринимательства, предпринимательские атрибуты, рыночная инфраструктура, стремление к прибыли, экономическая свобода, экономическая ответственность, экономический риск, конкуренция, деловая тайна, честность.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article examines the features, principles and characteristics of self-employment, a new trend in employment, restrictions on self-employment and their forms. This includes reputation, potential, freedom, equality, economic security, the adequacy of goods and services, the time of volunteer work and their flexibility.</p> <p><b>Keywords:</b> entrepreneur, business, owner, business entity, entrepreneurial attributes, market infrastructure, profit drive, economic freedom, economic responsibility, economic risk, competition, business secrets, honesty.</p> |

**З.Т.Тешабоева** – Андижон машинасозлик институти катта ўқитувчиси

### **ЗАМОНАВИЙ ШАРОИТДА КОРХОНА БИЗНЕС ИМКОНИАТЛАРИНИ ОШИРИШНИНГ САМАРАЛИ ЙЎЛЛАРИ**

**Аннотация:** мақолада миллий иқтисодиётни модернизациялаш шароитида корхоналар бизнес имкониятларини баҳолаш асосида самарали ривожланиш стратегияларини шакллантириш зарурияти ва йўналишлари тақлиф этилган.

**Калит сўзлар:** Бизнес имконият, аъёнавий корхона, замонавий корхона, стратегик бошқарув, маркетинг ёндашуви, инновацион менежмент.

Мамлакатимизда барқарор ва самарали иқтисодиётни шакллантириш борасида амалга ошириб келинаётган ислохотлар бугунги кунда ўзининг натижаларини намойён этмоқда. Жумладан, қисқа вақт ичида иқтисодиётда чуқур таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, аҳоли даромадларининг ўсишини таъминлаш, самарали ташқи савдо ҳамда инвестиция жараёнларини кучайтириш, қишлоқ хўжалигини ислоҳ қилиш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик соҳасини барқарор ривожлантириш, банк-молия тизими фаолиятини мустаҳкамлашда аҳамиятли ютуқлар қўлга киритилди.

Ўзбекистоннинг халқаро иқтисодий майдондаги нуфузи ва мавқеи сезиларли даражада ва мунтазам ошиб бормоқда. Бунда мамлакатимизни янада ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар Стратегиясининг пухта ишлаб чиқилганлиги, иқтисодий ислохотлар мақсади ва вазифалари, амалга ошириш йўлларининг аниқ ва тўғри кўрсатиб берилганлиги бош мақсад йўлидаги ютуқ ва марраларнинг салмоқли бўлишига имкон яратди.

Ҳозирги даврда дунё мамлакатлари ижтимоий-иқтисодий тараққиёти ўзининг маъно-мазмунини жиҳатидан олдинги босқичлардан кескин фарқ қилади. Бунда энг асосий ва муҳим жиҳат – миллий иқтисодиётларнинг тобора интеграциялашуви ва глобаллашувининг кучайиб боришидир. Айни пайтда бу жараёнлар халқаро майдондаги рақобатнинг ҳам кескинлашуви, ҳар бир

мамлакатнинг халқаро меҳнат тақсимотидаги ўз мавқеини мустаҳкамлаш учун курашининг кучайишига ҳам таъсир кўрсатади.

Бироқ, ўз ўрнида таъкидлаш лозимки, жаҳон иқтисодиётига интеграциялашув ва глобаллашувнинг ижобий томонлари билан бир қаторда маълум зиддиятли жиҳатлари ҳам мавжуд. Жумладан, турли мамлакатлардаги иқтисодий ривожланишнинг бир текисда бормаслиги, дунё мамлакатлари ўртасида ижтимоий-иқтисодий ривожланиш жиҳатидан тафовутнинг, экологик таҳдидларнинг кучайиб бориши, турли мамлакатларда аҳоли сони ўзгаришининг кескин фарқланиши каби ҳолатлар жаҳон хўжалигининг яхлит тизим сифатида барқарор ривожланишига тўсқинлик қилади. Шунингдек, мазкур жараёнларининг яна бир хусусиятли жиҳати – жаҳоннинг бир мамлакатада рўй бераётган ижтимоий-иқтисодий ларзаларнинг муқаррар равишда бошқа мамлакатларга ҳам ўз таъсирини ўтказиши ҳисобланади.

Юқоридагиларни эътиборга олган ҳолда, ҳозирги жаҳон мамлакатлари иқтисодий тизимида рақобат кураши кескинлашиб бораётган даврда, миллий иқтисодиётимизни модернизациялашда корхоналарнинг бизнес имкониятларини ошириш муҳим аҳамият касб этмоқда.

Бизга маълумки, бизнес имконият – бу мулк шаклидан қатъий назар, ҳар қандай фаолият(бизнес) юритиш учун яратилган зарурий шарт-шароитлар, ташкилий-ҳуқуқий асослар, мавжуд ресурслар ва улардан фойдаланиш даражаси, иқтисодий-сиёсий барқарорликнинг мавжудлиги ва шу каби бошқа бизнес юритиш учун зарур бўлган ҳатти-ҳаракатлар, чора ва тадбирлар мажмуидир. Бундан ташқари ҳар қандай корхонанинг бошқарув тизими бош мақсад йўлида оқилона ҳаракатлана олса, бизнес имкониятлари даражаси юқори бўлади (1 - жадвал).

1- жадвал

## Замонавий корхонага хос хусусиятлар

| Анъанавий корхона                                                      | Замонавий корхона                                        |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Корхона - халқ хўжалигининг оддий хужайраси                            | Корхона - тўла ҳуқуқли, мустақил хўжалик объекти.        |
| Фаолият умумхалқ хўжалик самарадорлиги нуқтаи назаридан олиб борилади. | Фаолият ўз фойдасини кўзлаб олиб борилади.               |
| Кам ўзгаришлар муҳити                                                  | Тез ўзгаришлар муҳити                                    |
| Кўп бошқарув қарорлари юқоридан тушириларди.                           | Бошқарув қарорлар корхонада яратилади (идеал ҳолатда)    |
| Ресурслар юқоридан тасдиқланиши ва нисбатан сероблиги.                 | Ресурслар камлиги, молиялаштириш муаммоси.               |
| Бошқарувчи – бошлиқ, раҳбар                                            | Бошқарувчи – менежер                                     |
| Ишлаб чиқаришнинг операцион бошқаруви                                  | Стратегик бошқарув элементлари мавжуд                    |
| Завод (фабрика) нуқтаи назаридан иш юритиш                             | Корхона (фирма) нуқтаи назаридан иш юритиш.              |
| Ривожланиш юқоридан таъминланади                                       | Ривожланиш ички имкониятлардан келиб чиқади.             |
| Раҳбарлар захираси ташқарида шаклланади                                | Раҳбарлар захираси корхонада шаклланади.                 |
| Ижтимоий манфаатлар ривож топган                                       | Корхоналар ўз миссиясига, мақсадларига, мафқурасига эга. |

Яъни, замонавий корхоналарга кучли таъсир этувчи ва уларнинг фаолиятини шакллантирувчи омиллар – бу бозор муносабатларидаги жараёнлар, айниқса конъюнктуравий ўзгаришлар, жаҳон иқтисодиётининг глобаллашуви, ўсиб

бораётган рақобат, доимий ва тез ўзгаришлар, ўта мураккаб ҳўжалик муҳити, замонавий ишлаб чиқариш хусусиятларидир.

Ўзига равшан мақсадлар танлаш, ҳамда муҳитга мослашиш замонавий корхонага хос асосий хусусиятлардан биридир.

Хорижий ва маҳаллий корхоналар фаолиятида 3 асосий иқтисодий ва бошқариш учун муҳим ўзгаришларни кузатиш мумкин:

- 1) «ишчи – ишчи ўрни» муносабатлари;
- 2) «корхона- ишчи-ходимлар» муносабатлари;
- 3) «корхона-корхона» муносабатлари.

Замонавий корхонани ажратиб турган яна бир нарсa – бу замонавий корхона бошқаруви тубдан ўзгариши. Сўнгги 10-15 йил ичида корхоналар бошқарув тизимининг деярли барча тарафлари кескин ўзгаришларга дуч келган, ушбу ўзгаришлар деярли барча жаҳон мамлакатлари корхоналари фаолиятида кузатилмоқда.

Олдин фойдаланилган бошқарув технологияларини самарадорлиги бозор муносабатларига ўтиш, ислохотларни бошланиш даврида пасайган. Бугун ташқаридан эмас, балки ташқи ва ички омиллар таъсирида ўз фаолиятига ўзгаришлар кирита оладиган ва атроф-муҳитнинг динамик ўзгаришларига мослашган замонавий бошқарув технологияси яратилиши керак. Ўзбекистон корхоналари ушбу шароитларда самарали, юқори натижа эришишга мўлжалланган бошқарув тизимини мустақил шакллантириб боришлари зарур. Фақат замонавий талабларга жавоб берадиган рақобатбардош бошқарув корхоналарнинг бозорда ўз ўрнини топиши, узоқ муддатли фаолият ва ривожлантириши гарови бўлиши мумкин.

Ҳўжалик муҳитидаги ўзгаришлар замонавий корхона бошқарувида олдинги бошқарувга мос бўлмаган бир қатор янги вазифаларни қўяди. Булар:

- фаолиятни бозор эҳтиёжлари томонига қаратиш (маркетинг);
- корхонани келажагини ўйлаб ривожланишини таъминлаш (стратегик бошқарув);
- корхонада рақобатбардошлик талабларига жавоб берадиган маҳсулот яратиш (сифатни бошқариш);
- корхона қийматини ошириб бориш (ходимлар билан ишлаш – инсон ресурсларини бошқариш);
- корхонада ишлаб чиқаришни ва маҳсулотни такомиллаштириб бориш ва истеъмолчининг янгидан-янги эҳтиёжларини қондиришга қаратилган янгиликлар яратиш (инновацион менежмент).

Фикримизча, кўрсатилган вазифаларни бажариш корхоналарининг кўпчи-лиги у ёки бу ҳолда дуч келаётган қуйидаги асосий муаммоларни ҳал этишини тақозо этади. Яъни, замонавий корхонанинг энг асосий муаммоси – бу бошқарув муаммосидир. Бозор иқтисодиётига мос бошқарув усуллари ва дастакларини тўла ўзлаштириш замонавий бошқарув илмининг ривожланишига боғлиқ. Бу эса, ўз навбатида, қайси муаммолар энг муҳим деб топиш, уларни тез ва тўғри ҳал этиш, ўз ижобий ва сезиларли таъсирини ўтказди деб танлашга боғлиқ.

Корхоналар мустақиллиги ошиб борар экан, корхона келажагини таъмин-лаш учун, ўз фаолиятини режалаштириши, атроф-муҳит ўзгаришига мослашиб бориши, стратегик бошқарувни жорий этиши, корхона ўз таркибини ва ўз хусу-сиятларини замон талабларига қараб ўзгартириши керак. Бу корхона бошқарувида эгилувчанлик ва мослашувчанликни талаб этади. Бунда ходимларини корхонанинг асосий бойлиги эканлигини англаш, инсон ресурсларини бошқариш корхона раҳбариятининг эътибори марказида бўлиши зарур.

Юқоридаги фикр ва мулоҳазалар асосида бугунги кунда корхоналар бизнес имкониятларини оширишнинг қуйидаги йўллари таклиф этиш мумкин:

- корхона ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш;

▪ корхона тасарруфидаги мавжуд ресурс ва имкониятлардан оқилона фойдаланишга мунтазам эришиш, ҳамда уларни замон ва бозор талаблари даражасида янгилашиб боришини таъминлаш;

▪ меҳнат ресурсларидан, яъни ишчи-ходим, мутахассис, раҳбарлар малакасини ошириб бориш, меҳнат шaroитларини юксалтириб бориш;

▪ инновацион ғояларни қўллаб-қувватлаш, якуний натижаларига қараб оқилона ва одилона рағбатлантириш тизимини жорий этиш;

▪ бошқарув тизимини мунтазам такомиллаштириб бориш, ваколатлар тақсимооти ва рағбатлантириш тизимида адолатлилик принципига қатъий риоя қилишга эришиш;

▪ замонавий коммуникация тизимини шакллантириш;

▪ «тижорат сири» тоифасидаги маълумотларни ташқарига чиқиб кетмаслик механизмини яратиш ва унга амал қилинишига эришиш;

▪ мунтазам равишда харидор(мижоз)лар талаб ва эҳтиёжларини ўрганиш, унинг натижаларига маҳсулот ишлаб чиқаришни мослаштириш;

▪ меҳнат жамоасидаги соғлом ижтимоий-руҳий иқлимни шакллантириш ва уни доимийлигини таъминлаш;

▪ оқилона хўжалик алоқалари тизимини яратиш ва уни мунтазам мустаҳкамлашиб боришини таъминлаш.

Бу вазифаларни ҳам стратегик, ҳам жорий даражаларда ҳал этиш механизмини шакллантириш – корхоналар барқарор фаолият юритишларига асос бўлиб хизмат қилади.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси 25.12.2017 й [www.turkiston.uz](http://www.turkiston.uz)
2. Маматов М. Миллий иқтисодиётга хорижий инвестицияларни жалб қилишнинг назарий асослари./ “Иқтисодиёт ва таълим”. 2011 йил, 4-сон.
3. Маҳмудов Н.М, Маджидов Ш.А. Инвестицияларни ташкил этиш ва молиялаштириш. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2010.
4. <http://www.aup.ru>-Административно-управленческий портал., Бизнес-портал AUP.Ru, Менеджмент и маркетинг в бизнесе.

| <p><b>З.Т.Тешабоева</b><br/><b>Эффективные пути повышения бизнес-возможностей предприятия</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p><b>Z.T.Teshaboeva</b><br/><b>Effective ways to improving business opportunities of the enterprise</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> в статье обоснована необходимость и предложены пути формирования эффективных стратегий развития предприятий на основе оценки их бизнес-возможностей в условиях модернизации национальной экономики.<br/><b>Ключевые слова:</b> бизнес-возможности, традиционное предприятие, современное предприятие, стратегия развития, стратегическое управление, маркетинговый подход, инновационный менеджмент.</p> | <p><b>Abstract:</b> In article justified necessity and proposed ways of forming effective strategies for the development enterprises on the basis of their business capabilities in a modernization of national economy<br/><b>Keywords:</b> business opportunities, traditional enterprise, modern enterprise, development strategy, strategic management, marketing approach, innovation management</p> |

## МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

З.С.Умурзакова – Андижон машинасозлик институти ассистенти

### КОРХОНАЛАРДА ЗАМОНАВИЙ УСУЛЛАРНИ ҚЎЛЛАШ ОРҚАЛИ БОШҚАРИШ ТИЗИМИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ

**Аннотация:** мақолада бошқарувнинг замонавий усулларида фойдаланиб, корхона бошқарув тизими самарадорлигини ошириш йўллари кўрсатиб берилган.

**Калит сўзлар:** иқтисодий, ижтимоий-психологик, ташкилий-фармойиш, бошқариш функцияси, бошқарувнинг роли.

Ҳар қандай ишлаб чиқариш бошқарувнинг муайян тизимсиз оқилона ҳаракат қила олмайди ва ривожланмайди. Шу туфайли ижтимоий меҳнат тақсироти асосида жамият ўзига хос ва мос бошқарув тизимини яратади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга қилган Мурожаатномасида: - “Энди ҳар биримиз, энг аввало, давлат бошқаруви органлари раҳбарларининг вазифаси – ўзимиз масъул бўлган соҳа ва тармоқда ишларнинг аҳволини танқидий баҳолаш асосида зиммамизга юклатилган вазифаларни масъулият билан бажаришни таъминлашдан иборат. Шундай давр келди.

Энг асосий устувор вазифа – «Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили» Давлат дастурини амалга ошириш, «Инсон манфаатлари – ҳамма нарсадан устун» деган олижаноб ғояни изчиллик билан ҳаётга татбиқ этишдан иборат.

Ҳаётнинг ўзи ва халқнинг талаблари бизнинг олдимизга амалий ечимини топиш лозим бўлган янги ва янада мураккаб вазифаларни қўймоқда.

Бу ўринда асосий муаммо, менинг назаримда, қуйидагилардан иборат. Биринчидан, айрим идоралар ва уларнинг раҳбарлари реал ҳаётдан ва халқ эҳтиёжларидан маълум даражада узилиб қолмоқда. Иккинчидан, тармоқ ва ҳудудларни ривожлантириш концепциялари ва дастурларини ишлаб чиқишда юзаки ёндашувга йўл қўйилмоқда. Ва ниҳоят, учинчи асосий камчилик – кўпчилик раҳбарларнинг мураккаб муаммоларни кабинетдан чиқмасдан, иқтисодиёт тармоқлари, ҳар бир корхонадаги, шаҳар ва туманлардаги, айниқса, қишлоқ жойлардаги ишлар қандай аҳволда эканини чуқур ўрганмасдан ҳал этишга одатланиб қолгани билан боғлиқ. Шунинг учун, махсулот чиқарадиган барча корхоналар бўйича ҳаракат дастурини пухта ишлаб чиқиш лозим”<sup>1</sup>.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили»да амалга оширишга оид Давлат дастури тасдиқланди<sup>2</sup>.

Белгилаб қўйилсинки: Ҳаракатлар стратегиясини ўз вақтида ва самарали амалга ошириш барча давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ҳамда уларнинг мансабдор шахслари фаолиятининг бирламчи вазифаси ва бош устувор йўналиши ҳисобланади;

Ҳаракатлар стратегияси беш босқичда, юртимизда йилларга бериладиган номлардан келиб чиқиб, ҳар бир йил бўйича давлат дастурлари қабул қилинишини назарда тутган ҳолда амалга оширилади. Ҳаракатлар стратегиясининг 1-пунктида Давлат ва жамият қурилиши тизимини такомиллаштиришнинг устувор йўналишлари:

1.1. Демократик ислохотларни чуқурлаштириш ва мамлакатни модернизация қилишда Олий Мажлис, сиёсий партияларнинг ролини янада кучайтириш.

1.2. Давлат бошқаруви тизимини ислох қилиш.

1.3. Жамоатчилик бошқаруви тизимини такомиллаштиришдир.

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси 25.12.2017 й [www.turkiston.uz](http://www.turkiston.uz)

<sup>2</sup> Ушбу Фармон «Халқ сўзи» газетасининг 2017 йил 8-февралдаги 28 (6722)-сонидан эълон қилинган.

Бундан кўриниб турибдики, Республикамиз барча соҳа ва тармоқларида бошқарув тизимини такомиллаштиришдан иборатдир. Олдимизга қўйилган ушбу вазифаларни самарали бажариш эса кўплаб омилларга бевосита боғлиқдир.

Ҳар бир корхонанинг асосий мақсади, доимий тарзда фойда олишдан иборатдир. Бироқ, бозор шароитларида бошқарувчилар корхона фаолиятига салбий таъсир кўрсатувчи бир қатор муаммоларга дуч келиши мумкин.

Демак, корхона ўзининг асосий мақсадларини ҳал этишда унинг молиявий механизми қуйидаги масалаларни ҳал этиши зарур.

1. Яқин келажакка мўлжалланган корхонанинг ривожланиш мақсадларига мос равишда моддий манбаларнинг етарли ҳажмини таъминлаш. Ушбу масала белгиланган муддат бўйича зарурий молиявий манбалар ҳажмини белгилаш ҳамда ички манбалар ва ташқи ҳамкорлар ҳисобига молиявий манбаларни максимал даражада жалб этиш, шу билан бирга кредит молиявий воситаларни моҳирона бошқариш ва манбавий молиявий салоҳиятни шакллантиришни оптималлаштириш асосида амалга оширилади.

2. Ташкилот фаолиятининг асосий йўналишлари учун мўлжалланган молия ҳажмини самарали сарф қилишни шакллантириш.

Бунда молиявий манбаларни оптимал тақсимлаш корхона ривожланиш мақсадлари учун фойдаланишда зарурий мосликни (пропорционалликни) яратишни тақозо этади.

Корхонанинг ишлаб чиқариш жараёнида унинг ривожланишининг стратегик мақсадлари ўрганилиши ҳамда молиявий қўйилмаларидан олинадиган фойда даражаси тадқиқ этилиши лозим.

Молия айланмасини меъёрлаштириш. Ушбу вазифа корхонанинг молия оқимларини самарали бошқариш, турли муддат давомида пул маблағларини жалб қилиниши ва ўтказилиши ўртасидаги мосликни таъминлаш ҳамда корхонанинг айланма активларини зарурий даражада қўллаб-қувватлаш орқали амалга оширилади. Бундай молиявий оптималлаштиришнинг натижаси, моддий активларнинг ўртача қолдиғини минималлаштириш ҳисобланади ва бу ҳолат эса молияларни носамарадор тақсимлаш ва инфляция асосида содир бўлувчи йўқотишларни камайишини таъминлайди.

4. Мавжуд бўлган молиявий таваккалчилик шароитида корхона фойдасини максималлаштиришини таъминлаш, бу ҳолат эса самарадор бошқарув фаолияти, молия айланмасига корхоналар активлари ва кредит-молиявий воситаларни жалб қилиш ҳамда корхона фаолиятида юқори самарадор йўналишларни танлаш орқали амалга оширилади.

Иқтисодий ривожланиш учун корхона самарадор солиқ, амортизацион ва дивиденд сиёсатини олиб бориш асосида соф фойдани оширишга интилиши зарур. Корхона фойдасини максималлаштиришга молиявий таваккалчилик даражасини сезиларли даражасини ошириш орқали эришилади.

5. Фойданинг режалаштирилган ҳажмига мос равишда молиявий таваккалчилик даражасини пасайтириш. Агарда корхонанинг даромади даражаси аввалдан режалаштирилган бўлса, у ҳолда ушбу фойдани олишни кафолатловчи молиявий таваккалчиликни минималлаштириш муҳим вазифа ҳисобланади.

Бу ҳолатга амалий (операцион) ва молиявий фаолиятнинг турли кўринишларидан ҳамда молиявий инвестициялар пакетидан фойдаланиш орқали эришиш мумкин.

6. Корхонанинг ривожланиш жараёнида муҳим молиявий тенгликка эришиш.

Муҳим молиявий ривожланиш молиявий барқарорлик ҳамда корхона фаолиятининг ҳар бир босқичида тўлов қобилиятининг юқори кўрсаткичлари билан ифодаланади. Бу ҳолат моддий воситаларнинг оптимал тузилмасини

яратиш ва ишлаб чиқариш талабларини ўз-ўзини молиялашнинг етарли даражасини таъминлайди.

Корхоналар бошқарув тизимини шакллантириш умумий ҳолда бошқарув усуллари тизимларини яратиш орқали амалга оширилади. Зарурий натижага эришиш мақсадида ташкилий тизим фаолиятини амалга ошириш бошқарув тизимини ушбу тизимга таъсир этиши орқали бажарилади. Бунда белгиланган мақсадларга эришишни таъминловчи таъсир этишнинг зарурий воситаларини белгилаш зарур. Бундай воситалар бошқарув усуллариини белгилайдилар.

Бошқарувнинг иқтисодий, ижтимоий -психологик усуллари мавжуддир. Ушбу усуллар ўзаро боғлиқдирлар ҳамда улардан комплекс тарзда фойдаланилади. Ташкилий усуллар иқтисодий усуллардан фойдаланиш учун асос яратадилар, ижтимоий-психологик усуллар ташкилий ва иқтисодий усулларни тўлдирган ҳолда корхона фаолиятини бошқаришнинг зарурий воситалар тўпламини яратадилар.

Биз қуйида ушбу усулларни кўриб чиқамиз.

1.Бошқарувнинг иқтисодий усуллари. Бу усулда шахснинг ижтимоий жараёнларда иштирокига боғлиқ бўлган моддий манфаатлари татбиқ этилиши ифодаланади ва бу амалда буюм-пул муносабатларидан фойдаланилади. Ушбу усуллар татбиқ этилишининг иккита тамойили мавжуддир. Биринчи тамойил ташқи муҳитнинг иқтисодий қисми бўйича давлат даражасида яратилган ҳолатлардан фойдаланишга мўлжалланган бошқарув жараёнларида ифодаланади. Ушбу тамойилнинг моҳияти қуйидагича:

- хўжалик юритувчи субъектларнинг солиққа тортиш тизимини шакллантириш;
- корхонанинг моддий ва номоддий активлари янгиланишини таъминловчи амалдаги амортизацион сиёсатини белгилаш;
- давлат тарафидан иш ҳақи, пенсия ва ҳ.к.ларни минимал даражада белгилаш.

Бошқарувнинг иқтисодий усуллариини иккинчи тамойили турли иқтисодий ричаглардан фойдаланишга мўлжалланган бошқарув жараёнларига боғлиқдир ва бу ричаглар молиялаштириш, кредитлаш, нархларни шакллантириш, жарималар ва ҳ.к.ларни ифодалайди.

2. Бошқарувнинг ижтимоий-психологик усуллари шахснинг ижтимоий ҳолати сабабларини ифодалайди. Ҳозирги замон ишлаб чиқариш даражаси ҳамда ходимларнинг умумтаълим ва профессионал-малакавий даражаси ўсиши инсонларнинг меҳнат фаолияти тузилмалар ва кадриятларга йўналтирилган тузилмаларда сезиларли ўзгаришларга сабаб бўлади.

Меҳнатнинг таркибий ва яратувчанлик хусусияти, ташаббускорликнинг ифода этилиши имконияти, шахснинг жамоа тарафидан тан олинishi ва шу каби омиллар кейинги пайтларда муҳим аҳамият касб этмоқда.

Шунинг учун ижтимоий психология қонуниятлари ва ходимнинг шахсий психикасини англаш ва талқин этиш ихтиёрий ишлаб чиқаришнинг самарадор бошқаришни зарур шарти ҳисобланади.

3.Бошқарувнинг ташкилий усуллари мажбурлаш хусусиятига эга бўлган сабабларга асосланади. Бундай усулларнинг мавжуд бўлиши ва амалий жиҳатдан татбиқ этилиши инсонлар тарафидан меҳнатни биргаликда ташкил этишга хайрхоҳлик асосида белгиланади.

Бошқаришнинг ташкилий усуллари ташкиллаштирилган муносабатлар ва раҳбариятнинг маъмурий ҳокимлиги тамойилларига асосланган ходимларга таъсир этиш усуллари комплексини ифодалайди.

Бошқарувнинг юқорида кўрсатиб ўтилган усулларидан моҳирона фойдаланиш кўп ҳолларда самарадор хўжалик юритишни таъминлайди.

Бозор шароитларида корхоналарнинг бошқаришнинг асосий тамойиллари.

Тамойил – бошқарувнинг қоидалари, талаблари, ғоялари ва ривожлантириш учун инвестициялар ҳажмини белгилашни ҳамда яратилаётган маҳсулот ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва сифатини оширишни белгилайди. Шу билан бирга корхона фаолиятининг натижаларига ички омиллар ҳам ўз таъсирларини кўрсатадилар. Бундай омиллар корхонанинг ички ҳолати ва амалиётини ифодалайдилар. Ички омиллар ривожланиш стратегиясини татбиқ қилиш жараёнига ва корхона бошқарувига ўз таъсирини кўрсатадилар.

Бундай омиллар қуйидаги омиллардан ташкил топадилар, яъни: жалб қилинадиган инвестициялар ҳажмини белгиловчи ишлаб чиқаришнинг илмий-техник ва ташкилий ривожланиши омиллари, прогрессив технологиялар омиллари, ишлаб чиқаришни такомиллаштириш, кооперациялаш, концентрациялаш ва автоматлаштириш омиллари ҳамда меҳнатни ташкиллаштиришни такомиллаштирувчи омиллар. Ҳозирги замон шароитларида ишлаб чиқаришни бошқаришни корхона ҳудудларида ташкил этиш ва автоматлаштириш муҳим аҳамиятга эга бўлмоқда.

Корхона бошқарувини самарадорлигини баҳолашда тизимли ёндашувга ёндашиш муҳим аҳамиятга эга ва бу ёндашув қуйидаги тамойилларни ўз ичига олади: ютуқлар, тежамкорлик, хўжалик стратегияси, ташкилий тузилмалар, ахборот таъминоти, моддий манбалар, бошқарув, бошқарув қарорлари, бошқарув самарадорлиги, бошқарувнинг амалдаги самарадорлиги, бошқарув самарадорлиги салоҳияти, ишлаб чиқаришнинг технологик ўзагидаги ўзгаришлар, ишчи кучи сифатидаги ўзгаришлар, тизимга таъсир этувчи ташқи ва ички ижтимоий-иқтисодий шароитлар, фаолият кўрсатиш сифати, бошқарувда инсон омили таъсирини ўсиши, бошқарув соҳасининг тузилмаси қанчалик мураккаб бўлса ёки корхонада бошқарув марказлаштирилган бўлса, ечим қабул қилишда раҳбариятнинг субъектив ёндашув таъсири юқори қийматга эга бўлади.

1. Ташқи муҳит омилларининг тезкор ўзгариши. Бундай омилларга қонунчилик ва норматив актлар тааллуқлидир.

2. Илмий-техник ривожланишининг тезлашуви. Бундай омилларга техник ва технологик омиллар тааллуқлидир. Тизимли ёндашув универсал кўрсаткичлар ёрдамида турли тоифадаги ахборотларни катта миқдорини баҳолашни изоҳлайди. Бундай ёндашув ўз таркибига қуйидаги бўлинмаларни олади:

- баҳоланаётган мезоннинг барча тамойилларининг таъсири;
- баҳоланаётган мезоннинг ҳар бир тамойилини мос келувчи таҳлил усуллари орқали тадқиқ қилиш;
- олинган баҳолаш натижаларини оммавийлаштириш (универсаллаштириш);
- натижаларни қайта ишлаш;
- баҳоланаётган мезонни такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқиш.

Тизимли ёндашувни татбиқ этишнинг асосий мақсади баҳоланаётган соҳаларни таққослаш имконини берувчи баҳолашнинг универсал кўрсаткичини қабул қилиш ва барча баҳоланаётган мезонларни татбиқ қилиш асосида баҳолаш самарадорлиги даражасини оширишдан иборатдир.

Тизимли ёндашув бошқарувни тўлиқ ҳолда ҳамда алоҳида ечимлар қабул қилишда тадқиқ қилади. Натижада олинган алоҳида кўрсаткичларни шаклландувчи ва шаклландирилган кўринишда синфларга ажратиш мумкин.

Натижада тизимли ёндашув юқорида кўрсатилган кўрсаткичларни биргаликда тадқиқ этади. Соҳанинг шаклландувчи кўрсаткичлари молиявий-иқтисодий таҳлил саҳасида мавжуд бўладилар. Кўп ҳолларда соҳа бўлинмаларнинг ўзаро ҳамкорлиги математик усуллари асосида тадқиқ қилинади ва қабул қилинган ечим баҳоланади. Юқорида кўрсатиб ўтилган мулоҳазалар

асосида корхоналарнинг бошқариш кўрсаткичларини қуйидагича шакллантириш мумкин:

- ташқи шарт-шароитларни аниқ тасаввур қилиш, таҳлил қилиш ва прогнозлаш ҳамда манбаларни ўз вақтида тақсимлаш;
- асосланган ва юқори даражада шакллантирилган мақсадларнинг мавжудлиги ва корхона ходимларининг улар ҳақида маълумотга эга эканлиги;
- ишлаб чиқариш натижаларига эришиш мақсадида манбалардан самарадор фойдаланиш қобилияти мавжудлиги;
- умумий мақсадларга эришиш учун ўзаро келишувчанликни таъминловчи корхона бўлинмаларини юқори даражада бирлаштириш;
- ташқи муҳитнинг ўзгарувчи шароитларига корхонанинг мослашувчанлик қобилияти.

Бошқарув самарадорлигини икки шаклда изоҳлаш мумкин, яъни биринчидан самарадор ишлаб чиқаришни қўллаб-қувватлаш мезони орқали ифодалаш мумкин, иккинчидан эса ўзгаришларга мослашувчанлик амаллар сифатида ифодалаш мумкин. Шунга боғлиқ равишда бошқарув самарадорлиги асосида ишлаб чиқариш маҳсулдорлиги тушунчаси пайдо бўлади. Маҳсулдорлик натижалар ва харажатларнинг оптимал мос келишувига эришишни ифодалайди ва корхона умумий самарадорлигининг таъминлаш воситаси сифатида ифодаланади.

Бошқарув самарадорлиги мезонларининг учта гуруҳлари мавжуд:

- 1) маҳсулот миқдори ва сифатини ифодаловчи ишлаб чиқариш самарадорлиги;
- 2) вақтнинг узоқ оралиғида техника, технологиялар ва маданиятда ўзгаришларга мослашувчанлик қобилияти;
- 3) вақтнинг тезкор кичик оралиғида ишлаб чиқариш, бозор, талабнинг ўзгариши ва ҳ.к.ларда ўзгаришларга таъсир этиш қобилиятига асосланган корхона фаолиятининг мослашувчанлиги.

Шу билан бир қаторда мослашувчанлик корхонани самарадор бошқаришнинг асосий омилларидан бири сифатида қуйидаги тўрт тамойилга эгадир:

- ижтимоий мослашув. Бунда ечим қабул қилиш ва уни бажариш жараёнида ташқи ва ички ижтимоий муҳитидаги ўзгаришларни ҳисобга олиш ва уларга мослашиш қобилияти пайдо бўлади;
- илмий-техник мослашув. Бунда янги технологиялар ва маҳсулотлар, бошқарувни ташкил этиш ҳамда ходимларни тайёрлаш соҳасида илмий-техник ривожланишнинг ютуқларидан фойдаланиш ва бу ўринда ҳосил бўлувчи талабларини ҳисобга олиш;
- маъмурий мослашув. Бошқарув услубияти асосида изоҳланувчи бошқарув жараёнлари ва тизимлари талабларига бошқарувнинг шакллари ва усулларининг мослиги;
- бозорга мослашув. Бошқарув тизимининг ишлаб чиқаришдаги, бозордаги, илмий-техник тараққиёт ва ҳоказолардаги шарт-шароитларнинг турли ўзгаришларга мослиги.

Бошқарув самарадорлигини узоқ муддатли баҳолашда ушбу тамойил бошқарув самарадорлигининг асосий мезонларидан ҳисобланади.

Юқоридаги мулоҳазалар асосида барча тамойилларни қамраб олувчи бошқарув самарадорлигини баҳолаш кўп мезонли масала ҳисобланади ва у кўпинча ечимга эга бўлмайди. Бундай масалани ҳал қилишда ижтимоий ва иқтисодий тамойилларни бирлаштирувчи тизимли ёндашувлардан фойдаланиш, реинженеринг тамойилларни бошқарув тизимига моҳирона қўллаш, контроллинг усулларини татбиқ этиш ҳамда бошқарувни сенергетик тамойилларга асосланган ҳолда қайта шакллантириш катта иқтисодий самара беради.

Шу билан бир қаторда бозор иқтисодиёти шароитида корхона бошқарув тизимида ва унинг самарадорлигини таъминлашда ҳозирги кунда бир қатор муаммолар мавжуддир.

Корхоналар бошқарув тизимини ҳозирги босқичидаги ҳолати улар фаолиятидаги стратегик мўлжалларнинг ўзгаришига узвий боғлиқдир. Корхонанинг бозор иқтисодий шароитидаги асосий иқтисодий мақсадлари бўлиб ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш, фойдани кўпайтириш, янги бозорларга чиқиш ва корхона жамоаси эҳтиёжларини қондириш ҳисобланади.

Шу билан бирга хўжалик хавфи омили таъсири ортади, нархларнинг эркин шаклланиши устуворлиги пайдо бўлади ҳамда маҳсулот етказиб берувчилар ва истеъмолчиларни мустақил танлаш имкони юзага келади. Бу ўринда давлат тарафидан корхонани хом ашё билан таъминлаш, унинг маҳсулотини сотиш ҳамда ходимлар иш ҳақи даражасини белгилаш кафолати таъминланмайди. Мамлакатда олиб борилаётган иқтисодий ислохотлар корхоналарнинг стратегик ривожланиш усуллари ва иқтисодиётни давлат тарафидан тартибга солишнинг усуллари тубдан ўзгартиришини тақозо этади. Иқтисодий ислохотларнинг мақсади корхоналар ўртасида ҳамда алоҳида корхоналар ҳудудида янги муносабатларни ўрнатишдан иборатдир.

Ҳозирги кунда фаолият кўрсатаётган корхоналарнинг асосий хусусиятларидан бири шундан иборатки улар доимий равишда ўзгарувчан иқтисодий шарт-шароитларда фаолият кўрсатадилар.

