



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

№3 2018



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2018 йил, 3 сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

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

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

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

МУНДАРИЖА

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ	
М.М.Мухаммедов Эволюция развития внешнеэкономической деятельности суверенного Узбекистана и новые горизонты либерализации национальной экономики	4
Ю.П.Урунбаева, Б.Эгамбердиев, З.М.Мухаммедова Ижтимоий соҳа субъектларининг ишлаб чиқариш корхоналари билан ижтимоий хизматлар кўрсатиш контекстида ўзаро муносабатларини мустаҳкамлаш	10
З.Ортиқов Неъматларнинг турлари, таснифи ва уларни баҳолаш усуллари	13
Z.O.Umarova, F.Ya.Obidova Mamlakat iqtisodiyoti rivojlanishiga investitsiyalarni jalb etish istiqbollari	18
ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ	
А.Д.Равшанов Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва уларнинг рақобатбардошлигини оширишда инновациялардан фойдаланиш	22
М.Х.Дустова. Фермер хўжаликлари ва агросервис корхоналари ўртасидаги иқтисодий муносабатларни такомиллаштириш	25
А.А. Ҳусенов. Фермер хўжалигида агросервисни ташкил этиш ва ривожлантиришнинг назарий асослари	30
О.А.Шерматов. Қишлоқ хўжалигида рақобатбардош тармоқларни шакллантиришнинг ташкилий-иқтисодий асослари	34
ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС	
И.Х.Шукуров, Ш.Ниёзова, Ў.Муқимова Овқатланиш сервисидаги айрим муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари	37
З.С.Эшонқулов Савдо хизмати кўрсатишнинг ҳалоллигини таъминлашда исломий талаблар	40
С.А.Ташназаров Умумий овқатланиш хизматлари соҳасида рақобат стратегиясини ишлаб чиқиш	43
О.Дж.Хусаинов. Чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш ва унинг самарадорлигини ошириш йўллари	48
Д.Х.Холмаматов. Улгуржи савдо самарадорлигини оширишда логистик сервисни такомиллаштириш	52
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Д.Х.Асланова Кластерный подход к повышению качества образования в системе туризма	58
М.Т. Алимова Инновационный подход к развитию туризма в регионах Узбекистана	63
И.Р.Бердикулова. Туризм бозорини диверсификация қилишнинг туристик хизматлар самарадорлигига таъсирини ҳисоблаш йўллари	67
С.Ш. Халилов Турист хизматлар халқаро савдосида экспорт ва импорт балансига эришишнинг маркетинг ечимлари	70
Х.С. Мухитдинов, А.Абдувалиев Қашқадарёнинг муқаддас қадамжолари ривожланишида ахборот коммуникация тизимининг ўрни	74
Э.Б.Тоғаймуродов Қишлоқ ҳудудларида агротуризмни барқарор ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий асослари	81

М.И.Даминов, А.А.Каримов Ички туризмни ривожлантиришда темир йўл транспорти хизматлари	85
Z.O.Raximov, S.Q.Bultakova Mehmonxonalarda ko'rsatiladigan qo'shimcha va noodatiy xizmatlar	89
Н.Б.Тагирова Меҳмонхона хўжалигида хизматлар сифатини кўтаришга қаратилган принциплар ва уларнинг изоҳи	93
КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК	
Ш.А.Султонов Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, бандлик ва аҳоли турмуш даражасини ошириш йўллари	96
С.Х.Суюнов, К.Б.Суюнова Мамлакатимизда жамият барқарорлигининг асоси бўлган оила институтини мустаҳкамлаш йўллари	100
О.М.Пардаева Оилавий тадбиркорликни ривожлантиришдаги айрим камчиликлар ва уларни бартараф қилишнинг асосий йўналишлари	105
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Н.Ў.Муродова, Ф.С.Темирова Брендинг – маркетингнинг замонавий технологияси	109
С.К.Бойжигитов, Д.Х.Холмаматов Маҳсулотлар рақобатбардошлигини оширишда бенчмаркинг технологиясини қўллаш	114
Ф.А.Сафаров. Особенности реализации реинжиниринга бизнес-процессов в сервисных предприятиях	119
МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ	
Ф.Ф.Саломов Инвестиции как реальный ресурс обеспечения экономической деятельности в предприятие	123
БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ	
М.Қ.Пардаев Тизимли таҳлил фанининг назарий масалалари	127
Х.К.Каршибаев, З.Х.Хайдаров, С.И.Худойбердиев, Б.И.Ашуров Математическая интерпретация массового обслуживания	131
А.Н.Холиқулов, Г.Т.Шарипова Енгил саноат корхоналарида ишлаб чиқариш самарадорлигига таъсир қилувчи омилларни аниқлаш йўллари	136
КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ	
Л.А. Мусабаева. Совершенствование системы подготовки кадров в сфере туризма на современном этапе экономического развития страны	141
Л.Н.Холиқова, З.Ф.Муртазаева. Таълим жараёнида инновацион педагогик технологиялардан фойдаланишнинг аҳамияти	146
Д.А.Уринов. Олий таълим муассасаларида инновациялар трансфери жараёнини акс эттирувчи кўрсаткичлар тизими	149
ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР	
Ҳаётнинг 10 олтин қоидаси. Ота-онага яхшилик қилиш фарзанд учун саодатдир	153
АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ	
Э.Ф.Годаев, Б.И.Исроилов Коррупция ва унга қарши кураш чораларига бағишланган атамалар луғати (2-мақола)	154

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

М.М.Мухаммедов – профессор СамИЭС, д.э.н.

ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУВЕРЕННОГО УЗБЕКИСТАНА И НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: в статье рассматриваются актуальные вопросы интеграции Узбекистана в мирохозяйственную систему после обретения им своей независимости, раскрываются особенности, трудности и задачи развития внешнеэкономической деятельности Узбекистана, обосновываются необходимость и пути ее либерализации в современных условиях.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, интеграция, глобализация, мирохозяйственная система, либерализация экономики, внешнеторговый оборот, экспорт, импорт, Всемирная торговая организация.

Учитывая тенденции развития мировой экономики и нынешнее социально-экономическое положение Узбекистана, можно констатировать, что дальнейшее развитие и будущее его экономики неразрывно связаны с темпами интеграции страны в мирохозяйственную систему. Ибо реалии сегодняшнего дня таковы, что Узбекистан, как и все другие страны, не может эффективно решать сложные проблемы экономического роста в одиночку, т.е. без широкого участия в международном разделении труда, активного развития товарообменных операций и инвестиционной деятельности с остальным миром. Ему, как молодому суверенному государству, нужна глубокая интеграция в глобальную экономическую систему с активным участием в международных институтах и организациях.

Однако интеграция Узбекистана в глобальную экономическую систему сопряжена с определенными трудностями. Эти трудности частично преодолены за истекшие годы самостоятельного развития, а некоторые из них остаются и по сей день, создавая серьезные барьеры на пути более активного вовлечения Узбекистана в мирохозяйственную систему. Все эти трудности можно свести к следующему:

Во-первых, трудности переходного периода. Республика Узбекистан провозгласив в 1991 году свою независимость и суверенитет, осуществил одновременно два перехода. Прежде всего, он пережил сложные процессы перехода от отсталого периферийного экономического региона в советскую бытность к сильному независимому государству в качестве полноправного субъекта международных экономических отношений. С другой стороны, избрав путь экономических реформ и рыночных преобразований, осуществил и продолжает осуществлять переход от административно-командной, плановой экономики к рыночной. Понятно, что подобный двойной переход не может произойти гладко, без экономических потрясений и кризисов, без значительного материального и духовного ущерба для подавляющей части населения страны. Переходный период повлек за собой неустойчивость экономического роста, заметное сокращение общего и среднедушевого ВВП в республике. Он к концу 2001 года, т.е. спустя 10 лет, преодолев длительный экономический кризис, сумел достичь уровня 1991 года только по общему объему ВВП, а по среднедушевому для достижения уровня 1991 года потребовалось еще несколько лет времени.

Во-вторых, новизна ситуации, отсутствие налаженных торгово-экономических связей со многими странами мира до обретения Узбекистаном своей независимости. Имея тысячелетнюю историю, богатейший опыт экономического и культурного

развития, огромный производственный потенциал, Узбекистан после развала советской империи, за свою чуть более четверть вековую историю делает начальные шаги в качестве самостоятельного государства. Ко времени обретения им своей независимости в мировой практике уже была сформирована отлаженная система эффективных экономических взаимоотношений между различными странами, которые консолидировались в единую экономическую систему.

В-третьих, унаследованная СССР неблагоприятная товарная структура внешнеторгового оборота. Сырьевая направленность экономики, слабая развитость индустрии и высокотехнологичных производств, монокультура хлопчатника и другие факторы нашли самое непосредственное отражение на товарной структуре экспортно-импортных операций того времени. Даже ещё в первые годы самостоятельного развития основное место в экспорте занимали поставки хлопка-волокна - в 1990 году 59,7%, тогда как на долю всех остальных товаров и услуг приходилось всего лишь 40,3% обменных операций (в том числе машины и оборудование 1,7 %, продтовары 3,9 % и т.д.). Невзирая на наличие в стране огромных ресурсов продукции сельского хозяйства, в структуре импорта основное место занимали, как это не странно, покупки за рубежом продовольственных товаров (1990 году -48,9%).

В-четвертых, отсутствие современных транспортных коммуникаций, обеспечивающих выход в Европу и берегам Тихого океана через самые кратчайшие и удобные пути. Данный фактор оказывает весьма негативное влияние на развитие торгово-экономических отношений со странами Запада. В настоящее время глава государства предпринимает огромные усилия по установлению самого короткого, потому и наиболее эффективного, пути к морю через Афганистан к морским портам Ирана и Пакистана на побережье Индийского океана. В этих целях активно решаются проблемы развития экономического сотрудничества между Узбекистаном и Афганистаном в контексте совершенствования механизмов реализации совместных транспортно-коммуникационных проектов. По мнению специалистов, маршрут через Афганистан в 2 будет короче уже используемых маршрутов к портам Черного и Балтийского морей более чем в 2 и 3 раза соответственно и почти в 5 раз короче маршрутов к портам Тихого океана. Кроме того, по предварительным расчетам, наши совокупные доходы от участия в реализации проектов в сфере транспортных коммуникаций на территории Афганистана могут составить более 100 млн. долларов [1].

В-пятых, недостаточная развитость в республике сети Интернет. Появление и развитие Интернета стало оказывать огромное влияние на развитие мировой экономики, на динамику внешнеэкономической деятельности. Интернет раздвинул традиционные географические границы, открыв пут к новым низкзатратным и эффективным видам торговли между странами. Благодаря появлению Интернета, предприятия, расположенные на территории различных стран имеют возможность оперативно организовать через него маркетинговые исследования, осуществлять куплю-продажу продукции. Опыт стран умело использующих преимущества Интернета для развития внешнеэкономических отношений свидетельствует о том, что создание условий для усиления экономически сопряжено с необходимостью создания условий, способствующих развитию в стране новых информационных технологий.

Повсеместность распространения телефонных сетей и персональных компьютеров позволило бы создать условия для развития Интернета в республике. Одновременно правительство должно обеспечить доступность услуг интернета, контролируя тарифы, устанавливаемые совместными предприятиями, а также предприятиями связи, в большинстве своем – монополистами. За последние 2 года предприняты серьезные, результативные меры, направленные на развитие информационно-коммуникационных технологий меры и сети Интернет в Узбекистане. Мининфоком опубликовал данные о количестве интернет - пользователей в

Узбекистане. На начало 2018 года общее количество интернет - пользователей в нашей стране составляет 20 миллионов и выросло за год на 5,3 млн. пользователей (рост составил 36%). В 2017 году компанией «Узбектелеком» был реализован ряд проектов по расширению пропускной способности существующих и строительству новых приграничных стыков с операторами сопредельных стран для того, чтобы удовлетворить растущие потребности граждан в услугах Интернет. В результате всех принятых мер скорость организованных каналов доступа к сети Интернет увеличилась в два раза. При этом общая скорость доступа Узбекистана к международным сетям составила 104,1 Гбит/с, а рост этого показателя за год составил более 58%. За 2017 год стоимость 1 Мбит/с снизилась с \$76,6 до \$30,2 т.е. более чем в два с половиной раза [2].