Режали ва бозор иқтисодиёти шароитида нисбий муқим муҳит мавжуд бўлади. У ҳолатда бундай муҳит корхонанинг фаолият кўрсатишини таъминловчи тадбиркорликнинг бошқа иштирокчилари ва қоидаларига ўз таъсирини кўрсатади.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси, 25.12.2017 й. [www.turkiston.uz](http://www.turkiston.uz)
2. Зайнутдинов Ш.Н. ва бошқалар. Менежмент асослари. Ўқув қўлланма. Тошкент 2001-йил.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>З.С.Умурзакова</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Повышение эффективности системы управления предприятием на основе использования современных методов</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье рассмотрены вопросы повышения эффективности системы управления предприятием на основе использования современных подходов к управлению</p> <p><b>Ключевые слова:</b> экономика, социально-психологический, организационно-распорядительные, функции управления, роль управления</p> | <p style="text-align: center;"><b>Z.S.Umurzakova</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Enhancement of enterprise management system based on modern methods.</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article examines the issues of improving the efficiency of the enterprise management system based on the use of modern approaches to management.</p> <p><b>Keywords:</b> economics, socio-psychological, organizational and administrative functions of management, the role of management.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**М.Ж. Саидова** – Андижон машинасозлик институти ўқитувчиси

## **ХЎЖАЛИК СУБЪЕКТЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ ЭКСПОРТ ЙЎНАЛИШИГА БУРИШДА МАРКЕТИНГНИНГ АҲАМИЯТИ**

**Аннотация:** мақолада ҳозирги даврда корхоналарда маркетинг фаолиятини қўллаш, ушбу муносабатларнинг шаклланиши турли шароитларда турлича юз берганлиги сабабли, унинг тармоқ ва минтақа хусусиятлари тобора яққолроқ кўзга ташланиши кўрсатиб берилган.

**Калит сўзлар:** маркетинг, менежмент, минтақа ижтимоий-иқтисодий ривож, экспорт, импорт.

Ҳозирги кунда республикамиз иқтисодиётини эркинлаштириш шароитида хўжалик субъектларини ташқи иқтисодий муносабатларга жалб этиш долзарб масалалардан биридир. Бунда экспорт учун маҳсулот ишлаб чиқарувчиларнинг ташқи бозорга мустақил равишда чиқишларини таъминлаш, жаҳон амалиёти тажрибаларининг энг янги шакл ва услубларини жорий этишни жадаллаштиришдан иқтисодий манфаатдорликни вужудга келтириш орқали иқтисодий алоқалар самарадорлигини ошириш кўзда тутилган. Республикамиз Президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлисга қилган Мурожаатномасида: «Ташқи иқтисодий соҳада ҳали ишга солинмаган катта имконият ва заҳиралар мавжудлигини таъкидлаш лозим»<sup>1</sup> - деб таъкидлаган эдилар.

Хўжалик субъектлари фаолиятини экспорт йўналишига буришда хорижий мамлакатлар билан бевосита алоқаларни ривожлантириш муҳим ўрин тутди. Бугун техника-технология тараққиётининг жадаллашган суръатлари, истеъмолчи талабининг тез ўзгариши, бозорлардаги аҳвол ишлаб чиқаришда содир бўлаётган ўзгаришларга чаққонлик, оперативлик билан ҳозиржавоб бўлиб туришни талаб этмоқда. Чаққонлик, ишлаб чиқаришнинг мослашувчанлиги ҳозирги вақтда тобора кўпроқ муҳим омилга айланмоқдаки, бу омил ишлаб чиқаришнинг рақобатга қобиллигини, ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини, ривожланиш истиқболларини белгилаб беради.

Андижон вилоятида кейинги йилларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари тарафидан ташқи иқтисодий алоқалар иштирокчиси статусини олиш учун мурожаатларни ҳисобга олиб қатор афзалликлар берувчи давлат норматив актларининг қабул қилиниши натижасида ташқи иқтисодий фаолият иштирокчилари сони ўсди. Эндиликда ташқи бозорда фаолият юритиш учун билим ва кўникмаларнинг етарли даражада бўлиши, рақобатни тўғри баҳолай олиш, хусусан маркетингнинг ўрнини тушуниб етиш эҳтиёжи кучаяди.

Ҳозирда вилоятимизда ҳамкорликнинг турли шакллари фойдаланиб ташкил этилган хўжалик субъектлари ташқи бозорга чиқишга ҳаракат қилмоқда. 2018 йил 1 январь ҳолатига кўра 26021 та юридик шахслар рўйхатга олинган бўлиб, шундан 24644 таси ёки 94,7 фоизи фаолият кўрсатмоқда. 2678 та юридик шахс рўйхатга олинган бўлса, 4476 таси тугатилган.

2018 йил 1 январь ҳолатига кўра 21798 та тижорат шаклидаги корхона ва ташкилотлар рўйхатга олинган бўлиб, шундан хусусий корхоналар 6955 та, оилавий корхона 496 та, масъулияти чекланган жамият 13644 та, бошқа корхоналар 703 тани ташкил этади. Ушбу даврда 4476 та корхона ва ташкилотлар фаолияти тугатилган бўлиб, улардан 4016 таси (жами фаолияти тугатилганларнинг 89,7 фоизи) кичик (бизнес) тадбиркорлик субъектларини ташкил этган. Хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналар сони 179 тани

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 25.12.2017 й [www.turkiston.uz](http://www.turkiston.uz)

ташкил этган бўлса, улардан фаолият кўрсатмаётган корхоналар ўртача 7тани ташкил этиб, фоиз ҳисобида 96,1 ни ташкил этган. Бундан шундай хулосага келиш мумкин:

1.Хўжалик субъектларининг ички ва ташқи иқтисодий фаолиятда бирон-бир мустақиллик кўрсатишга эҳтиёткорлиги, бозорнинг ўзгарувчан шароитларида оператив ҳаракатланиш тажрибасининг камлиги муайян қийинчиликларни юзага келтирди ва уларни бартараф этишга тўғри келмоқда.

2.Бевосита алоқаларнинг, қўшма корхоналар сонини кўпайтириш уларнинг керакли даражада “иқтисодий сифат”га эга бўлишини таъминлашга қараганда анча осон. Бинобарин, хўжалик субъектлари ишини ташкил этиш ва бошқаришнинг энг прогрессив усулларига ўтиши суи бормоқда.

3.Ташқи бозор шартлари ва ҳолатларини қисман ўрганиб ёки умуман ўрганмасдан жаҳон бозорига чиқишга ҳаракат қилинмоқда. Яъни рақобат паст даражада бўлган ички бозордан, рақобат доимий амалда бўлган ташқи бозорларга чиқиш билан боғлиқ муаммолар.

Юқорида тилга олинган ҳолатларнинг ҳам объектив, ҳам субъектив сабаблари бор. Бунда масалан, хўжалик субъектлари раҳбарлари ва персоналнинг ташқи фаолият масалаларида етарли саводга эга эмасликлари, фикрлашда юзага келган андозалар ҳам салбий ўрин тутди. Ушбу ҳолатлар ҳозирда фаолиятни экспорт йўналишига буришда маркетингнинг ўрни ва аҳамиятини аниқ белгилаб беради.

Маркетинг нуқтаи назаридан, ички ва ташқи маркетинг тизимлари ўртасидаги асосий фарқ муҳитни кенг ва чуқурроқ англаш кераклигидадир.

Хўжалик субъектларининг иқтисодий шарт-шароитлар, қонунлар, маданият ўртасидаги фарқлар каби масалаларни ҳал этишда уларга ўз маркетинг чора-тадбирларини қачон, қаерда ва қандай қўллаш кераклиги ҳақидаги ёндашувини келтириб чиқаришга ёрдам беради. Ташқи бозорларда истеъмолчилар талабларини ҳар томонлама ўрганган хўжалик субъектлари қайси бозорлар самаралироқ эканлигини ажрата оладилар. Ушбу мамлакатлардаги якка шахслар ёки фирмалар билан иш олиб бориш механизмини тўғри танлайдилар.

Корхоналарда маркетинг фаолиятини қўллаш, маркетинг муносабатларининг шаклланиши турли шароитларда турлича юз берганлиги сабабли, унинг тармоқ ва минтақа хусусиятлари тобора яққолроқ кўзга ташланади. Маркетингнинг ана шу жараёнларини ўрганиш, маркетинг муносабатлари шаклланишининг ўзига хос минтакавий хусусиятларини тадқиқ этиш зарур. Бизнинг назаримизда, маркетингнинг ана шу шартлари базасида шаклланиш хусусиятларини очиб бериш, корхоналарга бозор шароитида самарали ишлаш йўриқларини маркетинг ёрдамида кўрсатиб бериш алоҳида илмий изланишларни тақозо этади. Айни чоғда миллий иқтисодиётимизда макро ва микро даражада маркетингни йўлга қўйишнинг дастлабки тажрибаларини ўрганиш ва умумлаштириш ҳам талаб этилмоқда.

Корхона стратегик бошқарувини маркетинг асосида ташкил этиш, шакллантириш ва тартибга солиш механизми аниқ бир хўжалик юритувчи субъектлар ҳатти-ҳаракатларининг хусусиятлари мажмуасидан иборат бўлиб ниҳоятда ўзига ҳосдир. Хўжалик юритувчи субъектнинг бозорда тутган ўрни, унинг потенциаллари, кўрсатаётган хизмат турлари хусусиятлари ва бошқалар шулар жумласига киради. Шунга мувофиқ ҳамма учун бир хил ривожланиш стратегияси амал қилмайди. Шу билан биргаликда стратегик бошқаришни маркетинг асосида ташкил этишда бир қатор умумий тамойилларни белгилаш, амалга ошириш мумкин ва шартдир. Ҳозирги шароитда минтақада маркетинг шаклланишига асос бўлувчи назарий муаммоларнинг ўз ечимларини топиши муҳимлиги аниқ йўналишда илмий мавзунини белгилаб беради.

Бизнингча, тадқиқотнинг асосий мақсади Ўзбекистон шароитида, унинг турли минтақалари шароитида маркетингни йўлга қўйиш, маркетинг шаклланишининг муҳитга боғлиқлигидан келиб чиққан ҳолда хусусиятларини очиб бериш, шунингдек, амалиётни таҳлил қилиш орқали мазкур механизмни такомиллаштириш ва ундан самарали фойдаланиш бўйича илмий асосланган таклифлар ишлаб чиқишдан иборат. Бу изланишларни илмий мақсади қуйидагилардан иборат:

1. Бозор маркетинг бошқарувини асослаш учун талаб ва таклиф мувозанатини ўрганиш.
2. Маркетингни турли минтақаларда жорий этишнинг ўзига хосликларини ўрганиш ва илмий-амалий тавсиялар ишлаб чиқиш.

Илмий-тадқиқотларнинг мақсадидан келиб чиққан ҳолда тадқиқотда қуйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

- иқтисодий ислохотлар шароитида маркетингнинг ижтимоий – иқтисодий моҳиятини очиб бериш;
- замонавий маркетинг концепцияси регионал ривожланишга боғлиқлигини кўрсатиб бериш;
- минтақада маркетингни ташкил этиш ва амалиётда қўллаш йўллари асослаш;
- маркетинг амалиёти шаклланиши даражасини ўрганиш ва таҳлил қилиш;
- маркетингдан самарали фойдаланиш механизмни аниқлаш;
- ривожланиш босқичида маркетинг тизимини тартибга келтириш;
- корхоналарнинг минтақавий шароитда устувор маркетинг стратегиясини танлаш ва маркетингни шакллантириш йўллари таклиф этиш.

Маркетинг шаклланишининг минтақавий хусусиятларини илмий тадқиқ этиш биринчидан, назарий ва илмий аҳамиятга эга бўлиб, унда маркетингни назарий, методологик, илмий асосларини очиб беришга ҳаракат қилинади. Ўзбекистонда бу фан ривожланишининг илмий ечимлари устида тадқиқот олиб борилади. Иккинчидан, иш мафкуравий-маърифий аҳамиятга эга. Чунки унда одамларни бозор муносабатлари руҳида тарбиялаш, жумладан маркетинг таълимини бериш, иқтисодий тафаккур ҳосил қилишга қаратилган фикрлар олинади. Учинчидан, амалий аҳамият касб этади, яъни маркетингни йўлга қўйган, унинг самарадорлигини амалда кўрсата олган корхоналар, жамоалар тажрибаси ўрганилади, умумлаштирилади ва таклиф-мулоҳазалар берилади. Тўртинчидан, илмий-тадқиқотлар менежмент фаолияти учун ҳам аҳамиятлидир. Гап шундаки, маркетинг – ташкил этиш ва бошқаришга алоқадор иқтисодий муносабатлар мажмуидир.

Юқоридагиларни умумлаштириб шунини айтиш мумкинки, илмий-тадқиқотлар якунида республика миллий иқтисодиёти, хусусан Андижон вилояти иқтисодиётининг ҳозирги ҳолати ва ривожланиши устида комплекс тизимли илмий-тадқиқот олиб боришга ва уни такомиллаштиришга ҳамда иқтисодий ислохотларни ривожланиши шароитида маркетинг фаолиятини ташкил этишга эришилади.

Минтақада маркетинг тизимини шакллантириш ижтимоий-иқтисодий самарадорликни таъминлаш масалаларига бевосита боғлиқдир. Маркетинг ўзи амал қилиб турган ишлаб чиқариш муносабатлари тизимидан, жаҳон иқтисодиётининг ҳозирги ҳолати имкониятларидан кенг фойдаланади, ҳозирги замон талаблари асосида ривожланиб боради ва акс таъсир кўрсатади.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 25.12.2017 й [www.turkiston.uz](http://www.turkiston.uz)

2. Мескон М. и другие. Основы менеджмента. Пер. с англ. –М., “Дело”, 1992 .
3. Котлер Ф. Основы маркетинга Пер. с англ. М., “Прогресс”, 1990.
4. Андижон вилоятининг статистик ахборотномаси, 2017 йил январь-декабрь.

| М.Ж.Саидова                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | M.J. Saidova                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Роль маркетинга в экспортоориентации деятельности хозяйствующих субъектов</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье рассмотрены вопросы организации маркетинговой деятельности предприятий, ориентированных на экспорт, с учетом отраслевых и региональных особенностей.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> маркетинг, менеджмент, социально-экономическое развитие региона, экспорт, импорт.</p> | <p><b>The role of marketing in the export orientation of the activity of economic entities.</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article deals with the organization of marketing enterprises, activities focused on exports, and regional industry specific features.</p> <p><b>Keywords:</b> marketing, management, social-economic development of the region, exports, imports.</p> |

**Н.У. Мурадова** – ассистент СамИЭС,  
**А.Т. Ахмедова** – ассистент СамИЭС

## ПРОДВИЖЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ ПОСРЕДСТВОМ МАРКЕТИНГА

**Аннотация:** статья раскрывает потребность использования потенциала рынка лизинговых услуг с учетом инструментов маркетинга. Кроме того, в ней отражены уникальные аспекты лизинговых услуг, позволяющие способствовать решению инновационных лизинговых вопросов.

**Ключевые слова:** рынок лизинговых услуг; инновационные инвестиционные проекты; инновационные лизинговые услуги; лизинг.

«В век глобализации и все более усиливающейся конкуренции мы обязаны реально и самокритично оценивать свое место в происходящих сегодня в мире кардинальных переменах, идти в ногу с растущими требованиями времени. Жизнь никогда не стоит на месте, и выигрывает та страна, тот народ, который имеет глубоко продуманную программу и стратегию ее реализации, имеющую четкие ориентиры и приоритеты, и, что особенно важно, работающую на упреждение возможных кризисов и различных катаклизмов, взлетов и падений мировой экономики»<sup>1</sup>. Тогда еще перспектива формирования инновационной системы страны отмечался первым президентом РУЗИ.А. Каримовым. Несомненно, современный этап мирового экономического развития требует формирования экономических стратегий, основанную на распространение и использование модернизированных подходов.

Одним из востребованных финансовыми услугами является лизинг, так как ее наличие дает массу благоприятных условий развития привлечения капитала и конкурентоспособности. Несомненно, что формирование и развитие рынка лизинговых услуг требует максимального удовлетворения ожиданий как лизингополучателя, так и лизингодателя. В связи с этим, в последнее время можно заметить тенденцию инновационных подходов перспективного развития

<sup>1</sup> Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране. Доклад первого президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената ОлийМажлиса Республики Узбекистан, 12 ноября 2010 года. [www.press-service.uz](http://www.press-service.uz) – официальный сайт пресс-службы Президента Республик Узбекистан. Дата обращения 3 октября 2017 года

рынка лизинговых услуг. Данная тенденция была замечена и подчеркнута указом Президента РУз «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан»: «...расширение объемов страховых, лизинговых и иных видов финансовых услуг за счет внедрения их новых видов и повышения качества, а также развитие фондового рынка как альтернативного источника привлечения капиталов и размещения свободных ресурсов предприятий, финансовых институтов и населения»<sup>1</sup>.

Наблюдая тенденции развития рынка финансовых услуг замечается, что процесс оказания инновационных лизинговых услуг становится менее предсказуемым. А это, нередко негативно влияет не только на устойчивость лизингополучателей, но и на уязвимость всего лизингового отношения лизингополучателя. Поэтому постоянное изучение лизингового рынка и лизинговых сделок, хорошее знание работниками лизингодателей специфики создаваемых ими элементов лизинга или услуг, умелое прогнозирование развития и определение перспектив развития рынка приобретают особую актуальность. Большое значение при этом имеет учет внешних и внутренних факторов, влияющих на уровень уязвимости лизинговых операций лизингополучателей.

Механизм регулирования лизинговых операций в Узбекистане во многом связан с уровнем развития маркетинга и устойчивой концепции маркетингового исследования в реальном секторе экономики, способным снизить риски заемщиков на разных стадиях реализации инновационно-инвестиционных проектов. Устойчивая концепция, которая должна поддерживаться составителями лизинговой сделки, должна составляться в зависимости от их финансового состояния. Поэтому реализация комплекса маркетинговых исследований в рамках осуществляемых лизинговых сделок должна базироваться на комплексе взаимосвязанных эффективных действий лизингодателя и лизингополучателя.

Особенности эффективных их действий заключается в: необходимости, наряду с мониторингом и контролем его реализации, создания условий для рентабельной работы лизинговых компаний в рамках лизингового рынка; обеспечении их ликвидности; максимальном удовлетворении потребностей лизингополучателей, структуре и качестве лизинговых услуг в целях достижения максимальной устойчивости деловых связей между лизингодателем и лизингополучателем.

В условиях усиливающейся конкуренции усилия лизингодателей должны быть направлены на своевременное налаживание каналов сбыта предмета лизинга. При этом лизинговые компании должны как можно шире использовать как собственные, так и несобственные каналы сбыта предмета лизинга.

Активная деятельность лизинговой компании по продвижению предметов инновационного лизинга согласно лизинговой сделки или услуг будет предопределяться:

- значимостью предоставляемых инновационно-лизинговых услуг для лизингополучателей;
- ценами на предметы инновационного лизинга; удобством использования предмета инновационного лизинга или услуг;
- качеством и уровнем устойчивого обслуживания предмета инновационного лизинга или услуг;
- репутацией и имиджем лизинговой компании в деловом мире.

В целях удержания и увеличения доли на рынке лизинговых услуг или

<sup>1</sup>Указ Президента РУз «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан». Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2017 г., № 6, ст. 70, № 20, ст. 354.

услуг специалистам лизинговой компании необходимо осуществлять постоянную сегментацию рынка лизинговых услуг путем их анализа и возможных клиентов по определенным характеристикам, которые предлагают отдельным сегментам востребованные ими оборудования или лизинговые услуги и занимаются расширением их видов и повышением качества. В основе сегментации рынка лизинговых услуг должны лежать содержание и характер создаваемых лизинговых услуг, клиентурный признак (юридические и физические лица, предприятия), а также географическая, демографическая, психокультурная и поведенческая сегментация.

Таким образом, качественное формирование инновационных лизинговых сделок должно начинаться с принятия взвешенных бизнес-планов, которые характеризуют не столько виды или этапы деятельности лизингополучателя, сколько его цели и стратегию освоения рынка лизинга или услуг. Если лизингополучатель выбрал их правильно, он может использовать самые разные формы организации работы по реализации лизингового оборудования в зависимости от конкретных внутренних обстоятельств и тех внешних условий, в которых осуществляет свою деятельность лизингополучатель.

Маркетинговое исследование инновационного развития лизинговых услуг, как правило, исходят из разграничения двух исторически сложившихся и хорошо изученных моделей использования имущества на условиях аренды и на условиях лизинга. При этом отождествление аренды с лизингом приводит к резкой поляризации взглядов на проблему выбора пути развития и характер проводимых мероприятий модернизации экономики.

#### Список использованной литературы:

1. Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране. Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената ОлийМажлиса Республики Узбекистан, 12 ноября 2010 года. [www.press-service.uz](http://www.press-service.uz) – официальный сайт пресс-службы Президента Республик Узбекистан. Дата обращения 3 октября 2017 года.
2. Указ Президента РУз «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан». Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2017 г., № 6, ст. 70, № 20, ст. 354.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Мурадова Н.У., Ахмедова А.Т.</b><br/> <b>Маркетинг ёрдамида инновацион лизинг хизматларини рағбатлантириш</b></p> <p><b>Аннотация:</b> мақолада лизинг хизматлари бозорини ривожлантиришда мавжуд маркетинг инструментларига бўлган эҳтиёжи ёритилган. Шунингдек, лизинг хизматларининг ўзига хос томонлари акс этиб, унда лизингнинг инновацион масалалари ечими ўрганилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> лизинг хизматлари бозори; инновацион инвестиция лойиҳалари; инновацион лизинг хизматлари; лизинг.</p> | <p><b>Muradova N.U., Ahmedova A.T.</b><br/> <b>Promotion of innovative leasing services with marketing tools</b></p> <p><b>Abstract:</b> Article discloses the need to use the potential of the leasing market taking into account marketing tools. In addition, it reflects the unique aspects of leasing services that help to solve innovative leasing issues.</p> <p><b>Keywords:</b> market of leasing services; innovative investment project; innovative leasing services; leasing.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Б.Ш.Мусаев** – СамИСИ катта ўқитувчиси,  
**Д.Ф.Сатторов** – СамИСИ талабаси

## **БОШҚАРИШ ЖАРАЁНИДА ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТНИ ҚЎЛЛАШ ЗАРУРИЯТИ ВА ИСТИҚБОЛНИ БЕЛГИЛАШДА УНИНГ АҲАМИЯТИ**

**Аннотация:** мақолада инновацион фаолиятнинг мазмуни ҳамда унинг бошқариш жараёнида қўллаш зарурияти ёритиб берилган. Бундан ташқари, инновация тушунчасини стратегия тушунчаси билан боғлаб, корхона истиқболини белгилашда унинг аҳамияти очиб берилган.

**Калит сўзлар:** инновация, инновацион фаолият, инновацион тараққиёт, инновацион фаолиятни бошқариш, ихтиро, “ақлли” технология, илғор технология, инновацион стратегия, ўзгарувчан шароит.

Ривожланган мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, барча соҳада юқори натижаларга эришиш учун инновацияларни яъни, илм-фанга катта эътибор бериш орқали иқтисодий жиҳатдан юқори натижага эришиб, бундай мамлакатларнинг жаҳондаги мавқеи кундан кунга мустаҳкамланиб бормоқда. Бу борада Президентимиз Ш.Мирзиёев Президентлик фаолиятининг дастлабки кунлариданоқ илм-фанни, инновацион фаолиятни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратиб келмоқда. Бунинг натижасида 2016 йил 30 декабр куни мамлакатимизнинг етакчи илм-фан намоёндалари билан учрашувида “Бугунги замон барча соҳалар қаторида илм-фанни ҳам янги босқичга қўтаришни талаб қилмоқда. Зотан, жамият олдида турган долзарб масалаларни илм-фансиз ечиш қийин. Мазкур соҳани ва олимларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш давлатимизнинг устувор вазифаларидандир” – деб таъкидлаган эдилар.

Бундан ташқари яқинда Президентимиз 2018 йилнинг 6 апрел куни Ўзбекистон Фанлар академиясининг академик Собир Юнусов номидаги Ўсимлик моддалари кимёси институтига ташриф буюрди ва институтнинг фаоллар залида вазирлик ва идоралар, олий таълим муассасалари ва ЎзФА илмий-тадқиқот институтлари раҳбарлари, академиклар, олимлар, ёш тадқиқотчилар билан мулоқот қилди ва мулоқот чоғида “Ҳамма соҳанинг келажаги сизларга, илм-фанга боғлиқ. Бундан кейин мамлакатимизга келаётган ҳар бир хорижий инвестициянинг муайян фоизи илм-фанни ривожлантиришга ва илмий кадрлар тайёрлашга йўналтирилади. Илм-фан ривожлансагина эртанги кунимиз ҳақида тасаввур қила оламиз” – деб таъкидлаб, бу масаланинг аҳамияти қанчалик долзарб эканлигини яна бир бор кўрсатмоқда.

Мамлакатимиз эркин бозор иқтисодиётига ўтиш ҳамда аҳоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулот ҳажмининг ошиши кўпинча ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳалари бошқарувида инновацияларни жорий этишга асосланган ҳолда рақобатбардошликни ўзида мужассамлаштирган стратегияларни ишлаб чиқиш ва уни амалда муваффақиятли амалга оширишга боғлиқдир. Шундай экан, бу борада мамлакатимиз Президенти Ш.Мирзиёев таъкидлаганидек, “бугунги кунда дунёда инновацион тараққиёт моделларини жорий этиш, илғор ғоялар, “нау-хау” ва “ақлли” технологияларни экспорт қилиш ҳисобидан тез суръатлар билан ривожланаётган давлатлар сони тобора ортиб бормоқда. Мамлакатимизда бу йўналишда амалга оширилаётган ишларни, афсуски, қониқарли деб бўлмайди, ...”<sup>1</sup>. Шундай экан, бугунги кунда инновацион

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси // Халқ сўзи, 2017 йил 23 декабр.

фаолиятни бошқариш жараёнида тезкорлик билан қўллаш, корхоналарда бошқарув фаолиятини инновацион ғоялар ва янгиликлар асосида ташкил этиш зарурдир.

Шу ўринда “инновация” сўзининг маъносига тўхталиб ўтсак, “Инновация – бу келажак дегани. Биз буюк келажакимизни барпо этишни бугундан бошлайдиган бўлсак, уни айнан инновацион ғоялар, инновацион ёндашув асосида бошлашимиз керак”<sup>1</sup>.

“Инновация” атамаси инглиз тилининг “innovation” сўзидан олинган бўлиб, киритилган янгилик, ихтиро<sup>2</sup>, деган маъноларни англатиши белгилаб қўйилган.

Инновация дейилганда, илғор ғоялар асосида амалга оширилган ишланмалар натижаларининг фан ва техника ютуқлари, илғор технология ва янги ихтиролар сифатида турли соҳаларда (иқтисодий, ижтимоий, маънавий ҳаётимизда, бошқарув тизими кабиларда) қўлланилиши билан боғлиқ ҳодиса тушунилади<sup>3</sup>.

Инновацион фаолиятни бошқариш жараёнида, яъни истиқболни олдиндан башорат қилиш ва белгилашда унинг аҳамияти ниҳоятда бекиёсдир. Шу боисдан бошқариш жараёнида “инновация” тушунчасини “стратегия” тушунчаси билан боғлаб олиб борилса мақсадга мувофиқ бўлар эди. Сабаби иқтисодиётни модернизация ва диверсификация қилиш шароитида самарали бошқарув фаолиятини истиқболда олдиндан башорат ва тасаввур қилган ҳолда, корхона фаолиятига фан ва техниканинг сўнгги ютуқларини, илғор технологияларни кенг жорий этиш ва долзарб муаммоли масалаларни, рўй берадиган ўзгаришлар ва юзага келиши мумкин бўладиган имкониятларни олдиндан кўра олиш, хўжалик сиёсати ва стратегиясини ишлаб чиқиш ва ушбу ўзгаришларга янгича услуб, янгича техника - технология орқали бошқариш деган маънони беради. Бу борада Президентимиз Ш.Мирзиёев “Шунинг учун биз Инновацион ривожланиш вазирлигини ташкил этдик ва унинг олдида аниқ вазифаларни қўйдик. Бу вазирлик нафақат иқтисодиёт соҳасида, балки бутун жамият ҳаётида энг муҳим лойиҳаларни амалга оширишда ўзига хос локомотив ролини бажаради, деб ишонамиз”<sup>4</sup> деб таъкидлаган эди. Ўз-ўзидан кўриниб турибдики бугунги кунда инновацион бошқарув соҳаси мамлакат миқёсида эътибор берилаётган бўлиб, бу эса, яқин келажакда ўз натижаларини беради.

Бошқариш жараёнида инновация стратегиянинг моҳиятини ёритиб берадиган бўлсак, корхонада турли тадбиркорлик, ишлаб чиқариш, илмий-техник, кадрлар, маркетинг ва рақобат стратегиялари мавжуд бўлиб, уларда инновация элементлари, янгиликлар мавжуд бўлсагина маънога эга бўлади. Шунинг учун инновацион стратегия ўзида янгиликларни, илғор ғоялар ва технологияларини, янги ихтироларни мужассам этгани учун ҳам қолган барча стратегияларни “ютиб юборади”.

Инновацион фаолиятга асосланган корхона стратегияси илмий-техник тараққиётни шакллантиради ва ривожлантиради, яъни инновацион фаолиятнинг ўрнини ва бошқариш стратегиясини белгилаб олди. Ўз навбатида, инновацион стратегия мақсадларга эришиш йўллари ва фойдалилигини таъминлашда

<sup>1</sup> Ўша жойда.

<sup>2</sup> Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж.П. Йе-М. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” ДИН, 2006. – 213-бет.

<sup>3</sup> Mirzayev Q.J., Pardayev M.Q. Xizmatlar sohasi iqtisodiyoti. O‘quv qo‘llanma. – T.: “Iqtisod-Moliya”, 2015. –73-bet.

<sup>4</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // Халқ сўзи, 2017 йил 23 декабр.

корхона ўзининг устувор йўналишларини белгилаб олишга ёрдам беради, масалан:

- ресурслардан оқилона, тежаб тергаб фойдаланишга;
- юқори самарага ва қулай ижтимоий-иқтисодий натижаларга эришишга;
- ишлаб чиқариш соҳасига фан-техника ютуқларини янгиликларни, илғор ғоялар ва технологияларини, янги ихтироларни амалда қўллаган ҳолда юқори сифатлилигига, тежамкорлигига ва амалга оширилишига эришиш.

Демак, инновацион стратегия йўналишларини белгилаш, истиқболли йўналишларга устуворлик бериш, корхонани ривожланишини таъминлайдиган бир қатор мақсадларга эришиш учун йўл хариталарини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида айрим бошқарув ходимларининг фикрича корхонада ишлаб чиқарилаётган маҳсулот яхши ва сифатли бўлиши етарли, мақсадга эришяпмиз, деб ҳисоблашади. Аслида бу нотўғри, чунки у рақиблардан орқада қолмаслик учун янги технологияларни пайдо бўлишини диққат билан кузатиши ва уларни ўз фаолиятига бошқарув қонуниятларини ҳисобга олиб, илмий жиҳатдан ёндашган ҳолда татбиқ этишни режалаштириш керак. Умуман олган, корхонанинг инновацион стратегиясини ишлаб чиқиш жараёнида қуйидаги иккита асосий мақсадни ҳисобга олиш керак:

1. Бошқарув фаолиятида корхона ресурсларни адолатли тақсимлаш ва ундан самарали фойдаланиш. Бунда корхона раҳбарияти ресурсларни корхонанинг бош мақсадидан келиб чиққан ҳолда тақсимлаш керак ва улардан самарали фойдаланишни доимий назорат қилиб бориш зарурдир. Бу эса, ички стратегия бўлиб, ички муҳитни доимий таҳлил қилиб боришни тақозо этади ва бу корхона фаолиятидаги кучли ва кучсиз томонларни аниқлаш имконини беради.

2. Тез ўзгараётган шароитда корхонани ташқи муҳитга тез мослашиш. Бунда ташқи омиллар (иқтисодий ўзгаришлар, сиёсий омиллар, демографик вазиятлар ва бошқалар) ўзгаришини ҳисобга олган ҳолда самарали мослашиш вазифаларни таъминлаш керак бўлади.

Корхонанинг инновацион стратегиясини шакллантириш – ташқи муҳитдаги ўзгаришларни ва у билан боғлиқ бўлган асосий омиллар (иқтисодиёт, сиёсат, бозор, технология, рақобат)ни ҳисобга олиш, асосий рақибларни белгилаш ва уларнинг бозордаги ўринлари (бозордаги улуши, сотишлар ҳажмлари мақсадлари ва ҳ.к.)ни аниқлаш зарур. Шунингдек, рақибларнинг кучли ва кучсиз томонларини синчковлик билан ўрганиш ва уларнинг натижаларини шахсий кўрсаткичлар билан солиштириш рақобат кураши стратегиясини яхшироқ ўйлаб кўришга имкон беради.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда, ҳозирги тез ўзгарувчан шароитда корхоналар бошқарувида инновацион стратегиянинг аҳамияти юқори бўлганлигини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги назарий ва амалий таклиф ва тавсияларни ишлаб чиқдик. Жумладан:

- корхона истиқболини белгилашда, режаларни шакллантиришда инновацион стратегияга алоҳида эътибор қаратиш лозим. Чунки, корхонада турли тадбиркорлик, ишлаб чиқариш, илмий-техник, кадрлар, маркетинг ва рақобат стратегиялари ишлаб чиқилади ва уларда инновация элементлари, янгиликлар мавжуд бўлмаса маънога эга бўлмайди. Шунинг учун инновацион стратегияни корхона бошқарувида самарали жорий этиш мақсадга мувофиқдир;
- корхоналар бошқарувида раҳбарлар мавжуд муаммоларнинг муҳимлик даражасига эътиборли бўлиши ва корхонанинг устувор вазифаларини,

корхонанинг бош мақсадидан келиб чиққан ҳолда белгилаши (бунда иккинчи ва учунчи даражадаги масалаларга, майда ишларга берилмаслиги) керак;

- корхона раҳбарлари илм-фан ютуқларига, янгиликларга доимий қизиқувчан бўлиши ва доимий ходимлар томонидан инновацияга бўлган ташаббусларини қўллаб-қувватлаш керак;
- бошқариш жараёнида раҳбарлар фалсафанинг “инкорни инкор этиш қонунига” доимий амал қилиш керак. Бунда раҳбарлар ўзига ва корхонанинг ҳар бир бўлими фаолиятига нисбатан очик танқидий баҳо бера олиши керак;
- юқори поғонадаги раҳбарият корхонанинг ички ва ташқи аҳволидан ҳар доим тўлиқ хабардор бўлиб туриши керак ва бошқалар.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Б.Ш. Мусаев, Д.Ф. Сатторов</b><br/> <b>Необходимость использования<br/> инновационной деятельности в<br/> процессе управления и ее значение в<br/> определении перспективы</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье просвещена значение инновационной деятельности также необходимость ее использование в процессе управления. Кроме этого, раскрыты связь между понятиями инновации и стратегии, ее значение в определении перспектив.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> инновация, инновационная деятельность, инновационное развитие, управление инновационной деятельности, изобретение, “умная” технология, передовая технология, инновационная стратегия, изменчивая среда.</p> | <p style="text-align: center;"><b>B. Sh. Musayev, D.F. Sattorov</b><br/> <b>Necessity of using innovation<br/> activities in management and its<br/> significance in definition of<br/> perspectives</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article enlightens the significance of innovation activities and its necessity in management processes. Besides, it exposes the relationship between definitions of innovation and strategy, its importance in defining the perspectives.</p> <p><b>Keywords:</b> innovation, innovation activity, innovative development, management of innovative activities, invention, “smart” technology, advanced technology, innovation strategy, unsteady environment.</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ

Д.Ж.Норбоева – СамИСИ катта ўқитувчиси,

Ш.З.Жалилов – СамИСИ талабаси

### БАНКЛАРДА ИНВЕСТИЦИЯ ЛОЙИХАЛАРИНИ МОЛИЯЛАШТИРИШ ВА МОНИТОРИНГИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

**Аннотация:** мақолада мамлакатимизда фаолият олиб бораётган банкларнинг иш фаолиятини амалга ошириш ҳамда унда амалга ошириладиган лойиҳаларни молиялаштиришда инвестицияларнинг аҳамияти ҳақида фикрлар баён этилган. Шунингдек, мақолада ушбу масалалар бўйича илмий-амалий таклифлар берилган.

**Калит сўзлар:** банк, лойиҳа, операция, инвестиция, кредит, молиялаштириш, мониторинг.

Мамлакатимизда мустақиллик йиллариданоқ банк тизимига жиддий эътибор қаратилиб, жаҳон андозаларига мос равишда банк тизими ишлаб чиқилди. Ҳозирги кунга келиб мамлакатимизда бу тизимни ислоҳ қилиш бўйича жуда катта ўзгаришлар рўй бермоқда.

Бу борада Президентимиз Ш.М.Мирзиёевнинг “банк тизимини ислоҳ қилиш, банклар депозит базасининг капитализациясини чуқурлаштириш ва барқарорлигини ошириш, уларнинг молиявий барқарорлигини ва ишончилигини мустаҳкамлаш, истикболли инвестицион лойиҳалар ҳамда кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини кредитлаштиришни янада кенгайтириш”[1] - деб таъкидлаганлиги макроиктисодий сиёсатга ушбу соҳа фаолиятига қаратилган эътиборни кучайтирилганлигидан далолатдир.