Но все же проблема развития Интернета у нас в стране остается пока не конца решенной. На сегодняшней день предложение услуг Интернет, количественные и качественные параметры этих услуг, желают быть лучше и заметно отстают от стремительно растущих потребностей хозяйствующих субъектов и населения Республики. Не отвечает высоким требованиям сегодняшнего дня и скорость подключения к международным сетям. Средняя скорость интернет-подключения в странах СНГ в 10 раз выше, чем в Узбекистане. В этой связи поставлена важная задача увеличить скорость подключения минимум в 4 раза, с тем, чтобы к 2020 году довести ее до уровня стран СНГ. Негативное влияние на качество предоставляемых услуг оказывает низкий уровень локализации Интернет трафика. Во многих зарубежных странах локализация Интернет трафика на территории страны составляет не менее 60%, тогда как в Узбекистане всего 19%. В этой связи было бы целесообразно локализовать популярные мировые интернет-ресурсы и порталы, а также вести активную работу по созданию условий для развития по-настоящему качественного национального контента, обращая при этом особое внимание масштабному переходу к цифровым технологиям передачи информации, интеграции электронных ресурсов, баз данных оцифрованных полнотекстовых документов и мультимедиа-ресурсов, оснащенных современным поисковым аппаратом, единой системой метаданных.

Перечисленные выше и иные трудности не могли, не отразится на состоянии и динамику внешнеэкономической деятельности, на развитие интеграционных процессов в сфере экономики, о чем со всей очевидностью свидетельствуют данные таблицы 1.

Таблица 1. Динамика внешнеторгового оборота Республики Узбекистан за 1990-2017гг [3]

Годы	Внешнеторговый оборот					
	всего		в том числе			
	млн. дол. США	темпы роста (1992=100%)	экспорт		импорт	
			млн. дол. США	темпы роста (1992=100%)	млн. дол. США	темпы роста (1992=100%)
1990	805,6	20,4	442,7	19,3	362,9	22,0
1992	3946,3	100,0	2294,7	100,0	1648,9	100,0
1995	5567,0	141,1	2821,0	123,0	2746,0	166,5
2000	6212,1	157,4	3264,7	142,3	2947,9	178,8
2005	9500,1	2,4 р.	5408,8	2,4 р.	4031,3	2,4 р.
2010	22190,2	5,6 р.	13053,4	5,7 р.	9175,8	5,6 р.
2015	24924,2	6,3 р.	12507,6	5,5 р.	12416,6	7,5 р.
2016	24309,4	6,2 р.	12178,7	5,3 р.	12130,7	7,4 р.
2017	26962,0	6,8 р.	13954,0	6,1 р.	13008,0	7,9 р.

Результаты анализа показывают, что сразу же после обретения своей независимости в Узбекистане резко возрос объем внешнеторгового оборота: в 1992

году по сравнению с 1990 годом он возрос почти в 5 раз, а объем экспорта еще больше – почти в 5,2 раза. Подобный всплеск во внешнеторговом обороте страны объясняется тем, что в эпоху советского правления Узбекистан практически был лишен возможности самостоятельно, по своему усмотрению и в своих интересах, определять тактику и стратегию внешнеэкономической деятельности, устанавливать объемы и структуру экспортно-импортных операций, налаживать и развивать торгово-экономические отношения на взаимовыгодной основе с потенциальными партнерами. Здесь установки и команды центра были обязательными для выполнения, которые в большой мере базировались на политические предубеждения, нежели на экономическую целесообразность и положительные последствия интеграции. На случай, что удельный вес зарубежных стран в товарообменных операциях Узбекистана в советское время был весьма незначительным. Их доля во внешнеторговом обороте едва не достигал 15%. В то же время львиную долю в нем занимали межреспубликанские обменные операции в рамках Союза. Узбекистану, после обретения им независимости, почти заново нужно было проложить себе дорогу в сложный мир экономической интеграции, устанавливая и развивая при этом взаимовыгодные партнерские отношения со многими странами планеты, включая, естественно, и страны дальнего зарубежья.

Данные вышеприведенной таблицы свидетельствуют о том, что объем внешнеторгового оборота за все годы самостоятельного развития имеет ярко выраженную тенденцию к росту. Он увеличился от 3946,3 млн. долл. США в 1992 году до 26 962,0 млн. долл. США в 2017 году или же в 6,8 раза, а в отдельные годы, например, в 2016 году по сравнению с предшествующим годом он снизился на 2,6% или же на 328,9 млн. долл. США. Относительно медленно растет экспорт продукции. Так, например, если за 1992-2017 годы объем импорта возрос в 7,9 раза, то объем экспорта значительно меньше – в 6,1 раза.

Между тем в настоящее время удельный вес Узбекистана в мировом экспорте не соответствует численности населения, проживающего на его территории. Население Узбекистана составляет 0,43% (43 место) общей численности населения земного шара, тогда как на его долю падает всего лишь 0,06% (77 место) мирового экспорта. Подобное несоответствие явно не отвечает потребностям общества и свидетельствует о необходимости развития внешнеторгового оборота и прежде всего на основе расширения экспортной базы. Возможности для существенного расширения экспортной базы в стране имеются. Она располагает огромными природными и человеческими ресурсами, прекрасными климатическими условиями для развития аграрного сектора экономики, имеет хорошие условия для увеличения объемов промышленного производства, развития туризма. В своем послании Олий Мажлису Президент страны отметил, что: «Узбекистан обладает богатейшими природными ресурсами, значительным экономическим потенциалом. В его недрах имеются большие запасы золота, серебра, меди, урана, нефти, природного газа, угля и других полезных ископаемых. В нашей стране можно найти все элементы таблицы Менделеева. Скажите, где еще есть такая плодородная земля, оптимальный климат с большим количеством солнечных дней в году?» [4].

Большие перспективы для развития внешнеэкономической деятельности с целью реализации этого огромного потенциала открывает проводимая в республике политика либерализации экономики, которая стала ныне решающим фактором углубления и логического завершения проводимых в стране экономических реформ. Либерализация внешнеэкономической деятельности, объективная необходимость которой обусловлена требованиями экономических законов рынка, означает освобождение хозяйствующих субъектов и низовых административных структур от излишней опеки центральных органов государственной власти, предоставление возможно большей свободы действия для регионов

и местных управляющих систем, для предпринимателей. В условиях рыночных отношений экономические законы спроса и предложения, конкуренция, ценовой механизм выступают естественной объективной основой развития экономики на основе саморегулирования. Выстраивая внешнюю экономическую политику, нам не следует забывать, что любые попытки игнорирования требований этих законов, волевые решения в экономике обречены на неудачу и, в конечном счете, приведут на экономический застой со всеми вытекающими из этого последствиями для общего прогресса.

Для того, чтобы огромный экономический потенциал пришел в действие и служил интересам широких слоев населения, следует запустить выверенные мировой практикой способы и механизмы повышения эффективности общественного производства, подключить все внутренние резервы и возможности достижения цели. Важную роль в решении этих сложных задач призвана сыграть Стратегия действий, которая имеет весьма важное значение для нынешнего этапа реформирования страны, а также соответствует задачам Целей устойчивого развития, утвержденным три года тому назад государствами - членами ООН на заседании Генеральной Ассамблеи. Из всего комплекса приоритетных направлений Стратегии с точки зрения данного исследования особый интерес представляют цели, которым Узбекистан намерен следовать в сфере экономики, а также внешней экономической политики. Главным направлением экономических преобразований объявлена либерализация, включающая, в частности, «поэтапное внедрение передовых рыночных механизмов валютного регулирования, формирования курса национальной валюты, обеспечивающих ее свободную конвертируемость»; «развитие малого бизнеса и частного предпринимательства»; «дальнейшее сокращение присутствия государства в экономике»; а также «комплексное и сбалансированное социально-экономическое развитие регионов, районов и городов, активное привлечение иностранных инвестиций в отрасли экономики и регионы страны путем улучшения инвестиционного климата». В области внешней политики она нацелена на осуществление взвешенной, взаимовыгодной и конструктивной внешней политики, особое место в ней занимает «укрепление независимости и суверенитета государства, дальнейшее укрепление места и роли страны в качестве полноправного субъекта международных отношений, вхождение в число развитых демократических государств» [5,6]. Обозначенные цели в сфере экономики и внешней экономической политики в совокупности создают благоприятные условия и реальные перспективы для усиления интеграции Узбекистана в глобальную экономическую систему.

В соответствии с мерами, предусмотренными в Стратегии действий, процесс либерализации внешнеэкономической деятельности в стране продолжается. Нам представляется, что серьезным шагом в этом важном деле должно стать вступление Узбекистана во Всемирную торговую организацию (ВТО). Осуществляемые в стране меры в рамках Стратегии действий способствуют устранению барьеров, препятствующих успешному вступлению Узбекистана в ВТО. Всемирная торговая организация (ВТО) является единственной глобальной международной организацией, которая занимается правилами торговли между странами. Членство в ВТО способствует повышению конкурентоспособности и увеличению объемов торговли с последовательным применением правил и процедур во всем мире.

Нам представляется, что вступление Узбекистана в ВТО будет способствовать развитию внешней торговли, ибо эта организация выступает главным инструментом воплощения и реализации идей глобализации и либерализации мировой торговли, как важнейшего условия повышения конкурентоспособности и эффективности национальных экономик. Главной задачей ВТО является либерализация международной торговли путем последовательного сокращения импортных пошлин, а также устранения количественных и других бестарифных барьеров в торговле и

применения взамен тарифных методов ее регулирования. Следовательно, Узбекистан, вступив во Всемирную торговую организацию, получит новые возможности для более активного участия в экспортно-импортных операциях, соответственно, возрастет внешнеторговый оборот со всеми вытекающими из этого положительными эффектами для экономики страны. Мы попытались обозначить основные достижения и положительные результаты, которые может обеспечить вступление страны в ВТО. В обобщенном виде их можно свести к следующему: ускорение научно-технического прогресса; повышение эффективности использования ресурсов отечественными товаропроизводителями; снижение цен на товары и услуги на внутреннем рынке; ужесточение конкуренции и повышение конкурентоспособности национальной экономики; режим наибольшего благоприятствования для экспортеров отечественной продукции и другие. Все это в совокупности приведет к существенному расширению экспортной базы, дальнейшему развитию внешнеэкономической деятельности как необходимого и важнейшего условия роста экономики и повышения благосостояния народа.

Список использованной литературы:

1. www.cer.uz
2. infocom.uz
3. Госкомстат Республики Узбекистан за соответствующие годы.
4. uza.uz/ru
5. Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах. 8 февр. 2017 г.

М.М.Мухаммедов Мустақил Ўзбекистон ташқи иқтисодий фаолиятининг ривожланиш эволюцияси ва миллий иқтисодиётни эркинлаштиришнинг янги уфқлари Аннотация: мақолада Ўзбекистоннинг ўз мустақиллигига эришгандан кейин жаҳон хўжалигига интеграциялашувининг долзарб масалалари, мамлакат ташқи иқтисодий фаолиятини ривожлантиришнинг хусусиятлари, қийинчиликлари ва вазифалари очиб берилган, ҳозирги замонда уни либераллаштиришнинг зарурияти ва йўллари асосланган. Калит сўзлар: ташқи иқтисодий фаолият, интеграциялашув, глобаллашув, жаҳон хўжалиги тизими, иқтисодиётни либераллаштириш, ташқи савдо айланмаси, экспорт, импорт, Бутунжаҳон савдо ташкилоти.	M.M.Muhammedov Evolution of the development of foreign economic activity of sovereign Uzbekistan and new horizons for the liberalization of the national economy Abstract: the article discusses topical issues of Uzbekistan's integration into the world economic system after gaining its independence, reveals the specifics, difficulties and tasks of development of Uzbekistan's foreign economic activity, proves the necessity and ways of its liberalization in modern conditions. Keywords: foreign economic activity, integration, globalization, world economic system, liberalization of economy, foreign trade turnover, export, import, World Trade Organization.
--	---

Ю.П.Урунбаева – СамИСИ ўқитувчиси, иқтисодиёт бўйича фалсафа доктори,

З.М.Мухаммедова – СамИСИ PhD докторанти,

Б.Эгамбердиев – СамИСИ талабаси

ИЖТИМОЙ СОҲА СУБЪЕКТЛАРИНИНГ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ КОРХОНАЛАРИ БИЛАН ИЖТИМОЙ ХИЗМАТЛАР КЎРСАТИШ КОНТЕКСТИДА ЎЗАРО МУНОСАБАТЛАРИНИ МУСТАҲКАМЛАШ

Аннотация: мақолада мамлакат ижтимоий-иқтисодий тараққиёт йўлида ижтимоий соҳа субъектларининг, хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни, қолаверса, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш асосида аҳоли турмуш даражасини ошириш йўллари алоҳида аҳамият берилган.

Калит сўзлар: хизмат, сервис, хизмат кўрсатиш, туризм, ижтимоий соҳа, аҳоли турмуш даражаси, турмуш сифати, истеъмол, аҳоли жамғармаси, иш ҳақи, аҳоли даромадлари.

Хизматлар сифатини уларнинг нисбатан барқарорлигини ушлаб туриш эвазига доимий ўсишига, шунингдек, хизматларнинг янада каттароқ фарқланиши, индивидуаллаштиришига асосий эътиборни қаратиш, бир томондан молиявий ресурслар, иккинчи томондан “бўш вақт” контекстидаги ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини долзарб муаммога айлантиради ва бир вақтнинг ўзида улар устидан назоратни қийинлаштиради. Гап шундаки, сарф-харажатлар ва хизматлар ҳажмининг сон тавсифлари мутаносиблиги борган сари ўзгарувчан ва турли хил бўлиб бормоқда. Ресурсларнинг юқори сарфланиши, бир томондан хизматлар сифатининг ошишига боғлиқ бўлса, иккинчи томондан эса, иш вақтидан фойдаланишнинг етарли даражада интенсив эмаслиги ёки фуқаролар ишдан бўш вақтларининг нооқилона сарфланишидан келиб чиқади.

Аҳолининг ресурсларга бўлган эҳтиёжини аввало вужудга келган тенденцияларни ўзайтириш асосида аниқлаш бўш меъёрлаштирилмайдиган вақтдан фойдаланишда ўз ўрнини йўқотиб бормоқда. Буларнинг барчаси хизматларнинг ҳамма соҳаларида самарадорлик ва унинг даражасини динамик бошқарувининг тизимли таҳлилини талаб этади.

Хизматлар соҳасида сарф-харажатлар самарадорлигини аниқлаш борасидаги умумий муаммоларни муҳокама этмай туриб, шуни таъкидлаш жоизки, муайян субъектлар даражасида бу муаммолар ўзига хос қирралар билан ажралиб туради. Муайян бир хизматлар соҳасида комплекс таҳлил олиб бораётганда мураккаб ва ўта муҳим масалалар бўш вақт контекстида ресурслардан самарали фойдаланишнинг жорий бошқаруви ҳақида сўз кетганда, маълум даражада ўз долзарблигини йўқотади. Чунки кўрсатилаётган хизматлар спектри ва фаолиятни ташкил этиш вариантлари инсон ҳаёт фаолияти вақтининг ҳар бир қисмида чекланган. Лекин бу ерда янада мумтоз ва кетма-кет равишда вақтнинг фактик сарфланишини меъёрий сарфланиши билан қиёслаш тамойили татбиқ этилиши керак.

Хизматлар сифатини самарали бошқаруви нафақат унинг аниқ ўзгаришини, балки ташкилий-ижтимоий шароитларни яратишни назарда тутаяди. Бундай шарт-шароитлар доимий равишда ишни такомиллаштириш имконини беради ва бунга ундайди, шунингдек, аҳолининг ишловчи ва ишсиз қатламларида бўш вақтга эга бўлган кишиларнинг талаб эҳтиёжларини ўз вақтида қондиришга имкон яратади.

Хизматлар, айниқса, туризм соҳасида сифатнинг тез ўзгариши ва фарқланиши шароитида шаклий ўзгаришларни аниқлаш имкониятлари чекланмаган эмас. Шу боис бўш вақтдан фойдаланиш бошқарувчи самарадорликнинг ҳар томонлама ўсишига қаратилган механизмларни шакллантириш билан сарф-харажатлар берилишининг миқдор тавсифларини бевосита ҳисобга олишни назарда тутаяди. Албатта, бунда самарадорлик даражаси аниқ ўлчаш учун унча йўл бермаслиги мумкин.

Бироқ туристик хизматлари ўсиши ва аҳолининг заиф қатламлари эҳтиёжлари

билан ишлашни мувофиқлаштиришни таъминловчи механизмларнинг кучсизлиги ўртасидаги номуносиблик уларга хизмат кўрсатиш паст даражада эканлигидан далолат беради. Туристик хизматлари самарадорлиги ва сифатининг таъсирчан бошқаруви жойлардаги сайёҳлик фирмалари раҳбарлари мустақиллиги ва масъулиятлилигининг юқори даражада бўлишини тақозо этади.

Таъкидлаш жоизки, Ўзбекистон Республикасида хизматлар соҳасининг маркази бу туризмдир. Бу соҳа тадбиркор жисмоний шахсларга, аввало, аҳолининг заиф гуруҳлар (ногиронлар, эҳтиёжмандлар, вақтинча ишсизлар)га кўрсатиладиган хизматлар сифатини назорат қилиш давомида белгиланган стандартлардан четга чиқиш ҳолатларига тайёр туриши керак. Шу маънода аҳолининг заиф гуруҳларига хизмат кўрсатувчи туристик субъектлари пуллик хизматлар кўпроқ бўлган соҳаларга қараганда кенгроқ ҳажмда воқеаларни талқин этиш ва мустақил қарорларни қабул қилишни талаб этади. Бу ерда хизматлар сифатини ошириш учун бепул хизматлар ҳаракатини тезлаштириш каби оддий қарорларга ўрин йўқ.

Туристик фирмаларни кенг мустақиллик билан таъминлаш зарурати аҳолининг муҳтож қатламлари ижтимоий таъминоти ривожлантиришнинг ҳозирги давр босқичи хусусиятлари муносабати билан кучайган. Бунда муҳим мўлжал сифатида аҳолини ва иқтисодиётнинг турли хил соҳаларини кенг қамраб олган бўлиши лозим. Иқтисодиёт соҳалари ушбу ижтимоий гуруҳларга молиявий ёрдам кўрсатиб, улар туристик фирмалар томонидан кўрсатиладиган бепул хизматлар маҳсулида баҳраманд бўлишлари керак. Бу ерда танлов қатъий лимитланган бўлиши, жумладан, ресурс база ҳолатидан келиб чиқиши лозим. Аҳолига ижтимоий хизмат кўрсатишни сифат жиҳатдан такомиллаштириш ва унинг самарадорлигини ошириш асосий вазифага айланса, шубҳасиз, ишлаб чиқариш соҳаларининг ташаббускор корхоналари аҳамияти ҳам кескин ортади, шунингдек, туристик хизматлар соҳаларининг улар кўрсатадиган хизматлар истеъмолчиларининг муайян контингенти билан рационал ҳамкорлик ҳам йўлга қўйилади.

Иқтисодиётнинг мазкур муҳим соҳасидаги ишлар ҳолатини танқидий жиҳатдан кўриб чиқиш аҳолининг муҳим қатламлари ижтимоий қўллаб-қувватланиши ўзига хос моделларига нисбатан қарашларни қайта кўриб чиқишга олиб келади. Агар авваллари улар ижтимоий таъминот енгиб ўтилишининг ўзига хос якуни сифатида кўрилган бўлса, ҳозир улар ҳақида қўллаб-қувватлашнинг керакли шартлари сифатида гапирмоқдалар.

Ҳар иккала ҳолатда ҳам шу назарда тутиладики, мактаб, лицей, коллеж ёки касалхона ва корхоналарда ҳўжалик юритиш механизмларини ўзаро қиёслаганда, улардан қайси бири тарихий жиҳатдан тараққий этган, яъни бошқасига ўрناк бўла олади, деган саволга жавоб топиш мумкин ва керак. Шу билан бирга турфа хил эҳтиёжларни максимал даражада қондиришга йўналтирилган замонавий ўзини-ўзи тартибга солувчи хизматлар соҳасини шакллантириш ишдан бўш вақти кўп бўлган аҳолининг алоҳида гуруҳларини ижтимоий-таъминоти механизмларини унификация қилишини назарда тутди. Бу, шунингдек, нафақа ёшидаги, ногирон, ишсиз, мавсумий ишчи каби ижтимоий гуруҳларга ҳам тааллуқлидир. Бироқ, анъаналар ва фойдали меҳнат ва дам олиш билан боғлиқ бир-бирига ўхшамас вазифаларни ҳал этишга уриниш кўпинча аҳолини ишдан бўш вақтида фаоллаштиришга қаратилган хизматлар соҳаларининг субъектлари ролини мутлоқлаштиришда намоён бўлади.

Шубҳасиз, хизматлар соҳаларида мазкур йўналишга эргашадиган ҳалқалар (йўналишлар) мавжуд. Пулли соғломлаштириш муассасалари, ҳар хил пуллик курслар, марказлар шулар жумласига киради. Улар хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларига хос бўлган ижтимоий-иқтисодий режимда анча самарали ишлаши мумкин. Бундай тартибни бепул хизмат кўрсатиш соҳаси субъектларининг айрим йўналишларида қўллаш мумкин. Аслини олганда, хизмат кўрсатиш соҳаси субъектлари нафақат фаолият кўрсатиш қобилияти билан, балки бевосита истеъмолчига бепул ижтимоий

хизмат кўрсатиш шартлари билан ҳам тавсифланади. Умуман олганда, шундай вазият бўлиши мумкинки, аҳолининг нисбатан бўш вақти кўпроқ бўлган қисми хизмат кўрсатиш соҳаси хизматларидан фойдаланмаслиги мумкин. Бу ҳолда улар ногиронлар нафақа ёшидаги эҳтиёжманд қатламлар сингари фойдаланмайдиган шахслар ҳисобланади. Шунинг учун бундай ижтимоий гуруҳларга хизмат кўрсатиш учун бюджет маблағларининг фойдаланилиши ёки йўналтирилишида давлатнинг иштироки ўта муҳим саналади.

Ушбу гуруҳларнинг бўш вақти уларга ижтимоий хизматлар кўрсатилишига қаратилиши лозим.

Шу муносабат билан хизмат кўрсатиш соҳаси жумладан, туризм соҳаси субъектлари ўрни масаласига алоҳида тўхталиб ўтиш мақсадга мувофиқдир. Бунда инсонларга ижтимоий-маданий хизматлар кўрсатадиган туризм соҳасининг икки асосий турларига эътибор қаратамиз:

- сайёҳлик хизмати;
- санатория хизмати.

Бу омиллар кўрсатилаётган хизматлар мазмунига сезиларли таъсир кўрсатиб, улар сифатини белгилайди. Ўз навбатида, рекреацион эҳтиёжларни қондиришга йўналтирилган туристик фирмалар фаолияти, жумладан, аҳолининг муҳтож гуруҳларига хизмат кўрсатганда кўпинча улар ҳаёт фаолиятидаги алоҳида бир элементларни ўзгартиради.

Ижтимоий хизматлар кўрсатиш бўйича фаолият юритадиган турли хил соҳалар субъектларининг хусусиятлари, аввало, инсоннинг бўш вақти жамият учун фойдали ва унинг ўртача ёши узайтирилишига боғлиқ бўлиши лозим. Бу, шубҳасиз, уларнинг молиявий салоҳиятига ҳам таъсир кўрсатади. Бироқ, буни ҳисобга олган ҳолда санаб ўтилган шахсларга бепул хизмат кўрсатишга қаратилган иқтисодиётнинг турли соҳалари субъектларининг молиявий салоҳиятини ривожлантириш учун уларга имтиёзли ва рағбатлантирувчи шарт-шароитлар яратиб бериш лозим.

Буларнинг барчаси кўриб чиқиладиган соҳанинг кўплаб муаммоларини гарчи ҳал қилишга эга бўлмаса ҳам, чуқурроқ англаш имконини беради, турли хил усул ва ёндашувларнинг ижобий томонлари ва камчиликларини кўрсатади. Энг мақбул ёндашувлар танлови, фикримизча, фақатгина янги вазифаларни ҳисобга олиш эмас, балки хўжалик субъектларининг ресурс потенциалини ҳам инобатга олмоғи керак.

Ижтимоий жараёнларнинг инерционлигини ҳисобга олган ҳолда айтиш мумкинки, бўш вақт кўп бўлган шахслар улушини кўпайтириш улар меҳнатининг сифатини оширишга олиб келади. Бу борада хўжалик субъектлари фаолияти ривожланиши ва кўп бўш вақтга эга бўлган одамларнинг ижтимоий ривожланиши учун шарт-шароитларни яратиш бўйича уч асосий йўналишни ажратиш мумкин.