Иқтисодиётни ривожлантиришда пухта ва барқарор банк-молия тизими улкан аҳамиятга эга. Биз аҳоли ва тадбиркорлик субъектларининг банк тизимига ишончини кучайтирмасдан туриб, “яширин иқтисодиёт”дан тўлиқ халос бўла олмаймиз. 2018 йилда банк тизими фаолиятини ривожлантириш бўйича белгиланган вазифаларни амалга оширишда банклар билан тадбиркорлик субъектлари ўртасида самарали ва ўзаро манфаатли ҳамкорлик муносабатларини таъминлаш масалаларига асосий эътиборни қаратиш зарур.[2]

Чунки, ҳозирги кунда жаҳоннинг кўплаб мамлакатлари банк тизимида турли ташқи ва ички салбий омиллар натижасида кредит ҳамда валюта рисклари ошиб, кредит институтлари молиявий ҳолатининг ёмонлашишига, уларнинг кредит портфелида муаммоли позиция сифатида таснифланадиган кредитлар ҳажмининг ошишига олиб келган бир вақтда, республикаимизда бундай салбий ҳолатларнинг олди олиниб, банк тизимининг барқарор фаолият кўрсатиши таъминланмоқда. [4]

Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётида 2016 йилда асосий капиталга инвестицияларнинг асосий молиялаштириш манбаининг 53,0 фоизини корхоналар ва аҳолининг ўз маблағлари ташкил этган бўлса, жами инвестицияларнинг қолган 47,0 фоизи жалб этган маблағлар ҳисобига тўғри келди. Бугунги кунга келиб, 2010 йилга нисбатан, корхона ва аҳолининг ўз маблағларининг асосий капиталга ялпи инвестициялар улуши 4,0 пунктга ўсди. Давлат бюджети маблағларининг жами асосий капиталга инвестициялардаги улуши 4,5 фоизни ташкил этиб, 2010 йилдагига нисбатан 1,1 фоизга, банк соҳаси ва иқтисодиётнинг реал сектори бошқа қарз маблағлари улуши 11,1 фоизни ташкил этиб ўтган йилдагига нисбатан 0,7 фоизга камайди.[6]

Бунга самарали пул-кредит сиёсати ва таъсирчан банк назоратининг амалга оширилиши, хорижий капитални жалб қилишда эҳтиёткорона сиёсатнинг

юритилиши, миллий валюта барқарорлигининг таъминланиши, банклар ресурс базасини шакллантиришда асосан ички манбаларга таяниш, кредит амалиётларини ўтказишдаги тамойиллар ва қоидаларга қатъий риоя қилиш ҳамда рискларни бошқаришнинг замонавий усуллари кўллаш орқали эришилди.

Банкларнинг савдо корхоналарини ривожланишида уларни капитал маблағларини кўпайтиришдаги ўрни ва аҳамияти бевосита кредитлаш масалалари ва бу сиёсатни қандай амалга оширилишига боғлиқ. Республикамизда аҳолини моддий фаровонлигини таъминлашда тижорат банклари томонидан ажратилаётган кредитларнинг ўрни катта. Сабаби, аҳолини иш билан таъминланишини янада ошириш ва мамлакатимизда истеъмол товарлари ишлаб чиқарилишини рағбатлантиришда, ички талаб барқарорлигини таъминлашда кредитлаш сиёсати локоматив вазифасини бажаради. Шу боис бу борада россиялик олим О.И.Лаврушиннинг фикрини эслатиб ўтиш мақсадга мувофиқ: банклар-иқтисодиётнинг ўзига хос "қон томири" бўлиб, уларсиз замонавий хўжалик механизмини тасаввур қилиш мумкин эмас.[5].

Мақолада мавжуд мавзу доирасидаги назариялар ушбу соҳа олимларининг фикр-мулоҳазалари таҳлил усулидан фойдаланиб ўрганиб чиқилди. Бундан ташқари ҳозирги кунда Ўзбекистон Республикаси тижорат банкларининг инвестицион кредитлари динамикаси графикли усулдан фойдаланиб таҳлиллар амалга оширилди.

Иқтисодиётнинг глобаллашуви шароитларида банк тизимида амалга оширилган чора-тадбирлар Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 6 майдаги «Тижорат банкларининг молиявий барқарорлигини янада ошириш ва уларнинг ресурс базасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-2344-сонли қарори ҳамда Ўзбекистон Республикасининг Биринчи Президенти Ислон Каримовнинг мамлакатни 2015 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2016 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасида белгилаб берилган устувор вазифаларнинг ижросига қаратиб келинмоқда.[3]

Сўнгги йилларда мамлакатимиз тижорат банклари томонидан инвестицион фаолиятга маблағларни йўналтириш бўйича фаолияти кенгайиб бормоқда. Тижорат банклари томонидан ажратилаётган инвестицион кредитлар асосан «2015-2019 йилларда устувор равишда иқтисодиётнинг саноат тармоқларини таркибий ўзгартириш, модернизациялаш ва диверсификация қилишни чуқурлаштириш, замонавий инфратузилмани шакллантиришга қаратилган Давлат дастурлари»га киритилган инвестицион лойиҳаларни молиялаштириш мақсадларига йўналтирилмоқда.

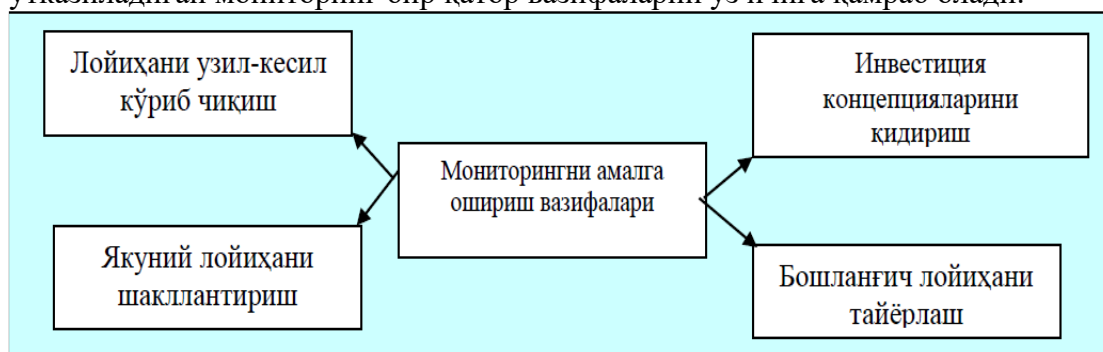
Хусусан, 2016 йил давомида корхоналарни модернизациялаш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш мақсадларига тижорат банклари томонидан жами 12,2 трлн. сўм ёки 2015 йилга нисбатан 1,2 баробар кўп инвестицион кредитлар ажратилди (1-расм).

Бундай кўрсаткичларга банкларда инвестиция лойиҳалари самарали мониторингини ташкил этиш сезиларли таъсир кўрсатди. Банклар томонидан амалга ошириладиган инвестиция лойиҳалари мониторинги тизимини ташкил этишнинг асосий мақсади-инвестиция фаолияти самарадорлигини келтириб чиқарувчи режалаштирилган маълумотларига нисбатан юз берган четланишларини ўз вақтида ҳал этиш, бу четланишларни келтириб чиқарувчи сабабларни таҳлил этиш ва инвестиция фаолиятини меъёрлаштириш ҳамда самарадорлигини ошириш бўйича таклифларни ишлаб чиқиш.



**1-расм. Ўзбекистон Республикаси тижорат банкларининг инвестицион кредитлари динамикаси**

Инвестиция лойиҳалари мониторинги фақат уни амалга ошириш жараёнигагина хос бўлмасдан, балки уларни молиялаштиришга бўлган даврларда ҳам ўтказилади. Лойиҳани молиялаштиришга қадар ўтказилувчи мониторингнинг аҳамияти шундаки, у лойиҳани молиялаштириш давридаги мониторингга нисбатан афзалроқ ва аҳамиятлироқ ҳисобланади. Чунки унинг натижасида инвесторларнинг лойиҳани амалга оширишдаги мақсадлари олдиндан кўпроқ таъминланиш имкониятлари ҳосил қилинади. Лойиҳани молиялаштиришга қадар ўтказиладиган мониторинг бир қатор вазифаларни ўз ичига қамраб олади.



**2-расм. Лойиҳани молиялаштиришга қадар ўтказиладиган мониторинг**

Лойиҳанинг ушбу босқичлардан ўтиши инвестицияларнинг амалга оширилишини таъминлайди. Бундай вазиятни келтириб чиқариш учун инвестиция ғоясини амалга оширишнинг барча жиҳатлари пухта тайёрланиши ва шунга мос бизнес-режа (инвестиция лойиҳаси) ишлаб чиқилиши лозим. Бундай лойиҳа салоҳиятли (потенциал) инвесторлар манфаатига мос келади ва ўтказилган тадқиқот ишлари кўзланган натижанинг ҳосил қилинишини таъминлаганлигини кўрсатади.

Ушбу босқич ёндашувининг афзаллиги лойиҳани тайёрлашга сарфланган харажатларнинг самарадорлигини кўрсатиб бериш ва оширишда яққол кўзга ташланади. Шунингдек, ушбу босқич энг устувор ва самарали лойиҳани аниқлаш ва танлаб олиш имконини ҳам беради. Бу эса истикболсиз деб топилган лойиҳаларнинг ўз вақтида аниқланишини ва рад этилишини ҳамда йирик миқдордаги маблағларнинг беҳуда сарфланишининг олди олинишини таъминлайди. Лойиҳаларни бундай саралаш эса ҳамиша муҳим ҳисобланиб келинади. Маблағлар киритишга муносиб бизнес-ғояларни қидириш ва танлаш инвестициялаш билан боғлиқ фаолиятнинг энг муҳим бошланғич нуқтаси ҳисобланади. Сабаби, ушбу ҳол, охир-оқибатда, инвестиция маблағларини сафарбар этиш асосига айланиши мумкин. Бунинг учун лойиҳани бошланғич тайёрлаш ишлари пухта олиб борилиши лозим.

Инвестиция лойиҳасининг сифати қанчалик юқори бўлса, уни баҳолаш бўйича шунчалик кам иш олиб борилади. Баҳоли хулосани тайёрлашда эса асосий эътибор лойиҳани молиялаштиришни амалга оширувчи фирмага қаратилади. Агар фирма тажрибали ва салоҳиятли бўлса, лойиҳанинг ташкилий-молиявий жиҳатдан муаммоларининг бутунлай ҳал этилиши таъминланиши мумкин. Лойиҳани энг сўнгги баҳолашда қўлланиладиган усуллар эса таҳлилнинг техник, тижорат, бошқарув, молиявий жиҳатларига асосланади. Банк муассасалари инвестиция лойиҳаларини молиялаштиришга маблағ ажратиб, кредит берган вақтдан бошлаб қарз олувчининг кредитга лаёқатлили-гини таҳлил қилиш, кредитнинг мақсадли ишлатилиши устидан назоратни, яъни лойиҳани молиялаштиришнинг мониторингини олиб бориши мақсадга мувофиқдир.

Бугунги кунда Ўзбекистон Республикасида ҳам молиялаштирилаётган барча лойиҳалар устидан мониторинг олиб боришнинг умумий тизими жорий қилинган. Ҳар бир молиялаштирувчи ёки кредитлашни амалга оширувчи ташкилотлар ўзларининг фаолият тури ва хусусиятларидан келиб чиқиб, ўзларига хос бўлган мониторинг ўтказиш тартибини ишлаб чиқадилар ва шу асосда фаолият юритадилар.

Бизнинг фикримизча, банкларнинг инвестицион кредитларидан фойдаланиш устидан назоратни такомиллаштириш мақсадида қуйидаги тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

1. Кредит учун келиб тушган ариза бўйича атрофлича ёндашув, яъни инвестицион кредитлардан фойдаланиш устидан дастлабки назоратни тўғри ва мукамал амалга ошириш, бунда биринчи навбатда, мижознинг характериға, унинг молиявий аҳволиға, бизнес ҳамкорлари ўртасидаги мавқеиға ҳамда ушбу соҳадаги тажрибасиға эътибор бериш лозим.

2. Кредит аризаси кўриб чиқилаётган даврда унинг банкка тақдим этаётган ҳужжатлар тўпламининг тўлиқлигини таъминлаш, уларнинг тўғрилигини текшириш. Кредит бўлими ходими томонидан унинг молиявий аҳволи чуқур таҳлил этилиши ва ҳолисона баҳо берилиши керак.

3. Кредит ажратилган даврдан бошлаб, мижознинг бизнес режа бўйича амалга ошираётган ишларини, ҳисобрақамидаги маблағлар айланмасини доимий равишда назорат қилиб бориш, мол етказиб берувчилар билан ҳисоблашишлар ўз муддатида амалга оширилиши, муддати ўтган дебиторлик-кредиторлик қарздорликларига йўл қўймаслик чораларини кўриш.

4. Кредит таъминоти сифатида тақдим этилган мол-мулкни сақлаш ва эксплуатация шароитини доимий равишда назорат қилиб бориш, кредит таъминоти сифатида учинчи шахснинг кафиллик шартномаси тақдим этилган бўлса, кафилнинг молиявий ҳисоботларини чорақда бир маротаба таҳлил қилиб, унинг тўлов қобилиятини ўрганиб бориш мақсадга мувофиқдир.

Хулоса тарзида шуни айтиш мумкинки, банк тизимини ислоҳ қилиш, уни жаҳон стандартларига мос равишда фаолиятини олиб бориш ҳамда банк лойиҳаларни қўллаб-қувватлаш учун хорижий ва маҳаллий инвестицияларни жалб қилиш ҳамда йўналтириш банклар келажагини таъминлашга хизмат қилади. Биз билдирган таклиф ва мулоҳазаларимиз банкларда лойиҳаларни бардавом этишга ёрдам беради, деган умиддамиз.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли Фармони. // Халқ сўзи, 2017 йил 8 февралдаги 28 (6722)-сони.

2. <http://Prezident.Uz/uz/lits/view/13711371>- Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 6 майдаги «Тижорат банкларининг молиявий барқарорлигини янада ошириш ва уларнинг ресурс базасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» ги ПҚ-2344-сонли қарори. [www.lex.uz](http://www.lex.uz).
4. Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг 2017 йилга мўлжалланган монетар сиёсат асосий йўналишлари - <http://www.kbu.uz>
5. Банковское дело. Под редакцией О.И. Лаврушин М.: “Ульяновский Дом печати”. КНОРУС 2009 г. стр.271.
6. [www.stat.uz](http://www.stat.uz) – Давлат статистика қўмитаси.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Д.Ж.Норбоева, Ш.З.Жалилов</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Разработка финансирования и мониторинга инвестиционных проектов в банках</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье излагаются последствия инвестирования в деятельность банков, действующих в нашей стране, и координация реализованных проектов. В статье также представлены практические и практические предложения по этим вопросам.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> банк, проект, операция, инвест-ции, кредит, финансирование, мониторинг.</p> | <p style="text-align: center;"><b>D.J.Norboyeva, Sh.Z.Jalilov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Financing and monitoring of investment projects development in banks</b></p> <p><b>Abstract:</b> the article outlines the implications of investing in the performance of the banks operating in our country and the co-financed projects. The article also provides practical and practical suggestions on these issues.</p> <p><b>Keywords:</b> bank, project, operation, investment, credit, financing, monitoring</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Б.Ш. Хусанов** – СамИСИ, “Молия ва суғурта хизматлари” кафедраси доценти в.б.  
**З.О. Ахроров** – СамИСИ, “Молия ва суғурта хизматлари” кафедраси ассистенти,  
**П.Ш. Усмонов** – СамИСИ, “Молия ва суғурта хизматлари” кафедраси ассистенти  
**Д. Тоштемиров** – СамИСИ, “Маркетинг” таълим йўналиши III курс талабаси

### МОЛИЯВИЙ ХИЗМАТЛАРНИ КЎРСАТИШДА МАРКЕТИНГНИНГ ЎРНИ ВА УНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

**Аннотация:** мақолада молиявий хизматлар моҳияти, уларни ривожлантиришда маркетингни ташкил этиш, молиявий институтлар фаолияти ва молиявий хизматларни такомиллаштириш имкониятлари ёритилган.

**Калит сўзлар:** хизмат, молиявий хизмат, маркетинг, хизмат кўрсатиш, банк, суғурта, лизинг.

Мамлакатни ривожлантиришга йўналтирилган молиявий хизматлар самараси иқтисодиётнинг барча тармоқлари ривожланишига ўз таъсирини ўтказиши табиий. Молиявий хизматларининг ишончлилиги ва хавфсизлигини ошириш, хизматларни кўрсатиш тезлигини ошириш, молиявий хизматлар кўрсатишда маркетингни ривожлантириш мижозларни ҳам молиявий хизматларга миқдор ва сифат жиҳатдан кўрсатишни ривожлантириш мумкин бўлади.

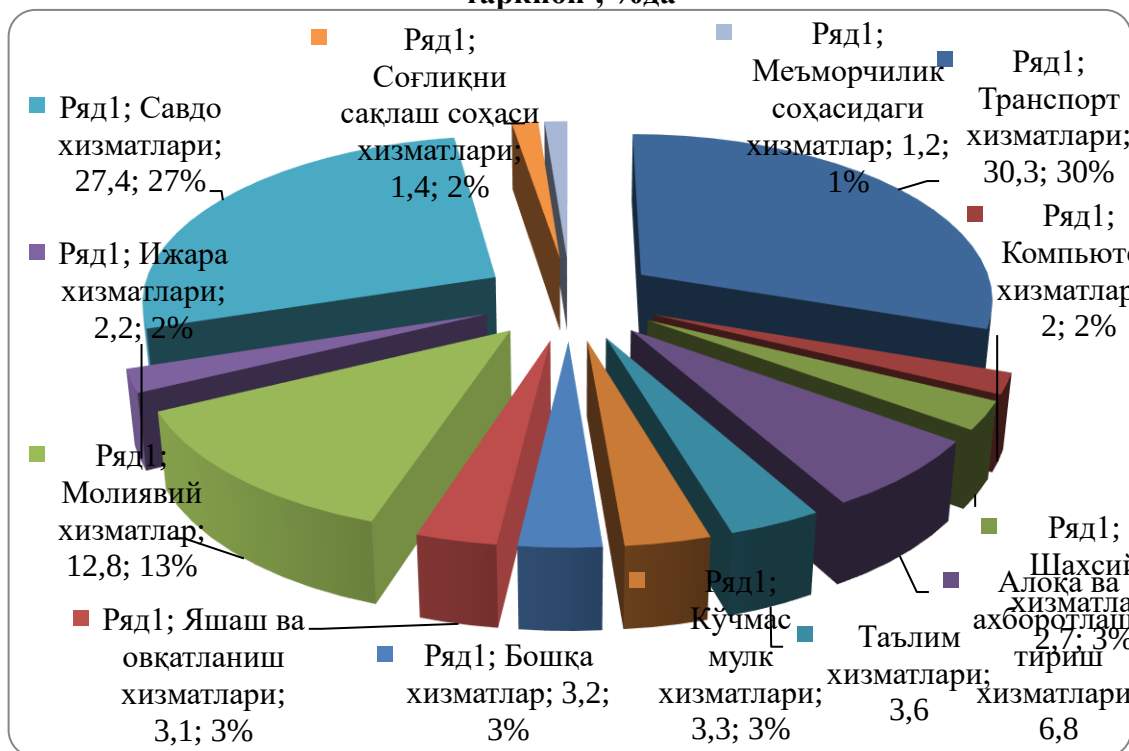
2017-2021 йилларда Ўзбекистонни ривожлантиришнинг иқтисодиётни етакчи тармоқларини модернизациялаш ва диверсификация қилишнинг устувор йўналишида молиявий хизматларнинг ҳажмини уларнинг янги турларини жорий қилиш ва сифатини ошириш ҳисобига кенгайтириш, шунингдек капитални жалб қилиш ҳамда корхона, молиявий институтлар ва аҳолининг эркин ресурсларини жойлаштиришдаги муқобил манба сифатида фонд бозорини ривожлантириш, халқаро иқтисодий ҳамкорликни янада ривожлантириш, жумладан, етакчи халқаро ва хорижий молиявий институтлар билан алоқаларни кенгайтириш, жалб

килинган хорижий инвестиция ва кредитлардан самарали фойдаланишга алоҳида эътибор қаратилиб ушбу йўналишларни амалга ошириш бўйича тегишли чора-тадбирларга эътибор қаратилмоқда<sup>1</sup>.

Хизмат кўрсатиш соҳаси таркибидаги молиявий хизматларнинг бозор хизматлари таркибида 2017 йил давомида 12,8 фоизни ташкил этди. Бошқа соҳаларда ўсиш суръатлари диаграмма кўринишида акс эттирдик.

1-диаграмма

**2017 йил давомида иқтисодий фаолият турлари бўйича бозор хизматлари таркиби<sup>2</sup>, %да**



Аммо республикамызда бу борада яратилган имкониятлар ва имтиёزلарга қарамасдан, вилоятларда (туманларда, шаҳарларда) хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасида, шу жумладан молиявий хизматларни ривожлантириш имкониятлари тўлиқ ишга солинмоқда, иқтисодиётнинг барча тармоқларидаги каби молиявий хизматлар ҳам барқарор ривожланмоқда, деб бўлмайди. Шу сабабли, иқтисодиётда ислохотларни чуқурлаштиришнинг ҳозирги шароитида молиявий хизматнинг ҳажмини уларнинг янги турларини жорий қилиш ва сифатини ошириш ҳисобига кенгайтириш билан боғлиқ дастурларни тубдан қайта кўриб чиқиш ва айниқса, қишлоқ жойларида молиявий хизматларни ошириш орқали аҳолини яшаш даражасини оширишга эришиш омил сифатида жадал ривожлантиришга доир кўшимча чора-тадбирлар кўриш, молиявий хизмат кўрсатишни ривожлантиришнинг янги ташкилий-иқтисодий, бошқарув механизмларини ишлаб чиқиш ёки мавжудларини такомиллаштириш бўйича илмий-амалий тавсия ҳамда таклифлар ишлаб чиқиш долзарб масала бўлиб қолмоқда.

Молиявий хизматлар юридик ва жисмоний шахсларнинг банк, суғурта, лизинг ва инвестиция бозорларига, шунингдек бошқа молиявий тусдаги муноса-

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармони. – Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда.

<sup>2</sup> Пул-кредит соҳасидаги мавжуд вазият ва монетар сиёсатнинг 2017 йилга мўлжалланган асосий йўналишлари. // “Бозор, пул ва кредит”, 2017 йил январ 1-сон.

1-жадвал

**2014-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида кўрсатилган молиявий  
хизматлар ҳажми<sup>1</sup>**

| Кўрсат-<br>кичлар     | 2014 йил     |                                | 2015 йил     |                                | 2016 йил     |                                |
|-----------------------|--------------|--------------------------------|--------------|--------------------------------|--------------|--------------------------------|
|                       | млрд.<br>сўм | 2013 йилга<br>нисбатан,<br>%да | млрд.<br>сўм | 2014 йилга<br>нисбатан,<br>%да | млрд.<br>сўм | 2015 йилга<br>нисбатан,<br>%да |
| Хизматлар<br>жами     | 65880,4      | 115,1                          | 75356,8      | 114                            | 92536        | 114,5                          |
| Молиявий<br>хизматлар | 6728,20      | 132,1                          | 8206,7       | 130,6                          | 9898,4       | 119,8                          |

батларда пул маблағларини шакллантириш билан боғлиқ ижтимоий-иқтисодий муносабатлар йиғиндисини англатади. Шу боис молиявий хизматларни самарали амалга оширилиши кўп жараёнларни ижобий ҳал этилишини таъминлайди. Жумладан, юридик ва жисмоний шахсларни молиявий ресурслар билан таъминланиши, жамғармаларни кўпайтириш имкониятларига эришиш, аҳолини ва бизнесни турли рисклардан суғурталаш ва шу каби бошқа муҳим хизматларни кўрсатиш орқали аҳоли ҳаёт сифатини оширишга хизмат қилади.

Ҳар қандай молиявий хизматнинг 3 та асосий хусусияти характерланади:

- 1) операциялар учинчи шахслар фойдасига амалга оширилади, яъни молиявий хизматнинг воситачилик характериға эға бўлиши;
- 2) шартнома предмети – молиявий активлар;
- 3) операция мақсади – фойда олиш ёки молиявий активлар ҳақиқий кийматини сақлашдир.

Шундай қилиб, молиявий хизмат – мижозларнинг шахсий молиявий эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилган молиявий активлар билан мос операцияларни бажариш натижасидир.

Молиявий хизматларнинг объекти сифатида молиявий муносабатлар билан боғлиқ бўлган қимматли қоғоз, суғурта полиси, нақд пулсиз ҳисоб-китоблар, банк кредитлари, банк пластик карточкалари орқали чакана савдо хизматларини кўрсатиш ва бошқаларни келтириш мумкин.

Молиявий хизматлар молиявий воситачиларнинг молиявий активлар билан фаолияти натижаси ҳисобланади. Молиявий хизматлар тўлов эвазига амалга оширилади, уни тақдим этишнинг мақсади эса молиявий ташкилотларнинг фойдасини олиш билан боғланади.

Молиявий хизматларнинг қуйидаги шакллари кўриш мумкин:

- тўлов ҳужжатлари, тўлов карточкалари, чеклар чиқариш ва улар бўйича хизмат кўрсатиш;
- молиявий активларни ишончли бошқариш;
- валюта айирбошлаш фаолияти;
- молиявий лизинг;
- заёмга маблағлар тақдим этиш;
- кафиллик тақдим этиш;
- пул жўнатмалари;
- суғурта соҳасидаги хизматлар ва жамғариб бориладиган пенсия таъминоти;
- қимматли қоғозлар савдоси;
- факторинг;
- бошқа молиявий хизматлар.

<sup>1</sup> [www.stat.uz](http://www.stat.uz) – Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси сайти маълумотлари.

Молия институтлари жаҳон иқтисодий интеграциялашуви жараёнида молия хизмат турларини барқарорлаштиришда катта ўрин тутди. Молия институтлари – бу молия ресурслари тизимини тартибга солишчи, унинг иштирокчилари ўртасидаги молиявий муносабатларни ва молиявий хизматларни оқилона бошқарувчи, юзага келган инфляция ва иқтисодий салбий омилларни бартараф этувчи ва мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришга ва барқарорлигини таъминлашга ёрдам берувчи молиявий ташкилотлар ҳисобланади. Молия институтларининг асосий мақсади молия хизматларини барқарорлигини таъминлаш, валюта ва кредит муносабатлари учун молиявий хизматлар сиёсатини ишлаб чиқиш ва ижросини таъминлаш ва мамлакат молия тизимларида вужудга келадиган янги молия хизматлари билан боғлиқ салбий муаммоларни бартараф этишга қўмаклашишдан иборат.

2017 йилда мамлакатимизда 12 та эркин иқтисодий ва 45 та саноат зонаси фаолияти йўлга қўйилди ва бу ташкилий чоралар ҳудудларни жадал ривожлантириш имконини бермоқда. Яқин вақт ичида яна 50 та янги саноат зонасини ташкил этиш бўйича амалий ишлар олиб борилмоқда<sup>1</sup>. Бу эса ўз навбатида молиявий хизматлар турларини кўпайтириш, уларни сифати, тезкорлигини ошириш заруриятини туғдирмоқда.

Бугунги кунда иқтисодий-молиявий жараёнлар кутилмаган ва умуман янги қўринишдаги ўзгаришлар билан таснифланади. Молиявий хизмат кўрсатиш соҳаси ташкилотларининг келажаги ёки қисман башоратланиши ёки тўлигинча башоратланмаслиги мумкин, бу эса ўзгарувчан ўзгаришларнинг доминантлигидан далолат беради. Ташқи муҳитдаги бундай вазият молиявий хизмат кўрсатиш ташкилотларидан энг салбий шароитда ҳам нафақат «тирик қолиш», шунингдек, ривожланиш учун зарур бўлган қўникмаларни талаб қилади. Молия хизматларини кўрсатувчи субъектлар учун ишлаб чиқариш, тижорат ва молиявий мақсадларни ажратиш кўрсатиш мақсадга мувофиқ. Аммо, молиявий хизматларни кўрсатувчи субъектларни бошқаришнинг маркетинг ёндашувида корхона ва маркетинг тизими субъектлари (истеъмолчилар, шериклар, рақобатчилар ва ҳ.к.) ўртасидаги ўзаро алоқаларни шакллантириш муҳим аҳамият касб этади.

Молиявий хизмат кўрсатувчи банклар, кредит ташкилотлари, ломбардлар, суғурта компаниялари маркетинг “ 6 Р “ маҳсулот (production), нарх (price), жойлаштириш (place), реклама-ташвиқот фаолияти (promotion), жамоатчилик билан алоқалар (public relations) ва сиёсат (politics) элементларини қўллаб юридик ва жисмоний шахслар эҳтиёжлари, даромадлари, хоҳиш ва истакларини ўрганиб ўз хизматларини жорий қилиш замон талаби ҳисобланмоқда. Молиявий хизмат кўрсатувчи ташкилот ва муассасалар тадбиркорлик субъектлари билан ҳамкорликда ишлаш икки томонлама самаралидир. Тадбиркорлик мамлакат миллий иқтисодиётини жадал ривожлантириш, иш ўринларини кўпайтириш, аҳоли турмуш фаровонлигини юксалтиришнинг асосий омили сифатида қаралмоқда. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва уни жадал ривожлантиришга қаратилган давлат сиёсати бир марталик сиёсат эмас. Жорий йилги Халқаро валюта фонди маълумотларига кўра, аҳоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулот ҳажми бўйича Ўзбекистон дунё рейтингда 187 мамлакат ўртасида 134-ўринда турибди. Миллий валютаимизни эркин конвертация қилиниши юридик ва жисмоний шахслар хорижий валютани тижорат банкларидан чекловсиз сотиб олиш ва эркин сотиш имконига эга бўлди.

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш. Мирзиёевнинг 2017 йилда амалга оширилган асосий ишлар якуни ва Ўзбекистон Республикасини 2018 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг устувор йўналишларига бағишланган мурожаатномаси. 2017 йил 22 декабр.

Чет эл валютасининг олди-сотди операциялари ҳажми либерализация даврига нисбатан 1,5 баробар ошиб, ўртача 1,3 миллиард долларни ташкил этди. Бу эса молиявий хизмат кўрсатувчи банклар айланма хорижий маблағлари кўпайишини таъминлади. Шу билан бирга, давлатимизнинг олтин-валюта захиралари йил давомида 1,1 миллиард долларга кўпайди<sup>1</sup>.

Молиявий хизматлар рақобатнинг интенсивлигини аниқлаш асосида молиявий институтларининг хизмат кўрсатиш бозорининг аниқ сегментини эгаллашга йўналган бизнес фаолиятнинг жонланиш даражасини баҳолаш мумкин.

Молиявий институтларнинг молиявий хизмат бозорининг маълум сегментини эгаллашга йўналтирилган мақсадига эришишни таъминлаш учун молиявий бозорида мавжуд ва жалб этилиши мумкин бўлган ресурслар ёки хизматлар етарлилигини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Бу эса амалда янги хизмат сегментларини кўрсатиш билан боғлиқ рисклар таъсирини ҳисоблаб чиқишни талаб этади. Айтиш жоизки, ҳар бир молиявий хизмат кўрсатишда молиявий институтлар рискларга дуч келади.

Рисклар эса молиявий хизмат сифатини оширишга молиявий институтлар диққатини қаратади<sup>2</sup>. Акс ҳолда молиявий хизматлар доирасида амал қилиши мумкин бўлган рисклар молиявий институтларини молиявий хизматларидаги рақобатбардошлигини пасайтиради. Бундан молиявий институтлар катта зарар кўришлари мумкин бўлади.

Шароит ўзгариб борган сайин уни шакллантиришнинг янгидан-янги чора ва тадбирлари ҳам излаб топилмоғи лозим. Шу ўринда, Ўзбекистонда молиявий хизмат кўрсатишни ривожлантиришда маркетингни ўрни ва аҳамиятини ошириш, қўллаб-қувватлаш ва самарадорлигини ошириш ҳамда ривожлантириш йўллари бўйича қуйидагиларга эътибор қаратиш муҳимдир:

- молиявий хизмат кўрсатувчи банк тизими фаолиятини ривожлантириш бўйича белгиланган вазифаларни амалга оширишда банклар билан тадбиркорлик субъектлари ўртасида самарали ва ўзаро манфаатли ҳамкорлик муносабатларини таъминлаш;
- молиявий хизмат кўрсатиш соҳасидаги мақсадли истемолчи топиш учун, яъни умумий муштарак манфаатларга эга бўлган, мақсадли аудиториялар учун махсус мўлжалланган ўз таъсирига кўра самарадор реклама компанияларини яратиш;
- молиявий хизмат турлари ҳақидаги ягона тўлиқ маълумотлар базасини яратиш;
- иқтисодиёт тармоқлари учун самарали маркетинг хизматлари, операцияларини кўрсатувчи маркетинг фаолияти билан шуғулланувчи замонавий билимга, малака ва кўникмаларга эга ходимлари билан фаолият юритувчи маркетинг компания ҳамда фирмаларини ташкил қилиш;
- молиявий хизмат кўрсатиш соҳасида рақобатбардош муҳитни шакллантириш ҳамда маҳсулот ва хизматлар бозорида монополияни босқичма-босқич камайитириш;
- маркетинг хизматларини амалиётда кўпроқ жорий қилиб миллий иқтисодиётнинг мутаносиблиги ва барқарорлигини таъминлаш, унинг таркибида молиявий хизмат кўрсатиш соҳаси улушини кўпайитириш;
- маркетологлар гилдияси – жисмоний шахслар, маркетинг соҳасидаги мутахассислар, илмий ходимлар, маркетинг ўқитувчилари, тадқиқотчилар, маслаҳатчилар, маркетинг хизмати раҳбарларининг ўз профессионал манфаатлари ва

<sup>1</sup> Ўша жойда..

<sup>2</sup> Баймуратов Т.М. Суғурта фаолиятида рисклар трансфери. Монография. – Т.: “Iqtisod-moliya”, 2005. – 196 б.

нотижорат шерикчилигини ҳимоя қилиш мақсадидаги профессионал бирлашмасини ташкил қилиш;

- юртимизда фонд бозори, фонд биржасини янада ривожлантириш учун Қимматли қоғозлар бозорини мувофиқлаштириш ва ривожлантириш маркази ишини тубдан қайта ташкил этиш;

- давлатнинг молиявий хизматлар соҳаси бўйича маркетинг йўналишининг инновацион янгиланиш дастурини шакллантириш, инновация ва инвестициялардан самарали фойдаланадиган янги авлод кадрларини, янги сармоядорлар синфини тайёрлаш;

- илғор халқаро тажрибада қўлланиладиган маркетинг инструментлардан фойдаланган ҳолда пул-кредит сиёсатини янада такомиллаштириш, шунингдек валютани тартибга солишда замонавий бозор механизмларини босқичма-босқич жорий этиш, миллий валютанинг барқарорлигини таъминлаш;

- четдан кредит ва сармоялар олиб келиш бўйича самарали тизим яратишимиз, ҳар бир кредитни аниқ ишлатишни ўрганишимиз лозим;

- инвестиция муҳитини такомиллаштириш, мамлакат иқтисодиёти тармоқлари ва ҳудудларига хорижий, энг аввало, тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни фаол жалб қилишда ҳуқуқий, иқтисодий, ижтимоий, географик, сиёсий билимга эга, дунёқараши кенг маркетингларни ўқитиб тайёрлаш чоратadbирларини кўрсак, бизнинг фикримизча, кутган самарага эришамиз.

Ҳозирги вақтда молиявий хизмат кўрсатиш соҳаси билан шуғулланадиган банк, кредит ташкилотлари, ломбардлар, аудиторлик ташкилотларини ташкил этиш ва бошқариш борасида билим ва кўникмаларни ривожлантириш тобора муҳим аҳамиятга эга. Чунки, ҳар қандай соҳанинг ривожланиши учун тегишли билимга эга бўлган кадрлар тизими шаклланган бўлмоғи лозимдир.

Бугунги кунда мамлакатимизда олиб борилаётган макроиқтисодий сиёсат ҳам кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни жадал суръатлар билан ривожлантиришга қаратилган бўлиб, бунда ушбу молиявий сиёсат мазкур соҳага кенг иқтисодий эркинликлар яратиб бериш, қаттиқ қўллаб-қувватлашда ўзининг ёрқин ифодасини топмоқда. Дунёнинг энг тараққий этган мамлакатларидан бўлган АҚШ, Япония, Германия иқтисодиётининг муваффақиятлари ҳам кўпроқ тезкор ва самарали молиявий хизматлар фаолиятига таянади.

2018 йилга юртимизда “Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш” йили, деб ном берилиши молиявий хизмат кўрсатувчи ташкилот ва муассасаларга кенг имкониятлар яратиб берилади ҳамда масъулият юклайди.

Шундай қилиб, молиявий хизмат соҳасининг иқтисодиётдаги аҳамияти унинг иқтисодиётда рақобат муҳитини таъминлаш, йирик корхоналар учун инвестициялар киритиш ва кредитлар бериш тадбиркорлар учун ўз ишини бошлаб ёки ривожлантириш учун қулайлик ва имкониятлар яратиб бермоқда.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Хусанов Б.Ш., Ахроров З.О., Усмонов П.Ш., Тоштемиров Д.</b></p> <p><b>Место маркетинга в оказании финансовых услуг и пути их развития</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье освещена сущность финансовых услуг, организация маркетинга, деятельность финансовых институтов и возможности совершенствования финансовых услуг.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> услуга, финансовая услуга, маркетинг, оказание услуг, банк, страхование, лизинг.</p> | <p><b>Khusanov B.Sh., Ahrorov Z.O., Usmonov P.Sh., Toshtemirov D.</b></p> <p><b>The place of marketing in the provision of financial services and the ways of their development</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article highlights the essence of financial services, organization marketing, and the activities of financial institutions and the possibility of improving financial services.</p> <p><b>Keywords:</b> service, financial service, marketing, provision of services, bank, insurance, leasing.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**А.Сиддиқов** – СамИСИ ассистенти,  
**Ш.З.Жалилов** – СамИСИ талабаси,  
**С.А.Усмонова** – СамИСИ талабаси

## ИНВЕСТИЦИОН КАПИТАЛ ОҚИМИНИ ТАЪМИНЛАШДА ЭРКИН ИҚТИСОДИЙ ҲУДУДЛАРНИНГ ЎРНИ

**Аннотация:** мақолада, мамлакатни ижтимоий иқтисодий юксалиш учун асосий омил ҳисобланган эркин иқтисодий зоналар, уларнинг жозибадорлиги ва уни баҳолаш мезонлари зарурлигини назарий асослари ёритилган. Бу ўз навбатида эркин инвестицион капитал оқимини таъминлашнинг муҳим омили эканлиги, унинг хорижда ва мамлакатимиздаги ҳозирги ҳолати ёритиб берилган.

**Калит сўзлар:** инвестицион жозибадорлик, ИСОП, эркин иқтисодий зона, капитал оқим, инвестицион оқимга эга шаҳарлар: Амстердам, Art Basel Miami, Берлин, Мехико Кремний тепаликлари.

Мамлакатимизда олиб борилаётган туб ислохотлар, халқимиз фаровонлигини таъминлаш, унинг ҳаётини яхшилаш, бугунги кунимизнинг тинчлигига қаратилганлиги айтилиши ҳақиқатдир. Шуларни ҳисобга олиб ҳам, бозор иқтисодиётининг асосий иқтисодий тушунчалари сифатида инвестициялар тушунчасининг бугунги ҳаётимизга кенг ва тез кириб келишининг ўзи унинг моҳияти ва аҳамиятини, зарурлигини кўрсатиб, уни очиб беришга бўлган заруриятни келтириб чиқаради. Бу тушунча ўзи билан бир қаторда инвестиция сиёсати, инвестиция лойиҳаси, инвестиция дастури тушунчалари, инвестиция сиёсатини олиб бориш ҳамда бунда жаҳон бозорларининг аҳамияти нақадар муҳимлигини англаб олишимизга сабаб бўлмоқда.

Бироқ, ҳозирги кунда жаҳондаги турли инқирозлар, бозорда товарларга бўлган талабни кескин салбий томонга ўзгараётганлиги, ривожланган мамлакатлар пул кредит тизимидаги ўзгаришлар, валюта бозорлардаги нобарқарорлик ва бошқа салбий ҳолатлар инвестицион хориж капитал оқимини таъминлашга салбий таъсир этмоқда.

Юқоридаги масалаларга Ўзбекистон Республикасининг Президенти Ш.М. Мирзиёев “Кўпгина инвестиция лойиҳаларини ишлаб чиқиш чўзиб юборилмоқда. Ички бозоримизнинг кўплаб товарларга бўлган эҳтиёжи 50 фоиз даражасида ҳам қондирилмаяпти. Экспорт бўйича топшириқлар барбод қилинган” [1] деб таъкидлаб ўтдилар. Шундай бир шароитда, мавжуд ислохотлар инсон манфаатларига хизмат қилиш, ижтимоий ва иқтисодий юксалтириш учун хорижий инвестицион капитал оқимини таъминлаш эркин иқтисодий зоналарни самарали фаолияти орқали амалга оширилади.

Шунинг учун, бозор иқтисодиёти шароитида инвестицион капитал оқимларини рағбатлантиришда мамлакатларда инвестицияларнинг шакллланганлик даражаси, эркин иқтисодий ҳудуд, унинг инвестицион жозибадорлиги, инновация, илғор инсон капитали ривожини, илмий техник тараққиёти, инвестицияларнинг самараси каби бошқа ижобий натижалар мавжуд имтиёзлар тизими, улар бўйича инфратузилмаларни ривожланганлик даражасини чуқурроқ ўрганиш унинг долзарблигини билдиради.

Ҳозирги кунда, дунё мамлакатлари ўртасидаги инвестицион оқимларнинг мавжуд ҳолатларни кўриб чиқадиган бўлсак, жаҳоннинг Knight Frank консалтинг компаниясининг «Бойлик тўғрисидаги ҳисоботи»да 2017 йилда қайси шаҳарларга шахсий инвестициялар киритиш маъқуллиги борасида фикрлар билдирилди. Асосий мезонлар сифатида таълим тизими, турмуш тарзи, инфраструктура, технологиялар ва кўчмас мулк кўриб чиқилди. Ушбу рейтинг Форбес саҳифаларида кенгроқ баён қилинган. Худди шундай шаҳарлардан: 2015 йилда

Амстердам ситие тадқиқотида жаҳоннинг беш энг инновацион шаҳарлари рўйхатига киритилган эди. Маҳаллий хайтекнинг асосий иштирокчилари орасида Uber, Netflix ва Tesla'ning Европадаги штаб-квартиралари бор. Шунингдек, Нидерландиянинг капитализацияси 1 миллиард доллардан ошадиган илк компанияси, Facebook, Spotify, AirBnB, Uber ва Tesla мижозларига хизмат кўрсатувчи Ayden тўлов бўйича янги инновацион бизнес лойиҳалар(startup)и ҳам шу ерда жойлашган. Бундан ташқари, Амстердам инфраструктурага эгадир.

Иккинчи шаҳар, Флорида штатининг энг машҳур шаҳри куёшли пляжлари, туристлар оқими ва бойларнинг шинам қароргоҳлари билан машҳур. Айти пайтда бу ерда технологик аспект жадал суръатлар билан ривожлантирилмоқда. 2014 йилда бу ерга Microsoftнинг инновацион маркази кўчиб ўтди. Art Basel Miamiнинг очилиши билан шаҳарда кўплаб янги кварталлар, ресторанлар ва галереялар пайдо бўлди. Майами университетининг бизнес мактаби ва юридик факультети рейтингларда борган сайин юқориламоқда.

Учинчи шаҳар, Ҳиндистоннинг юқори технологиялашган(хайтек) ва янги лойиҳалар(startuplar) пойтахтига секин-аста трансмиллий корпорациялар — Uber, Airbus, Visa ва бошқалар ўрнашмоқда. Бангалор қароргоҳи жойлашган маҳаллий гигантлар сирасига Flipkart, InMobil ва MuSigma киради. Бундан ташқари, шаҳарда кўплаб йирик тадқиқот марказлари, жумладан, Ҳиндистон илмий институти жойлашган.

Тўртинчи шаҳар, Берлинда ҳар йили 40 мингдан ортиқ янги инновацион бизнес лойиҳалар (startup) очилади, яшаш нархи эса Германиядаги энг паст кўрсаткичлардан бирини ташкил этади. 2014 йилда бу ерга 174 минг киши кўчиб ўтди, уларнинг ярмидан кўпроғи чет элликлардир. Хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасининг ривожини туфайли шаҳар иқтисодиёти Германиядаги энг яхши натижалардан бирини қайд этмоқда.

Бешинчи шаҳар, автомобиль саноати, телекоммуникациялар, логистика ва чакана (riteyl) хизматларни ривожини туфайли Мехико пойтахти катта миқдорда инвестициялар жалб қилишда давом этмоқда. 2000 йилдан буён офислар бозори 200 фоизга ошди — Мехикода 170 та янги бино пайдо бўлди. Айти пайтда аэропорт реконструкциясига маблағ йўналтирилмоқда, 2020 йиллар бошида унинг ўтказиш имконияти йилига 50 миллион йўловчи ва 550 минг рейсини ташкил этиши кутилмоқда.

Олтинчи шаҳар, Техас штати пойтахтини баъзан Кремний тепаликлари деб аташади. Охириги йилларда Остинда давлат маблағлари улуши катта иқтисодиётдан технологик етакчига айланди. Бу ерда Apple, Cisco Systems, Dell, HP, Facebook ва Google ўрнашди. Шаҳар аҳолиси кунига 150 кишига кўпаймоқда. Техас университети ва бошқа олийгоҳлар шаҳарга билимли ва савияли ёшларни жалб қилмоқда.

Еттинчи шаҳар, 2036 йилга келиб Мелбурн аҳоли сони бўйича Австралиянинг энг йирик шаҳри – Сиднейдан ўзиб кетиши кутилмоқда. Economist Intelligence Unit рейтингида Мелбурн яшаш учун қулай шаҳарлар орасида биринчи ўринни эгаллаб турибди. Офис бозори аллақачон Сиднейдагидан ўтиб кетган, шаҳарнинг марказий қисмида ишловчилар сони охириги 10 йилда 24 фоизга ўсган [4].

Шунингдек, тижорий кўчмас мулкка инвестиция киритиш учун энг жозибадор шаҳарлар қаторига, ўтган йили тижорий кўчмас мулкка киритилган инвестиция ҳажмининг йириклиги бўйича юқори 100 та шаҳарлар рўйхатида биринчи Нью-Йорк шаҳри эгаллади. “Айнан шу шаҳар дунё капиталининг энг катта улуши – 50 млрд. АҚШ долларини жалб қилди”.

2-ўринни Европанинг энг катта молиявий маркази Лондон шаҳри эгаллади.

Шаҳарнинг тижорий кўчмас мулкига 38 млрд. АҚШ доллари киритилган бўлиб, бу маблағлардан 10 фоизи кўп функционал мажмуани сотиб олиш бўйича энг йирик келишув бўлди.

3-ўринни Американинг Лос-Анжелес шаҳри эгаллади, бу ерга 22 млрд. АҚШ доллари инвестиция қилинган. Москва шаҳри ушбу рўйхатдан 18-ўринни эгаллаб, унинг тижорий кўчмас мулкига 2 млрд. доллар инвестиция киритилган [5].

1-жадвал

| Мамлакатимизга асосий капиталга киритилган инвестиция ва хорижий инвестициялар динамикаси |                                                              |          |          |          |          |                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------------------------------|
|                                                                                           | Кўрсаткичлар                                                 | 2013 йил | 2014 йил | 2015 йил | 2016 йил | 2016 йил 2013 йилга нисбатан, %да |
| 1                                                                                         | Мамлакатдаги ишлаб чиқарилган ЯИМ, трлн. сўм                 | 119,0    | 144,9    | 171,4    | 199,3    | 167,5                             |
| 2                                                                                         | Асосий капиталга киритилган инвестициялар, млрд. АҚШ доллари | 13,0     | 14,6     | 15,8     | 16,6     | 127,7                             |
| 3                                                                                         | Шундан; хорижий инвестициялар, млрд. АҚШ доллари             | 3,0      | 3,0      | 3,3      | 2,6      | 0,86                              |

Жадвал маълумотларига асосан, мамлакатимизда ЯИМ мос муддатларда 167,5%ни, асосий капиталга киритилган инвестициялар эса 127,7%га ўсиш кузатилган. Лекин, мамлакатимизга киритилган хорижий инвестициялар эса мос даврларда 13,3%га пасайиш кузатилган. Демак, мамлакатимиздаги инвестицион муҳит бевосита салбий эканлигини гувоҳи бўламиз.

Мамлакатимизда, хорижий инвестицияларнинг кириб келишини таъминлашнинг асосий самарали омили ҳисобланган эркин иқтисодий ҳудудларни кенгроқ ривожлантириш, инвестицион жозибадорлик ҳолатларини таҳлил қилмиз. Бундай ижобий кўрсаткичларни мавжудлиги келгусида инвестицион капитал оқимларини объектив ҳаракатини таъминлаш учун муҳим баҳо ҳисобланади.

Маълумки, ICOR (Incremental Capital Output Ratio) коэффиценти ўтган йилги ялпи инвестицияларни (ЯИМга нисбатан фоизда) жорий йилдаги ЯИМнинг ўсиш суръатига нисбати билан аниқланади. Ушбу кўрсаткич орқали ривожланган давлатларда амалга оширилган инвестицияларни давлатнинг иқтисодий ривожланишига таъсири баҳоланиб борилади. Шу мақсадда фойдаланиладиган ИСОП (incremental capital-output ratio) коэффиценти асосий капиталга қўйилган маблағларнинг келгуси йилда ЯИМнинг ўсишига таъсирини аниқлашга имкон беради ва ЯИМда инвестициялар салмоғининг кейинги йилдаги ЯИМнинг қўшимча ўсиш суръатига нисбатини ифодалайди.

Таҳлил этилаётган даврда, мамлакатимизда ЯИМнинг капитал сифимкорлигини акс эттирувчи ИСОП самарадорлиги кўрсаткичи 2009 йилда 3,08 ни ташкил этди. Жаҳон банки маълумотларига кўра, ушбу кўрсаткич ривожланган мамлакатларда 2,4 га тенг [6]. 2015 йилга келиб бу кўрсаткич 2,9 ни ташкил қилган. Демак, мамлакатимиздаги мазкур кўрсаткични ортиши салбий эканлигини билдиради ёки мамлакатимиздаги инвестицион муҳитнинг ҳолати ҳам салбий деб баҳоланади.

Ҳозирги кунда мамлакатимизда ташкил этилган эркин иқтисодий зоналарнинг ривожланиш ҳолатини таҳлил қилмоқчимиз. Шу кунда, мамлакатимизда жами бўлиб 14 та эркин иқтисодий зона ва 96 та кичик саноат

зоналари фаолият юритмокда. «Навоий», «Ангрен», «Жиззах», «Ургут», «Ғиждувон», «Кўкон» ва «Ҳазорасп» эркин иқтисодий зоналарида умумий қиймати 486 миллион АҚШ долларига тенг 62 лойиҳа амалга оширилган, 4,6 мингдан ортиқ иш ўрни яратилган.

Бироқ, 2017 йил 9 октябрдаги Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг “Мамлакатимиздаги эркин иқтисодий зоналар ва кичик саноат зоналарини ривожлантириш бўйича амалга оширилаётган ишлар самарадорлиги таҳлилига бағишланган йиғилиш” да “...тегишли вазирлик, идора ва ҳўжалик юритувчи субъектларнинг бу соҳадаги фаолиятини танқид қилиб, уларда ташаббускорлик етишмаслиги, эркин иқтисодий зоналар ва кичик саноат зоналарини ривожлантириш бўйича ишларни ташкил қилиш даражаси сустлигини таъкидладилар. Шунинг билан бирга, мамлакатимиз иқтисодиётига эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил этиш орқали хорижий инвесторларни жалб қилиш вазифаси етарлича таъминланмаётганлигини” эътироф этиб ўтдилар.

Шунинг учун, ҳозирги кунда эркин иқтисодий зоналарни фаолиятини мамлакатимиздаги ўрнини янада ошириш мақсадида юқоридаги салбий ҳолатларни бартараф этиш, мавжуд муаммоларни зудлик билан бартараф этиш, ҳозирги кунда мамлакатимизда эркин иқтисодий зоналарни ривожлантириш учун амалдаги қонунчиликда ЭИЗлар иштирокчиларига қўшимча тарзда божхона тўловларидан имтиёз ва преференциялар бериш тизими такомиллаштириб боришни талаб этмокда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президентининг 2016 йил 26 октябрдаги “Эркин иқтисодий зоналар фаолиятини фаоллаштириш ва кенгайтиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-4853-сонли Фармони, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5 июндаги “Тошкент шаҳри Яшнобод туманида инновацион технопаркни ташкил этиш тўғрисида”ги ПФ-5068-сонли фармони, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Корея Республикаси Ҳукуматининг беғараз ёрдамни жалб қилган ҳолда Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти қошида Ўқув-амалий тўқимачилик технопаркини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2759-сонли қарори ва Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 30 мартдаги “Сирдарё вилоятининг Янгиер шаҳрида кичик саноат зонасини барпо этиш тўғрисида”ги ПҚ-2860-сонли қарори ва бошқа қонуности ҳужжатлар орқали қўшимча имтиёзлар тизими кенг жорий этилган. Бундан ташқари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 августдаги “Эркин иқтисодий зоналар самарали фаолият кўрсатиши учун вазирликлар, идоралар ва жойлардаги давлат ҳокимияти органларини мувофиқлаштиришни кучайтириш ва уларнинг масъулиятини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3175-сонли қарори қабул қилинган бўлиб, қарорда ўтган давр мобайнида мамлакатимиздаги эркин иқтисодий зоналар фаолияти таҳлил қилинганлиги, натижада камчиликлар аниқланганлиги таъкидланиб, зоналарни янада ривожлантиришнинг асосий йўналишлари белгилаб берилди.

Таъкидлаш жоизки, 2017 йилнинг ўтган 9 ойи давомида ЭИЗлар иштирокчиларига божхона тўловларидан жами 260,9 млрд. (2016 йилнинг 9 ойида 30,9 млрд.) сўм имтиёзлар қўлланилган бўлиб, 2016 йилга нисбатан 8,4 баробарга ошган. Шунингдек, мамлакатимизда технопарклар ва кичик саноат зоналарини ташкил этишга ҳам катта эътибор қаратилаётган бўлиб, жорий йилнинг ўзида бу соҳада бир қатор янги қонуности ҳужжатлари қабул қилинди. Бундай зоналар иштирокчилари, чет эл инвесторларга бир қатор имтиёзлар, шу жумладан божхона тўловлари бўйича имтиёзлар жорий этилган.

Юқоридаги таҳлил хулосаларига асосланиб, камчиликларни бартараф этиш ёки эркин иқтисодий зоналарни мамлакатимиз иқтисодиётидаги ўрнини янада

ошириш учун қуйидаги таклифларни ишлаб чиқдик:

❖ давлатнинг бирламчи аниқ мақсад(мамлакатда валюта тушумини, иқтисодий ётачки тармоқларини асосий фондларини янгилаш, модернизациялаш ва диверсификациялаш ва бошқалар)ни амалга ошириш мақсадида эркин иқтисодий зоналарга хорижий инвесторларни кенг жалб қилиш тизимини зудлик билан шакллантириш лозим;

❖ эркин иқтисодий зоналар бўйича аниқ дастурий лойиҳалар ёки шу ҳудудларнинг барча инвестицион салоҳияти даражасидан келиб чиқиб аниқ, янги, ихтироларга, илмий янги ғояларга асосланган таклиф этилаётган лойиҳалар рўйхатини шакллантириш тизимини жорий этиш лозим. Бунда, илмий-текшириш ва илмий-тадқиқот институтлари фаолиятини шакллантириш ва ривожлантириш лозим;

❖ эркин иқтисодий зоналарни ташкил этишдаги давлат томонидан ўрнатилган бош аниқ устувор (валюта тушумини таъминлаш, иқтисодий модернизациялашда хорижий инвестициялар ва инвесторларни жалб қилиш ва бошқалар) йўналишларни аниқ белгилаб қўйилиши лозим. Бунда; ЭИЗ лардаги лойиҳаларни куриш учун давлат томонидан белгиланган аниқ устувор йўналишларни бажарилиши бўйича давлат мониторингини ташкил этиш лозим;

❖ тадбиркорларни аниқ изланувчанлик иқтидорларини шакллантириш (ихтиро, илмий ғоя, тадқиқот ишлари, тадқиқот институтлари, олим ва ихтирочиларни рағбатлантириш ва бошқалар) жараёнларни тезлаштириш лозим. Чунки мазкур ҳолатларни етарли таъминланиши мисол учун, биринчи жараёнларнинг жадал ривож эркин ҳудудларни бошқа шаклларни тез суръатларда ривожланишига туртки беради.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. Mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruza, 2017 yil 14 yanvar / Sh.M. Mirziyoyev. – T.: “O'zbekiston”, 2017. – 104 b.
2. Данько Т.П. Свободные экономические зоны в мировом хозяйстве. – М.: «ИНФРА-М», 1998. – С. 31.
3. Краткий внешнеэкономический словарь-справочник. Под редакцией В.И.Рыбалкин. – М.: «Международные отношения», 1991. – С.82.
4. Knight Frank консалтинг компанияси маълумотлари.
5. Cushman & Wakefield компания маълумотлари.
6. Vaxabov A.V., Xajibakiev Sh.X., Muminov N.G. Xorijiy investitsiyalar. O'quv qo'llanma. – T.: «Moliya», 2010. – B. 170.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>А.Сиддиқов, Ш.З.Жалилов, С.А.Усмонова</b></p> <p><b>Учреждение экономических территорий в объектах инвестиционных капиталов</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье раскрыта роль и теории свободных экономических зон, их прозрачность и оценки, объективная необходимость инвестиционных денежных потоков для развития экономики. А также, определены необходимые факторы для обеспечения потоков инвестиционного капитала и его анализ и состояние.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> инвестиционная привлекательность, ISOR, свободная экономическая зона, сила капитала, инвестиционные климаты: Амстердам, Art Basel Maiami, Берлин, Мексика Silicon Hills.</p> | <p><b>A.Siddiqov, Sh.Z.Jalilov, S.A.Usmonova</b></p> <p><b>Establishment of economic territories in investment capital facilities</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article reveals the role and theories of free economic zones, their transparency and assessments, the objective necessity of investment cash flows for the development of the economy. And also, the necessary factors are determined to ensure the flow of investment capital and its analysis and status.</p> <p><b>Key Words:</b> Investment attractiveness, ISOR, Free Economic Zone, Capital Strength, Investment Climates: Amsterdam, Art Basel Maiami, Berlin, Mexico Silicon Hills.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**М.Ш.Тўхтаева** – СамИСИ магистранти,  
**Д.Х.Холмаматов** – СамИСИ катта ўқитувчиси

## КРЕДИТ БЕРИШ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ УСУЛЛАРИ

**Аннотация:** Ушбу мақолада Республикамиз тижорат банкларида кредит бериш механизмини такомиллаштиришнинг замонавий усуллари ёритилган.

**Калит сўзлар:** кредит механизми, микрокредит, имтиёзли кредит, мақсадли кредит, скоринг, кредит скоринги.

Республика молия-банк тизимида амалга оширилаётган изчил ислохотлар, жорий этилаётган замонавий талабларга жавоб берувчи интерактив хизмат турлари, банк назоратининг такомиллашга унинг барқарорлигини таъминлаб, иқтисодий фаолликни жадаллаштириш ва аҳолининг турмуш даражасини оширишдаги рағбатлантирувчи ролини янада кенгайтиришга хизмат қилмоқда.

Мамлакатдаги иқтисодий ўсишни ва банк тизимининг инвестициявий жараёнда фаоллигини таъминлаш бевосита иқтисодиётнинг реал секторини кредитлашга боғлиқ. Бу иқтисодиётнинг жадал суръатда ривожланишини таъминлаш дастурларини амалга ошириш, ички молиявий манбалар билан бирга хорижий инвестицияларни ҳам кенг жалб этиш ва улардан самарали фойдаланишда хорижий инвестициялар, халқаро молия институтлари ва банк тузилмаларининг кўмагига таяниш муҳим аҳамиятга эга.

Ўтган йилларда амалга оширилган банк-молия соҳаларидаги тизимли тадбирлар натижасида, яъни 2016 йил давомида ўтказилган стерилизация операцияларининг<sup>1</sup> ўртача ҳажми 2015 йилга нисбатан 1,3 мартага ошди. Бу эса банк тизимидаги ликвидликни самарали бошқаришга, пул массасининг прогноз кўрсаткичларидан ортқча ўсишининг олдини олишга ва шу орқали ички бозорда нархлар барқарорлигини таъминлашга хизмат қилди<sup>2</sup>.

Мамлакатимизда банк тизими томонидан аҳоли ва хўжалик субъектларини фаол молиявий қўллаб-қувватлаш, ёшларнинг тадбиркорлик салоҳиятини рўёбга чиқаришга кўмаклашиш, имтиёз ва имкониятларнинг яратилиши, хотин-қизларга моддий-маънавий жиҳатдан кўмак кўрсатиш, аҳолининг маиший шароитларини яхшилашга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Айниқса, бу борада меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар асосида аҳоли ва хўжалик субъектларига кредитлар, шу жумладан, микрокредитлар ажратиш механизмларининг янада такомиллаштирилаётгани, тобора соддалаштирилаётгани банк хизматларидан фойдаланиш самарадорлигини оширмоқда.

Бугунги кунда кичик бизнес ва оилавий тадбиркорликни ташкил этиш, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларидаги хўжалик субъектлари фаолиятини ривожлантириш юзасидан олиб борилаётган ислохотлар бевосита тижорат банкларининг кредит ресурслари ва уларни бериш механизмларига боғлиқдир.

Мамлакатимизда кредит ресурслари ҳажмини ошишида кредит ташкилотлари ва банкларнинг таркибий бўлимлари сони муҳим аҳамиятга эга

<sup>1</sup> Стерилизация операцияси - бу макроиқтисодий атама бўлиб, марказий банк томонидан иқтисодиётдаги пул маблағларининг бир қисmini олиб қўйишни англатади.

<sup>2</sup> Шавкат Мирзиёев. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик-ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак// “Халқ сўзи”, 2017 йил 15 январь.

ҳисобланади. Мамлакатимизда мавжуд бўлган кредит ташкилотлар ва банклар таркибий бўлимлари сони ҳақидаги маълумотлар 1-жадвалда келтирилган.

**1-жадвал****Кредит ташкилотлари ва банклар таркибий бўлимлари сони<sup>1</sup>**

| №  | Кредит ташкилотлари ва банклар таркибий бўлимлари сони, жами       | 01.01.2017 й. | 01.01.2018 й. |
|----|--------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|
| 1. | Марказий банк томонидан рўйхатга олинган кредит ташкилотлари, жами | 103           | 104           |
|    | Шу жумладан:                                                       |               |               |
|    | Тижорат банклари, шундан:                                          | 27            | 28            |
|    | Давлат улуши мавжуд банклар                                        | 10            | 11            |
|    | Бошқа банклар                                                      | 17            | 17            |
|    | Нобанк кредит ташкилотлари, шундан*                                | 76            | 76            |
|    | Микрокредит ташкилотлари                                           | 29            | 30            |
|    | Ломбардлар                                                         | 47            | 46            |
| 2. | Тижорат банклари филиаллари, жами**                                | 855           | 862           |
|    | Шундан: Халқ банки                                                 | 197           | 197           |
| 3. | Мини-банклар                                                       | 999           | 980           |
| 4. | Банк биносидан ташқаридаги операцион кассалар                      | 2667          | 2861          |
|    | Шундан: халқ банки                                                 | 869           | 806           |
| 5. | Валюта айрибошлаш шахобчалари                                      | 385           | 888           |
| 6. | Халқаро пул ўтказмалари шахобчалари                                | 1011          | 1012          |
| 7. | Кўчма кассалар                                                     | 366           | 2157          |
|    | Шундан: Халқ банки                                                 |               |               |

\*Нобанк кредит ташкилотлари филиаллари мавжуд эмас.

\*Тижорат банкларининг хорижий давлатларда филиаллари мавжуд эмас.

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, марказий банк томонидан рўйхатга олинган кредит ташкилотлари сони 2017 йилнинг январ ҳолатига 103 тани ташкил этган бўлса, 2018 йилда 104 тани ташкил этган. 2017 йилда фаолият кўрсатган кредит ташкилотларининг 27 таси тижорат банклари, 76 таси нобанк кредит ташкилотлари бўлган. Нобанк кредит ташкилотларининг 29 таси микрокредит ташкилотлар ва 47 таси ломбардлар бўлган.

2018 йилнинг январ ҳолатига кўра, Марказий банк томонидан рўйхатга олинган кредит ташкилотлари 104 тани ташкил этган. Улардан 28 таси тижорат банклари, 76 таси нобанк кредит ташкилотлари бўлган. Нобанк кредит ташкилотлари таркибида ҳам 2017 йилга нисбатан ўзгариш бўлган. Бу ўзгариш 2017 йил 29 та микрокредит ташкилотлари ўрнига 30 та микрокредит ташкилотлари, 47 ломбардлар ўрнига 46 та фаолият юритган.

Маълумки, республика банклари ва бошқа кредит ташкилотлари кредит портфелининг йилдан-йилга кенгайиши, кредит бозорининг ривожланиши баробарида кредитлаш жараёни инфратузилмасини такомиллаштиришнинг аҳамияти ҳам тобора ортиб бормоқда.

Халқаро тажриба шуни кўрсатмоқдаки, кредитлаш жараёни инфратузилмаси кредит муассасалари фаолиятини тўлдириб, уларнинг

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси маълумотлари

таваккалчиликларини камайтириш, кредитлаш фаолияти самарадорлигини ошириш, оптималлаштиришда муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакатимизда кредитлаш бозорининг кенгайиши банклар ва бошқа кредит ташкилотларидан кредит олувчиларнинг кредитни қоплай олиши ва ундан фойдалана билиш, ишбилармонлик қобиляти ҳақида ахборотга эга бўлиш тизимини такомиллаштириш заруриятини туғдирмоқда.

Таникли иқтисодчи олим, АҚШнинг Колумбия университети профессори Ф.Мишкиннинг фикрича, банк менежерининг тўрт асосий вазифасидан бири кредитларни мақсадли йўналтиришни бошқаришдир. У банкнинг тижорат фаолиятини ривожлантиришда мамлакат даражасидаги ислохотлардан келиб чиқиб, аниқ мақсадли соҳаларга ва йўналишларга йўналтира олиши лозим<sup>1</sup>.

Ўзбекистон тижорат банкларининг кредит стратегияси ўз тараққиётининг сифат жиҳатидан янги босқичини бошидан кечираётган ҳозирги даврда кредитларни мақсадли йўналтириш муҳим вазифалардан бири ҳисобланад. Бу босқич макроиқтисодий вазиятдаги жиддий ўзгаришлар, умумиқтисодий вазифаларни ҳал этишда банк потенциали ва таъсирининг ўсиши билан боғлиқдир. Бу ўзгаришлар жараёнида тижорат банкларини кредит бериш тизимининг ижтимоий-иқтисодий ҳаётдаги мавқеи ва ўрни бекиёс даражада ўсиб бормоқда. Шундан келиб чиққан ҳолда, тижорат банкларининг кредит бериш механизминини қайта қуриш, кредитлаш тизимини янада такомиллаштиришда замонавий технологиялар ва ахборот тизимларидан тўлақонли фойдаланишни тақозо этмоқда. Бунда жаҳон банк амалиётида кредит бериш тизимида кенг қўлланиладиган скоринг усулидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Банклар учун скоринг – бу, биринчи навбатда, рискларни баҳолаш усули ва шу асосда миқдорнинг кредитни қайтариш истиқболини статистик усул орқали баҳолаш деб тушунилади, иккинчидан – бу банклар томонидан кредит бўйича қарор қабул қилишнинг автоматлаштириш жараёни ҳисобланади. Шуларни инобатга олган ҳолда скоринг (инг. *scoring*) – кредит рискларини баҳолаш мақсадида барча миқдорларни турли гуруҳларга ажратиш услуги; математик ёки статистик модель. *Scoring* – сўзма-сўз ишлаб топиш, балларни ҳисоблаш деб ҳам юритилади<sup>2</sup>.

Тижорат банклари тизимида амалиётга киритилиши кутилаётган кредит скоринги учун замонавий қарор қуйидагилар билан боғлиқ:

- скоринг моделларини яратиш (эксперт, математик, таҳлил ва молиявий баҳолаш), (ушбу моделлар интеграцияси);
- кредит маҳсулотлари тизимини яратиш ва улардан фойдаланиш (бир неча минут ичида, қарздорнинг стратегик таҳлили);
- таҳлил ва скоринг учун ташқи манбалардаги ахборотлардан фойдаланиш (қора рўйхат, кредит бюроси, ўзининг локал маълумотлар базаси);
- кредит сиёсати учун оддий қоидалар ва бошқарув қоидаларини яратиш – бонуслар тизими жарималар (потенциал қарздорларни баҳолаш учун);
- кредит мутахассислари учун турли скоринг рейтингларининг эгилувчан интерпретациясини белгилаб бериш ва бошқалардан иборатдир.

Фикримизча, мамлакатимиз тижорат банкларида кредитлаш жараёнларини олиб боришда скоринг моделларидан фойдаланиш пировардида кредит муносабатлари учун қуйидаги функционал имкониятлар яратилади:

<sup>1</sup> Мишкин Ф. Экономическая теория денег, банковского дела. И финансовых рынков. 7-е издание. Пер. С.-М.: ООО “И.Д. Вильямс”, 2013, -С.266-267

<sup>2</sup> <http://www.banki.ru/wiki/bank/skoring/>

- кредит бериш ва уни бошқаришнинг марказлашув жараёнлари вужудга келади;
- банк фаолияти учун скоринг моделлари тузилади ва уларнинг қарорларни қабул қилиш жараёнлари автоматлаштирилади;
- банк қарздорларнинг стратегик таҳлилини яратиш имконияти кенгаяди;
- банк ходимлари томонидан нафақат ички ахборот маълумотлари, балки ташқи ахборот манбалари билан ишлаш имкониятлари пайдо бўлади (кенгаяди).

Хулоса қилиб айтганда, мамлакатимиз банк тизимининг ўзгараётган бозор шароитларига тез мослашиши давр талабидир. Бу эса, ўз навбатида, уларнинг кредит муносабатларини автоматлаштириш вазифаларини бирламчи мақсад сифатида кўриб чиқишларини талаб этмоқда. Бунда кредит скорингларини жорий этиш орқали кредит тизимида имтиёзли ва мақсадли кредитларни бериш, уларни самарали бошқариш имкониятлари ошади, деб уйлаймиз.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. 2017-2021 йилларда “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси” Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли фармони билан тасдиқланган.
2. Мирзиёев Ш. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик-ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак// “Халқ сўзи”, 2017 йил 15 январь.
3. Мавлонова Н. Халқаро ҳамкорликнинг беқиёс самараси. Бозор, пул ва кредит. Журнали, 9/2016 (232) 40-43 бетлар
4. Мишкин Ф. Экономическая теория денег, банковского дела. И финансовых рынков. 7-е издание. Пер. С.-М.: ООО “И.Д. Вильямс”, 2013,-С.266-267
5. <http://www.statsoft.ru/solutions/tasks/scoring/>
6. <http://www.banki.ru/wikibank/skoring/>

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>М.Ш.Тухтаева, Д.Х.Холмаматов</b><br/> <b>Современные методы совершенствования кредитного механизма</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в этой статье описываются современные способы совершенствования механизма кредитования в коммерческих банках Республики</p> <p><b>Ключевые слова:</b> кредитный механизм, микрокредитование, льготные кредиты, целевые кредиты, скоринг, оценка кредита</p> | <p><b>M.Sh.Tukhtayeva, D.H.Kholmamatov</b><br/> <b>Modern methods of enhancement of credit mechanism</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article outlines modern ways of enhancement the mechanism of lending in commercial banks of the Republic.</p> <p><b>Keywords:</b> credit mechanism, microcredit, soft loans, targeted credit, scoring, credit scoring</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ

**К.Б. Уразов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.,

**Э.Т. Эргашев** – СамИСИ ассистенти,

**Ж.А.Каримов** – СамИСИ магистранти

### АГРОСЕРВИС ХИЗМАТЛАРИНИНГ ТУРЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ТАВСИФИ

**Аннотация:** мақолада агросервис хизматларининг моҳияти, таснифи ва тавсифи, улар бўйича даромадни тан олиш, ҳисоб-китоб қилиш, шунингдек уларни ҳисоб ва ҳисоботда акс эттириш тартибларини такомиллаштириш масалалари тадқиқ этилган.

**Калит сўзлар:** агросервис хизматлар, агросервис хизматлардан олинган даромад, агросервис хизматлар таннари.

Республикамызда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш устувор вазифалардан ҳисобланади. Бу бевосита агросервис хизматларга ҳам дахлдордир. Ушбу хизмат турларини ривожлантириш республикамыз қишлоқ хўжалигини раванқ топтиришнинг энг муҳим омилларидан бири ҳисобланади. Шу боис ҳам, республикамыз 2017-2021 йилларда ривожлантиришга қаратилган Ҳаракатлар Стратегиясида<sup>1</sup> қишлоқ хўжалик соҳасини тубдан ислоҳ қилиш, уни инновацион технологиялар асосида жадал суръатларда раванқ топтириш бўйича белгиланган чора-тадбирларда агросервис хизматларни кўрсатишга ихтисослашган хўжалик юритувчи субъектлар, чунончи Машина-трактор парклари (МТП) фаолиятини тубдан яхшилашга алоҳида эътибор қаратилган.