Биринчи йўналиш – хўжалик субъектларига кўрсатиладиган хизматлар тармоғини кенгайтириш ва хизматларга муҳтож қўшимча шахсларни минимал даражада зарурий шароитлар билан, ижтимоий хизматларнинг қўшимча контингентини эса ижтимоий маҳсулотнинг стандарт жамланмаси билан таъминлашни назарда тутати.

Иккинчи йўналиш – ижтимоий хизматлар истеъмолчиларига қўшимча қулайликларни яратиш билан боғлиқ бўлиши керак. Бу охир-оқибат ижтимоий хизмат кўрсатишнинг натижавийлигига ўз таъсирини кўрсатади. Бунга мисол сифатида бир ўқувчига тўғри келадиган майдоннинг кенгайтирилишига кетган харажатлар, аҳолининг муҳтож гуруҳлари сирасидаги сайёҳга хизмат кўрсатишда меҳмонхона ётоғи, шунингдек, нафақахўр, ногирон шахслар жойлаштириладиган биноларнинг жиҳозланишини айтиб ўтиш мумкин.

Учинчи йўналиш – хизматлар сифати ва турларини янги инновацион кўринишлари пайдо бўлгунга қадар яхшилаш имконини берадиган молиявий ресурсларни сармоялашдан иборат бўлиши керак. Мисол учун даволанишга муҳтож

шахслар, сайёҳларни даволаш имкониятларини кескин кенгайтирадиган замонавий шифо-диагностик ускуналари. Мазкур йўналишга кўрсатилаётган хизматлар номенклатурасини шаклан ўзгартирмасдан, улар сифатини яхшилаб, янги мазмун бағишлайдиган инновацияларни ҳам киритиш мумкин. Масалан, сафар, даволаш, дам олиш сифатини ўзгартиришга олиб келадиган техник воситаларнинг фаол қўлланиши.

Буларнинг барчаси аниқ ифодаланган вақтни тежаш эффектини беради. Шу билан бирга барча кўрсатилган йўналишлар, бир томондан, меҳнат ресурсларига бўлган эҳтиёжни ўсишига, бошқа томондан эса, алоҳида муҳтож гуруҳларга бепул ижтимоий хизматларни кўрсатишга олиб келади.

Мазкур уч йўналишлар, умуман олганда, ўзаро уйғунлаштирилиши мумкин. Бунда фойдалилик тамойилидан келиб чиқилади. Масалан, аҳолининг муҳтож қатламлари соғлигини мустаҳкамлашда ва шунга ўхшаш ҳолатларда. Асосийси бунда эмас. Шуниси ўта муҳимки, ушбу жараён охири-оқибат бюджет маблағлари харажатларининг камайишига олиб келади. Бироқ, шу билан бирга аҳолининг муҳтож қатламларига бепул хизмат кўрсатиш қурбига эга бўлган хўжалик субъектлари харажатлари ошади, ижтимоий ёрдамга муҳтож қатламларга кетадиган сарф-харажатлар ҳам ўсади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Мухаммедов М. ва бошқ. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари. - С.: Зарафшон, 2017.-299 б.
2. Мухаммедов М.М., Ю.П.Урунбаева Аҳоли турмуш даражасини шакллантириш омиллари ва ошириш истикболлари.Рисола. – Сам.: Зарафшан, 2010.-131 б.
3. Урунбаева Ю. П. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва аҳоли турмуш даражаси: ўзаро боғлиқлиги ва ривожланиш истикболлари. Монография. Т.: Фан, 2013.- 156 б.
4. Урунбаева Ю.П. Пути повышения уровня жизни населения //«Вестник Регио-нального развития» научный журнал. – Караганда: 2008. – № 2(16).- С. 97-100.

Ю.Урунбаева, З.М.Мухаммедова, Б.Эгамбердиев Укрепление взаимоотношения субъектов социальной сферы с производственными предприятиями в контексте оказания социальных услуг Аннотация: в статье раскрывается значимость и необходимость укрепления взаимосвязи субъектов социальной сферы с производственными предприятиями в контексте оказания социальных услуг, а так же перспективы их развития. Ключевые слова: услуга, сервис, сфера услуг, туризм, социальная сфера, уровень жизни населения, качество жизни, потребности, сбережения населения, заработная плата, доходы населения.	Y.Urunbaeva, Z.Mukhammedova, B.Egamberdiev Strengthening the relationship of social actors with industrial enterprises in the context of the provision of social services Abstract: the article reveals the importance and the need to strengthen the relationship of social actors with industrial enterprises in the context of social services, as well as the prospects for their development. Keywords: service, tourism, social sphere, level of life of the population, quality of life, needs, savings of the population, wages, incomes of the population.
---	---

З.Ортиқов – СамИСИ таянч докторанти

НЕЪМАТЛАРНИНГ ТУРЛАРИ, ТАСНИФИ ВА УЛАРНИ БАҲОЛАШ УСУЛЛАРИ

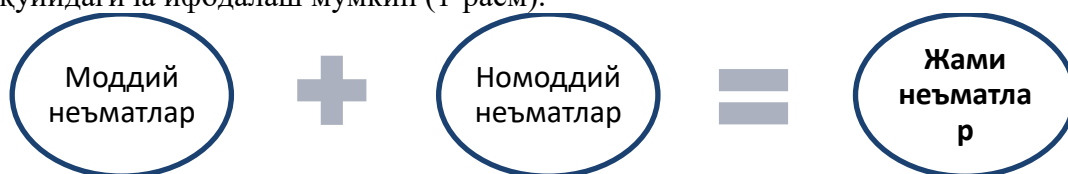
Аннотация: мақолада неъматларнинг тушунчаси, унинг турлари, таснифи ва уларни баҳолаш усуллари қараб чиқилган. Бунда асосий эътибор неъматларнинг турларига ва тавсифига қаратилган. Фаровонликнинг асоси бўлган неъматлар илк бор шу тарзда таснифланган ва изоҳланган.

Калит сўзлар: фаровонлик, турмуш даражаси, неъматлар, моддий неъмат, номоддий неъмат, ички неъмат, ташқи неъмат, шахсий неъматлар, жамоавий неъматлар, буюм шаклидаги неъмат, ахборот шаклидаги неъмат, қисқа муддатли неъмат, узоқ муддатли неъмат, алмаштириладиган неъматлар, тўлдириладиган неъматлар.

Мамлакатимизда олиб борилаётган ислохотлар аҳолининг тўлиқ маънодаги фаровонлигини таъминлашга қаратилган. Бунда аҳоли эркин яшаши учун тегишли неъматлар билан тўлиқ таъминланган бўлиши лозим. Шу туфайли, фаровонликни тадқиқ қилишдан олдин унинг асосини ташкил қилувчи неъматларни қараб чиқиш мақсадга мувофиқ, деб топдик. Инсон ўз эҳтиёжига етарли даражада неъматлар (уй-жой, озиқ-овқат, хотиржам ҳаёт, тинч мамлакат, адолатли жамият ва ҳ.к.лар) билан таъминланган бўлса, бундай инсон ўзини фаровон яшаётган ҳисоблайди. Буларнинг ҳаммаси неъмат деган категория билан ифодаланади. Шу туфайли ушбу тушунчанинг таърифини келтиришни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Чунки ушбу анъанавий атама жуда кўп ишлатилишига қарамасдан, унинг мукамал таърифи етарли даражада ишлаб чиқилмаганлигига ҳам гувоҳ бўлдик.

Неъмат деганда, якка ва ижтимоий эҳтиёжларни қондиришга қаратилган товарлар, хизматлар ва инсонга берилган қобилият, малака, билим даражаси кабилар мажмуи тушунилади.

Неъматларнинг турлари икки хил бўлади: моддий ва номоддий. Буларни қуйидагича ифодалаш мумкин (1-расм).



1-расм. Жами неъматларнинг турлари

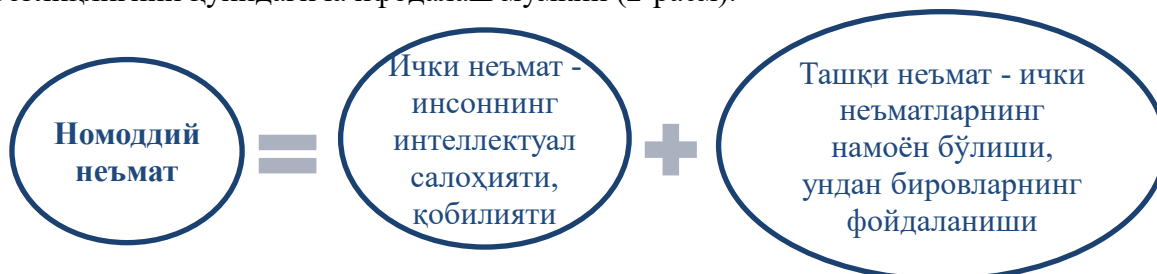
Ушбу неъматлар ўзига хос бўлиб, қуйидагича изоҳланади (1-жадвал).

1-жадвал

Моддий ва номоддий неъматларнинг тавсифи

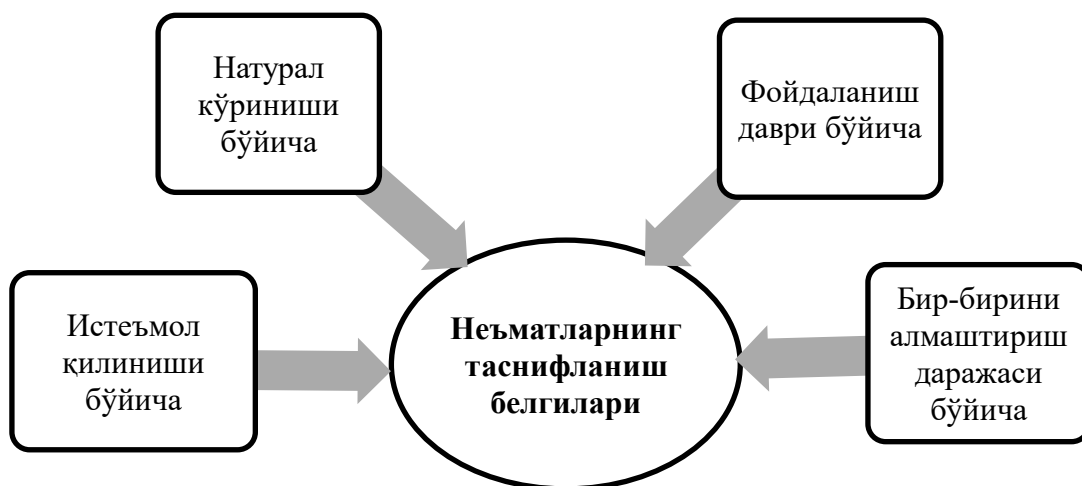
Моддий неъматлар	Моддий неъматларга кўзга кўринадиган, нарсалар шаклида бўлиб, ундан бугун ва келажакда фойдаланиш мумкин бўлган неъматлар киради. Булар ер, сув, ҳаво, иқлим, қазилма бойликлар, иқтисодиёт соҳасида етиштириладиган товар ва маҳсулотлардан иборат.
Номоддий неъматлар	Номоддий неъматларга, ушлаб бўлмайдиган, аммо моддий неъмат яратишда фаол иштирок этадиган кўзга кўринмайдиган неъматлар киради. Бунга инсоннинг қобилияти, малакаси, билим даражаси кабилар киради.

Ҳар бир неъмат ўз навбатида бир қанча элементлардан ташкил топади. Масалан, номоддий неъмат ҳам иккига бўлинади: ички неъмат ва ташқи неъматларга. Уларнинг боғлиқлигини қуйидагича ифодалаш мумкин (2-расм).



2-расм. Номоддий неъматларнинг турлари

Қайд этиш жоизки, неъматлар турли кўринишда ва шаклда намоён бўлганлиги туфайли уни бир қанча белгилари бўйича таснифлаш лозим бўлади. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, неъматларқуйидагитўртта белгиси бўйича таснифланади: истеъмол қилиниши бўйича, натурал кўриниши бўйича, фойдаланиш даври бўйича ва бир-бирини алмаштириш даражаси бўйича. Бу қуйидаги чизмада ўз аксини топган (3-расм).