Таъкидлаш жоизки, агросервис хизматларни кўрсатувчи МТПлар фаолияти ўзига хос хусусиятларга эга. Ушбу хусусиятлар фермер хўжаликларида кўрсатилаётган агросервис хизматларнинг турли-туманлигида, уларнинг техник-технологик жиҳатларида, бу хизматлардан олинаётган даромадлар ҳамда уларга қилинаётган сарф-харажатларни тан олиш ва ҳисоб-китоб қилишда, бунда хизматлар ҳажми ва улар қийматини аниқлашда тегишли равишдаги миқдор кўрсаткичлар, меъёрлар ва таърифлардан фойдаланишда, кўрсатилган хизматларни топширишда турли бошланғич ҳужжатларни расмийлаштирилишида, миқдор ва пул бирлигидаги кўрсаткичларни турли синтетик ва аналитик счётларда акс эттириш ва бошқа жиҳатларда ўз аксини топади. Ушбу ва бошқа хусусиятлар агросервис хизматларга ихтисослашган МТПларни бухгалтерия ҳисобининг ўзига хос субъектлари, мос равишда, ушбу хизмат турларини ҳисобнинг ўзига хос объектлари эканлигидан дарак беради.

Таъкидлаш жоизки, агросервис хизматларга ихтисослашган субъектлар фаолиятининг бухгалтерия ҳисоби объекти сифатидаги хусусиятлари республикамызда етарлича тадқиқ этилмаган, улар даврий адабиётларда ҳам атрофлича ёритилмасдан қолмоқда. Шу билан бирга агросервис хизматларнинг қишлоқ хўжалик соҳасини раванқ топтиришдаги ўрни ва аҳамиятининг муҳимлиги, ушбу соҳага ихтисослашган субъектлар фаолиятини янада ривожлантиришга бўлган талабни борган сари ошиб бораётганлиги мазкур соҳа субъектла-

<sup>1</sup> “2017-2021 йилларда “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси”. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947- сонли фармони билан тасдиқланган.

рида бошқарувнинг барча дастакларини, шу жумладан бухгалтерия ҳисобининг назарий ва методологик муаммоларини чуқур тадқиқ этиш талабини қўймоқда.

Агросервис хизматлар ҳисобининг муҳим назарий ҳамда методологик масалалари сирасига қуйидагиларни киритиш мумкин:

1) агросервис хизматларнинг ҳисоб объектлари сифатидаги таснифий ва тавсифий асосларини очиб бериш;

2) агросервис хизматларнинг ҳар бир туридан олинadиган даромадларни, шунингдек улар таннархини тан олиш, ҳисоб-китоб қилиш ҳамда уларни ҳисоб ва ҳисоботда акс эттиришнинг яхлит методологик тартибларини ишлаб чиқиш;

3) агросервис хизматларга доир буюртмачилар билан ҳисоблашишлар, бюджет билан солиқлар ва тўловлар бўйича ҳисоб-китоблар ҳамда улар ҳисобини такомиллаштириш.

Ушбу ва бошқа муҳим масалаларни ҳал этиш негизида, авваламбор, «агросервис хизматлар» атамасининг моҳияти, ушбу хизмат турларининг таснифи ҳамда таркибий элементлари ётади.

«Агросервис хизматлар» сўз бирикмаси махсус атама сифатида, кўриниб турибдики, турли мустақил мазмунга эга бўлган сўзлардан иборат. Ушбу атамадаги «Агро» сўзи манбаларга кўра<sup>1</sup> грекча «agros» сўзидан олинган бўлиб, «майдон», мазмунан ердан фойдаланишга боғлиқ ҳаракат ва ишларни англатади. Айнан шундан келиб чиқиб, қишлоқ хўжалигида «агрономия», «агротехника», «агрохимия», «агросаноат», «агрофирма», «агротехник хизматлар» ва бошқа тушунчалар кенг ишлатилади<sup>2</sup>. «Агросервис» тушунчаси ҳам бевосита қишлоқ хўжалигига доир бўлиб, у фермерларга кўрсатиладиган юқори сифатли турли агрономик, агротехник, агрохимик ва бошқа агросервис хизматларни билдиради.

Агросервис хизматларнинг энг кенг тарқалган турларига қуйидагиларни киритиш мумкин (1-расмга қаранг).



**1-расм. Агросервис хизматларининг асосий турлари**

1-расмда келтирилган агросервис хизматларнинг ҳар бири ўзига хос жиҳатларга эга бўлган, МТПлар учун даромад келтирувчи ҳамда сарф харажат қилишни талаб қилувчи тадбиркорлик тури ҳисобланади. Ушбу хизматлардан олинadиган даромадларнинг ҳар бири ўзининг аниқ тан олиш мезонларига, аниқлаш ва ҳисоб-китоб алгоритмларига эгадир. Агросервис хизматлари алоҳида турларининг мазмун-моҳияти, улардан олинadиган даромадларни тан олиш, аниқлаш ва ҳисоб-китоб қилиш хусусиятлари қуйидагиларда ёрқин намоён бўлади.

<sup>1</sup> <http://dic.academic.ru>

<sup>2</sup> Хусанов Р.Х., Хамдамов А.Н., Рафиков И.Э. “Қишлоқ хўжалигида сервис хизмати. Муқобил машина-трактор паркларини ривожлантириш муаммолари”. Т.: 2001, «Янги аср авлоди», 126 бет.

**Ғалла ўриш хизматлари** деганда, одатда, фермерларга улар етиштирган ғаллани шартнома асосида ўриб бериш тушунилади. Ажратилган майдонларга экилган ғалла ҳосилини фермерлар томонидан қимматли комбайнларни сотиб олиш асосида ўз кучи билан ўриш кўпинча самара бермайди. Бинобарин, бундай қимматли комбайнларни сотиб олишга ҳар бир фермернинг молиявий ҳолати ҳам етишмайди. Шу боис ҳам, ҳозирги пайтда етиштирилган ғаллани етарлича комбайн паркларига эга бўлган «МТП»лар орқали марказлаштирилган ҳолда ўриш энг самарали ҳисобланади. Бунда фермер етиштирган ҳосилини ўриш учун энг кам сарф талаб этиладиган комбайнларни вақтинча ижарага олиш усулидан фойдаланади. Ғаллани ўриш хизматлари МТПлар учун асосий даромад келтирувчи фаолият ҳисобланади. Ушбу фаолиятдан олинган даромадни тан олиш негизида қуйидаги кўрсаткичлар ётади:

\*ғалла ўрилган майдоннинг гектар бирлигидаги миқдори (айтайлик 100 га);

\* бир гектар ғаллани ўриш учун белгиланган тариф ставкаси (айтайлик 250 минг сўм);

Юқоридаги кўрсаткичлар асосида ғалла ўриш хизматларидан олинган жами даромад (ДҒ.ў.) қуйидаги арифметик қурилма асосида аниқланади:

$$Д (Ғ.ў.) = Их * Сб.и. = 100 * 250000 = 25\,000\,000 \text{ сўм.}$$

Бу ерда: **Их** – кўрсатилган хизмат ҳажми, яъни ўрилган ер майдони (га);

**Сб.и** – бир бирлик хизмат учун белгиланган тариф.

Ғалла ўриш хизматларини кўрсатувчи МТПларда ушбу хизматлар бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажми ва бир бирлик хизмат учун тўлов тарифи фермер хўжалиги билан тузиладиган шартномада белгиланади, ҳақиқатда кўрсатилган хизматлар ҳажми ва қиймати эса ғаллани ўриб бериш бўйича хизматларни топшириш-қабул қилиш далолатномаси ҳамда счет-фактурада ўз аксини топади.

**Ерни экишга тайёрлаш хизматлари** деганда фермерларга уларга ажратилган ер майдонларини техника ёрдамида ҳайдаш, шудгорлаш, жуяк олиш кабилар тушунилади. Ушбу хизматлардан олинадиган даромад ҳам иккита кўрсаткич асосида тан олинади. Булар:

1) экин экишга тайёрланган ер майдони;

2) бир гектар ерни ҳайдаш, шудгорлаш ва жуяк олиш учун тариф ставкалари.

Ерни экишга тайёрлаб бериш (ҳайдаш, шудгорлаш ёки жуяк олиш) бўйича кўрсатиладиган хизматлар ҳажми ва бир бирлик хизмат тури учун тўлов тарифи юқоридаги сингари фермер хўжалиги билан тузиладиган шартномада белгиланади. Ушбу шартномаларни тузиш учун МТПларда турли қишлоқ хўжалик техникалари ёрдамида ерни экишга тайёрлаб бериш (ҳайдаш, шудгорлаш ёки жуяк олиш) бўйича кўрсатиладиган хизматларнинг бир бирлиги таннархи ҳамда шартнома (сотиш) қийматлари ҳисоб-китоб қилинади. Айнан ушбу ҳисоб-китоблар ерни экишга тайёрлаб бериш (ҳайдаш, шудгорлаш ёки жуяк олиш) бўйича кўрсатиладиган хизматлар тўғрисида шартномаларни тузишга асос бўлади. Ерни экишга тайёрлаб бериш (ҳайдаш, шудгорлаш ёки жуяк олиш) бўйича ҳақиқатда кўрсатилган хизматлар ҳажми ва қиймати эса тегишли хизматларни топшириш-қабул қилиш далолатномалари ҳамда счет-фактураларда ўз аксини топади. Ушбу хизматлардан олинган даромад суммаси экишга тайёрлаб берилган (ҳайдалган, шудгорланган ёки жуяк олинган) ер майдонининг гектардаги миқдорини (айтайлик 100 га) бир гектар ерни экишга тайёрлаш (ҳайдаш, шудгорлаш ёки жуяк олиш) учун белгиланган тарифга (айтайлик 240 минг сўм) кўпайтириш орқали топилади. Мос равишда, ушбу хизматлардан олинган жами даромад суммаси 24 000 000 сўмни (100\*240000) ташкил этади.

**Экиш хизматлари** деганда фермерларга уларга ажратилган ер майдонла-

рига техника ёрдамида уруғликни (ғалла, чигит ва бошқаларни) ерга қадаб бериш тушунилади. Ушбу хизматлардан олинадиган даромад ҳам иккита кўрсаткич асосида тан олинади. Булар: 1) экин экилган ер майдони (айтайлик 100 га); 2) бир гектар ерга уруғни экиб бериш учун белгиланган тариф ставкаси (айтайлик, ёкилғи сарфисиз, ўртача 36500 сўм). Мос равишда, ушбу хизматлардан олинган жами даромад суммаси юқорида келтирилган иккита кўрсаткичнинг кўпайтмасидан ҳосил бўлган суммадан (бизнинг мисолимизда 3 650 000 сўм) иборат бўлади.

**Культивация хизматлари** деганда фермерларга уларга экин экилган ер майдонларини техника ёрдамида культивация қилиб бериш (қатқалоқ бўлган ерни юмшатиш) тушунилади. Ушбу хизматлардан олинадиган даромад ҳам иккита кўрсаткич асосида тан олинади. Булар: 1) культивация қилинган экин экилган ер майдони миқдори; 2) бир гектар ерни культивация қилиш учун белгиланган тариф ставкаси. Фермер хўжалигига экин экилган ерни культивацияси бўйича кўрсатилган хизматларнинг пул бирлигидаги ҳажми, мос равишда, юқорида келтирилган иккита кўрсаткичнинг кўпайтиришдан ҳосил бўлган суммадан иборат бўлади.

**Транспортировка хизматлари** деганда фермерларга етиштирилган қишлоқ хўжалик маҳсулотларини қабул пунктларига етказиб бериш бўйича кўрсатилган хизматлар тушунилади. Ушбу хизматлардан олинадиган даромад куйидаги кўрсаткичлар асосида тан олинади: 1) юк ташиш бўйича кўрсатилган хизмат ҳажми (одатда, тонна/километрда); 2) бир бирлик хизмат учун (мисол учун 1 т/км) белгиланган тариф ставкаси. Фермер хўжалигига транспортировка бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажми автомобиллар ёки трактор техникаси ёрдамида ташилган юк ҳужжатлари (товар-транспорт накладной) асосида аниқланади. Бир бирлик хизмат тарифлари тузилган шартномалар асосида белгиланади. Фермер хўжалигига транспортировка хизматлари бўйича кўрсатилган хизматларнинг пул бирлигидаги ҳажми тузилган шартномалар ва товар-транспорт накладнойлари асосида аниқланади ҳамда тегишли далолатнома-счёт-фактура билан расмийлаштирилади.

**Техникани таъмирлаш хизматлари** деганда фермерларга уларда мавжуд бўлган автомобиллар ва қишлоқ хўжалик техникаларини таъмирлаб бериш хизматлари тушунилади. Ушбу хизматлардан олинадиган даромад куйидаги кўрсаткичлар асосида тан олинади: 1) таъмирлаш хизматларининг турлари бўйича натурал миқдори; 2) бир бирлик таъмирлаш хизматлари учун белгиланган тариф ставкаси. Фермер хўжалигига таъмирлаш ишлари бўйича кўрсатилган хизматларнинг пул бирлигидаги ҳажми таъмирлаш далолатномалари асосида аниқланади. Бир бирлик таъмирлаш ишлари учун тарифлар техник хизматларнинг ҳар бир тури (моторни териш, эҳтиёт қисмларни алмаштириш, мойлаш ва шу кабилар) бўйича тузилган шартномалар асосида белгиланади.

**Диагностика хизматлари** деганда фермерларга уларда мавжуд бўлган автомобиллар ва қишлоқ хўжалик техникалари носозликларини аниқлаш бўйича кўрсатиладиган хизматлар тушунилади. Ушбу хизматлар, одатда, диагностика жиҳозлари ёрдамида кўрсатилади. МТПларнинг диагностика хизматларини кўрсатиш нархлари уларнинг прејскурантларида кўрсатилади. Улардан олинадиган даромад диагностика хизматларининг ҳар бир тури махсус диагностика қилиш далолатномалари асосида аниқланади. Бир бирлик диагностика ишлари учун тарифлар техник хизматларнинг ҳар бир тури (моторни текшириш, электр симларни текшириш, аккумуляторни текшириш, бошқа қисмларни текшириш ва шу кабилар) бўйича тузилган шартномалар асосида белгиланади.

**Эҳтиёт қисмларни сотиш хизматлари** деганда фермерларга турли эҳтиёт

қисмларни етказиб бериш бўйича кўрсатилган хизматлар тушунилади. Ушбу хизматлардан олинadиган даромад қуйидаги кўрсаткичлар асосида тан олинади: 1) сотилган эҳтиёт қисмлар сони; 2) ҳар бир сотилган эҳтиёт қисм учун белгиланган сотиш баҳоси. Фермер хўжалигига эҳтиёт қисмларни сотишдан олинган даромадлар уларга тақдим этилган счё-фактуралар асосида аниқланади. Бир birlik эҳтиёт қисмнинг сотиш баҳоси МТПларнинг прејскурантларида белгиланади.

Шундай қилиб, юқоридагилардан қуйидаги хулосаларни қилиш мумкин.

**Биринчидан**, агросервис хизматлар ўз мазмун ва моҳиятига эга бўлган хизмат турларидан ҳисобланади.

**Иккинчидан**, агросервис хизматлар уларни кўрсатувчи субъектларга даромад келтирувчи тадбиркорлик туридир.

**Учинчидан**, агросервис хизматлар фермер хўжаликларига моддий-техника етишмаётган ҳозирги шароитда ўта катта наф келтиради.

**Тўртинчидан**, даромад келтирувчи тадбиркорлик фаолияти сифатида агросервис хизматлар уларда юритиладиган бухгалтерия ҳисобининг ўта муҳим объектлари ҳисобланади. Бошқарувнинг муҳим дастаги сифатида бухгалтерия ҳисоби ахборот фойдаланувчиларни агросервис хизматларнинг барча турларидан олинган даромадлар тўғрисидаги реал маълумотлар билан таъминлаши лозим.

Изланишлар ҳозирги пайтда агросервис хизматларни кўрсатувчи субъектларда бухгалтерия ҳисобининг яхлит методологик тартибларга асосланган тизимини мавжуд эмаслигини кўрсатмоқда. Чунончи, тизимга кирувчи МТПларда кўрсатилаётган агросервис хизматларнинг барча турларидан олинadиган даромадларни тан олиш, аниқлаш, бошланғич ҳужжатлар билан расмийлаштириш, ҳисоб ва ҳисоботда акс эттиришнинг яхлит тартибларини ўзида мужассамлаштирувчи махсус меъёрий ҳужжатлар ишлаб чиқилмаган. Айнан шу сабабли амалиётда агросервис хизматларидан олинadиган даромадлар турлича тан олинмоқда, улар ҳар хил ҳужжатлар билан расмийлаштирилмоқда, шунингдек агросервис хизматлардан олинаётган даромадларнинг тизимли ҳисоби бир-биридан рақамлари ва номлари билан фарқ қилувчи турли счё-тларда акс эттирилмоқда. Бир сўз билан айтганда, ҳозирги пайтда агросервис хизматлар, улардан олинаётган даромадлар ҳисобининг яхлит методологик тизими мавжуд эмас.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. 2017-2021 йилларда “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси.” Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947- сонли фармони билан тасдиқланган.
2. «Маҳсулот (иш, хизмат)ларни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисида Низом». Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 5 февралдаги 54-сон қарори билан тасдиқланган.
3. 21-сон БХМС «Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолияти бухгалтерия ҳисоби счё-тлар режаси ва уни қўллаш бўйича Йўриқнома. Ўзбекистон Республикаси АВ томонидан 23.10.2002 й. 1181-сон билан рўйхатга олинган.
4. Хусанов Р.Х., Хамдамов А.Н., Рафиков И.Э. “Қишлоқ хўжалигида сервис хизмати. Муқобил машина-трактор паркларини ривожлантириш муаммолари. Т.: 2001, «Янги аср авлоди», 126 бет.
5. <http://dic.academic.ru>.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>К.Б. Уразов, Э.Т. Эргашев,<br/>Дж.А.Каримов</b></p> <p><b>Актуальные вопросы учёта<br/>агросервисных услуг</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной статье раскрыты<br/>сущность, классификация, признание,<br/>расчёты определения доходов, а также<br/>совершенствование порядка отражения их<br/>в учёте и отчётности.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> агросервисные услуги,<br/>доходы от оказания агросервисных услуг,<br/>себестоимость агросервисных услуг</p> | <p><b>K.B.Urazov, E.T. Ergashev,<br/>J.A.Karimov</b></p> <p><b>Actual issues of accounting of agro-services</b></p> <p><b>Annotation:</b> This article discloses the<br/>essence, classification, recognition,<br/>calculation of income, as well as the<br/>improvement of the order of their reflection in<br/>accounting and account reports.</p> <p><b>Key words:</b> agroservice services, incomes<br/>from rendering agroservice services, cost<br/>price of agroservice services</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Ш.У.Азизов – ТМИ доценти

### БОЖХОНА АУДИТИ МЕТОДОЛОГИЯСИНИ РИВОЖЛАНГАН МАМЛАКАТЛАР ТАЖРИБАСИ ВА УНИ ЎЗБЕКИСТОНДА ҚЎЛЛАШ ИМКОНИАТЛАРИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация.</b> мақолада божхона аудитини ташкил этиш ва ўтказиш бўйича ривожланган<br/>ғарб мамлакатлари тажрибасида самарали қўлланилаётган илғор методология ва улар<br/>тажрибасини Ўзбекистонда қўллаш имкониятлари очиқ берилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> ташқи савдо, экспорт, импорт, ялпи ички маҳсулот, ташқи савдо<br/>айланмаси, божхона расмийлаштирув тартиб-таомиллари, олтин-валюта захираси,<br/>божхона аудити, метод, методология, экспортёр, импортёр, тезкор жавобли аудит, товар<br/>божхона қиймати, транзакция, божхона декларацияси, божхона тўловлари.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Сўнгги йилларда, ташқи савдо фаолиятини янада эркинлаштириш, ташқи бозорларда талаб юқори бўлган сифатли маҳсулотлар экспорти ҳажми ва турларини кўпайтириш, мамлакат ички бозорига киритилаётган импорт товарлар ҳажмини кескин қисқартириш чораларининг кўрилиши ҳамда тадбиркорлик субъектларининг рақобатбардошлигини ошириш ва молиявий барқарорлигини таъминлаш мақсадида қатор иқтисодий ислохотлар амалга оширилмоқда, амалдаги норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар[1, 2]га қўшимча ва ўзгартиришлар киритилмоқда, янгилари қабул қилинмоқда.

Шунингдек, барча юридик ва жисмоний шахслар, айниқса ТИФ қатнашчилари, экспорт ва импорт операцияларини амалга оширишлари учун зарур бўлган хорижий валютани тижорат банкларидан чекловсиз сотиб олиш ва эркин сотиш имконига эга бўлди. Натижада, чет эл валютасининг олди-сотди операциялари ҳажми либерализация даврига нисбатан 1,5 баробар ошиб, ўртача 1,3 миллиард долларни ташкил этди, давлатимизнинг олтин-валюта захиралари йил давомида 1,4 миллиард долларга кўпайди(1-жадвал).

1-жадвал.

#### Ўзбекистон Республикасининг олтин-валюта захиралари<sup>1</sup>

(млн. АҚШ долларида)

| Кўрсаткичлар                    | 01.01.2017 | 01.01.2018 | 01.02.2018 | 01.03.2018 |
|---------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| I. Ялпи олтин-валюта захиралари | 26 428.83  | 28 076.91  | 28 774.55  | 28 336.71  |
| 1. Хорижий валютадаги           | 14 172.25  | 14 042.81  | 14 775.90  | 14 715.44  |

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг “Ўзбекистон Республикасининг олтин-валюта захиралари тўғрисидаги маълумоти (2018 йил 1 март ҳолатига)”. <http://www.cbu.uz/uzc/press-tsentr/press-relizy/2018/03/106858/>

|                                 |           |           |           |           |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| активлар                        |           |           |           |           |
| 2. Монетар олтин                | 12 256.58 | 14 034.10 | 13 998.65 | 13 621.27 |
| II. Соф олтин-валюта захиралари | 25 188.30 | 26 567.50 | 27 250.05 | 26 935.09 |

Зеро, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг, ташқи савдони янада эркинлаштириш борасида: «...амалга оширилган чора-тадбирлар натижасида 2017 йилда барқарор иқтисодий ўсиш суръатлари 5,5 фоизни ташкил этди, экспорт ҳажми қарийб 15 фоизга кўпайди. Ташқи савдо айланмасининг ижобий сальдоси 854 миллион долларга етди.

...Кўпчиликка яхши аён: божхона тартиб-таомилларининг мураккаблиги тадбиркорликка тўсқинлик қилаётган асосий омиллардан бири ҳисобланади. Жаҳон банкининг ҳисоботида кўра, экспорт-импорт ҳужжатларини расмийлаштириш бўйича Ўзбекистон 190 та давлат орасида 175-ўринда тургани ачинарли, албатта. Айтайлик, божхона ҳужжатларини расмийлаштириш учун Бельгияда 1 соат кифоя қилса, бизда бунга 1 ойлаб муддат сарфланади»[3], дея, таъкидлаб ўтган фикрлари, бунинг яққол мисолидир.

Ўз ўрнида таъкидлаш жоизки, Ўзбекистонда, мустақилликнинг дастлабки йилларидан бошлаб, токи, шу кунга қадар, амалга оширилган экспорт-импорт операцияларининг ялпи ички маҳсулотга нисбатан тутган улушини реал рақамлар асосида таҳлил қилиш, мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз (2-жадвал).

2-жадвал.

**Ўзбекистонда 1990-2017 йилларда амалга оширилган экспорт-импорт операцияларининг ЯИМга нисбатан тутган улуши таҳлили (товар ва хизматлар бўйича)<sup>1</sup> [4]**

| №   | Йиллар | Экспорт ҳажмининг ЯИМда тутган улуши, %да | Экспорт ҳажмининг ўтган йилга нисбатан ўзгариш динамикаси, улуши, %да | Импорт ҳажмининг ЯИМда тутган улуши, %да | Импорт ҳажмининг ўтган йилга нисбатан ўзгариш динамикаси, улуши, %да |
|-----|--------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 1.  | 1990   | 28.836                                    | -                                                                     | 47.799                                   | -                                                                    |
| 2.  | 1991   | 35.28                                     | -                                                                     | 39.143                                   | -                                                                    |
| 3.  | 1992   | 27.034                                    | -                                                                     | 43.184                                   | -                                                                    |
| 4.  | 1993   | 33.72                                     | -                                                                     | 30.534                                   | -                                                                    |
| 5.  | 1994   | 16.776                                    | -                                                                     | 20.552                                   | -                                                                    |
| 6.  | 1995   | 36.683                                    | -                                                                     | 36.821                                   | -                                                                    |
| 7.  | 1996   | 27.687                                    | 3.513                                                                 | 34.175                                   | 27.292                                                               |
| 8.  | 1997   | 27.04                                     | 3.235                                                                 | 30.004                                   | -7.197                                                               |
| 9.  | 1998   | 22.497                                    | -15.425                                                               | 22.797                                   | -22.762                                                              |
| 10. | 1999   | 18.146                                    | -8.096                                                                | 18.409                                   | -7.989                                                               |
| 11. | 2000   | 24.588                                    | 9.177                                                                 | 21.525                                   | -5.792                                                               |
| 12. | 2001   | 28.076                                    | -5.391                                                                | 27.646                                   | 6.418                                                                |
| 13. | 2002   | 30.811                                    | -6.748                                                                | 29.346                                   | -9.803                                                               |
| 14. | 2003   | 37.272                                    | 26.466                                                                | 30.578                                   | 8.934                                                                |
| 15. | 2004   | 40.208                                    | 28.132                                                                | 32.652                                   | 26.832                                                               |
| 16. | 2005   | 37.854                                    | 11.97                                                                 | 28.661                                   | 4.397                                                                |
| 17. | 2006   | 36.501                                    | 16.802                                                                | 30.948                                   | 30.795                                                               |

<sup>1</sup> Жаҳон банкининг йиллик ҳисобот маълумотларига асосан муаллиф томонидан тузилган.

|     |      |        |        |        |         |
|-----|------|--------|--------|--------|---------|
| 18. | 2007 | 39.67  | 39.915 | 36.528 | 51.953  |
| 19. | 2008 | 41.145 | 37.363 | 38.556 | 39.791  |
| 20. | 2009 | 34.241 | -5.116 | 37.772 | 2.677   |
| 21. | 2010 | 31.66  | 7.945  | 28.513 | -4.129  |
| 22. | 2011 | 32.656 | 20.457 | 30.842 | 26.322  |
| 23. | 2012 | 27.335 | -5.564 | 32.484 | 18.825  |
| 24. | 2013 | 26.6   | 8.334  | 30.888 | 5.857   |
| 25. | 2014 | 23.081 | -5.145 | 27.086 | -4.139  |
| 26. | 2015 | 19.518 | -10.29 | 21.347 | -16.393 |
| 27. | 2016 | 18.841 | -3.012 | 20.644 | -2.837  |

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, экспорт ҳажмининг ЯИМда тутган улуши бўйича энг катта кўрсаткичга 2004 йилда 40,2%ни, 2008 йилда 41,1 %ни ташкил этган. Сўнгги 6 йиллик кузатиш натижасидан аёнки, пасайиш динамикаси содир этилиб, экспорт ҳажмининг ЯИМдаги улуши 2011 йилда 32,6%ни ташкил этган бўлса, 2016 йилга келиб мазкур кўрсаткич 18,8%дан иборат бўлиб қолмоқда. Шунингдек, импорт ҳажмининг ЯИМга нисбатан улуши бўйича, сўнгги 10 йил ичида, энг катта кўрсаткичга 2008 йилда 38,5 %ни, 2009 йилда 37,7%га эга бўлганлигини англаш мумкин ва унинг 2016 йилгача пасайиш тенденциясига эга бўлганлигини кузатиш мумкин, яъни 2016 йилда 20,6%ни ташкил этган. Бироқ, импорт ҳажмининг экспорт ҳажмига нисбатан ЯИМда тутган улуши бўйича, сўнгги 5 йиллик муддат ичида, ҳамон юқориликча қолмоқда. Демак, бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, ҳанузгача мамлакатда ишлаб чиқариш имкони бўлмаган маҳсулотлар хориждан ТИФ қатнашчилари томонидан импорт асосида келтирилмоқда. Бу эса, ўз-ўзидан мамлакат валюта захирасини маълум миқдорда камайишига сабаб бўлади.

Маълумки, давлатлар ўртасидаги иқтисодий муносабатлар ривожда ташқи савдо орқали содир этиладиган операциялар катта аҳамият касб этади. Шу боис, уларнинг қонуний асосда амалга ошириш жараёнини тезлаштириш, бунда, ташқи иқтисодий алоқалар ва божхона тизимида туб ислохотларни жорий этиш жараёни, ривожланган ғарб мамлакатлари тажрибасидаги илғор ва самарали методларни мамлакатда қўллашни тақозо қилмоқда. Бу эса, божхона тартиб-таомилларини соддалаштириш, божхона назоратида ҳар иккала томон манфаати учун ҳам ортиқча вақт ва харажат талаб этувчи назорат амаллари ўрнига, божхона назоратининг биз учун янги бўлган шакли - божхона аудитини амалиётимизга киритишни оддий заруриятга айлантиради.

Демак, юқоридагилардан келиб чиқиб, айтиш мумкинки, божхона аудитининг мақсади – сотувчининг импорт ва экспорт бўйича фаолиятининг қонунийлиги ва ҳаққонийлиги тўғрисида тадқиқот(суриштирув) асосидаги текширув бўлиб ҳисобланади.

Бундан асосий мақсад – божхона назоратини кучайтириш ва назорат қилиш, экспорт ва импорт тартиб-интизомини меъёрлаштириш, мулкдорлар манфаатлари ва қонуний ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, давлат бюджетида тушумларни кўпайтириш ва ташқи савдони рағбатлантиришдан иборат.

#### **Божхона аудити методологиясининг Канада тажрибаси [9, 10]**

Экспортёр ва импортёрлар қонунларга ва Канада Чегара Хизматлари Агентлиги(кейинги матнларда КЧХА) томонидан белгиланган тартибларга риоя қилиниши устидан жавобгарликни ўз зиммаларига оладилар.

КЧХА савдо нормаларига, аудит ўтказиш йўли билан ёки тегишли тартибдаги танлов асосида ёхуд йўналишларни тасдиқлаш воситасида риоя қилинишини бошқаради. Аудит учун кўрсатилган махсус товарларга икки йиллик

муддат асосида аниқлик киритилади ва КЧХА томонидан чоп этилиб, нашрдан чиқарилади. Баъзи маҳсулотлар тариф таснифини қайта кўриб чиқиш учун мўлжалланган бўлса, бошқалари эса, улар қийматининг ҳаққонийлиги, келиб чиқиши ва эркин савдо сертификатларини кўздан кечиришга асосланган бўлади.

Агар ташкилот КЧХА томонидан огоҳлантириш олган бўлса, у ўз божхона брокери билан зудликда боғланиши тавсия этилади. Чунки, улар аудит вақтида КЧХА дастлабки йиғма жилди йўналтирган рўйхатдан ўтиш жараёнидаги хатни имзоламагунига қадар, ташкилот номидан фаолият кўрсата олмайди.

Канадада ҳеч қачон божхона аудитига тайёргарлик кўриш бугунгидек ўта муҳим бўлмаган. Иқтисодиётдаги тартибсизликлар сабабли Канада божхона аудити тартиб таомилларини жуда қатъий бўлишига олиб келди, кичик хавф сезилиши билан божхона аудиторлари текширувга келишади. Ташкилот божхона аудитига тайёргарлик кўрмаган ва бу борада ишларни тўғри ташкил этмаган бўлса, КЧХА томонидан ўтказилган текширув, ташкилотни қийнайидиган машғулот бўлиши мумкин.

Божхона аудити канадалик импортёрларни тижоратнинг барча талабларига риоя қилишларини таъминлайди. Таъкидлаш жоизки, бунда маҳсулот бўйича божхона брокери билан икки томонлама ўрнатилган божхона қонунчилигини билиш – тайёргарлик калитидир. Шунингдек, бу ерда ўз божхона брокерига етарлича эътибор бермаганлиги сабабли, аудит келиши билан улар(ТИФ қатнашчилари, импортёрлар) ўз хатосини тушуниб етадилар.

КЧХАда нашр этилган, аудитдан ўтиши мақсадга мувофиқ, деб ҳисобланган ёки аудитга мўлжалланган маҳсулотлар рўйхати мавжуд бўлиб, унда ҳар бирининг сабаби белгилаб қўйилган. Бу ерда, аудитга тайёргарлик кўришда, биринчи қилиниши керак бўлган масала – мазкур маҳсулот рўйхатда мавжуд эмаслиги, агар шундай бўлса, божхона брокеридан божхона тартиб-таомиллари, қонунчилик талабларига мувофиқ амалга оширилганлигини сўраб, ишонч ҳосил қилиши зарур.

КЧХА тўлиқ масштабда (кенг қамроқли, комплекс) текширувни ўтказишдан олдин, умумий аудитни талаб қилиши мумкин. Мазкур аудит шакли КЧХА томонидан сўралаётган ҳужжатларни тақдим этиш йўли билан тез яқунланиши мумкин. Умумий аудит оддий талабнома бериш билан бошланиши мумкин. Бу ВЗ[5]-Канада чегара хизматлари агентлиги божхона кодлаш (божхона юк декларацияси) шакли, счёто-фактура ва транзакция(операция)лар учун осон олиш имкони бўлган тегишли ахборотни ўз ичига олиши мумкин. Бироқ, мазкур ҳужжатларни юбориш катта хато бўлади, чунки, бу ерда ишни божхона брокеридан, жараёни камерал аудит ўтказиш орқали бошлаш зарур.

ТИФ қатнашчисини текширувга импортёр сифатида жалб қилиниши, мақсадга мувофиқ.

КЧХА ўзининг аудит жараёнига қуйидаги ўзгаришларни киритган:

- 1) Ўтказиладиган текширувлар миқдорини ошириш;
- 2) Қонунчиликка риоя қилмаганлик учун жарималарни кўтариш;
- 3) Бир бизнес соҳасида тезкор аудитни таъминлаш учун кичик, бир дастурли аудитни бажариш;
- 4) Аудит жараёнини ҳар томонлама ва тўлиқ ривожлантириш.

Дастлабки текширув тугагандан сўнг, иккиламчи аудит 12 ойдан 18 ойгача бўлган муддатларда ўтказилади. Иккиламчи аудит барча тавсия этилган ўзгаришлар бажарилишига кафолат беради. Аудит ўтказилганида қоидабузарлик аниқланса ва у илгари ҳам содир этилган бўлса, қўшимча жарималар бўлиши мумкин. Ўтган йилларда қўлланилган жарималар изоҳи(шарҳи) ва статистикаси билан КЧХА веб саҳифасида танишиш мумкин бўлади. Қонун бузилиш

ҳолатларининг қайтарилиш даражалари турлича бўлган юқори жарималар тўланишига сабаб бўлади, шунингдек, янги миқдорлар ҳам киритиб борилади.

Аудитга тайёргарлик кўришда қуйидаги назорат амаллари ёрдам беради:

- 1) Божхона масалалари бўйича тартиб тайёрлаш ва уни мунтазам янгилаш;
- 2) Бошидан охиригача риоя қилиш жараёнини, унда назоратдан четда қолиши мумкин бўлган ҳолатлар йўқлигини тасдиқлаш мақсадида қайта кўриб чиқиш;
- 3) Тарифлар таснифланишини ҳужжатлаштириш;
- 4) Стандарт транзакция(операция, битим)ларни, у билан боғлиқ ҳужжатларни осон топиш учун қайта кўриб чиқиш;
- 5) Ўтган даврдаги божхона аудитидан фойдаланиб, тавсия қилинган ўзгаришларни такомиллаштириш ва ҳал этилмаган ҳоҳлаган масалалар ечимини топиш;
- 6) Молиявий соҳаларга ишонч ҳосил қилиш;
- 7) Божхона аудитори томонидан содир этилган хато-камчиликлар (ёки эътибордан четда қолган ҳолатлар) бор ёки йўқлигини аниқлаш учун ташқи аудит ишидан фойдаланиш.

### **Божхона аудити методологиясининг АҚШ тажрибаси[11, 12,13]**

Импортнинг савдо қонун ва қоидаларига мувофиқлигини баҳолаш учун, рискларни баҳолашга асосланган ёндашувдан фойдаланилади. Аудиторлик кузатувларига риоя қилмаслик эҳтимолини топиш учун, савдо нормаларига риоя қилиш ва корпоратив назоратни таҳлил қилиш йўли билан рискларни баҳолашни ўз ичига олган, маълумотларни тўплаш ва таҳлил қилишга тизимли ёндашувни таъминлайди.

Товарлар импорти ва экспортини тартибга солувчи халқаро савдо қонунлари ва норматив ҳужжатларга риоя қилинишида қатнашувчи, асосий импортёрлар ва бошқа субъектлар текширувига - Тартибга солувчи аудитнинг ҳудудий бўлинмаси жавоб беради.

Баҳолашга мўлжалланган дастур - рискни баҳолашга асосланган аудитга ёндашув намунаси ҳисобланади. Тезкор жавобли аудит (ТЖА) – бу тор доирадаги, бир масала юзасидан аудиторлик текшируви бўлиб, чекланган мақсадларга эга бўлган, қисқа вақт давомида аниқ масаланинг ечими учун мўлжалланган бўлиб, чегарани кўриқлаш ва божхона (кейинги матнларда ЧҚБ) соҳасида компания фаолиятини тўлиқсиз, мақсадли баҳолашга мўлжалланган дастур доирасида, турли шакл, усул(метод) ва услубиётларини қамраб олган текширувдир.

Умумий аудитнинг мақсади - ТЖАнинг мақсадидан кескин фарқ қилади. Шу боис, аудитнинг умумий дастури - ТЖА учун белгиланиши ва фойдаланилиши мумкин эмас.

ТЖАга намуна сифатида импортёрдаги ЧҚБ операциялари аудити мисол бўла олади. Масалан, ТЖАда компаниянинг интеллектуал мулк ҳуқуқларига нисбатан ноқонуний ўтказмалари содир этилганлик эҳтимолини аниқлайди. Қоидага кўра, ТЖА тавсияларидан, ЧҚБ органлари ва Давлат хавфсизлик хизматининг бошқа бўлинмаларида фойдаланилади. Бунда, рискларни бошқариш тамойилларидан фойдаланилиб, аниқ шаклдаги транзакция(операция)ларда қатнашувчи, шубҳали компания аниқланади.

ЧҚБнинг бошқа бўлинмалари ва давлатнинг бошқа органлари билан яқин ҳамкорликда, рискларни сегментлаш воситасида, ТЖА кузатуви дастури ёрдамида, компаниялар идентификация қилинади.

ТЖА импорт фаолияти ва жараёнлари тўғрисидаги ахборотларни олдиндан, саволнома ёрдамида сўров юбориб, талаб қилади. ТЖА импортёрларни, уларнинг

мажбуриятлари тўғрисида ахборот билан таъминлаш учун, ахборот билан таъминланган ва тасдиқланган тақдимот юборади. Импорт жараёнини тўлиқ, батафсил тушуниш учун танланган ёзув(қайд)лар бўйича суҳбат олиб борилади, йўриқномага биноан кетма-кетликда текширув амалга оширилади.

Саволнома асосидаги ёндашув, ЧҚБ органларига, тўлиқ ва зарурий текширув учун сезиларли вақт ва ресурсларни талаб қилувчи, тезкор жавобли аудит шаклисиз, импорт кенгаши, импорт фаолияти тўғрисидаги савдонинг аниқ соҳасига тегишли, тез ва самарали ахборот олишга имкон беради.

ТЖАни баҳолаш тартиб-таомиллари, аудитни баҳолашнинг бошқа тартиб-таомилларига ўхшаш, лекин, кузатув(танишув) тартиб-таомиллари, давлат аудит стандартларига мувофиқ, текширув ҳисобланмайди. Бунда, ТЖА, фақат риск сегментида бўлган компаниялар учун, ресурслардан мақсадли фойдаланишни текширишга, ЧҚБ органлари самарадорлигини оширишга ва савдо ҳамжамиятига қонуний савдони ривожлантиришга ёрдам беради.

Бироқ, ТЖА мувофиқлик даражаси ёки мақбул/номақбул рискни аниқлашни таъминламайди. Шунингдек, импортёрларга расмий ҳисобот бермайди, аммо, улар ёпиқ хат олиши мумкин.

Импортёрни мустақил баҳолаш (кейинги матнларда ИМБ) дастурининг асосий устунликларидан бири - ИМБга аъзолик, ўзини текширувлардан олиб қочувчи, ёпиқ компанияларни, аудитнинг мустақил баҳолашга қаратилган йўналиши бўлиб ҳисобланади. Бу эса, компания томонидан ЧҚБ билан ҳамкорликда текширувга тайёргарлик ва мувофиқлик даражасини намоёйиш этилиши оқибати(натижаси)да, компания оддий, тор йўналишдаги мақсадли баҳолашга қаратилган текширувга номзод, деб ҳисобланмаслигини англатади.

ЧҚБ ҳар доим, ИМБга аъзолик, ЧҚБ бўйича аниқ муаммо билан боғлиқ транзакцияларни кузатиш, танишиб чиқишни кафолатлайдиган маълум бир, аниқ риск аниқланиши етарли бўлса, ЧҚБнинг қандайдир ягона талаб-сўровидан тўлиқ қутқара олмайди.

Бундай ҳолларда, ЧҚБ органлари ва импортёр, фаолиятнинг ўзаро мақбул курсини аниқлаш имкони бўлганда, биргаликда ишлайди. Бироқ, ИМБ томонидан маъқулланган, ички назорат ўрнатилган компания, аудитга йўналтирилган, тавсия қилинган объект бўлади. Агар ИМБга ариза берган ва ёки дастурда қатнашиш учун аризаси кўриб чиқиладиган компания, ТЖА учун танланганлиги ҳақида огоҳлантирилса, демак, импортёр транзакцияларининг қайсидир бир элементлари риск сифатида аниқланганлигини англатади. Ўз навбатида, риск муаммоси ечимини ЧҚБ органлари ўзи, ёки режалаштирилган ТЖА орқали, ёхуд ИМБни кўриб чиқиш жараёни орқали топиши керак. Хохлаган юқори рискли, потенциал муаммолар, компания ИМБ учун маъқулланиши вақтига қадар, ўз ечимини топиши керак.

Баъзи ҳолларда, аниқ аниқланган рисклар билан ишлаш, ТЖАни режалаштирган аудиторлик гуруҳи кузатув олиб бориб, ўзининг текширув натижаларини ИМБ кузатуви бўйича гуруҳга тақдим этса, янада амалий ва самаралироқ бўлар эди.

Бошқа ҳолатларда, ИМБ текшируви гуруҳи, ИМБ кузатуви жараёни доирасида бўлса, аудит бўйича ишни якунлаши мумкин. Ишни олиб борадиган аудит гуруҳининг шахси ва уни ўтказиш вақти, яқка тартибда, ишни янада қулай бўлишига боғлиқ ҳолда, ҳал этилади. Аксарият ҳолларда, текширув айнан, ИМБга ариза берган компания манфаатларидан келиб чиқиб, муаммони, токи ИМБнинг фактли кузатув(танишув)ига қадар, ечиш учун ўтказилади.

Ҳал этилмаган масаланинг ечими, ТЖАнинг, компанияни ИМБга нисбатан ҳуқуқи бўйича якуний ечим(қарор)ини тезлаштиради.

**Божхона аудити методологиясининг Европа мамлакатлари тажрибаси.**

Европа Иттифоқида аъзо мамлакатлар орасида иқтисодий жадал ривожланган Буюк Британия ва Германия давлатларида божхона аудитини ташкил этишнинг назарий методологияси ва амалий тажрибаси ўрганилди.

**Буюк Британия** божхона органларида мазкур методология[14, 15, 16] божхона қийматини аниқлаш метод(усул)лари ёки баҳолаш методлари деб номланади ва шунга асосланади. Улар олти хил усулда аниқланади, яъни, бунда, импорт товарлар учун божхона қийматини аниқлашнинг қуйидаги махсус тартиб-таомилларидан фойдаланилади:

**1-усул (транзакциялар қиймати).** Божхона қиймати Европа Иттифоқи (кейинги матнларда ЕИ)га, GACV02150 хужжатда қисқача кўрсатилган ҳолдаги турли хил тўғрилашлар билан, экспортга сотилган товар учун ҳақиқий тўланган ёки тўланиши керак бўлган нархга асосланади. Мазкур усул, энг кенг тарқалган бўлиб, бунда, аниқ импортёрнинг бошқа импортёрларга нисбатан амалга оширган савдо операциялари ва савдо шартларига боғлиқ транзакцияларнинг қиймати мақбул(ҳақиқатга яқин)лиги ва ҳақиқатдан мавжудлиги(содир этилганлиги)га асосий диққат-эътибор қаратилади.

**2-усул (ўхшаш товарлар бўйича транзакциялар қиймати).** Божхона қиймати ЕИга экспортга сотилган, айти ўша вақтда экспорт қилинган товарлар баҳосида, олдинроқ, методга мувофиқ аниқланган баҳода, ўхшаш товарлар транзакциялари қийматига асосланади.

**3-усул (айнан бир хил товарлар бўйича транзакциялар қиймати).** Божхона қиймати ЕИга экспортга сотилган, айти ўша вақтда экспорт қилинган ва баҳоланган товарлар, олдинроқ, методга мувофиқ аниқланган, айнан бир хил товарлар билан боғлиқ транзакциялар қийматига асосланади.

**4-усул (дедуктив усул).** Импорт товарлар ёки ўхшаш ёҳуд айнан бир хил импорт товарлар ЕИдаги мижозларга боғлиқ бўлмаган ҳолда сотилса, божхона қиймати, энг кўп миқдордаги товарнинг бир бирлик сотиш нархига асосланади.

**4(а)-усул.** Ўша ҳолатда сотилган, баҳоланаётган ўша вақтда ёки товарларни импорт қилиш вақтида, сотувдаги энг кўп миқдордаги импорт товарлар ёки ўхшаш ёҳуд айнан бир хил товарларнинг бир бирлиги нархига асосланади.

**4(б)-усул.** Ўша ҳолатда сотилган, импорт қилинаётган, баҳоланаётган товарлар импорт қилингандан сўнг, энг яқин вақт - 90 кун ичида, импорт товарларнинг ҳақиқий сотилишидаги бир бирлиги нархига асосланади.

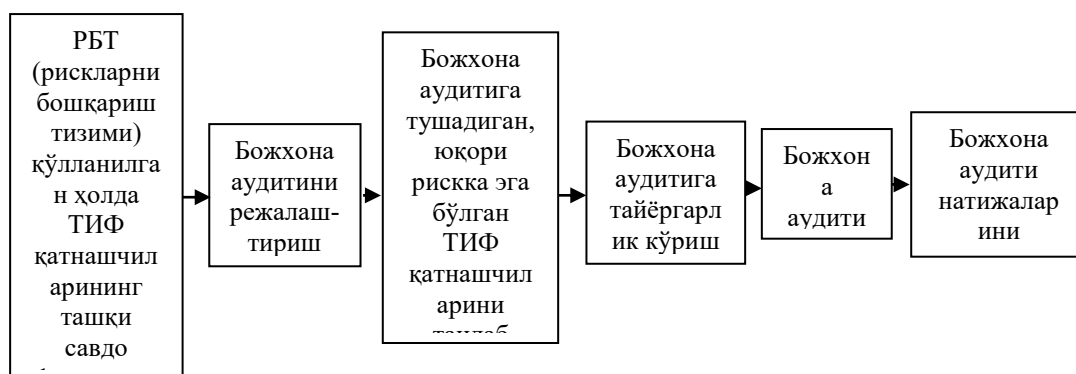
**5-усул (қийматни (қўшиб) ҳисоблаш усули).** Божхона қиймати маҳсулот таннархига фойдани ва умумий харажатларни қўшишга асосланади.

**6-усул (қайтариб (айириб) ҳисоблаш усули).** Божхона қиймати 1чидан 5чигача бўлган усулларни уйғунлашган, комбинацияланган ҳолда қўллашга асосланади. Шунингдек, мазкур методда “бепул(текин)” ёки “тўловсиз” товарлар бўйича қийматнинг соддалаштирилган тартиб таомиллари(ҚСТ)га асосан божхона қиймати ҳисобланади. Божхона қиймати махсус маркетинг марказларида сотувда реализация қилинган нарх бўйича аниқланади. Масалан, озиқ-овқат маҳсулотларига, ҳар бир маҳсулотнинг соф 100 кг оғирлиги бўйича ўртача қийматни топиш учун, мазкур нархлардан турли хил ажратмалар амалга оширилади.

Шунингдек, божхона аудитини ташкил этиш методологияси юзасидан Германия тажрибаси[6] ўрганилганида, уларда ҳам, аудит усуллари қўлланган ҳолда божхона назорати деб номланган божхона аудити фаолият кўрсатиши маълум бўлди. Германияда божхона аудити - ҳам ТИФ қатнашчиси, ҳам божхона органи манфаатлари уйғунлигидан келиб чиқиб, ўтказилади. Натижада, ТИФ қатнашчиларида божхона тўловлари кам тўланганлиги ёки умуман тўланмаганлиги каби ҳолатлар аниқланса, қўшимча божхона тўловларини

ундириш чоралари кўрилади. Нафақат Германияда, балки бошқа барча ЕИга аъзо мамлакатларда божхона аудитининг йўналиши - рискларни бошқариш тизими қўлланилган ҳолда давлат статистикасини ўрганишга қаратилганлиги билан аҳамиятлидир. Аудит йўналиши танланганидан сўнг, масалан, божхона тўловларининг тўланишининг ўз вақтидалиги ва тўлиқлигини текшириш, товарлар келиб чиқишининг аудити, товарларни божхона расмийлаштирувида соддалаштирилган тартиб-таомиллар қўлланилган хўжалик юритувчи субъектлар аудити, товарлар тариф классификацияси аудити бўйича ташқи иқтисодий фаолият қатнашчиларидан танлаб олиниб, текширув амалга оширилади.

Шундай қилиб, ривожланган ғарб мамлакатларида божхона аудити, товарлар эркин муомалага чиқарилгандан сўнг, қуйидаги кетма-кетликда ташкил этилиши ҳамда амалга оширилиши маълум бўлади (1-чизма).



**1-чизма. Божхона аудитини ташкил этиш ва ўтказиш кетма-кетлиги<sup>1</sup>**

Таъкидлаш жоизки, Ўзбекистон божхона тизимида божхона аудитини ташкил этиш ва ўтказиш методологиясини ишлаб чиқиш, яратиш борасида амалий ишлар бажарилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикасини 2017-2021-йилларда ривожлантиришнинг Ҳаракатлар Стратегиясида экспорт-импорт операцияларини янада ривожлантириш бўйича устувор вазифалар белгилаб қўйилди. Бундан ташқари, бу борада Президентимиз Ш.Мирзиёев томонидан эътироф этилган қуйидаги фикрлар аҳамиятга молик: “...Импорт товарлар ҳар бир божхона режимида алоҳида-алоҳида текширувдан ўтказилади. Бундай божхона режими бизда бир нечта. Нима учун мамлакатимиз ҳудудининг ўзида битта юк бир неча марта текширилиши керак? Бундан ким манфаатдор? Ҳар бир текшириш харажат талаб қилади-ку! Нима, бизнинг молиявий имкониятларимиз чексизми? Бундан ташқари, товарнинг турига қараб мувофиқлик, гигиеник ёки ветеринария бўйича сертификатларсиз товарларни божхона омборидан чиқаришга йўл қўйилмайди. Бизнинг ҳар бир божхона омборимиз экспресс-лабораториялар билан жиҳозланган эмасми? Бу жараёнлар қанчалик очиқ ва ошкора, нега бу ҳақда мутасадди идоралар бонг урмайди?

Барча ривожланган давлатларда божхона кўриги хавф-хатардан огоҳ этиш тизими орқали амалга оширилади. Бу ҳам давлат ресурсларини, ҳам тадбиркорларнинг вақтини тежайди. Лекин, бу тизим бизда ҳанузгача жорий этилмаган. Келгуси йилдан бошлаб тадбиркорлик субъектлари учун божхона кўригида хавф-хатардан огоҳ этиш тизими, яъни тадбиркорлар қанчалик ҳалол эканига қараб, уларни “яшил” ва “қизил” йўлақлар орқали ўтказишни жорий этамиз”[3].

Фикримизча, ҳақиқатдан ҳам, юқорида билдирилган танкидий фикрлар,

<sup>1</sup> Бош Киото конвенцияси 6-боби “Божхона аудити” бўйича Умумжаҳон божхона ташкилоти тавсияси [7, 8] асосида тузилган.

жуда тўғри ва ўз вақтида ҳал этиш зарур бўлган муҳим муаммолардан бири ҳисобланади. Шу боис, ўйлаймизки, қуйидаги масалаларни ҳал этиш, божхона аудитини мамлакатимизда тезда жорий этишга шароит яратади:

1. Божхона аудитини қачон, қайси ҳолларда, қандай ёки нима мақсадда, ким томонидан, кимларга нисбатан, қандай муддатда ўтказишга рухсат берувчи сифатли норматив-ҳуқуқий ҳужжатнинг ишлаб чиқилиши. Масалан, “Божхона аудитини ташкил этиш ва ўтказиш тўғрисида”ги Низом (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ваколати доирасида) ёки “Божхона аудитини ташкил этиш ва ўтказиш тўғрисида”ги Тартиб ёки Йўриқнома (Ўзбекистон Республикаси Божхона органлари ҳузуридаги Методология бошқармаси ваколати доирасида), ёхуд “Ташқи иқтисодий фаолият қатнашчиларида божхона аудитини ташкил этиш ва ўтказиш” номли аудиторлик фаолияти миллий стандарти (Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ваколати доирасида). Шунингдек, ушбу ҳужжатлар яратилиши ва қабул қилиниши, ўз навбатида ички солиқ ва божхона қонунчилигида тариф ва ставкаларда ўзгартириш, қўшимчалар содир этилиши зарурлигини тақозо этади ҳамда УСТ(Умумжаҳон савдо ташкилоти)га аъзоликка қабул қилиниш жараёнини тезлаштиради. Бу жараён маълум маънода амалга оширилмоқда [1, 2].

2. Маълумки, мамлакатимиздаги божхона органлари давлат бошқа назорат қилувчи ва ҳуқуқни муҳофаза қилувчи органлар, хусусан, солиқ органлари билан яқин ҳамкорлик қилади. Бироқ, интеграция жараёни жадал суръатларда ривожланаётган шароитда, унинг самарадорлигини янада кўтариш мақсадида, жараёнга янги ахборот технологиялари асосида онлайн тартибда интеграциялашган ўзаро ички ва ҳукуматлараро ахборот алмашинув тизимини йўлга қўйиш, доимо янгиланиб борадиган ахборотлар базасини шакллантириш мақсадга мувофиқ. Бу эса, айниқса, амалга оширилаётган экспорт-импорт операцияларида божхона расмийлаштируви жараёнларининг тезлашувига олиб келади, божхона тартиб-таомилларини соддалаштиради ҳамда кўрсатилаётган божхона хизматлари сифатини оширади.

3. Давлат божхона органлари томонидан, барча ташқи савдода банд бўлган ТИФ қатнашчиларини олиб бораётган фаолиятини танқидий руҳда қайта кўриб чиқиб, таҳлил қилиш, натижада, мамлакатга импорт қилиниши керак ва мумкин бўлган маҳсулотлар рўйхатини шакллантириш зарур. Бизнингча, улар мамлакат валюта захирасини самарали ишлатилишига олиб келади. Шунингдек, агар ТИФ қатнашчилари мазкур рўйхатдаги товарларни мамлакатга импорт қилсалар, уларнинг божхона қонунчилиги доирасида амалга оширилганлиги тасдиқланса, уларга барча ТИФ божхона постларида яшил йўлак тизимини жорий этиб, эксперимент сифатида, товарлар эркин муомалага чиқарилгандан сўнг, рискларни бошқариш тизими қўлланилган ҳолдаги божхона аудитини ўтказиш зарур. Юқоридаги рўйхатдан ташқари, товарларни импорт қилган барча ТИФ қатнашчиларига эса, қизил йўлак тизими асосида, ёппасига, божхона назоратидан ўтказиш талаб этилади. Бунинг учун, ўта юқори савияда, юқори рискли товарлар ва мамлакатлар рўйхати ҳам шакллантирилиши керак. Бу ҳолат, доимо қонун устуворлигини таъминлайди, ТИФ қатнашчиларида қонунларни ҳурмат қилишга ўргатади.

4. Жисмоний шахслар томонидан ҳам мамлакатга киритилаётган юқори қийматли янги импорт товарлар(айниқса, маиший техника воситалари, яъни, сўнгги русумдаги уяли телефон, ноутбук, совутгич, микротўлқинли печ ва ҳ.к.лар)га нисбатан, йўловчи божхона декларацияси асосида, божсиз олиб кириш қоидаларини истисно этмаган ҳолда (агар, киритилаётган импорт товарлар, мамлакат ҳудудида ишлаб чиқарилаётган шу турдаги товарларга ўхшаса ёхуд айнан бир хил бўлса ва шунингдек, бир хил эҳтиёжни қондирса) божхона

тўловларини жорий этиш, бунда мазкур товар бўйича божхона тўлови миқдорини, уни мамлакатга киритган юридик шахслар томонидан, БЮДда акс этган божхона қиймати бўйича тўлатишга талаб қилиш керак. Чунки, мазкур юқори қийматли импорт товарлар, фақат сотиш учун мўлжалланган бўлиши мумкин. Шунингдек, бир жисмоний шахсга, барча чегара божхона постидан, кунига фақат бир марта, юқори қийматли импорт товар олиб киришга рухсат беришнинг онлайн ахборот алмашиш тизимини жорий этиш зарур. Бу эса, мамлакат иқтисодиёти учун ўта муҳим бўлган, маҳаллий ишлаб чиқарувчиларни қўллаб-қувватлаш сиёсатини ва фискал сиёсатни божхона органлари орқали самарали қўллашга имкон беради.

Таъкидлаш жоизки, мазкур масала Давлат Божхона органларида божхона аудитини ташкил этиш бўйича методологияни ишлаб чиқишнинг объектив заруриятини белгилаб беради. Бу борада, юқорида тилга олинган ривожланган ғарб мамлакатлари тажрибасидан самарали фойдаланиш, юртимизда уни ташкил этишга қўйилган илк қадам бўлар эди.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Концепция реформирования налоговой системы Республики Узбекистан. <http://taxreform.regulation.gov.uz>
2. О мерах по дальнейшему упорядочению внешнеэкономической деятельности и совершенствованию таможенно-тарифного регулирования Республики Узбекистан. <https://regulation.gov.uz/ru/documents/2160>
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. <http://uza.uz/oz/documents/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-22-12-2017>
4. Жаҳон банкининг йиллик ҳисобот маълумотлари. <https://data.worldbank.org/indicator>
5. Канада чегара хизматлари агентлиги божхона кодлаш (божхона юк декларацияси) шакли. <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b3-3.pdf>, <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b3-3-eng.html>
6. Аврамчик И.А., Коробкова М.Н. Таможенный контроль после выпуска товаров: российская и зарубежная практика, Таможенные чтения, 2017. [http://spbrta.customs.ru/spbrta/images/stories/chtenia/2017/tom1\\_m.pdf#page=16](http://spbrta.customs.ru/spbrta/images/stories/chtenia/2017/tom1_m.pdf#page=16)
7. Умумжаҳон божхона ташкилоти (УБТ) тавсияси. [http://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/instrument-and-tools/conventions/pf\\_revised\\_kyoto\\_conv/kyoto\\_new.aspx](http://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/instrument-and-tools/conventions/pf_revised_kyoto_conv/kyoto_new.aspx)
8. Бош Киото конвенцияси (киритилган қўшимча ва ўзгартиришлар билан). <http://customs.gov.ph/wp-content/uploads/2016/10/KYOTO-Convention.pdf>, <http://tfig.unece.org/RUS/details.html>
9. Канада чегара хизматлари агентлиги. [http://www.tfafacility.org/sites/default/files/case-studies/7.5\\_postclear\\_audit\\_can\\_e.pdf](http://www.tfafacility.org/sites/default/files/case-studies/7.5_postclear_audit_can_e.pdf)
10. 2017 Spring Reports of the Auditor General of Canada to the Parliament of Canada, Report 2—Customs Duties, Independent Audit Report. [http://www.oag-bvg.gc.ca/internet/English/parl\\_oag\\_201705\\_02\\_e\\_42224.html](http://www.oag-bvg.gc.ca/internet/English/parl_oag_201705_02_e_42224.html)
11. АҚШ Чегарани қўриклаш ва божхона департаменти расмий веб саҳифаси <https://www.cbp.gov/trade/programs-administration/audits/regulatory-audit-field-offices>
12. Олга Торрес. Божхона аудити. <http://www.torrestradelaw.com/posts/Customs-Audits-101/89>
13. Preparing For Customs Audits & Post-Entry Audit Programs ICPA Webinar:

- December 10, 2015. [http://www.tuttlelaw.com/seminar/12-10-15\\_webinar/customs\\_audits\\_slides12-10-15.pdf](http://www.tuttlelaw.com/seminar/12-10-15_webinar/customs_audits_slides12-10-15.pdf)
14. Буюк Британия миллий аудит офиси ҳисоботи. HM Customs and Excise, Regulating Freight Imports from Outside the European Community. <https://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2001/02/0001131.pdf>
15. Европа аудиторлар кенгаши махсус ҳисоботи №1, 2010. Are Simplified Customs Procedures For Imports Effectively Controlled? [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents/cont/dv/sr\\_1\\_2010/sr\\_1\\_2010\\_en.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/cont/dv/sr_1_2010/sr_1_2010_en.pdf)
16. Guidance, Imports: customs procedure codes, Updated 29 March 2018. <https://www.gov.uk/government/publications/uk-trade-tariff-customs-procedure-codes/imports-customs-procedure-codes>

| <p style="text-align: center;"><b>Ш.Азизов</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Опыт развитых стран в методологии таможенного аудита и возможности его применения в Узбекистане</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p style="text-align: center;"><b>Sh.Azizov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Experience of developed countries in the methodology of customs audit and the possibility of its application in Uzbekistan</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> в статье раскрыта методология по организации и проведению таможенного аудита, которая эффективно используется в практике развитых западных стран, а также, раскрыты возможности внедрения их опыта в Узбекистане.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> внешняя торговля, экспорт, импорт, валовый внутренний продукт, оборот внешней торговли, процедуры таможенного оформления, золото-валютный резерв, метод, методология, экспортёр, импортёр, аудит быстрого реагирования, таможенная стоимость товара, транзакция, таможенная декларация, таможенные платежи.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article reveals the methodology of the organization and conducting of the customs audit, which is effectively used in the practice of developed Western countries, as well as the possibility of introducing their experience in Uzbekistan.</p> <p><b>Keywords:</b> foreign trade, exports, imports, gross domestic product, foreign trade, customs clearance procedures, the gold and foreign exchange reserves, method, methodology, exporter, importer, audit rapid response tamozhennogo value of the goods, the transaction, customs Declaration, customs duties.</p> |

**З.У. Мухаммадиев** – СамИСИ таянч докторанти

### МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ЖАРАЁНЛАРИ ВА КАПИТАЛ ИНВЕСТИЦИЯЛАР ҲИСОБИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> ушбу мақолада модернизациялаш жараёнлари ва капитал инвестицияларнинг моҳияти ва таснифи очиб берилган, шунингдек улар ҳисобини такомиллаштириш йўналишлари асосланган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> модернизация, модернизациялаш жараёнлари, капитал инвестициялар, ҳисоб, ҳисобот.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Республикаимизнинг барча тармоқ ва соҳаларида модернизациялаш жараёнлари кенг кўламда амалга оширилмоқда. Президентимизнинг 2017 йил 7 февралдаги 4947-сон фармони билан тасдиқланган «Ўзбекистон Республикасини

янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси»да белгиланган вазифалар, ушбу оламшумум ҳужжат асосида мамлакатимизнинг турли ҳудудларида йирик ва кичик очик саноат зоналарини барпо этиш, кўплаб ишлаб чиқариш корхоналарини ташкил қилиш, мавжудларини тубдан модернизациялаш, янгилаш, реконструкциялаш ва кенгайтириш бўйича қабул қилинган давлат дастурлари, ушбу мақсадлар учун турли манбалардан катта миқдордаги инвестицияларни ажратилганлиги бунинг ёрқин гувоҳидир. Чунончи, республикамызда 2007 йилда иқтисодиётнинг барча тармоқ ва соҳаларида асосий капиталга турли манбалардан киритилган инвестициялар 5903,5 млрд. сўмни ташкил этган бўлса, 2016 йилда бундай инвестициялар 49770,6 млрд. сўмни ташкил этди, яъни шу даврда капитал инвестициялар ҳажми 8,4 мартага кўпайди (1-жадвалга қаранг).

1-жадвал

**Ўзбекистон Республикасида асосий капиталга киритилган инвестициялар\***

| Кўрсаткич номи                                  | Йиллар, млрд. сўм |         |         |         |         |         | 2016 йилда 2007 йилга нисбатан ўсиш, мартада |
|-------------------------------------------------|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------------------------------|
|                                                 | 2007              | 2009    | 2011    | 2013    | 2015    | 2016    |                                              |
| Асосий капиталга киритилган инвестициялар, жами | 5903,5            | 12531,9 | 17953,4 | 28694,6 | 41670,5 | 49770,6 | 8,4                                          |

\*Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида ҳисобланган.

Юқоридагиларнинг барчаси, табиий равишда, модернизациялаш жараёнлари ва уларга қилинаётган капитал инвестицияларни ҳисоб ва ҳисоботда акс эттириш тартибларини замон талабларидан келиб чиқиб такомиллаштиришни объектив зарурат қилиб қўймоқда.

Қуйида ҳозирги шароитда корхоналар, муассасалар ва ташкилотларда кенг қўламда амалга оширилаётган модернизациялаш жараёнлари ва уларга киритилаётган капитал инвестициялар ҳисобини такомиллаштиришнинг айрим йўналишларига тўхталамиз.

**Биринчи йўналиш** – бу бухгалтерия ҳисобининг муҳим объекти ҳисобланган модернизациялаш жараёнлари, уларга киритилаётган капитал инвестицияларнинг таърифи, таснифи ва тавсифини Ҳаракатлар стратегиясида белгиланган янги вазифалар ҳамда талаблардан келиб чиқиб очиб беришдир.

Таъкидлаш жоизки, шу пайтгача бухгалтерия ҳисобига оид чоп этилган лугатлар, дарсликлар, ўқув ва амалий қўлланмаларда модернизациялаш жараёнларига берилган таърифлар ҳозирги пайтда буткул янги мазмун ва сифатда олиб борилаётган модернизациялаш жараёнлари ва уларга қилинаётган капитал инвестицияларни тўлиғича ўзида мужассамлаштирмайди. Чунончи, берилган таърифларда модернизациялашнинг корхоналар, муассасалар ва ташкилотларни энг замонавий юксак самарали асбоб-ускуналарни харид қилиш ҳамда юксак технологияларга асосланган янги ишлаб чиқаришни ташкил этиш, бу жараёнларни янада тезлаштириш борасидаги фаол капитал инвестиция сиёсати эканлиги, уларни ички ва ташқи манбалар, чунончи тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар асосида, шунингдек корхоналар ва аҳоли маблағлари, тижорат банклари кредитлари ҳамда давлат бюджети ва бюджетдан ташқари жамғармалар маблағлари ҳисобидан амалга оширилиши каби жиҳатлари аниқ ўз ифодасини топмаган.

Бизнингча, макон ва замонда юз бераётган модернизациялашга, уларга қилинаётган реал капитал инвестицияларга Президентимиз Ш.М. Мирзиёевнинг маърузалари, республикамизни 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг бешта йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси, шунингдек иқтисодийнинг турли тармоқ ва соҳаларини модернизациялаш борасида қабул қилинган Президент Фармонлари ва Қарорларида белгилаб берилган вазифалар ва талабларга асосланган ҳолда қуйидаги таърифни бериш мақсадга мувофиқдир.

**Модернизациялаш жараёнлари** – бу корхоналар, муассасалар ва ташкилотларни энг замонавий техник ва технологик қайта жиҳозлаш, юксак самарали асбоб-ускуналарни харид қилиш ҳамда замонавий технологияларга асосланган янги ишлаб чиқаришни ташкил этиш, уларни турли ички ва ташқи манбалар, авваламбор, тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар асосида, шунингдек корхоналар ва аҳоли маблағлари, тижорат банклари кредитлари ҳамда давлат бюджети ва бюджетдан ташқари жамғармалар маблағлари ҳисобидан амалга оширилишидир.

**Капитал инвестициялар** – бу хўжалик юритувчи субъектларни модернизациялаш, уларни реконструкция қилиш, кенгайтириш, юксак самарали асбоб-ускуналарни харид қилиш ҳамда замонавий технологияларга асосланган янги ишлаб чиқариш объектларини қуришга турли манбалар ҳисобидан йўналтирилган маблағлари мажмуаси.

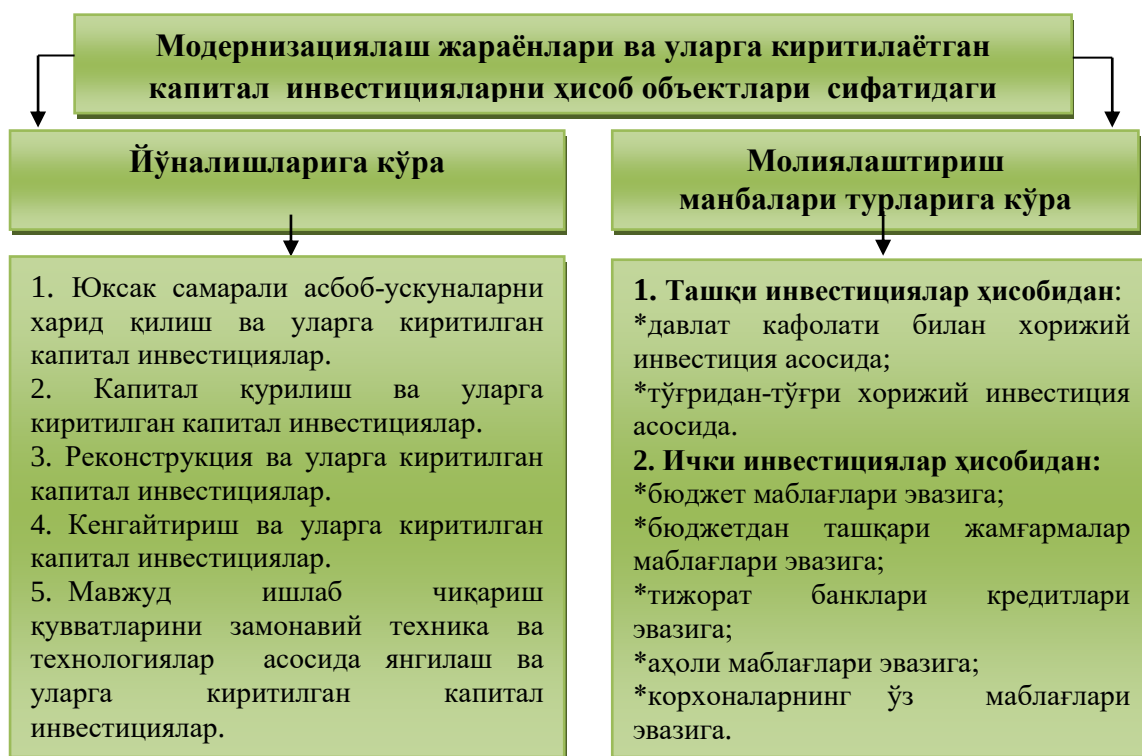
Бизнингча, модернизациялаш жараёнларини, шунингдек уларга киритилаётган капитал инвестицияларни ҳисоб объектлари сифатида таснифлаш негизига ҳозирги шароитда қуйидаги иккита белгини олиш мақсадга мувофиқдир: 1) модернизациялаш жараёнлари ва уларга киритилаётган капитал инвестицияларнинг йўналишлари; 2) модернизациялаш жараёнлари ва уларга киритилаётган капитал инвестициялар манбаларининг турлари.

Корхоналар, муассасалар ва ташкилотларда амалга оширилаётган модернизация жараёнларини ва уларга киритилаётган капитал инвестицияларни ушбу белгиларига кўра бухгалтерия ҳисобида қуйидагича таснифлаш ўта муҳимдир (1-расмга қаранг).

**Иккинчи йўналиш** – бу модернизациялаш жараёнлари ва уларга киритилган капитал инвестициялар тизимли ҳисобини янада такомиллаштириш.