3-расм. Барча неъматларнинг таснифланиш белгилари

Расмда ифода этилганидек, барча неъматлар тўртта белгиси бўйича таснифланар экан. Уларнинг моҳиятини чуқур англаш учун ҳар бирини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ. Чунки, инсонлар фойдаланаётган неъматларнинг ҳаммаси унинг ҳаёти учун муҳимдир. Уларнинг қайсидир бир қисмини аҳамиятсиз ёки қайсидир бир қисмини жуда аҳамиятли, деб бўлмайди. Уларнинг ҳаммаси маълум маънода яшашнинг ҳамма қирраларини таъминлаб туради.

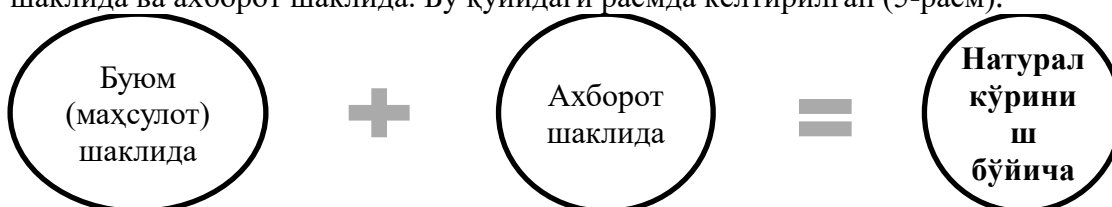
Истеъмол қилиниши бўйича неъматлар иккига бўлинади: шахсий истеъмол ва жамоавий истеъмол. Бунинг ўзаро боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (4-расм).



4-расм. Неъматларнинг истеъмол қилиш даражаси бўйича таснифи

Неъматларнинг истеъмол қилиш даражаси бўйича таснифланганда, энг аввало шахсий истеъмолга мўлжалланган неъматларни кўришимиз мумкин. Бунга битта шахс томонидан истеъмол қиладиган овқатлар, шахсий кийим-кечаклар кабилар киради. Жамоавий неъматларга оилавий мулк шаклидаги уйлар, бошқа оилавий буюмлар (коса-товок, дастурхон, жавонлар ва ҳ.к.), шунингдек, меҳнат жамоасида фойдаланиладиган турли буюм ва ашёлар (стол-стуллар, кутубхона фондидаги китоблар, корхона жойлашган бинолар ва ҳ.к.) ҳам жамоавий неъматларга киради. Инсоннинг яшаши ва фаолияти учун шу икки турдаги неъмат ҳам зарур ва муҳимдир.

Неъматлар натурал кўриниши бўйича ҳам иккига бўлинади: буюм маҳсулот шаклида ва ахборот шаклида. Бу қуйидаги расмда келтирилган (5-расм).



5-расм. Неъматларнинг натурал кўриниши бўйича таснифи

Неъматларни натурал кўриниши бўйича таснифлаганда, уларнинг бир қисми буюм, яъни маҳсулот шаклида намоён бўлади. Булардан бевосита ишлатишда, кийинишда, яшашнинг бошқа ҳолатларида фойдаланиш мумкин. Буларга кийим-кечак, машина, уй-жой кабилар киради. Аммо бир қисми ахборот шаклида намоён бўлади.

Булардан асосан бирор нарса, ҳодиса ва жараёнлар тўғрисида хулоса қилиш учун фойдаланилади. Масалан, уйнинг ҳажми, ноннинг сони, ғалланинг оғирлиги (ҳажми), китоблар сони, юкнинг оғирлиги кабилар. Булар ҳам инсон ҳаётида унинг маълум йўналишларини тартибга солиш ва фойдаланиш учун қулайлаштириш учун фойдаланилади. Жумладан юкнинг оғирлигига қараб, юклайдиган одам сони, ташийдиган транспортнинг тури кабиларни аниқлаш мумкин.

Неъматлар фойдаланиш даври бўйича ҳам иккига бўлинади: қисқа муддатли ва узоқ муддатли. Буларнинг боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (6-расм).



6-расм. Неъматларнинг фойдаланиш даври бўйича таснифи

Расмда келтирилган неъматларнинг фойдаланиш даври бўйича таснифига назар ташланса, уларнинг бир қисми қисқа муддатли бўлиб, маълум вақт оралиғида фойдаланилади. Агар бир кунни оладиган бўлсак, шу жорий кунда фойдаланиладиган бўлса, улар қисқа муддатли неъматларга киради. Агар уларнинг фойдаланиши бир ой, бир йил бўладиган бўлса ҳам шу даврда истеъмол қилиниши лозим. Муддати ўтгандан кейин бундай неъматлар яроқсиз ҳолатга келиб қолади. Узоқ муддатли фойдаланиладиган неъматларнинг яроқлилик ва ишлатиш даври узоқ муддатга, яъни бир йилдан ортиқ ва яроқлилик муддати белгиланмаган ҳолда фойдаланиш мумкин бўлган неъматлар киради. Масалан, уй-жойлар, машиналар каби ашёлар бунга мисол бўла олади.

Неъматларни бир-бирини алмаштириш даражаси бўйича ҳам иккига бўлинади: алмаштириладиган ва тўлдириладиган. Буларнинг ўзаро боғлиқлиги қуйида келтирилган (7-расм).



7-расм. Неъматларнинг алмаштириш даражаси бўйича таснифи

Неъматларнинг таснифига алмаштириш даражаси бўйича қарайдиган бўлсак, энг аввало, алмаштириладиган неъматларни кўришимиз мумкин. Буларга агар бирор неъмат етарли бўлмаса, бошқасини худди шу мақсад учун алмаштириб истеъмол қилиш мумкин бўлган неъматлар киради. Масалдан, суяқ овқатдан қарам шўрва ичмоқчисиз, аммо у вақтинча бўлмаса, ўрнига қайнатма шўрва истеъмол қилиш мумкин. Ёки қишда совуқдан сақланиш учун палто кийиш керак, аммо сизда бори тўн бўлса, уни ҳам бемалол алмаштириб кийиб, совуқдан сақланиш мумкин бўлади. Тўлдириладиган неъматларга бир-бирини алмаштиришдан кўра, қўшиб ишлатса истеъмолга яроқлилик даражаси ошадиган неъматлар киради. Масалан, машинангиз ҳаётий эҳтиёжни қондиришга мўлжалланган энг зарур неъматлардан бири. Аммо унинг юриши учун бензин қуйиш керак. Ёки шунинг ўзига аккумулятор қўймасангиз ҳам шу машина ҳаракатга келмайди. Кўриниб турибдики, тўлдириладиган неъматлар ҳам улардан фойдаланиш учун муҳим аҳамиятга эга экан.

Ушбу боғлиқликдан кўриниб турибдики, биринчи гуруҳ неъматларга алмаштириладиган неъматлар киришлиги кўрсатилган. Бунда истеъмол учун зарур бўлган неъматларнинг бири бўлмаса, иккинчисини ишлатиш ёки истеъмол қилиш

мумкин. Масалан, қовурилган гўштнинг ўрнига қайнатилган гўштни истеъмол қилиш мумкин. Ёки овқатга нўхат солиш керак бўлса, ўрнига мош солса ҳам бўлиши мумкин. Худди шундай тарзда булар бир-бирини алмаштиради.

Иккинчи йўналиш бир-бирини тўлдирадиган бўлиб, бунга бир мисол тариқасида, автомобиль балонини келтириш мумкин. Ҳаммаси соз. Аммо балони бўлмаса, ушбу соз уловдан фойдаланиб бўлмайди. Ёки ҳаммаси жойида, аммо бензини бўлмаса ҳам ундан фойдалана олмайсиз. Шу туфайли неъматлар бир-бирини тўлдириб боради. Булар бир-бири билан боғлиқ равишда тўлиқ бўлмаса, мақсадга эришиш қийин. Масалан, машинанинг юриши учун ҳамма нарсаси тўлиқ бўлиши лозим. Ҳаммаси бўлиб аккумулятори бўлмаса ҳам машина юрмайди. Шу туфайли ушбу неъматларнинг мавжудлиги ҳам маълум маънода эътиборни талаб қилади.

Фаровонлик барча неъматларнинг етарлилиги билан ўлчанади. Юқорида келтирилган неъматлар мамлакат миқёсида яратилади. Аммо улар аҳолига тенг тақсимланмайди. Ҳар бир киши меҳнатига яраша маблағ олади ва маблағига яраша неъматлардан сотиб олади ва истеъмол қилади. Шу туфайли, фаровонликнинг даражаси ҳар бир кишида ҳар хил бўлади. Бу уларнинг ўз маблағларига харид қилиш қобилиятига боғлиқ. Аҳолининг харид қилиш қобилияти ҳар бирининг реал даромадига боғлиқ.

Аҳолининг реал даромади асосан қуйидаги бешта омилга боғлиқ:

- ҳар бир кишининг олган даромадига;
- товар ва хизматларнинг чакана баҳосига;
- солиқларнинг даражасига;
- таклифга мос товар ва хизматларнинг мавжудлигига;
- инфляция даражасига.

Мамлакатимизда аҳолининг фаровонлигини таъминлаш учун албатта товар ва хизматларни кўплаб ишлаб чиқариш лозим. Аммо, аҳолининг олган даромади, шу маҳсулотларни харид қилишга етмай турса, фаровонлик ҳақида гапиришнинг ҳам ҳожати йўқ. Маҳсулот кўп, маблағ етарли бўлсаю, аммо товар ва хизматларнинг чакана баҳоси ҳам юқори бўлса, фаровонлик тўқис бўлмайди. Бунда аҳолининг харид қилиш қобилияти кескин камайган бўлади. Яна бир омил мамлакатимизда аҳолидан олинadиган солиқлар ҳам кўп бўлса, олинган даромаднинг бир қисми шунга сарфланади ва аҳолининг фаровонлигига салбий таъсир қилади. Даромадларимизни ошириб борсагу, унданда тезлик билан инфляция юз берса, аҳолининг харид қобилияти яна заифлашади ва мос равишда аҳолининг фаровонлиги ҳам етарли даражада бўлмайди.

Аҳолининг фаровонлигини ошириш учун қуйидагиларни амалга ошириш лозим бўлади. Биринчидан, товар ва хизматларни ишлаб чиқаришни аҳолининг талабига мос ҳолда тизимли равишда ошириб боришга эришиш лозим. Товар ва хизматларнинг умумий ҳажми ва уларнинг таркибий тузилишлари ҳам асосан аҳолининг таклифга мос бўлишлигини тақозо қилади. Акс ҳолда битта маҳсулотдан кўп бўлиб, иккинчисидан етишмай турса, бу иқтисодий жиҳатдан ишлаб чиқарувчига катта зарар, иккинчидан аҳоли ҳам тегишли тарзда зарар кўради. Чунки, маблағи бўла туриб, тегишли неъматларни харид қилиш имконияти чекланган бўлади.

Иккинчидан, ҳар бир кишининг олган даромадини муттасил ошириб боришни тақозо қилади. Бунда асосий эътиборни бюджет ташкилотларида ишлайдиган шахсларга қаратиш мақсадга мувофиқ. Чунки, уларнинг яшаши ва даромадларининг асосий манбаи иш ҳақидан иборат бўлади. Ҳозирги пайтда аҳолининг аксарият қисми тадбиркорлик билан шуғулланади, улар ҳам нафақат истеъмоли учун, балки тадбиркорлигини юргизиш учун ҳам товар ва хизматлардан фойдаланишига тўғри келади. Шу туфайли аҳолининг оладиган даромадларини муттасил ошириб боришга эришиш мақсадга мувофиқдир.

Учинчидан, товар ва хизматларнинг чакана баҳосининг ҳам кескин ошиб боришининг олди олиниб боришлиги учун эркин рақобат муҳитини яратиш

лозимлигини тақозо қилади. Рақобат бор жойда баланд нарх билан муваффақиятга эришиб бўлмайди. Шу туфайли маҳсулот сифатини муттасил ошириб бориш билан бирга, унинг нархини ҳам пасайтириб боришни тақозо қилади.

Тўртинчидан, мамлакатимизда аҳолидан олинadиган даромад, мол-мулк, ер солиғи ва бошқа мажбурий тўловларни камайтириш, ҳеч бўлмаганда ошириб бориш амалиётини қўлламаслик ҳам фаровонликни таъминлашнинг муҳим омилларидан биридир. Ушбу сумманинг ошиб бориш масаласи ҳам ойлик маош ва бошқа даромадлар даражасидан ошириб юбормасликни талаб қилади.

Бешинчидан, солиқларнинг даражаси каби, инфляция даражаси ҳам барқарор бўлишликни талаб қилади. Чунки, инфляция қанча тез ўсиб борса, аҳолининг ижтимоий аҳволи ёмонлашиб бориши билан бирга мамлакатимиз иқтисодиётида ҳам реал юксалиш рўй бермайди. Нархнинг ошганлиги эвазига ошириб бажарилган ҳажм кўрсаткичлари аҳолининг фаровонлигини таъминлаши қийин. Масалан, аҳоли 2,0 %га ўсган бўлса, нон ишлаб чиқаришнинг ўсиш суръати, баҳонинг ошганлиги ҳисобидан 2,2 %ни ташкил қилса, аммо олдинги йил даражасида натурал ҳажмда нон ишлаб чиқарилган бўлса, табиийки, ўтган йилга нисбатан аҳолининг жон бошига тўғри келадиган ишлаб чиқарилган нон миқдори камайган бўлади. Бу фаровонликни белгилаб бермайди.

3.Артиков Виды, классификация и методы оценки благ	Z.Artikov Types, classification and methods of evaluation of goods
Аннотация: в статье рассматривается концепция блага, ее типы, классификации и способы их оценки. В ней особое внимание уделяется на виды и характеристики блага. Товары, являющиеся основой благосостояния, были классифицированы и интерпретированы впервые таким образом. Ключевые слова: благосостояние, уровень жизни, блага, материальные блага, нематериальные блага, внутренние блага, внешние блага, личные блага, коллективные блага, блага в виде товара, информационные блага, кратковременные блага, долгосрочные блага, заменяемые блага, дополняемые блага.	Abstract: The article deals with the concept of goods, its types, classifications and methods for their evaluation. It focuses on the types and characteristics of goods. The goods, which are the basis of welfare, were classified and interpreted for the first time in this way. Keywords: welfare, standard of living, goods, material goods, intangible goods, internal goods, external goods, personal goods, collective goods, welfare in the form of goods, information goods, short-term goods, long-term goods, substitute goods, complementary goods.

Z.O. Umarova – JizPI katta o‘qituvchisi

F.Ya. Obidova – JizPI katta o‘qituvchisi

MAMLAKAT IQTISODIYOTI RIVOJLANISHIGA INVESTITSİYALARNI JALB ETISH ISTIQBOLLARI

Annotasiya: Maqolada investitsiya faoliyati bo‘yicha qabul qilingan me‘yoriy xujjatlarning qonunchilik bazasini mustahkamlashga ta’siri, investitsiya dasturi, iqtisodiyotga jalb qilingan to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalarni jalb etish amaliyoti tahlili keltirilgan. Kalit so‘zlar: iqtisod, samaradorlik, investitsiyalar, kapital qo‘yilmalar, investitsion muhit, to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar, eksport, import, diversifikatsiya.
--

Mamlakatimizda olib borilayotgan jadal iqtisodiy islohotlar strategiyasi iqtisodiyotning hamma bo‘g‘inlarida yangi xo‘jalik munosabatlarini majmuaviy rivojlantirish, boshqaruvning

egiluvchan va moslashuvchan tizimini shakllantirish, tadbirkorlik faoliyati uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish, aholining iste'mol tovarlari va xizmatlariga bo'lgan talablarini to'laroq qondirishdan iboratdir. YUrt taraqqiyoti, halq farovonligi yo'lida davlat tomonidan ajratiladigan har bir so'm yoki xorijiy investitsiya aniq maqsad yo'lida sarflansagina kutilgan natijani beradi.

2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasining rivojlantirishning beshta yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida belgilangan vazifalarga muvofiq, mamlakatimizda yirik infratuzilma loyihalarini amalga oshirish, zamonaviy yuqori texnologiyalarini ishlab chiqarish ob'ektlarini barpo etish maqsadida iqtisodiyotni jadal rivojlantirish, chet el investitsiyalarini faol jalb qilish borasida keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda.

Prezidentimiz SHavkat Mirziyoev Oliy Majlisga murojaatnomasida qayd etganidek, mamlakatimizda mavjud resurslardan nooqilona foydalanish Investitsiya dasturiga kiritilgan loyihalarning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligi va rentabelligi yuzaki o'rganilgani, moliyaviy manbalarning noaniqligi, loyihalar tanlashda shaffoflikning yo'qligi, moliyaviy mablag'larni samarasiz sarflash holatlari bilan bog'liq qator kamchiliklar yurtimiz iqtisodiyoti rivojiga salbiy ta'sir ko'rsatayotgan edi. Ushbu holatlar investitsiya dasturlarini shakllantirish tartibi, uni moliyalashtirish mexanizmlarini tubdan qayta ko'rib chiqish, bunday noxush amaliyotga barham berish hamda investitsiyalarni iqtisodiyotning real sektoriga jalb qilish, loyihalarni shakllantirishning butunlay yangi mexanizmlarini joriy etish zaruriyatini keltirib chiqardi.

Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Loyiha boshqaruvi milliy agentligi tashkil qilingani, Investitsiyalar bo'yicha davlat qo'mitasi, hukumatimiz huzurida Investitsiyalar, innovatsion rivojlantirish, erkin iqtisodiy va kichik sanoat zonalarini faoliyatini muvofiqlashtirish, turizm masalalari kompleksi tuzilgani dastlabki qadam sifatida diqqatga molikdir. Rivojlanish davlat dasturlarini amalga oshirish respublikamiz iqtisodiy o'sishi, xalq farovonligi, investitsiyaviy jozibadorligini oshirish bilan birga, real yangi ish o'rinlarini tashkil qilish hamda yalpi ichki mahsulot o'sishini ta'minlashda asosiy manba hisoblanadi. CHunki ushbu loyihalar har tomonlama puxta o'rganilgan, samarali, moliyalashtirish manbalari aniq bo'lgan va maxsus davlat komissiyasi tomonidan nazoratga olib boriladigan davlat dasturlari sanaladi.

Davlatimiz rahbarining 2016 yil 26 oktyabrdagi “Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi farmoniga muvofiq ushbu zonalar uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratildi. O'tgan yil holatiga ko'ra, «Navoiy», «Angren», «Jizzax» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarida umumiy qiymati 464 million dollarga teng 65 ta loyiha amalga oshirilib, 4 ming 200 dan ziyod yangi ish o'рни yaratilganligi, mablag'ning 253 million dollari to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiya ekani tahsinga loyiq. Ayni vaqtda EIZ lar hududida xorijiy kompaniyalarning sarmoyalari evaziga 29 ta investitsiya loyihasi bajarilmoqda. Xususan, “Navoiy” EIZda 24,3 million dollarlik to'rtta loyiha bajarilayotgan bo'lsa, “Angren” EIZda 136,5 million dollarlik sakkizta loyiha amalga oshirilmoqda. Bu ro'yxatda “Urgut” EIZ o'nta loyiha bilan peshqadamlar safida bormoqda. Bugungi kunda mamlakatimizda 14 ta erkin iqtisodiy zona faoliyat yuritmoqda. «Navoiy», «Angren», «Jizzax», «Urgut», «G'ijduvon», «Qo'qon» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarida umumiy qiymati 486 million dollarga teng 62 loyiha amalga oshirilgan, 4 ming 600 dan ortiq ish o'рни yaratilgan. Farmatsevtika sohasiga ixtisoslashgan «Nukus-farm», «Zomin-farm», «Kosonsoy-farm», «Sirdaryo-farm», «Boysun-farm», «Bo'stonliq-farm», «Parkent-farm» singari 7 ta yangi erkin iqtisodiy zonani rivojlantirish bo'yicha izchil ishlar olib borilmoqda.

Investitsiya faoliyati har qanday tizimda ham mamlakat iqtisodiyotining barqaror rivojlanayotganlik darajasini ifoda etadi. Iqtisodiyotni investitsiyalashga jalb etilayotgan mablag'lar, xususan, chet el investitsiyalarining salmog'iga qarab ham mamlakatning iqtisodiy qudratiga baho berish mumkin. Mamlakatimizda iqtisodiyotning yetakchi

tarmoqlaridan biri bo‘lmish sanoat tarmog‘ini barqaror rivojlanishini ta’minlash, ulardagi iqtisodiyotning boshqa sohalari bilan bog‘liq muammolarni kompleks hal etish, sanoat korxonalarining ishlab chiqarish imkoniyatlaridan samarali foydalanish va yanada yuksaltirish maqsadida hukumatimiz tomonidan keng ko‘lamli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

Mahalliy xom-ashyo negizida tayyor mahsulot, butlovchi buyumlar va materiallar ishlab chiqarishni mahalliyashtirish, to‘qimachilik sanoati, qishloq xo‘jaligi mashinasozligi, avtomobil sanoati, neft-gaz tarmog‘i, ko‘mir sanoati, qurilish materiallari sanoati, paxta tozalash sanoati, kimyo va yog‘-moy sanoati, farmatsevtika sohasi hamda boshqa shu kabi soha va tarmoqlardagi korxonalarni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihozlash jarayonlari kompleks, har tomonlama va izchil tarzda amalga oshirish zarur. Sanoat korxonalari investitsion faoliyatini moliyalashtirishni takomillashtirish uchun korxonalarni iqtisodiy faoliyatini yaxshilash, ularni yangi zamonaviy texnologiyalar bilan ta’minlash va innovatsion yangiliklarni joriy etish zarur. Hozirgi kunda respublikaning har bir sub’ektida sanoat tarmog‘ini strategik rivojlantirish bo‘yicha qator ishlar olib borilmoqda. Olib borilayotgan ishlardan eng muhimlaridan biri bu – iqtisodiy tendensiyalarni hisobga olgan holda sanoat korxonalariga innovatsion yangiliklarni joriy etilishidir. Bu esa iqtisodiyotda sanoat korxonalari samarali faoliyat yuritishi mumkin bo‘lgan yangi segmentlarning paydo bo‘lishiga va korxonalarda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar assortimentini ko‘paytirish mumkin. Odatda, bozor iqtisodiyoti sharoitida yagona, bitta mahsulot turini ishlab chiqarishga ixtisoslashgan korxonalar barqarorligi xavf-xatarning yuqori darajasi bilan tavsiflanishi, korxona faoliyatiga jiddiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Shunga ko‘ra, korxona an’anaviy tarzda ishlab chiqarayotgan mahsulotlari tarkibinibozorda yangi talab asosida va izchil ravishda o‘zib borayotgan mahsulotlarni ishlab chiqarish hisobiga kengaytirishi maqsadga muvofiq hisoblanadi. Shuningdek, sanoat korxonalarida investitsiya faoliyatini rivojlantirish va ularning faoliyatiga xorijiy investitsiyalarni, jumladan, bevosita xususiy xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish hamda ulardan keng va samarali foydalanishning zamonaviy mexanizmini yaratish muammosining yechimi xam hozirgi kunda iqtisodiyotdagi sanoat korxonalarining rivojlantirishda dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Jizzax erkin iqtisodiy zonasida xorijiy investitsiyalar ishtirokida bunyod etilayotgan “O‘zbekistan Peugeot Citroen Automotive” zavodi, yaqinda ishga tushirilgan shisha mahsuloti ishlab chiqaradigan “Ming Yuan Sily industry” mas’uliyati cheklangan jamiyat shaklidagi korxona, Jizzax shahrida bunyod etilayotgan “SILK EXPERT processing” ipak etishtirish va qayta ishlashga ixtisoslashgan O‘zbekiston -Buyuk Britaniya qo‘shma korxonasi mamlakatimiz iqtisodiyoti yuksalishiga xizmat qiladi.

Hududlarni kompleks rivojlantirishga qaratilayotgan e’tibor tufayli bunday yirik loyihalar olis tumanlarda ham amalga oshirilayotganini Forish tumanining Egizbuloq qishlog‘ida Buyuk Britaniyaning “Leigh Barrier LLP” kompaniyasi bilan hamkorlikda “Mega invest industrial” MCHJ shaklidagi kompozit armaturalar ishlab chiqarish zavodi, G‘allaorol tumanidagi “Marjon global” dorivor giyohlarni qayta ishlash Zomin tumanida “Zomin-farm”, Zarbdor tumanidagi “Zarbdor textile” mas’uliyati cheklangan jamiyatning joriy yilning aprel oyida ishga tushirilishi va yiliga 31 million kvadrat metr mato hamda 6,5 million dona trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarish quvvatiga ega bo‘lib, o‘z faoliyatini boshlashi bilan 864 ish o‘rni yaratiladi.