Бизнинг фикримизча, модернизациялаш жараёнлари ва уларга киритилган капитал инвестицияларнинг тизимли ҳисобини юритиш услубияти улар тўғрисидаги ахборотларни модернизациялаш жараёнлари ҳамда уларга киритилган капитал инвестицияларнинг юқорида келтирилган таърифи, тавсифи ва таснифидан келиб чиқиб шакллантириш имконини бериши лозим. Таъкидлаш жоизки, республикамизда амалда бўлган 21-сон БҲМС «Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолияти бухгалтерия ҳисоби счётлар режаси ва уни қўллаш бўйича йўриқнома»<sup>1</sup> корхона, муассаса ва ташкилотларда амалга оширилаётган модернизация жараёнлари ва уларга киритилган капитал инвестициялар тўғрисидаги ахборотларни ушбу талаблар асосида тизимли шакллантириш талабларига тўлиқ жавоб бермайди. Чунончи, унда назарда тутилган счётлар тизими ҳам таркиби, ҳам номи бўйича ҳозирги шароитда корхоналар учун ўта муҳим бўлган модернизациялаш жараёнларини, уларга киритилаётган инвестициялар ҳамда бу инвестицияларнинг манбаларини бевосита ўзида акс эттирмайди. Шунингдек, 21-сон БҲМСда назарда тутилган 0800 «Капитал қўйилмаларни ҳисобга олувчи счётлар» тизимига очилган барча счётлар ўзининг номи ва мақомига кўра модернизациялаш йўналишлари ва

<sup>1</sup> Ўз.Р. Адлия вазирлиги томонидан 2002 йил 23 октябрда рўйхатга олинган, № 1181.



**1-расм. Модернизациялаш жараёнлари ва уларга киритилаётган капитал инвестицияларнинг ҳисоб объектлари сифатидаги таснифи**

капитал инвестициялар йўналишларини тўлиқ ифода этмайди. Фикримизча, счётлар тизимига киритилган барча счётлар модернизациялаш жараёнлари, мос равишда, уларга киритилган капитал инвестициялар барча йўналишларини бевосита акс эттиришга мўлжалланган бўлиши лозим. Чунончи, 0810 «Тугалланмаган капитал қурилиш» номли счётни «Капитал қурилишга инвестициялар» деб номлаш мақсадга мувофиқдир. Чунки, айнан шу ном корхонада амалга оширилаётган модернизациялаш жараёнининг муҳим йўналиши бўлган капитал қурилишга инвестицияларни аниқ ва тўлиқ ифода этади. 0820 «Асосий воситаларни сотиб олиш» номли счётни «Асосий воситаларни харид қилишга инвестициялар» деб номлаш ҳамда уни янада кенгайтиришни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Чунончи, ушбу счёг тизимида 0821 «Юксак самарали асбоб-ускуналарни харид қилишга инвестициялар», 0822 «Кўчмас мулкни харид қилишга инвестициялар» ва 0823 «Бошқа асосий воситаларни харид қилишга инвестициялар» каби счётларни очишни тавсия этамиз. Бундай тартиб корхоналар томонидан сотиб олиш йўли билан амалга оширилаётган модернизациялаш жараёнларининг аниқ йўналишларига киритилган инвестициялар тўғрисида тизимли ахборотларни бевосита тўғридан-тўғри бош китобдан олиш имконини беради.

Амалдаги 21-сон БХМСда модернизациялаш жараёнларининг муҳим йўналишлари бўлган кенгайтириш, реконструкция қилиш ҳамда мавжуд қувватларни замонавий техника ва технологиялар асосида янгилаш жараёнларини, мос равишда ушбу жараёнларга киритилган инвестицияларни махсус алоҳида акс эттирувчи счётлар кўзда тутилмаган. Бу турдаги жараёнлар ва уларга киритилган капитал инвестициялар ҳисоби ҳозирги пайтда 0890 «Бошқа капитал инвестициялар» счётида юритилмоқда. Бироқ, бу счётда акс эттирилган маълумотлардан тўғридан-тўғри модернизациялаш жараёнларининг муҳим йўналишлари бўлган кенгайтириш, реконструкция қилиш ҳамда мавжуд

қувватларни замонавий техника ва технологиялар асосида янгилаш, мос равишда, бу жараёнларга киритилган инвестициялар суммаларини билиб бўлмайди. Бунинг учун ушбу счёт маълумотларини қайтадан гуруҳлаб чиқиш зарурати мавжуддир. Модернизациялаш жараёнларининг ушбу муҳим йўналишлари, мос равишда, уларга киритилган инвестициялар тўғрисида тизимли ахборотларни шакллантириш учун 0890 «Бошқа капитал инвестициялар» счётлар тизимида қуйидаги счётларни очишни мақсадга мувофиқ, деб биламиз: 0891 «Мавжуд қувватларни кенгайтиришга инвестициялар»; 0892 «Мавжуд қувватларни реконструкция қилишга инвестициялар»; 0893 «Мавжуд қувватларни замонавий техника ва технологиялар асосида янгилаш».

Бизнинг фикримизча, 0800 «Капитал қўйилмаларни ҳисобга олувчи счётлар» тизимида очилган бошқа счётлар номларини ҳам ҳозирги замон талабларига мослаштириш лозим. Чунончи, 0830 «Номоддий активларни сотиб олиш» счётини «Номоддий активларни харид қилишга инвестициялар», 0840 «Асосий подани шакллантириш» счётини «Биологик активларга инвестициялар», 0850 «Ерни ободонлаштиришга капитал қўйилмалар» счётини «Ерни ободонлаштиришга инвестициялар», 0860 «Молиявий ижара шартномаси бўйича олинган асосий воситаларга капитал қўйилмалар» счётини «Молиявий ижара шартномаси бўйича харид қилинган асосий воситаларга инвестициялар» деб номлаш мақсадга мувофиқдир.

Фикримизча, жуда катта маблағ эвазига қилинаётган капитал таъмирлаш ишларини бирданига ҳисобдан чиқариб юбориш ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар таннари ва сотиш баҳоларини ошишига, шу сабабли тайёр маҳсулотлар рақобатбардошлик даражасини пасайишига олиб келмоқда. Бизнингча, капитал таъмирлашга сарфларни ҳам капиталлаштириш, мос равишда капитал таъмирлашга қилинган инвестициялар ҳисоби учун 0890 «Бошқа капитал инвестициялар» счётлар тизимида махсус 0894 «Капитал таъмирлашга инвестициялар» счётини назарда тутиш мақсадга мувофиқдир.

Шундай қилиб, модернизациялаш жараёнлари тўғрисидаги ахборотларнинг фойдаланиш имкониятларини кенгайтириш, бунда ахборотнинг янада реаллигини таъминланишига эришиш мақсадида 21-сон БҲМСда кўзда тутилган 0800 «Капитал қўйилмаларни ҳисобга олувчи счётлар» тизимини қуйидагича реструктуризация қилишни тавсия этамиз (2-жадвалга қаранг).

2-жадвал

**«Капитал қўйилмаларни ҳисобга олувчи счётлар» тизимини  
реструктуризация қилиш бўйича таклифлар**

| Амалдаги 21- сон БҲМС бўйича |                                   | Тавсия      |                                                                     |
|------------------------------|-----------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------|
| Счёт<br>т/р                  | Счётнинг номи                     | Счёт<br>т/р | Счётнинг номи                                                       |
| 0810                         | Тугалланмаган капитал<br>қурилиш  | 0810        | Капитал қурилишга<br>инвестициялар                                  |
| 0820                         | Асосий воситаларни<br>сотиб олиш  | 0821        | Юксак самарали асбоб-<br>ускуналарни харид қилишга<br>инвестициялар |
|                              |                                   | 0822        | Қўчмас мулкни харид қилишга<br>инвестициялар                        |
|                              |                                   | 0823        | Бошқа асосий воситаларни харид<br>қилишга инвестициялар             |
| 0830                         | Номоддий активларни<br>сотиб олиш | 0830        | Номоддий активларни харид<br>қилишга инвестициялар                  |

|      |                                                                                |      |                                                                                  |
|------|--------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 0840 | Асосий подани шакллантириш                                                     | 0840 | Асосий подани шакллантиришга инвестициялар                                       |
| 0850 | Ерни ободонлаштиришга капитал қўйилмалар                                       | 0850 | Ерни ободонлаштиришга инвестициялар                                              |
| 0860 | Молиявий ижара шартномаси бўйича олинган асосий воситаларга капитал қўйилмалар | 0860 | Молиявий ижара шартномаси бўйича харид қилинган асосий воситаларга инвестициялар |
| 0890 | Бошқа капитал қўйилмалар                                                       | 0891 | Мавжуд қувватларни кенгайтиришга инвестициялар                                   |
|      |                                                                                | 0892 | Мавжуд қувватларни реконструкция қилишга инвестициялар                           |
|      |                                                                                | 0893 | Мавжуд қувватларни замонавий техника ва технологиялар асосида янгилаш            |
|      |                                                                                | 0894 | Капитал таъмирлашга инвестициялар                                                |

Фикримизча, юқоридаги келтирилган таклиф ва тавсияларимиз ҳозирги пайтда мамлакатимизда кенг қўламда амалга оширилаётган модернизациялаш жараёнлари ва уларга киритилаётган капитал инвестициялар ҳисобининг назарий ва методологик асосларини янада такомиллаштиришга хизмат қилади.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида». Ўз.Р. Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги 4749-сон фармони
2. Мирзиёев Ш.М. «Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қонидаси бўлиши керак». – Т.: «Ўзбекистон», 2017.
3. Ўзбекистон Республикаси қонун «Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида», 2016 йил 13 апрель, № ЎРҚ-404.
4. БҲМС 21 «Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий хўжалик фаолияти бухгалтерия ҳисоби счетлар режаси ва уни қўллаш бўйича йўриқнома». Ўз.Р АВ томонидан 23.10.2002 йилда рўйхатга олинган, № 1181.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>З.У.Мухаммадиев</b></p> <p><b>Направления совершенствования учета процессов модернизации и капитальных инвестиций</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в данной статье раскрыты сущность, основы классификации процессов модернизации и капитальных инвестиций, а также даны рекомендации по совершенствованию их учета.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> модернизация, процессы модернизации, капитальные инвестиции, учет, отчетность.</p> | <p><b>Z.U.Muhammadiev</b></p> <p><b>Directions of improving the accounting processes of modernization and capital investments</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article discloses the essence, the basis of the classification of modernization processes and capital investments, as well as recommendations for improving their accounting .</p> <p><b>Keywords:</b> modernization, modernization processes, capital investments, accounting, report.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Б.Ф. Боронов – СамИСИ мустақил изланувчиси

## КОРХОНАЛАР МОЛИЯВИЙ АКТИВЛАРИНИНГ ҲИСОБ ОБЪЕКТЛАРИ СИФАТИДАГИ ТАСНИФИЙ АСОСЛАРИ

**Аннотация:** ушбу мақолада корхоналар молиявий активларининг моҳияти, уларнинг ҳисоб объектлари сифатидаги таснифий, шунингдек уларни корхоналар молиявий ҳисоботларида акс эттириш тартибларини қайта кўриб чиқиш заруратлари очиб берилган.

**Калит сўзлар:** активлар, молиявий активлар, молиявий инвестициялар, тез ликвидли молиявий активлар, муддати узайтирилган молиявий активлар, шубҳали молиявий активлар, молиявий ҳисобот.

Президентимизнинг 2017 йил 7 февралдаги 4947-сон фармони билан тасдиқланган «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси»да, шунингдек унинг асосида қабул қилинган давлат дастурларида белгиланган вазифаларнинг хўжалик юритувчи субъектлар томонидан бажарилиши жуда кўп омилларга боғлиқ. Бундай омиллар ичида корхоналар активлари, чунончи уларнинг молиявий активлари ўта муҳим аҳамият касб этади.

Хўш, молиявий активларнинг ўзи нима? Ушбу активлар таркибига қандай активларни киритиш лозим? Молиявий активларни бошқарув дастаклари, чунончи бухгалтерия ҳисоби объектлари сифатида қандай таснифлаш ва тавсифлаш мақсадга мувофиқ? Республикамизда молиявий активларни таснифлаш ва тавсифлаш, уларни ҳисоб ва ҳисоботда акс эттиришнинг ҳозирги пайтда амалда бўлган тартиблари қайси жиҳатлари бўйича ахборот фойдаланувчилар талабларига тўлиқ жавоб бермайди? Ҳам халқаро, ҳам миллий даражада молиявий активлар бўйича ҳисоб ва ҳисобот тизимида қандай долзарб масалаларни ҳал қилиш лозим?

Молиявий активларга оид юқорида санаб ўтилган ва бошқа долзарб саволларга жавоб топиш халқаро ва миллий ҳисоб таълимоти олдида турган муҳим вазифалардан биридир.

Таъкидлаш жоизки, халқаро ҳисоб таълимотида «молиявий активлар» атамаси кенг қўлланилади. Бунинг ёрқин гувоҳи сифатида шуни таъкидлаш мумкинки, ҳозирги пайтда амалда бўлган қуйидаги молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари (МҲҲС- IAS, IFRS) бевосита молиявий активларнинг таснифи, таркибий элементлари, уларнинг тан олинishi, баҳоланиши, шунингдек ҳисоб ва ҳисоботларда акс эттириш тартибларига бағишланган:

- \* МҲҲС (IFRS) 7 *"Молиявий инструментлар: ахборотни очиб бериш"*;
- \* МҲҲС (IFRS) 9 *"Молиявий инструментлар"*;
- \* МҲҲС (IFRS) 9 *"Молиявий инструментлар"га тузатишлар*;
- \* МҲҲС (IAS) 32 *"Молиявий инструментлар: ахборотларни тақдим этиш"*;
- \* МҲҲС (IAS) 39 *"Молиявий инструментлар: тан олиш ва баҳолаш"*.

Ушбу стандартлар ва улар асосида чоп этилган махсус адабиётларда молиявий активларга турлича таъриф ва тавсифлар ҳам берилган. Чунончи, МҲҲС (IAS) 32 «Молиявий инструментлар: ахборотларни тақдим этиш»да активларнинг ушбу турига қуйидагича таъриф ва тавсиялар берилган: «**Молиявий актив** – бу (а) пул маблағлари; (б) бошқа корхоналарга улушли инструмент сифатида киритилган маблағлар; (с) шартнома асосида (i) бошқа корхоналардан пул маблағларини ва бошқа активларни олиш ҳуқуқи; ёки (ii)

корхона молиявий активлари ва молиявий мажбуриятларини унинг учун потенциал самара берадиган бошқа корхоналар молиявий активлари ва молиявий мажбуриятларига алмаштириш ҳуқуқи; ёки (d) хусусий улушли инструментларни бериш йўли билан ҳисоб-китобларни қилиш имконини берувчи шартномадир<sup>1</sup>.

Проф. В.Ф. Палий<sup>2</sup> молиявий активларни қуйидагича таърифлаган ва тавсифлаган: «**Молиявий активлар** – бу пул маблағлари ёки пул маблағларини тўлаш талабини берувчи шартномавий ҳуқуқ, ёки бошқа компаниядан нафли молиявий инструментларни олиш ҳуқуқи, ёки молиявий инструментларни ўзи учун нафли шартларда ўзаро алмаштириш ҳуқуқидир. Молиявий активларга бошқа компанияларнинг улушли инструментлари ҳам киради. Барча ҳолатларда молиявий активлардан олинадиган наф уларни пулга ёки бошқа нафли молиявий инструментларга алмаштиришда намоён бўлади”.

Турли бошқа ахборот манбаларида молиявий активларга қуйидагича таъриф ва тавсифлар ҳам берилган.

**Молиявий активлар** (инглизча *Financial assets*) – бу даромад келтирувчи мулкнинг махсус шаклидир (масалан, компания молиявий ресурсларини ташкил қилувчи активлар: пул маблағлари ва қимматли қоғозлар, даромад топиш кўникмалари ва қобилияти<sup>3</sup>.

**Молиявий активлар** – бу уларнинг эгаларига (кредиторларга) бошқа институционал бирлик (қарздор)лардан тузилган шартномаларга мувофиқ тўловни ёки тўловлар сериясини олиш ҳуқуқини берувчи молиявий талаблардир<sup>4</sup>.

**Молиявий активлар** – бу

\*кассадаги нақд пуллар, банкдаги депозитлар, қўйилмалар, чеклар, суғурта полислари, қимматли қоғозларга қўйилмалар;

\*бошқа корхона ва ташкилотларнинг сотилган маҳсулот учун маблағ тўлаш бўйича мажбуриятлари (тижорат кредити);

\* бошқа корхоналар акцияларига портфелли қўйилмалар;

\*назорат ҳуқуқини берувчи бошқа корхоналар акциялари пакети;

\* пай бадаллари ёки бошқа корхоналарда улушли қатнашиш<sup>5</sup>.

**Молиявий активлар** (financial assets) – бу ер, бинолар ёки жиҳозлар каби моддий (жисмоний) активлардан фарқли ўлароқ пул ва уларга бўлган ҳуқуқ (талаб)лардир. Молиявий активларга пул, пулни олиш ҳуқуқини берувчи қимматли қоғозлар киради<sup>6</sup>.

**Молиявий активлар** – бу моддий, жисмоний активлардан фарқли ўлароқ акция, облигация, ҳуқуқ, сертификатлар, банкдаги счётлар қолдиқлари ва бошқа кўринишлардаги активлар. Мисол учун кўчмас мулк жисмоний актив, ипотека инвестицион траст (real estate investment trust, REIT) акциялари ёки компаниялар акциялари ва облигацияларига киритилган инвестициялар эса молиявий активлар ҳисобланади<sup>7</sup>.

**Молиявий активлар** – бу корхона ихтиёридаги ва унинг молиявий ресурсларини ташкил қилувчи пул маблағлари ва қимматли қоғозлардир. Молиявий активларга қуйидагилар киради:

<sup>1</sup> МХХС (IAS) 32 «Молиявий инструментлар: ахборотларни тақдим этиш»

<sup>2</sup> Палий В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности. Учебник - М.: "ИНФРА-М", 2008, с.133.

<sup>3</sup> [https://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовые\\_активы](https://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовые_активы)

<sup>4</sup> <http://www.grandars.ru>

<sup>5</sup> <https://masterlan.info>

<sup>6</sup> [https://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовые\\_активы](https://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовые_активы)

<sup>7</sup> [https://finance\\_investment.academic.ru/](https://finance_investment.academic.ru/)

- \*кассадаги нақд пуллар ва банк счётларидаги маблағлар;
- \*қимматли қоғозлар: акциялар, бошқа корхоналарга киритилган пайбадаллари, опционлар ва шу кабилар;
- \*дебиторлик қарзлар;
- \*молиявий қуйилмалар;
- \*йўлдаги ҳисоб-китоб ҳужжатлари ва бошқалар.

Молиявий активлар таркибига номоддий ва моддий активлар, олинган бўнақлар, ишлаб чиқариш заҳиралари кирмайди, чунки ушбу активларга эгалик қилиш фойда келтирсада, бироқ келгусида қандайдир молиявий активларни олиш ҳуқуқини вужудга келтирмайди<sup>1</sup>.

**Молиявий активлар** – бу реал активлардан фойдаланиш орқали олинadиган даромадларга эгалик қилиш ҳуқуқи. Бошқачасига, реал активлар даромад манбаи бўлиб ҳисобланади, молиявий активлар эса олинadиган даромадни тақсимланиши тавсифи учун хизмат қилади. Маблағларни молиявий активларга инвестициялаш инвестициялар ҳисобидан сотиб олинган реал активлардан фойдаланиш эвазига фойда олиш ҳуқуқини беради.<sup>2</sup>

Юқорида келтирилган таъриф ва тавсифлардан қуйидаги хулосаларни қилиш мумкин.

**Биринчидан**, ҳалқаро ҳисоб таълимоти ва амалиётида молиявий активлар корхоналар мулки ёки маблағларининг муҳим тури, мос равишда, ҳисоб ва ҳисоботнинг муҳим объекти сифатида тан олинади.

**Иккинчидан**, молиявий активларнинг ҳисоб объекти эканлигига қарамасдан, унинг мазмун-моҳиятини ҳамда таркибини аниқ ва атрофлича ифодаловчи яхлит таърифи мавжуд эмас.

**Учинчидан**, молиявий активларни таснифлаш ва тавсифлаш негизида ётувчи мезонлар (белгилар)нинг яхлит тизими ишлаб чиқилмаган, ушбу яхлит тизим ҳалқаро стандартлар билан ҳам мустаҳкамланмаган.

Таъкидлаш жоизки, бизнинг республикамызда бухгалтерия ҳисобига доир меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда, шунингдек дарсликлар, ўқув ва амалий қўлланмаларда ҳисоб объекти сифатида асосан «активлар» ёки «хўжалик активлари» эътироф этилган. «Молиявий активлар» тушунчаси айнан шу номда ҳисоб объекти сифатида эътироф этилмаган. Бундан ташқари республикамызда ҳалқаро амалиётда кенг қўлланилаётган молиявий активларнинг таснифлаш, тан олиш, баҳолаш тартиблари, уларга доир ахборотларни очиб бериш ва тақдим этишга оид махсус стандартлар тўлиқ ишлаб чиқилмаган. Молиявий активларни тансифий ва тавсифий асослари, уларни тан олиш, ҳисоб ва ҳисобот ахборотларини очиб беришга оид ушбу масалалар республикамызда чоп этилган даврий адабиётларда ҳам етарлича очиб берилмаган. Республикамызда қабул қилинган ва ҳозирги пайтда амалда бўлган 8-сон БҲМС "Жамланган молиявий ҳисоботлар ва шўъба хўжалик жамиятларига сармояларни ҳисобга олиш"<sup>3</sup> ва 12-сон БҲМС "Молиявий инвестицияларни ҳисобга олиш"<sup>4</sup> кўра фақатгина молиявий активларнинг бир тури бўлган молиявий инвестицияларга доир ҳисоб масалаларини қамраб олган ҳолос.

Фикримизча, молиявий активларнинг ресурс, мулк, маблағ сифатида мавжудлиги, уларнинг хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти равнақида тутган ўрни ва аҳамиятининг борган сари ошиб бораётганлиги республикамызда ушбу активлар ҳисобига доир бир қатор долзарб масалаларни ҳал этишни тақозо этади.

<sup>1</sup> <https://masterlan.info>

<sup>2</sup> <https://flf/aktivy/finansovye-aktivy-vklyuchayut-v-sebya.html>

<sup>3</sup> АВ томонидан 28.12.1998 й. 580-сон билан рўйхатга олинган.

<sup>4</sup> АВ томонидан 16.01.1999 й. 596-сон билан рўйхатга олинган.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда, авваламбор, молиявий активларнинг яхлит таърифни ишлаб чиқиш ҳамда ушбу таърифни республикамизнинг бухгалтерия ҳисоби тўғрисидаги қонуни<sup>1</sup> ва «Молиявий ҳисоботни тузиш ва тақдим этиш учун концептуал асос» номли стандартга<sup>2</sup> киритиш лозим, деб ҳисоблаймиз. Фикримизча, ушбу қонун ҳужжатларида молиявий активларга қуйидаги яхлит таърифни бериш мақсадга мувофиқдир: **молиявий активлар** – бу корхона балансида эгалик ҳуқуқи (шартномалари) асосида акс эттириладиган ҳамда улар томонидан тасарруф этиладиган пул маблағлари, келгусида даромад келтирадиган ва пул киримини оширадиган барча турдаги молиявий инвестициялар, шунингдек ушбу активларга доир олинadиган счёtlар (дебиторлик қарзлар) мажмуасидир.

Фикримизча, биз томонимиздан молиявий активларга берилган юқоридаги таъриф республикамизнинг «Молиявий ҳисоботни тайёрлаш ва тақдим этиш учун концептуал асос»номли БҲМСда<sup>3</sup> корхона активларига берилган умумий таъриф талабларига мос келади ва уни мазмунан янада бойитилишига хизмат қилади. Мазкур БҲМСга мувофиқ **активлар** – бу субъект назорат қиладиган, келгусида улардан даромад олиш мақсадида аввалги фаолият натижасида олинган иқтисодий ресурслардир (38.1-банд); **активлар** – бу хўжалик субъектининг қиймат баҳосига эга бўлган моддий, шу жумладан, пул маблағлари ва дебиторлик қарзлари ва номоддий мулкидир (39-банд).

Молиявий активлар уларни актив сифатида тан олиш учун қўйиладиган қуйидаги талабларга тўлиқ жавоб беради:

- қийматга эга бўлиши ва бу қиймат баҳоланадиган бўлиши;
- эгалик қилиш ҳуқуқига асосан қайси корхона балансига киритилган бўлса, шу корхона томонидан назорат қилиниши;
- келгусида корхонага иқтисодий наф келтириши, жумладан корхонанинг пул маблағларини киримини кўпайишига бевосита ва билвосита ҳисса қўшиши;
- юз берган хўжалик операциялари натижаси ҳисобланиши.

Молиявий активлар бошқа активлар сингари қуйидаги характерли хусусиятларга ҳам эгадир:

- жисмоний кўринишга (шаклга) эга бўлиши ёки эга бўлмаслиги;
- бошқа активларга алмаштирилиши;
- қарзларни тўлаш учун ишлатилиши;
- қисқа ёки узоқ вақт мобайнида айланишда бўлишлиги;
- оборотда ва оборотдан ташқарида бўлишлиги;
- таъсис бадаллари, кредит ва қарзлар кўринишида киритилиши;
- маълум муддатдан кейин корхонага қайтарилиши;
- даромад олиш ҳуқуқини мавжудлиги ва бошқалар.

Муҳим долзарб масалалардан бири бўлиб молиявий активларнинг ҳисоб ва ҳисобот мақсадлари учун ўта муҳим белгилари бўйича таснифий асосларини яратиш ҳисобланади. Ҳозирги пайтда республикамизда амалда бўлган ҳисоб қонунчилиги ҳужжатларига кўра корхоналарнинг барча активлари ҳисоб ва ҳисоботда асосан қуйидаги мезонлар (белгилар) бўйича акс эттирилади:

- (1) хизмат муддати бўйича – узоқ ва қисқа муддатли активлар;
- (2) моддийлиги бўйича – моддий активлар, номоддий активлар;
- (3) аниқ гуруҳлари бўйича – асосий воситалар, номоддий активлар, молиявий инвестициялар, капитал инвестициялар, товар-моддий захиралар,

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикасининг қонуни, 13.04.2016 й., № ЎРҚ- 404.

<sup>2</sup> Ўз.Р. АВ томонидан 1998 йил 14 августда рўйхатга олинган, № 475.

<sup>3</sup> Ўз.Р. АВ томонидан 1998 йил 14 августда рўйхатга олинган, № 475.

келгуси давр харажатлари, муддати узайтирилган харажатлар, дебиторлик қарзлар (олинадиган счётлар), пул маблағлари;

(4) аниқ турлари бўйича – бино ва иншоотлар, жиҳозлар, транспорт воситалари, компьютер техникаси, қимматли қоғозларга инвестициялар, пай бадали сифатида киритилган инвестициялар, кредит ва қарз кўринишидаги инвестициялар, хом ашё ва материаллар, тайёр маҳсулотлар, товарлар, миллий ва хорижий валютадаги пул маблағлари, товар ва нотовар характеридаги дебиторлик қарзлар, муддати ўтган ва муддати ўтмаган дебиторлик қарзлар, шубҳали қарзлар ва бошқалар.

Ички бошқарув мақсадларида ҳисоб ва ҳисобот тизимида молиявий активларни юқорида келтирилган мезонлар (белгилар)дан ташқари қўшимча тарзда яна бошқа мезонлари (белгилари) бўйича ҳам таснифлаш мумкин. Чунончи, амал қилиш ҳудуди, айланиш тезлиги, қайтиш муддати, даъво муддатига кўра уларни таснифлаш муҳим аҳамият касб этади. Ушбу белгилари бўйича молиявий активларни қуйидагича таснифлаш мумкин (1-жадвалга қаранг).

1-жадвал

**Ички бошқарув мақсадларида молиявий активларни айрим белгилари бўйича таснифлаш**

| № | Таснифлаш мезони (белгиси) | Таснифлаш белгисига кўра молиявий активлар гуруҳлари | Гуруҳга кирувчи молиявий активлар турлари                                                                                                                              |
|---|----------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Амал қилиш ҳудудига кўра   | Мамлакат ичидаги молиявий активлар                   | *кассадаги, банкдаги, йўлдаги пул маблағлари;<br>*ички қимматли қоғозларга киритилган;<br>*ички субъектларга киритилган таъсис бадаллари;<br>*ички дебиторлик қарзлар. |
|   |                            | Мамлакатдан ташқаридаги молиявий активлар            | *хорижий давлатлардаги пул маблағлари;<br>*хориждаги субъектларга киритилган таъсис бадаллари;<br>*хорижий субъектларга берилган кредит ва қарзлар.                    |
| 2 | Айланиш тезлигига кўра     | Тез ликвидли (айланувчи) молиявий активлар           | *кассадаги миллий ва хорижий пул маблағлари;<br>*банкдаги миллий ва хорижий пул маблағлари;<br>*йўлдаги миллий ва хорижий пул маблағлари.                              |
|   |                            | Секин айланувчи молиявий активлар                    | *жорий дебиторлик қарзлар;<br>*пулли эквивалентлар;<br>*қисқа муддатли берилган кредитлар ва қарзлар;<br>*қисқа муддатларга депозит счётларга қўйилган маблағлар.      |
|   |                            | Оборотдан узок                                       | *қимматли қоғозларга киритилган                                                                                                                                        |

|   |                       |                                                |                                                                                                                                                                                                                            |
|---|-----------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                       | муддатларга четлатилган молиявий активлар      | молиявий инвестициялар;<br>*таъсис бадали сифатида бошқа субъектларга киритилган маблағлар;<br>*узоқ муддатларга берилган кредит ва қарзлар;<br>*узоқ муддатларга музлатилган ёки муддати узайтирилган дебиторлик қарзлар. |
| 3 | Қайтиш муддатига кўра | Қайтариш муддати ўтмаган молиявий активлар     | *берилган кредит ва қарзлар;<br>*дебиторлик қарзлар;<br>*депозит счётлардаги маблағлар.                                                                                                                                    |
|   |                       | Қайтариш муддати ўтиб кетган молиявий активлар | *берилган кредит ва қарзлар;<br>*дебиторлик қарзлар;<br>*депозит счётлардаги маблағлар.                                                                                                                                    |
| 4 | Даъво муддатига кўра  | Даъво муддати ўтмаган молиявий активлар        | *берилган кредит ва қарзлар;<br>*дебиторлик қарзлар;<br>*депозит счётлардаги маблағлар.                                                                                                                                    |
|   |                       | Даъво муддати ўтиб кетган молиявий активлар    | *берилган кредит ва қарзлар;<br>*шубҳали дебиторлик қарзлар;<br>*депозит счётлардаги маблағлар.                                                                                                                            |

Таъкидлаш жоизки, ҳозирги пайтда корхоналарда корпоратив бошқарув тизими олдида қўйилаётган вазибалар молиявий ҳисоботнинг активлар, шу жумладан молиявий активлар тўғрисида ахборот бериш имкониятларини кенгайтиришни тақозо этмоқда. Чунончи, бундай зарурат Ўзбекистон Республикаси биринчи Президентининг 2015 йил 24 апрелдаги "Акциядорлик жамиятларида замонавий корпоратив бошқарув услубларини жорий этиш чоратадбирлари тўғрисида" ПФ-4720-сонли фармони ва Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг ушбу фармонни бажариш юзасидан 2015 йил 28 июлда қабул қилинган "Давлат улуши бўлган акциядорлик жамиятлари ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш мезонларини жорий этиш тўғрисида» 207-сон қарори ҳамда ушбу қарор билан тасдиқланган "Давлат улуши бўлган акциядорлик жамиятлари ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш мезонлари тўғрисида НИЗОМ»да белгиланган талаблар ижросидан келиб чиқади.

Бироқ, ҳозирги пайтда ҳалқаро амалиётда қўлланилаётган «Баланс ҳисоботи» ёки «Молиявий ҳолат тўғрисида ҳисобот», шунингдек бизнинг республикада қўлланилаётган «Бухгалтерия баланси» корхоналарнинг молиявий активлари тўғрисида на умумий маълумотларни, на унинг алоҳида турлари тўғрисидаги маълумотларни тизимланган ва гуруҳланган тарзда ёритмайди. Бу, ўз навбатида, молиявий ҳисоботларнинг ахборот бериш борасидаги фойдалилик (нафлик) даражасини маълум даражада пасайишига сабаб бўлмоқда. Шунингдек, ушбу ҳисобот шакллариининг ахборот чекловлари корпоратив бошқарув тизими самарадорлигини ҳолис аудиторлар томонидан баҳолашда ҳам кўплаб қийинчиликларни туғдирмоқда.

Бизнинг фикримизча, молиявий ҳисоботнинг номлари юқорида зикр этилган ҳалқаро ва миллий шакллари корхоналарнинг молиявий активлари тўғрисида уларнинг юқорида келтирилган таснифлаш мезонлари (белгилари) бўйича

тизимланган ва гуруҳланган ахборотларни бериши лозим. Чунончи, ушбу ҳисоботнинг «Узоқ муддатли активлар» ва «Жорий активлар» бўлимларида, мос равишда, узоқ ва қисқа муддатли молиявий активларнинг умумий суммаси, шунингдек уларнинг алоҳида турлари суммалари махсус моддаларда акс эттирилиши мақсадга мувофиқ. Ушбу тартибни халқаро ва миллий ҳисоб амалиётига татбиқ этиш, бизнинг фикримизча, молиявий ҳисоботнинг ахборот бериш имкониятларини янада оширади.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси қонун «Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида», 2016 йил 13 апрель, № ЎРҚ-404.
2. «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида». Ўз.Р. Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги 4749-сон фармони.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 24 апрелдаги "Акциядорлик жамиятларида замонавий корпоратив бошқарув услубларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида" ПФ-4720-сонли фармони.
4. “Давлат улуши бўлган акциядорлик жамиятлари ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш мезонлари тўғрисида низом. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2015 йил 28 июлда қабул қилинган “Давлат улуши бўлган акциядорлик жамиятлари ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш мезонларини жорий этиш тўғрисида» 207-сон қарори билан тасдиқланган.
5. БҲМС № 8 "Жамланган молиявий ҳисоботлар ва шўъба хўжалик жамиятларига сармояларни ҳисобга олиш"// АВ томонидан 28.12.1998 й. 580-сон билан рўйхатга олинган.
6. БҲМС № 12 "Молиявий инвестицияларни ҳисобга олиш"// АВ томонидан 16.01.1999 й. 596-сон билан рўйхатга олинган.
7. МҲХС (IAS) №32 «Молиявий инструментлар: ахборотларни тақдим этиш»
8. Палий В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности. Учебник- М.: "ИНФРА-М", 2008, с.133.
9. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовые\\_активы](https://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовые_активы)
10. <http://www.grandars.ru>
11. <https://masterlan.info>
12. [https://finance\\_investment.academic.ru](https://finance_investment.academic.ru)
13. <https://flf/aktivy/finansovye-aktivy-vklyuchayut-v-sebya.html>

| Боронов Б.Ф.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Boronov B.F.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Основы классификации финансовых активов как объектов учета</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной статье раскрыты сущность и основы классификации финансовых активов как объектов учета, а также необходимость пересмотра порядков их отражения в финансовой отчетности предприятий.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> активы, финансовые активы, финансовые инвестиции, быстроликвидные финансовые активы, отсроченные финансовые активы, сомнительные финансовые активы, финансовая отчетность</p> | <p><b>Basics of classification of financial assets as accounting objects</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article discloses the essence and principles of the classification of financial assets as accounting objects are disclosed, as well as the need to review the procedures for their reflection in the financial statements of enterprises.</p> <p><b>Keywords:</b> assets, financial assets, financial investments, quick-liquid financial assets, deferred financial assets, doubtful financial assets, financial report</p> |

## ИНФОРМАТИКА ВА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ

Ш.Д.Джуракулов – СамДУ докторанти

### ЗАМОНАВИЙ ИНФОРМАЦИОН ТЕНДЕНЦИЯЛАРНИНГ БОЗОР МУНОСАБАТЛАРИ РИВОЖИГА ТАЪСИРИ

**Аннотация:** рақамли технологиялар ривож ахборот алмашув жараёни тезлаштириб юборди. Бу бозор муносабатларига, айниқса, маркетинг коммуникациялари ва унинг воситаларига жиддий таъсир кўрсатди. Мақолада мазкур элементларни инобатга олган ҳолда истеъмолчиларни сегментлаш бўйича тавсиялар келтирилган.

**Калит сўзлар:** рақамли технологиялар, ишонч, фуқаровий репортёр, резонанс, “Bb+x+y+z” авлоди, сохта хабарлар, постҳақиқат.

Саноат ривожланишидан кейинги бўлган иқтисодиёт даври реклама бозорининг у билан мувозий тарзда тараққий этишида ўзаро боғлиқлик касб этди. Бу жараён, айниқса, информацион технологиялар ривожланиши натижасида янги босқичга ўтди. Бозор ҳўжалигидаги асосий масала ўзгармай қолди – сотувчи ва харидор, товар ва хизмат, уларнинг ўзаро ҳаракати ва манфаатлари тўқнашуви ўша-ўша. Фақат коммуникациялар, ёндашувлар, воситалар ва ҳ.к.лар такомиллашди, холос.