Mamlakatimizda joriy yilda investitsiya muhiti yaxshilanganligi natijasida iqtisodiyot tarmoqlari va hududlariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri sarmoyalarning faol kirib kelayotganligi, 2018 yilning besh oyida 776 ta yangi qo‘shma va xorijiy korxona o‘tganligini, o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 496 taga ko‘payganligi. Shuningdek, xorijiy investitsiyalar ishtirokida 377 ta hududiy va 148 ta tarmoq loyihalari bajarilishi belgilanganligi yaqqol misol bo‘ladi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining joriy yilning 20 iyun kuni qabul qilingan “Investitsiya va infratuzilma loyihalarini jadal amalga oshirish bo‘yicha qo‘shma chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi qarori ana shu maqsadga qaratilgan mazkur qarorga ko‘ra bundan

buyon Prezident va Vazirlar Mahkamasining qarorlari asosida amalga oshiriladigan infratuzilma loyihalari bo'yicha loyihaoldi va loyiha hujjatlarini ekspertiza qilishda to'lov olinmaydi. Shuningdek, davlat byudjeti va byudjetdan tashqari jamg'armalar, tiklanish va taraqqiyot jamg'armasi mablag'lari, hukumat kafolatlagan kreditlar hisobidan tovarlarni davlat uchun xarid qilish bo'yicha tender hujjatlari va import shartnomalarini ekspertiza qilishda ham to'lanmaydi. Dastlabki va yakuniy texnik-iqtisodiy asoslarni kompleks ekspertiza qilish uchun to'lanadigan to'lov miqdori to'rt barobargacha qisqartirildi.

Bundan tashqari, xalqaro moliya institutlarining kreditlari hisobiga amalga oshiriladigan yoki bir bosqichli loyihalar bo'yicha moliyaviy-iqtisodiy hisobot ishlab chiqish talabi bekor qilindi.

Joriy yil uchun tasdiqlangan investitsiya va infratuzilma loyihalari ro'yxatiga kiritilgan, bajarilishida sustkashlikka yo'l qo'yilgan har bir loyihani jadallashtirish zarurligi ta'kidlandi.

Qoraqalpog'iston Respublikasi va viloyatlarga tashriflar yakunlariga ko'ra ishlab chiqilgan 2018-2019 yillarda ushbu hududlarni kompleks rivojlantirish dasturlari doirasida 6 ming 317 ta loyihani amalga oshirish belgilangan, natijada jami 219 mingdan ortiq ish o'rni yaratish rejalashtirilgan.

Xorijiy davlatlarga tashriflar va muloqotlar natijasida qiymati 17 mlrd.dollar bo'lgan 182 ta istiqbolli loyihani amalga oshirish to'g'risida birlamchi kelishuvga erishilgani keng ko'lamli ishlarning amalga oshirilayotganligini ko'rsatadi.

Davlat investitsiya dasturi orqali moliyalashtirilayotgan loyihalarning samaradorligini oshirish maqsadida davlat investitsiya dasturini ishlab chiqishda bevosita xorijiy investitsiyalar hamda hukumat kafolatisiz kirib kelayotgan xalqaro moliyaviy institutlarresurslari bilan bog'liq bo'lgan qo'shimcha risklarni minimallashtirish masalalarini har tomonlama o'rganish zarur va bu jarayonlarga ham chuqur marketing tadqiqotlarini tatbiq etish lozim.

YUqoridagilardan shunday xulosa qilish mumkinki, milliy iqtisodiyotda har bir soha va tarmoqning har tomonlama mukammal ravishda rivojlanishi, uning huquqiy va iqtisodiy-ijtimoiy hamda tashkiliy jihatlarining ta'minlanishi bevosita olib borilayotgan islohotlarning jadallashuvi va samarali bo'lishini ta'minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi farmoni, “Xalq so'zi” gazetasi 2016 yil 27 oktyabr soni.
2. “Barcha darajadagi rahbarlar bir maqsad – xalq roziligi yo'lida mehnat qilishi lozim” “Jizzax haqiqati” gazetasi, 2018 yil 31 mart soni.
3. www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.

З.О. Умарова, Ф.Я.Обидова Перспективы привлечения инвестиций для развития экономики страны Аннотация: в статье рассматривается влияние принятых нормативных документов на укрепление законодательной базы регулирования инвестиционной деятельности, значение инвестиционной программы, анализируется практика привлечения прямых инвестиций в экономику. Ключевые слова: экономика, эффективность, инвестиции, капитальные вложения, инвестиционный климат, прямые инвестиции, экспорт, импорт, диверсификация.	Z.Umarova, F.Obidova Prospects for attracting investment for the development of the country's economy Abstract: the paper analyses the impact of statutory acts on investment activities onto strengthening of the statute. In addition, investment programme as well as practice of attraction of foreign direct investments to economy is described. Keywords: economy, efficiency, investment, capital flows, investment climate, foreign direct investments, export, import, diversification.
--	---

ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ

А.Д.Равшанов –ҚарМИИ доценти, и.ф.н.

ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ МАҲСУЛОТЛАРИ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ВА УЛАРНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШДА ИННОВАЦИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ

Аннотация: ушбу мақоладамиллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларидан бири бўлган аграр соҳада турли мулкчилик ва хўжалик юритиш шакллари асосланган кўп укладли иқтисодиёт барпо этилганлиги таҳлил қилинган. Соҳада ривожланган бозор муносабатларининг таркиб топиши ва албатта иқтисодиётнинг глобаллашув жараёнлари шиддат билан ривожланиб бораётган ҳозирги даврда қишлоқ хўжалигини инвестицион-инновацион асосда ривожлантириш, қишлоқ хўжалик маҳсулотлари рақобатбардошлигини ошириш, қишлоқ хўжалик корхоналарида етиштирилаётган маҳсулотларнинг ички ва ташқи бозорларда ўрнини янада мустаҳкамлаш учун хизмат қилиши кўрсатиб ўтилган.

Калит сўзлар: қишлоқ хўжалиги, модернизация, диверсификация, инвестицион ва инновацион технологиялар, озиқ-овқат хавфсизлиги, рақобатбардош, рақобатдош, рақобат муҳити, агроинновация, инвестицион лойиҳалар.

Қишлоқ хўжалиги Ўзбекистон иқтисодиётининг муҳим тармоқларидан бири ҳисобланади. Бу тармоқ мамлакатимиз аҳолисининг озиқ-овқат маҳсулотларига, қайта ишлаш саноати тармоқларининг эса хом ашёга бўлган талабини қондириш билан бирга, экспорт салоҳиятини мустаҳкамлашнинг истикболли манбаларидан бири саналади.

Қишлоқ хўжалигини ривожлантириш масаласи республикаимиз иқтисодиётини ривожлантиришнинг муҳим устувор йўналишларидан бири сифатида эътироф этилмоқда. Мустақиллик йилларида қишлоқ хўжалигини ислоҳ қилиш бўйича жуда улкан ва арзигулик ишлар амалга оширилди. Ишлаб чиқаришга янги техника ва технологияларни жорий этиш ишлари йилдан-йилга жадаллашиб, чекланган ер ва сув ресурсларидан, капиталдан ва меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлиги юксалмоқда.

Дунё мамлакатлари тажрибасидан маълумки, рақобатбардошликка эришиш ва жаҳон бозорларига чиқиши, биринчи навбатда иқтисодиётни изчил ислоҳ қилиш, таркибий жиҳатдан ўзгартириш, модернизация ва диверсификация қилишни чуқурлаштириш, инвестицион ва инновацион технологияларга асосланган қишлоқ хўжалик корхоналари ишлаб чиқариши жадал ривожланишини таъминлаш, мавжуд қувватларни модернизация қилиш ва инвестицион-инновацион технологиялардан самарали фойдаланиш ҳисобидан амалга оширилиши мумкин.

Қишлоқ хўжалигида таркибий ўзгаришларни чуқурлаштириш орқали ишлаб чиқаришни изчил ривожлантириш, аҳолини озиқ-овқат маҳсулотлари, қайта ишлаш саноатини хом ашё билан узлуксиз таъминлаш орқали мамлакатимиз озиқ-овқат хавфсизлигини янада мустаҳкамлаш, экологик тоза маҳсулотлар ишлаб чиқаришни кенгайтириш, аграр секторнинг экспорт салоҳиятини сезиларли даражада ошириш истикболда оширилиши кўзда тутилган энг муҳим вазифалардан саналади.

2016-2020 йилларда пахта хом ашёси етиштириладиган майдонларни 170,5 минг ва суғориладиган ғалла майдонларини 50 минг гектарга қисқартириш ҳисобидан картошка майдонини 36 минг, сабзавотлар майдонини 91 минг, интенсив боғлар майдонини 18 минг, озуқа экинларини 50,3 минг, мойли экинларни 14 минг ва узумзорларни 11,2 минг гектарга кенгайтириш билан боғлиқ экин майдонларини янада оптималлаштириш ишлари амалга оширилади¹.

¹2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили”да амалга оширишга оид Давлат дастурини ўрганиш бўйича Илмий-услубий рисола. Т-2017.

Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналари ва уларни рақобатбардошлигини оширишда инновациялардан самарали фойдаланиш стратегиясига кўра иқтисодий механизмнинг шакллантириш куйидаги йўналишлар бўйича амалга оширилиши лозим:

- инновацион фаолиятини ҳукукий-меъёрий жиҳатдан тартибга солиш тизимини яратиш;
- қишлоқ хўжалиги инновацион фаолиятини давлат ва ҳудуд даражасида ривожлантиришни дастурий мақсадли бошқарув;
- қишлоқ хўжалигини инновацион ривожланишини таъминлаш учун молиявий механизмларини ва давлат-хусусий шерикчилигини ривожлантириш;
- бутун агроинновацияларни шакллантириш занжири бўйича хўжалик субъектларининг инновацион фаоллигини рағбатлантириш;
- хўжалик субъектларининг салоҳиятини шакллантириш ва ривожлантириш;
- тармоқнинг инвестицион жозибadorлигини ошириш;
- қишлоқ хўжалик инфратузилмаларини ва қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари сотиш бозорларини ривожлантириш.

Юқоридаги келтирилган жиҳатларни инобатга олиб борилган илмий-тадқиқотлар натижасида қишлоқ хўжалигини инновацион ривожлантиришнинг иқтисодий механизми тузилмаси ишлаб чиқилди.

Шунингдек олиб борилган тадқиқотлар натижасида қишлоқ хўжалигида инновацион фаолиятни ташкил этиш ва рағбатлантириш шакл ва усулларнинг таснифи ҳам ишлаб чиқилган бўлиб, у амалдаги ёндашувлардан фарқли равишда давлат ва хусусий шерикчиликни ривожлантириш тамойилларга асосланади (1-жадвал)

1-жадвал

Қишлоқ хўжалигида инновацион фаолиятини ташкил этиш ва рағбатлантириш шакл ва усуллари

Йўналишлар	Шакллар	Усуллар	
		Давлат даражасида	Бозор даражасида
Молия механизми	Солиққа оид рағбатлантириш	Солиқ имтиёзлари	Амортизация жамғармаси
	Божхонага оид рағбатлантириш	Божхона расмийлаштириш	Тариф имтиёзлар
	субсидиялаш	Бюджет субсидиялари	Фонд механизмлари
Бизнес механизми	Илмий-тадқиқот синов конструкторлик ишлари соҳасида шартномалар ва буюртмалар	Давлат инвестицион буюртмалари	Лизинг муносабатлари, инновацион фаолиятни ташкилий ҳукукий кўмаги
	Ахборот жиҳатдан қўллаб-қувватлаш	Илмий ва илмий-техника фаолиятни, интеллектуал мулк объектларини ҳисобини юритиш, иштирок этишига кўмаклашиш ва натижаларни намойиш қилиш	Инновацион марказлар, консалтинг хизматлари, илмий-техник ахборот тизими
	Илмий-тадқиқот фаолиятини ташкил этиш	Кластерлар, алоҳида иқтисодий зоналар	Ҳамкорликнинг улушли шакли агротехнопарклар
Ҳукукий-меъёрий механизмлар		Давлат ва ҳудудий дастурлар	
		Қонунчилик базасини такомиллаштириш	
		Маъмурий тартибга солиш	

Қишлоқ хўжалигида инвестицион ва инновацион фаолиятини ташкил этиш ва рағбатлантириш молиявий механизмлари, меъёрий ҳукукий тартибга солиш давлат ва

бизнеснинг ўзаро муносабатлари ҳисобга олиниши лозим.