Бозорда бир турдаги маҳсулотлар кўламининг кенгайиши ишлаб чиқарувчилар ўртасида рақобатни кучайтириб, маҳсулот сифати ва нархи, унинг сотуви ва сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш жараёнларини ривожлантирди, лекин танлаш имконининг кўплиги истеъмолчи олдида муҳим ижтимоий капиталга айланиб бораётган – маҳсулот ва унинг ишлаб чиқарувчисига бўлган – ишончни савол остига қўйди. Бу ўз-ўзидан мазкур маҳсулотларни сотиб олган харидорлар билан алоқа алмашуви заруратини ҳам келтириб чиқарди. Кўриниб турганидек, ахборот алмашувга эҳтиёжнинг кучайиши рақамли технологиялардан маркетинг коммуникацияларида ҳам кенг кўламда фойдаланишни долзарб қилиб қўйди.

Бу ўринда, айниқса, интернет тармоғи асосий коммуникацион вазифани бажарди. Смартфонлар бозорининг дунё бўйлаб илдамлаши ер куррасидаги деярли барча инсонларга интернетдан хоҳлаган пайт ва маконда фойдаланиши учун йўл очиб берди, “фуқаровий репортёр” терминининг кириб келишига туртки бўлди (профессионал журналист бўлмаган фуқароларнинг ахборотни йиғиш, таҳлил қилиш ва тарқатиш жараёнидаги фаол иштироки) [7]. Масалан, биргина Твиттер ижтимоий тармоғида таниқли Уитни Хьюстоннинг ўлими анъанавий ОАВлардан олдин янгради; террорист Усома Бен Ладеннинг ўлдирилгани АҚШ собиқ президенти Барак Обаманинг расмий чиқишидан бир кун олдин Твиттерда эълон қилинганди; Бостон марафонидаги портлаш терактини воқеа жойидан туриб шарҳлашда ҳам анъанавий ОАВлари мазкур ижтимоий тармоқнинг фуқаровий репортёрлари улашган ахборотлардан фойдалангандилар [1].

Тадқиқотларга кўра, 2006 йилда интернетда 3 миллионга яқин блоглар бўлган бўлса, ушбу кўрсаткич 2013 йилда 152 миллионга етган. 18 ёшдан 29 ёшгача бўлган америкаликларнинг 71%и интернетни асосий ахборот манбаси сифатида эътироф этишади [6]. Кўриниб турганидек, анъанавий ОАВлари ўз ўрнини рақамли технологияларга бўшатиб бермоқда.

Рақамли рекламанинг ўзига хос жиҳатлари ҳам мавжуд. Аввало, у ёш

сегментацияси билан боғлиқ. Айни кунларда социология ва психология фанлари билан тобора интеграциялашиб бораётган маркетинг коммуникацияларида ёш категорияларини аниқлаштиришда “Bb+x+y+z” тушунчасини қўллаш орқали сегментлашнинг индивидуаллаштириш босқичига ўтилиши кузатилмоқда. Демографлар Уильям Штраус ва Нейл Хоулар томонидан 1991 йилда ёзилган “Авлодлар: Америка келажакнинг тарихи” номли китобида авлодлар номланиши ва уларнинг тегишли йиллар оралиғида таваллуд топганликлари қуйидаги классификацияда ўз аксини топган [2]:

| Номланиши                                                | АҚШ       | ЖАР       | Россия    |
|----------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| GI (government issue ёки general issue)                  | 1900-1922 | 1910-1929 | 1900-1923 |
| BB (baby boomers)                                        | 1943-1963 | 1950-1970 | 1943-1963 |
| Generation X                                             | 1963-1982 | 1970-1990 | 1964-1984 |
| Generation Z ёки Millennium (янги минг-йиллик авлодлари) | 1983-2000 | 1990-2005 | 1985-2000 |
| Generation Y                                             | 2000-2020 | 2005-2020 | 2000-2020 |

Дивайс эпохасида туғилганлар (“янги минг йиллик авлоди” – “millennials”) учун рақамли технологиялар ҳар томонлама қулайлик касб этса, Generation Bbда ушбу жараён фарқли тарзда амалга ошириш кузатилган. Масалан, қуйида University of Liverpool (Barclays, England) тадқиқотларидан мисол келтирамиз [3]:

| №  | Номланиши                                          | BB  | X   | Millennium |
|----|----------------------------------------------------|-----|-----|------------|
| 1. | Ижтимоий тармоқдан фойдаланиш кўрсаткичлари        | 30% | 50% | 75%        |
|    | бир кунда бир неча марта                           | 11% | 19% | 29%        |
|    | бир кунда бир марта                                | 26% | 29% | 26%        |
| 2. | ТВни 24 соат давомида 1 соатдан ортиқ кўриш        | 58% | 67% | 57%        |
| 3. | Асосий ахборот манбаси                             |     |     |            |
|    | ТВ                                                 | 76% | 61% | 65%        |
|    | Интернет                                           | 30% | 53% | 59%        |
|    | Газета                                             | 34% | 24% | 24%        |
|    | Радио                                              | 20% | 22% | 18%        |
| 4. | Сўнги 24 соатда газета ўқиганлигини таъкидлаганлар | 58% | 50% | 43%        |

Демак, мазкур сегментациядан келиб чиқиб, рақамли ва анъанавий реклама воситаларини қўллаш хусусиятлари фарқланади. Ҳар қайси авлодга унинг ижтимоий ва руҳий ҳолатидан келиб чиқиб хоҳиш-истак ва қизиқишлари тавсифи тузилади. Натижада, рекламанинг таргетлаштирилганлик аниқлиги ортади.

Ахборот сифимиға нисбатан вақт ресурсларининг етишмаётганлиги ахборотнинг эскириш кўрсаткичларини тезлаштириб юборди. Шу боисдан газета ва журналлардаги реклама қаторларига истеъмолчилар томонидан сарфланадиган вақт меъёри 1-2 сониядан ошмайди [4]. Истеъмолчининг эътиборини яшин тезлигида тортиш учун қўллаш урф бўлиб бораётган “fake news” (“сохта хабар”)ларнинг кўпайиши реклама ва ахборот бозорига янги терминларнинг кириб келиши ва уларнинг амалиётда қўлланилишига сабаб бўлмоқда. Хусусан,

2016 йилдаги Оксфорд луғатида “йил сўзи” дея эътироф этилган “постҳақиқат” (инг. “post-truth”, русча “постправда”) термини ва унга берилган таъриф истеъмолчи эътиборини тортиш ва уни ушлаб туришнинг нисбатан камхарж, аммо ноҳолис йўллари таърифлайди: “Жамоатчилик фикрини шакллантиришда ҳолис фактларга эътибор қаратишга нисбатан ҳиссиёт ва шахсий эътиқодларга урғу беришнинг устувор дея ҳисобланиш ҳолати” [5]. Бир жумлада айтганда, ҳиссиётларнинг фактлардан устун келиши.

Масаланинг яна бир жиҳати шундаки, инфор­мацион муҳитдаги рақобат, фуқаровий ре­портёрликнинг ривожланиши, янгиликларнинг тез эскириб қолиши каби омиллар босма ОАВлар ўртасида “fake news”лардан илғорлардан бўлиб иқтибос олишга, истеъмолчи аудиториясини эгаллаш учун постҳақиқатлардан кенг қўламда фойдаланишга ундамоқда. Бу ҳолат истеъмолчиларда ишонч капитали нуфузининг пасайишига туртки бўлиши табиий.

Информацион макон тобора мураккаблашиб бораётган мазкур вазиятда маркетинг коммуникацияларидан фойдаланиш унинг фақатгина иқтисодий ёндашуви билан чекланиб қолиши мақсадга мувофиқ бўлмай қолишини кўрсатмоқда. Бунинг учун маркетингда истеъмолчилар психотипларини чуқур таҳлил қилиш, нейромаркетинг воситаларини кенг қўллаш услубларини ўрганиш, энг муҳими, human-centric approach тамойилларига устуворлик қаратиш мамлакатимиз иқтисодиётида яратилаётган неъматларнинг хориж бозорида ўз ўрнини топишига ўзининг ижобий таъсирини кўрсатади.

#### Фойдаланилган манбалар:

1. <http://www.niemanlab.org/2013/04/social-media-and-the-boston-bombings-when-citizens-and-journalists-cover-the-same-story/>
2. <http://player.myshared.ru>
3. <http://www.racunalo.com/baby-boom-generacija-x-y-z-kojoj-grupi-pripadate/>
4. Pieters, Rik; Wedel, M. Consumer attention to advertising In J. W. Alba (Ed.), Consumer Insights: Findings from Behavioral Research (pp. 39-41). Cambridge, Mass: Marketing Science Institute
5. <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>
6. 6 Ways Social Media Has Changed Public Relations. <https://www.cision.com/us/2014/09/6-ways-social-media-changed-public-relations/>
7. <https://ru.wikipedia.org>

| <p><b>Шахрух Джуракулов</b><br/><b>Воздействие информационных тенденций на современные рыночные отношения.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p><b>Shokhrukh Djurakulov</b><br/><b>Impact of information trends on modern market relations.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> развитие цифровых технологий ускорило обмен информацией. Это серьезно повлияло на рыночные отношения, особенно на маркетинговые коммуникации и инструменты. В статье представлены рекомендации по сегментации потребителей в контексте этих элементов.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> цифровые технологии, доверие, гражданский репортер, резонанс, “Bb+x+y+z” поколение, фейковые новости, постправда.</p> | <p><b>Abstract:</b> The development of digital technologies has accelerated the exchange of information. This seriously affected the market relations, especially on marketing communications and tools. The article presents recommendations on consumer segmentation in the context of these elements.</p> <p><b>Keywords:</b> digital technologies, trust, civilian reporter, resonance, “Bb+x+y+z” generation, fake news, post-truth.</p> |

## ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР

### БИЛИБ ҚЎЙГАН ЯХШИ

- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни Аллоҳ яхши кўради:
  - тақво;
  - гўзал хулқ.
- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни одамлар яхши кўради:
  - сахийлик;
  - ҳаммага яхшилик қилиш.
- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни қўшнилари яхши кўради:
  - очик юзли бўлиш;
  - муомалада сахий бўлиш.
- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни дўстлари яхши кўради:
  - кўрган яхшилигини эслаб туриш;
  - кўрган ёмонликларини эсдан чиқариб юбориш.
- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни шогирдлари яхши кўради:
  - тушунтиришда бор кучини сарфлаш;
  - уларга мулойимлик қилиш.
- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни устозлари яхши кўради:
  - гапни тез тушуниш;
  - эҳтиромини ўрнига қўйиш.
- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни аёли яхши кўради:
  - муомалада лутфли бўлиш;
  - аёлининг муаммоларини айтмаса ҳам тушуниш.
- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни бошлиғи яхши кўради:
  - чиройли итоатда бўлиш;
  - буюрилган ишларни кўнгилдагидек бажариш.
- ☐ Кимда икки хислат бўлса уни Аллоҳ ва барча инсонлар яхши кўради:
  - барчага доим яхшиликни илиниш;
  - озор беришдан сақланиш.

**Mehrob.uz** Матбуот хизмати Манба: !<https://telegram.me/joinchat/Amxt4j-ZGmfdTyqsyl79Cw>

### ДАВЛАТ ХИЗМАТЧИЛАРИНИНГ ОДОБ-АХЛОҚ ҚОИДАЛАРИ

Хукуматнинг 2016 йил 2 мартдаги 62-сон қарори билан **Давлат бошқаруви органлари ва маҳаллий ижро этувчи ҳокимият органлари ходимларининг одоб-ахлоқ намунавий қоидалари тасдиқланган.**

**!**Қоидалар эгаллаб турган лавозимидан қатъи назар, вазирлик, идоралар ва ҳокимлик ходимларининг касбий одоб-ахлоқининг умумий принциплари ва хизматдаги хулқ-атворининг асосий қоидалари йиғиндисидан иборат.

#### ✓Қоидаларга асосан:

☞ давлат хизматчилари хушмуомала, илтифотли, одобли, эътиборли, фуқаролар ва ҳамкасблари билан муносабатда сабр-тоқатли бўлиши, уларни ҳурмат қилиши шарт.

**!** Давлат хизматчилари ўзига бўйсунувчиларга ва фуқароларга нисбатан қўполлик қилмаслиги, одамларнинг шаъни ва қадр-қимматини камситмаслиги, уларга

асоссиз психологик ва жисмоний таъсир кўрсатиш ҳолатларига йўл қўймаслиги лозим.

**!** Сиёсий, иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқлик, шунингдек шахсий важлар ва бошқа субъектив сабаблар давлат хизматчиларининг қонун ҳужжатлари талабларини ва Одоб-ахлоқ қоидаларини бузиши учун асос бўла олмайди.

☞ Раҳбар ўзига бўйсунувчи ходимларга нисбатан юқори профессионализм, софлик ва адолатда ўрнатилган бўлиши, давлат органида ёхуд унинг таркибий ёки ҳудудий бўлинмасида маънавий-психологик муҳит шаклланишига қўмаклашиши лозим, у бўйсунувчи ходимлардан уларнинг хизмат вазифалари доирасидан чиқиб кетадиган топшириқларни бажаришини талаб қилмаслиги, шунингдек қонунга ҳилоф хатти-ҳаракатларни содир этишга ундаслиги керак.

**!** Раҳбар кадрларни қариндошлик, ҳамшаҳарлик ёки шахсий садоқат белгилари бўйича танлаш ва жой-жойига қўйиш ҳолатларига йўл қўймаслиги керак. У гуруҳбозлик, маҳаллийчилик, фаворитизм кўринишларининг, шунингдек ўз хизмат вазифаларини бажариш жараёнида бошқа салбий омилларнинг қатъий равишда олдини олиши лозим.

☞ Раҳбар ўзига бўйсунувчи, хизматдаги хулқ-атвори принциплари ва қоидаларини бузаётган ходимларнинг хатти-ҳаракатларига (ҳаракатсизлигига) йўл қўйилмаслиги чораларини кўрмаганлиги учун жавоб беради.

**Манба:** @huquqiyaxborot      **М.Қ.Пардаев** тайёрлади.

## АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ

**Э.Ф.Годаев** – Ўзбекистон Республикаси Солиқ академияси ректори, и.ф.н., доцент,  
**Б.И.Исроилов** – ЎзР Солиқ академияси кафедра мудири, и.ф.д., профессор

### КОРРУПЦИЯ ВА УНГА ҚАРШИ КУРАШ ЧОРАЛАРИГА БАҒИШЛАНГАН АТАМАЛАР ЛУҒАТИ

Мамлакатимизда мустақиллик йилларида амалга оширилган кенг қўламли ислохотлар миллий давлатчилик ва суверенитетни мустаҳкамлаш, хавфсизлик ва ҳуқуқ-тартибот ва жамиятда қонун устуворлигини, инсон ҳуқуқ ва эркинликларини таъминлаш учун муҳим пойдевори шакллантирди ҳамда халқнинг ҳаёт кечириш даражаси ва сифатини ошириш учун зарур шарт-шароитлар яратди.

Иқтисодиётда бошқарув тизимининг маъмурий-буйруқбозлик тизимидан воз кечилиб, бозор ислохотлари босқичма-босқич амалга ошириш ва пухта ўйланган бюджет-солиқ сиёсати натижасида макроиқтисодий барқарорлик, иқтисодиётнинг юқори суръатлар билан ўсиши, инфляцияни прогноз кўрсаткичлари даражасида сақлаб қолиш таъминланишига эришилди ҳамда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик, фермерлик ҳаракатини ривожлантириш учун кенг имконият ва қулай шароитлар яратилди.

Мамлакатимиз босиб ўтган тараққиёт йўлининг чуқур таҳлили, бугунги кунда жаҳон бозори конъюнктураси кескин ўзгариб, глобаллашув шароитида рақобат тобора кучайиб бораётгани давлатимизни янада барқарор ва жадал суръатлар билан ривожлантириш учун мутлақо янгича ёндашув ҳамда тамойилларни ишлаб чиқиш ва рўёбга чиқаришни тақозо этмоқда.

Амалга оширилаётган ислохотлар самарасини янада ошириш, давлат ва жамиятнинг ҳар томонлама ва жадал ривожлантириш, мамлакатни модернизация қилиш ҳамда ҳаётнинг барча соҳаларини либераллаштириш бўйича устувор йўналишларни амалга ошириш мақсадида 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тасдиқланди [1].

Мазкур Ҳаракатлар стратегиясида жиноятчиликка қарши курашиш ва ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш тизимини такомиллаштириш соҳасидаги қуйидаги масалалари:

- жиноятчиликка қарши курашиш ва ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш борасидаги фаолиятни мувофиқлаштиришнинг самарадорлигини ошириш;
- диний экстремизм ва терроризмга, уюшган жиноятчиликнинг бошқа шаклларига қарши курашиш бўйича ташкилий-амалий чораларни кучайтириш;
- коррупцияга қарши курашишнинг ташкилий-ҳуқуқий механизмларини такомиллаштириш ва коррупцияга қарши курашиш тадбирларининг самарадорлигини ошириш;
- аҳолининг ҳуқуқий маданияти ва онгини юксалтириш, бу борада давлат тузилмаларининг фуқаролик жамияти институтлари, оммавий ахборот воситалари билан ўзаро самарали ҳамкорлигини ташкил этиш устувор вазифалар сифатида белгилаб берилди.

Мамлакатимизда "Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни [2]самарали ижросини таъминлаш, жамият ва давлат ҳаётининг барча соҳаларида коррупциянинг олдини олишга доир чоратадбирларни ўз вақтида ва сифатли амалга ошириш мақсадида қабул қилинган

давлат дастури [3] ижросини таъминлаш бўйича махсус комиссия ташкил этилиб, унинг асосий йўналишлари:

- коррупцияга қарши курашиш соҳасидаги давлат дастурларининг ва бошқа дастурларнинг ишлаб чиқилиши ҳамда амалга оширилишини ташкил этиш;
- коррупцияга қарши курашиш бўйича фаолиятни амалга оширувчи ва унда иштирок этувчи органлар ҳамда ташкилотларнинг фаолиятини мувофиқлаштириш ва ҳамкорлигини таъминлаш;
- аҳолининг ҳуқуқий онги ва ҳуқуқий маданиятини юксалтиришга, жамиятда коррупцияга нисбатан муросасиз муносабатни шакллантиришга доир чора-тадбирларнинг ишлаб чиқилиши ҳамда амалга оширилишини ташкил этиш;
- коррупцияга оид ҳуқуқбузарликларнинг олдини олишга, уларни аниқлашга, уларга чек қўйишга, уларнинг оқибатларини, шунингдек уларга имкон берувчи сабаблар ва шарт-шароитларни бартараф этишга доир чора-тадбирлар самарадорлиги оширилишини таъминлаш;
- коррупциянинг ҳолати ва тенденциялари тўғрисидаги ахборотни йиғиш ҳамда таҳлил этиш;
- коррупцияга қарши курашиш бўйича чора-тадбирлар амалга оширилиши юзасидан мониторингни амалга ошириш, ушбу соҳадаги мавжуд ташкилий-амалий ва ҳуқуқий механизмларнинг самарадорлигини баҳолаш;
- коррупцияга қарши курашиш тўғрисидаги қонун ҳужжатларини такомиллаштириш ва ушбу соҳадаги ишларни яхшилаш юзасидан таклифлар тайёрлаш;
- коррупцияга қарши курашиш бўйича ҳудудий идоралараро комиссиялар фаолиятини мувофиқлаштириш белгиланди.

Ушбу илмий-амалий қўлланма Ўзбекистон Республикасининг "Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида"ги Қонуни ижроси бўйича Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 2 февралдаги ПҚ-2752-сон қарори билан тасдиқланган Давлат дастури ижроси бўйича амалга оширилган ПЗ-20170928486-рақамли грант илмий-тадқиқотлари натижасида бўйича тайёрланиб чоп этилмоқда.

Илмий-амалий қўлланма студентлар, магистрлар, тингловчилар, амалиётчилар ва бошқа қизиқувчилар учун назарий ҳамда амалий манба бўлиб хизмат қилади. Қўлланма соҳа билан қизиқувчи сиёсатшунослар, бошқарувчилар, иқтисодчилар, психологлар, юристлар ва социологларда коррупция тушунчалар, унинг сабаб ҳамда оқибатлари тўғрисидаги билимларни шакллантириш учун хизмат қилади.

Муаллифлар томонидан ушбу илмий-амалий қўлланмани тайёрлашда миллий ва хорижий жиноий, криминилистик ва конституция, социология, философия, психологияга оид луғатлар ва энциклопедиялардан фойдаланилди.

## АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ ВА ЛУҒАТИ

**Коррупция жиноятлари ҳақидаги маълумотлар** – ҳар қандай жиноят статистик таҳлилдан бошланади. Коррупция тўғрисидаги маълумотлар бу – коррупция ҳолатлари, жиноятлари, жиноятчилари сони, уларда иштирок этган юридик ва жисмоний шахслар сони, коррупция жиноятлари қурбонлари, уларнинг ҳажми, жиноятнинг турлари, сабаблари ҳамда уларнинг жисмоний, моддий ёки маънавий зарарлари ва бир қатор бошқа ҳолатлар тўғрисидаги ахборотларнинг рақамлардаги ифодасидир.

**“Абонемент”** – иқтисодий жиноятларни содир этиш учун узоқ муддатда жиноий "бизнес"ни олдиндан белгиланган ташкилот (фирма) ташкил этиш, уларга хизмат кўрсатадиган ҳудудда ва чекланган вақт ичида хавфсиз тарзда юритилишини таъминлаш учун ҳуқуқни муҳофаза қилиш органлари ходимларига бериладиган ҳақ миқдори.

**“Автобус”** – сайловчиларни турли даражадаги сайлов ёки референдумларда ўз фойдасига эрта овоз бериш учун пора беришнинг ноқонуний шаклларида бири (сиёсий технологиялар). Унинг мазмуни оддий: сайловчилар одатдаги тарзда (одатда автобусда) "тўғри" номзод учун вақтидан олдин овоз бериш учун сайлов участкасига олиб борилади. Овоз беришдан олдин ёки дарҳол бу каби сайловчиларга "гуманитар ёрдам" берилади, баъзан кичик пул ёрдами берилади.

Ушбу ҳолатлар ички сиёсий криминология, сиёсатшунослик ва сиёсий социологияда "сайлов техникаси", сайлов иштирокчиларининг коррупцияси ва коррупциясининг сиёсий шаклларида бири сифатида эътироф этилади.

**Маъмурий коррупция** – бу давлат идоралари, маҳаллий ҳокимият идоралари мансабдор шахслари, раҳбарларининг тадбиркорлик субъектлари ва ташкилот ҳамда муассасаларнинг раҳбарларидан тамагирлик йўли билан маблағ (пора) талаб қилиши (олиши) билан боғлиқ одатий ҳолдир.

**Маъмурий рента** – давлат органлари ва маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш органларининг мансабдор шахслари топшириғи асосида корхона ва тадбиркорлардан пул маблағлари ва мол-мулкни ноқонуний йиғиш, мулкий характердаги бепул хизматлар кўрсатишни амалга ошириш билан боғлиқ ноқонуний талаб.

**Коррупция фаоллиги** – мансабдор шахс (шахсларни), хорижий амалдор, халқаро ташкилот аъзоси, тижорат, жамоат ва бошқа ташкилотлар раҳбарларини профессионал фаолияти билан боғлиқ равишда манфаатдор шахс ёки шахслар томонидан ноқонуний равишда ҳақ олиш (хизмат кўрсатиш)га оғдириши ёки ушбу шахсларнинг тамагирлик қилиши.

**Хусусий сектордаги коррупция фаоллиги** – Европа Кенгаши коррупцияга қарши жиноий жавобгарлик тўғрисидаги Конвенсияга мувофиқ хусусий сектор корхоналарини бошқарадиган ёки уларда ишлайдиган ҳар қандай шахсга тижорат фаолиятини амалга оширишда ўзлари ёки бошқа шахсларни ўз вазифаларини бузган ҳолда амалга оширишлари ёки уни бажармасликлари учун бирон-бир ноқонуний афзалликларни тўғридан-тўғри ёки билвосита бериш, таклиф қилиш ёхуд тақдим этиш ҳисобланади.

**Миллий давлат тузилмаси мансабдор шахсини коррупцияга оғдириш** – Европа Кенгаши коррупцияга қарши жиноий жавобгарлик тўғрисидаги Конвенсияга мувофиқ давлат мансабдор шахсининг ўзи ёки бошқа шахс учун била туриб (қасдан) бирон-бир ҳаракатни амалга ошириши ёки оширмаслиги учун ноқонуний афзалликларни тўғридан-тўғри ёки билвосита бериш ёхуд таклиф қилиш, тақдим этиш ҳисобланади.

**Коррупция жиноятлари таҳлили** – жамиятдаги коррупция ҳолатини баҳолаш ва билишни умумийлигини англатадиган тушунча. Таҳлил жараёнида тадқиқотчи коррупцияга оид жиноятлар бўйича сифатли ва аниқ маълумотлар асосида коррупция ҳолатлари, динамикаси, келиб чиқиш сабаблари, ўзгаришларини ўрганади. Таҳлиллар натижасини баҳолаш мақсадида

ўрганилаётган ҳодиса ҳақидаги олдинги билимлар билан янги ахборотлар ҳолатини таққослаш натижасида хулоса қилинади.

**Коррупцияга қарши тарғибот** — оғзаки нутқ ва оммавий ахборот воситаларидан фойдаланиш орқали аҳолининг онгига, кайфиятига ва ҳуққ-атвориға таъсир кўрсатиш учун коррупцияга қарши кураш ғоялари ва фикрларини тарқатиш тадбирлари.

**Коррупцияга қарши фаоллик** — коррупцияга қарши кураш ва коррупция билан боғлиқ омилларни бартараф этиш бўйича аниқ мақсадга қаратилган фаолият.

**Коррупцияга қарши аудит** — коррупцияга қарши самарали курашувчи ваколатли субъектларни муайян орган, муассаса, идора ёки вазирликнинг коррупцияга қарши кураш фаолиятини баҳо бериш учун малакали мутахассиси томонидан ахборотлар йиғиш, таҳлил қилиш ва ўрганишдан иборат амалга ошириладиган фаолият.

**Коррупция хавфсизлиги** — бу шахс, жамият ва давлатнинг ҳаётий манфаатларини коррупция фаолиятидан ҳимоя қилинганлик даражаси.

**Коррупцияга қарши курашиш фаолияти** — коррупция даражасини пасайтириш, коррупция билан боғлиқ омилларни бартараф этиш (олдини олиш, тугатиш ва ҳоказоларни) камайтиришга қаратилган давлат, унинг органлари, амалдорлари, фуқаролик жамияти институтлари, тадбиркорлар, хусусий шахсларнинг коррупция ҳолатларини бартараф этишга оид фаолиятлари.

**Коррупцияга қарши ҳимояланганлик** — бу мавжуд ҳуқуқий механизмлар ва улардан фойдаланиб жамият, давлат ҳамда давлат муассасаларини коррупцияга қарши курашишини таъминлаш даражаси.

**Коррупцияга қарши мафкура** — бу индивидуал, ижтимоий гуруҳлар, ҳукмрон элита ва жамиятнинг коррупцияга қарши сиёсати ва коррупцияга қарши кураш муносабатларини акс эттирадиган фикр, эътиқод, қарашлар, тамойиллар ва тушунчаларнинг маънавий тизими.

**Коррупцияга қарши ғоя** — бу жамиятда коррупцияни тушуниш, таърифлаш, тушунтириш ҳамда огоҳлантиришга қаратилган чуқур ва мазмунли қарашдир.

**Коррупцияга қарши мотивацияси** — бу коррупцияга қарши фаолиятни рағбатлантирувчи ва қўллаб-қувватлайдиган фаол жараён бўлиб, унда коррупцияга қарши курашиш фаолиятининг асослари шаклланади ва ривожланади.

**Коррупцияга қарши қонун ижодкорлиги** — коррупцияни олдини олиш ва коррупция билан боғлиқ омилларни бартараф этиш тизимини шакллантиришга қаратилган ҳуқуқий-меъёрий (халқаро, миллий, минтақавий, маҳаллий, тармоқ ёки вазирлик) ҳужжатларни ишлаб чиқишга қаратилган мақсадли фаолият.

**Коррупцияга қарши ҳафталик** — ҳар хил жамоат ташкилотларининг календар ойнинг маълум бир ҳафтасида турли соҳалар меҳнат жамоаларида коррупцияга қарши курашиш бўйича амалга ошириладиган тадбирлари мажмуи.

**Коррупцияга қарши таълим дастур** — бу давлат таълим стандарти асосида таълим олувчилар турли қатламларнинг коррупцияга қарши кураш бўйича таълим олиши учун мўлжаллаб ишлаб чиқилган, ўқув дастурлар, режалар ва амалиёт ўташ тартибини ўз ичига олган таълим ҳужжати.

**“О” ҳарфи билан боғлиқ атамаларнинг таърифлари**

**Облигация** деганда, эгасига кафолатланган даромад ҳуқуқини берадиган, муддатли қарз мажбуриятини ифодаладиган қимматли қоғоз тури тушунилади.

**Оддий меҳнат** деганда, махсус тайёргарлик талаб қилмайдиган, ҳамма бажариши мумкин малакасиз меҳнат тушунилади.

**Оддий меҳнат кооперацияси** деганда, бир қанча кишиларнинг бир хил ишни қўл меҳнати билан бажариш жараёни тушунилади.

**Оила бюджети** деганда, оиланинг муайян вақтда турли манбалардан (иш ҳақи, тадбиркорлик ва бош.) йиғилган даромадлари ва оила эҳтиёжи учун сарфланадиган ҳар хил харажатлари тушунилади.

**Оила ҳўжалиги** деганда, оила аъзоларининг ва бутун жамиятнинг ижтимоий, иқтисодий ва маънавий эҳтиёжини қондириш ҳамда маълум даражада даромад (фойда) олиш учун ўз мулкига эга бўлган ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш каби фаолиятини амалга ошириш ҳамда фойдани оила доирасида ўзлаштириш мақсадида бир-бири билан эр-хотинлик, бола-чақалик ва қариндошлик асосида бирга яшовчи кишилар гуруҳи тушунилади.

**Оила ҳўжалиги фаровонлиги** деганда, оила аъзоларининг ҳаёт сифатини ва муносиб яшашини таъминлаш учун зарур бўлган моддий ва маънавий неъматлар, хизматлар ва шароитлар билан етарли даражада таъминланганлик даражаси тушунилади.

**Оила ҳўжалиги тўлайдиган пулли хизматлар** деганда, аҳолининг уй-жой фондини сақлаш ва фойдаланганлиги, ётоқхона, меҳмонхоналарда яшаганлиги, хусусий шахслар уй-жойини ёллаш, уй-жойларни олди-сотди, айирбошлаш ишлари бўйича воситачилик қилганликлари, ижарага олинган уй-жой - хоналарда яшаганлиги, фуқароларнинг яқка тартибда буюртмаси асосида кадастр ташкилоти томонидан кўрсатилган хизматлари учун тўланган ҳақ йиғиндисидан иборат сумма тушунилади.

**Олигополлашган рақобат** деганда, маълум даражада чегараланган бўлиб бозордаги товарни ишлаб чиқариш ва сотишда озчиликни ташкил қиладиган бир қанча йирик корхоналарнинг иштироки тушунилади.

**Олий тоифали товар** деганда, аҳолининг сердаромад қатлами оладиган барча талабларга жавоб берадиган товарлар гуруҳи тушунилади.

**Омбудсман** деганда, инсон ҳуқуқларини турли маъмурий органлардан ҳимоя қиладиган Олий Мажлис Қонунчилик палатаси билан ҳамкорликда фаолият кўрсатадиган махсус ташкилот тушунилади.

**Оралиқ истеъмол** деганда, ишлаб чиқаришнинг бир босқичида ишлаб чиқарилган тайёр маҳсулотнинг (калаванинг) бошқа босқичда (мато ишлаб чиқаришда) меҳнат предмети ва материал сифатида ишлатилиши тушунилади. Тўқимачилик корхонаси учун мато тайёр маҳсулот, аммо

тикувчилик фабрикаси учун у материал бўлиб ҳисобланиш жараёни ҳам оралиқ истеъмолга мисол бўлади.

**Оралиқ маҳсулот** деганда, қайта ишлаш ёки сотиш учун сотиб олинадиган товарлар (хизматлар) тушунилади.

**Очиқ иқтисодиёт** деганда, мамлакат фуқароларининг ички ва халқаро бозорда товарлар (хизматлар) ва капиталнинг олди-сотдиси бўйича шартномаларнинг чекланмаган ҳолда амалга оширилиши билан боғлиқ имкониятларининг мавжудлиги тушунилади.

**Очиқ рақобат** деганда, бир хил маҳсулот (иш, хизмат) ишлаб чиқарувчи субъектлар ўртасида уларнинг баҳоси тўғрисида ахборотларнинг очиқ бўлишини таъминлаган ҳолда фаолият кўрсатиши тушунилади.

**Нашрга тайёрловчилар: М.Қ.ПАРДАЕВ ва Озода ПАРДАЕВА**

## МУАЛЛИФЛАРГА ЭСЛАТМА

**Таҳририятга мақола юборилганда муаллиф қуйидаги қоидаларга риоя қилиши лозим:**

- ☞ “Сервис” журнали хизмат кўрсатиш ва сервис мавзусидаги илмий мақолаларни чоп этишга мўлжалланган ОАК томонидан эътироф этилган илмий-амалий нашр бўлганлиги сабабли, таҳририятга тақдим этиладиган мақолалар ҳам бевосита шу соҳага оид илмий изланишларга, тадқиқот натижаларига асосланган бўлиши лозим.
- ☞ Мақолада мавзунинг долзарблиги, ўрганилганлик даражаси, бугунги муаммолар ҳамда уларнинг ечимлари хусусида ўз фикр-мулоҳазалари ифода этилган, аниқ тақлиф ва тавсияларини ўз ичига олган якуний хулосага эга бўлиши керак.
- ☞ Илмий мақоланинг ҳажми жадвал, расмлар, фойдаланилган адабиётлар рўйхати билан бирга 4 бетдан, қисқа хабарлар 3–4, тақризлар 2-3 бетдан кам бўлмаслиги, MS Word дастурида Times New Roman 14 шрифтида бир интервал оралиғида расмийлаштирилган бўлиши керак.
- ☞ Мақола ўзбек, рус ёки инглиз тилларида ёзилган бўлиб, аниқ, равлон ва адабий тилда таҳрир қилинган ва 2 нусхада қоғоз вариантыга муаллифлар имзо чеккан ҳолда электрон версияси билан бирга тақдим этилиши талаб қилинади.
- ☞ Ҳар бир мақоланинг муаллифи, мавзуси, аннотацияси ва калитли сўзлари ўзбек, рус, инглиз тилларида берилган бўлиши шарт.
- ☞ Таҳририят мақолаларни қискартириш, тўғрилаш ва таҳрир қилиш ҳуқуқига эга.
- ☞ Фойдаланилган адабиётлар рўйхати амалдаги стандартлар асосида расмийлаштирилган бўлиши лозим.
- ☞ Жадвал, диаграмма ва расмлар ихчам ва тушунарли қилиб ёритилиши, уларнинг тартиб рақами, номи, жадвал маълумотларининг манбаларига ҳаволалар албатта берилиши лозим.
- ☞ Мақолага соҳа мутахассислари ва олимлар томонидан иккита тақриз тақдим қилинади.
- ☞ **Мақоланинг таркиби:** мавзунинг долзарблигини, унинг ўрганилганлик даражасини, ҳолати ва тадқиқот натижаларини, хулоса ва илмий-амалий тавсияларни ўз ичига олган бўлиши ҳамда таҳрир қилинган бўлиши шарт.
- ☞ Ушбу талабларга жавоб бермайдиган мақолалар чоп этишга қабул қилинмайди.

“Сервис” журналида эълон қилинаётган материаллардаги далиллар, рақамлар ва маълумотларнинг ишончлилиги учун уларнинг муаллифлари жавобгардир.

Таҳририят фикри муаллифларнинг фикрига мос келмаслиги мумкин. Таҳририятга юборилган кўлёзмалар муаллифларга қайтарилмайди. Журналдан кўчириб босилаётган материалларни шу журналдан олинган, деб кўрсатилиши шарт.

# “СЕРВИС”

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят  
бўлимида нашрга тайёрланди.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2018

Гувоҳнома № 10-3512

15.05.2018 йилда теришга берилди. 29.05.2018 йилда босишга рухсат  
этилди. Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sub>1/8</sub>. “Times”  
гарнитураси. Офсет босма усули. Шартли босма табоғи 10,0. Ҳисоб-  
нашриёт табоғи 10,4. Адади 100 нусха. Буюртма №\_\_\_\_\_.

---

Самарқанд давлат чет тиллар институти  
нашр-матбаа марказида чоп этилди.

Манзил: 140104, Самарқанд шаҳри, Бўстонсарой кўчаси, 93.