Қишлоқ хўжалик корхоналарида илмий-техника тараққиёти ютуқларини муваффақиятли ўзлаштириш ва инновацион фаолиятни ривожлантириш учун ушбу фаолиятни рағбатлантириш бўйича қулай шароитлар яратилиши керак. Қишлоқ хўжалигида интеллектуал мулк объектлари бозорини шакллантиришга олиб келади, бу эса ўз навбатида қишлоқ хўжалик маҳсулотларининг сифати ва рақобатбардошлигини оширади.

Шу нуқтаи назардан ҳам, иқтисодийни модернизациялаш шароитида қишлоқ хўжалигини барқарор ишлашини таъминлаш ва қишлоқ хўжалик корхоналарнинг экспорт салоҳиятини оширишда агроинновацияларни қўллаш орқали қишлоқ хўжалик корхоналарини модернизация қилиш, маҳсулот ишлаб чиқариш уни қайта ишлаш соҳаларини техник ва технологик жиҳатдан янгилаш орқали истиқболда хўжалик юритувчи субъектларнинг устувор йўналишларини аниқлаш бугунги кунда энг долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

Хулоса қилиб айтганда, қишлоқ хўжалик корхоналарнинг ривожлантиришга тўсиқ бўлаётган муаммоларни ҳал қилишга тизимли тарзда ёндашиш, барча йўналишдаги тадбирларни ўзаро мутаносиб ҳолда олиб бориш, бу жараёнларни давлат томонидан ҳар томонлама қўллаб-қувватлашни йўлга қўйиш, яқин истиқболда ички ва ташқи бозордаги ҳолатдан келиб чиққан ҳолда қишлоқ хўжалик корхоналар фаолиятини самарадорлигини янада ошириш, провард натижада қишлоқ ишлаб чиқариш ва ижтимоий инфратузилма тизимини янада ривожлантиришга қишлоқ аҳолисининг ижтимоий-иқтисодий турмуш даражасини кўтариш учун мустаҳкам асос бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармони, 2017 йил 7 февраль.
2. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили”да амалга оширишга оид Давлат дастурини ўрганиш бўйича илмий-услубий рисола. Т., 2017.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили»да амалга оширишга оид давлат дастури тўғрисида” ги фармони, 2018 йил 22 январь, ПФ-5308-сон.

А.Равшанов	A.Ravshanov
Пути эффективного использования инноваций в производстве продукции сельского хозяйства и повышение их конкурентоспособности Аннотация: в данной статье проанализировано формирование многоукладной экономики в сельском хозяйстве. Показана роль инвестиционно-инновационного развития сельского хозяйства в укреплении конкурентоспособности и роли продукции во внутреннем и внешнем рынках. Ключевые слова: сельское хозяйство, модернизация, диверсификация, инвестиционные и инновационные технологии, продовольственная безопасность, конкурентоспособность, конкуренты, конкурентная среда, агроинновации, инновационные проекты.	Ways of effective use of innovations in the production of agricultural products and increase their competitiveness Abstract: this article analyzes the formation of a mixed economy in agriculture. The role of investment and innovation development of agriculture in strengthening competitiveness and the role of products in the domestic and foreign markets is shown. Keywords: agriculture, modernization, diversification, investment and innovative technologies, food security, competitiveness, competitors, competitive environment, agro-innovations, innovative projects.

М.Х.Дустова – Қ арМИИ мустақил изланувчиси

ФЕРМЕР ХЎЖАЛИКЛАРИ ВА АГРОСЕРВИС КОРХОНАЛАРИ ЎРТАСИДАГИ ИҚТИСОДИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: мақолада фермер хўжаликлари ва агросервис корхоналари ўртасидаги ташкилий-иқтисодий муносабатларининг ўзига хос хусусиятлари кўриб чиқилган. Шунингдек, фермер хўжаликларига хизмат кўрсатувчи корхоналар тизими таҳлил қилинган бўлиб, уларнинг фаолиятини тартибга солишда ташқи ва ички иқтисодий муносабатларни мустаҳкамлаш илмий жиҳатдан асослаб берилган.

Калит сўзлар: фермер хўжалиги, агросервис, иқтисодий муносабат, хизмат кўрсатиш, ишлаб чиқариш инфратузилмаси.

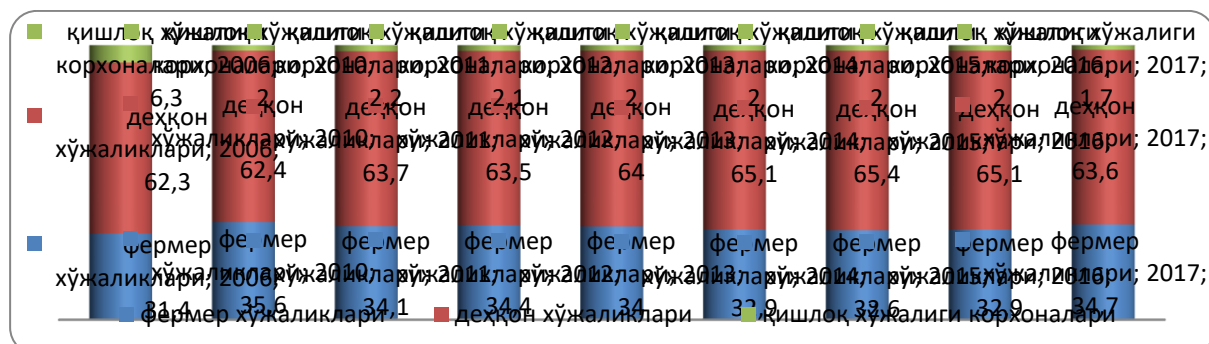
Мамлакатимизда олиб борилаётган иқтисодий ислохотлардан кўзланган асосий мақсад – хўжалик юретишнинг барча шакллари учун тенг иқтисодий шарт-шароитлар яратиш, хусусий мулкдорлар мавқеини мустаҳкамлаш ҳамда барча мулк шакллари эркин ва мустақил фаолият юретиши учун зарур бўлган ташкилий, иқтисодий асосларни таъминлаб боришдир.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек, “...айрим фермер хўжаликлари етарлича айланма маблағлар, зарур техника ва бошқа моддий-техник ресурсларига эга эмас. Бу қишлоқ хўжалиги экинларининг ҳосилдорлигига, шартнома мажбуриятлари бажарилишига ва фермер хўжаликларининг рентабеллигига салбий таъсир кўрсатмоқда; ... фермер хўжаликларининг молиявий-иқтисодий ҳолатини мустаҳкамлаш. Охириги 10 йил мобайнида минерал ўғитлар, ёқилғи-мойлаш материаллари ва уруғлик нархининг ўсиши билан пахта хомашёси ва ғаллани харид қилиш нархлари ўсиши ўртасида кескин фарқ борлиги кузатилмоқда” [2].

Ўзбекистон Республикаси аграр тармоғини барқарор ривожлантириш, қишлоқ хўжалик маҳсулотларини етиштириш, ҳажмларини кўпайтириб бориш, биринчи навбатда аҳоли жон бошига қишлоқда етиштирилаётган маҳсулотларнинг истеъмол қилиниш даражасини тиббий меъёрлар талабларига яқинлаштириш ва қайта ишлаш саноати корхоналарини мунтазам хом ашё билан таъминлаш асосий вазифалардан ҳисобланади. Кейинги ўн беш йилда, яъни 2000 йилга нисбатан таққослаганда, 2016 йилда мамлакатимиз ялпи маҳсулоти 2,5 бараварга, аҳоли жон бошига ҳисобланганда эса 2 баравар ошди.

Аммо шу билан биргаликда иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида фермер хўжаликлари ва уларга агросервис хизмат кўрсатувчи корхоналарнинг самарали ва рентабелли фаолият юретиши учун зарур шарт-шароитлар яратиб бермасдан туриб юқорида кўрсатилган вазифаларга эришиб бўлмайди. Сабаби, қишлоқ хўжалик маҳсулотларининг асосий қисмини деҳқон ва фермер хўжаликлари етиштиради.

Дунёнинг ривожланган мамлакатларида фаолият юритаётган фермер хўжаликлар ўрганилганда АҚШда 100 гектардан ортиқ ерга эга бўлган фермер хўжаликлар жами мамлакатдаги шундай хўжаликларнинг 52% ни ташкил этганлигини, Японияда 1-5 га ерга эга бўлган фермер хўжаликлар 72% ни, Голландияда 42% ни, 40-100 гектар ерга эга бўлган фермер хўжаликлар Данияда 32% ни ташкил этишини ва бу мамлакатда асосан 10-16 гектар ерга эга бўлган фермер хўжаликлар фаолият кўрсатиши аниқланди. Ўзбекистонда 2010 йилда 40-100 гектарга эга бўлган фермер хўжаликлар мамлакатдаги жами шундай хўжаликларнинг 71,2% ни ташкил этганлигини кўрсатади.



Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси маълумотлари асосида тузилди

1-расм. Хўжалик шакллари бўйича ялпи қишлоқ хўжалиги маҳсулотининг тақсимланиши, %

Юқорида келтирилган маълумотлардан кўринадики, ялпи қишлоқ хўжалик маҳсулотининг ишлаб чиқарилиши ҳажмининг катта қисми 2006 ва 2010 йилларда 31,4 ва 35,6 % билан фермер хўжаликлари, 2015 ва 2017 йилларда эса 34,7% фермер хўжаликлари ва 63,6% билан деҳқон хўжаликлари зиммасига тўғри келмоқда.

Тадқиқотлар шуни кўрсатмоқдаки, қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқаришда фермер хўжаликларининг улуши йилдан-йилга ошиб бормоқда. 2017 йилда фермер хўжаликлари ҳисобига дон экинлари 80,7%, картошка 21,4%, сабзавот 33,0 %, полиз 47,7%, мева ва резаворлар 44,5%, узум 49,3%, гўшт 3,3%, сут 3,6%, тухум 9,8%, жун 6,9%, қоракул тери 5,6% ни ташкил этади (1-жадвал).

1-жадвал

Айрим қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришда фермер хўжаликларининг улуши (2017 йил)

Кўрсаткилар	Минг тонна	Ишлаб чиқариш умумий ҳажмидаги улуши, фоиз ҳисобида	Ўсиш суръати, фоиз ҳисобида
Бошоқли дон	6 016,9	80,7	96,5
Картошка	684,8	21,4	92,2
Сабзавотлар	3 925,7	33,0	94,8
Полиз экинлари	1 013,5	47,7	96,4
Мева ва резаворлар	1 393,2	44,5	97,1
Узум	921,4	49,3	92,8
Гўшт (тирик вазнда)	62,1	3,3	150
Сут	349,8	3,6	100
Тухум, млн. дона	656,7	9,8	90,7
Жун	3,0	6,9	107,0
Қоракул, минг дона	57,6	5,6	103,7

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси маълумотлари асосида тузилди.

Фермер хўжаликлари фаолиятини такомиллаштириш, уларнинг ривожланиши учун яратилаётган имкониятлар ва олиб борилаётган чора-тадбирлар самарасини сўнгги йилларда тармоқ ривожланишини тавсифловчи иқтисодий кўрсаткичлар орқали кўриш мумкин. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқаришда фермер хўжаликларининг улуши 2017 йилда бошоқли дон етиштириш бўйича 80,7 % ни, ўсиш суръати эа 96,5 % ни, сабзавот етиштириш 33,0% ни, ўсиш суръати 94,8% ни, полиз

экинлари 47,7% ни, ўсиш суръати 96,4% ни ташкил этган. Ўсиш суръатининг катта қисми гўшт етиштириш ҳисобига тўғри келиб, 150% ни ташкил этган (1-жадвал).

Юқорида келтирилган статистик маълумотлар таҳлилидан кўриниб турибдики, мамлакатимизда фермер ва деҳқон хўжаликларини ташкил қилиш, улар фаолиятини такомиллаштириш ҳамда қўллаб-қувватлаш борасида амалга оширилган чора-тадбирлар, Президент фармонлари, ҳукумат қарорлари ўзининг ижобий натижаларини бермоқда.

Фермер хўжаликларини ривожлантиришда ва улар асосида қишлоқ хўжалик маҳсулотларини етиштиришда агросервис корхоналарининг ўрни бекиёсдир. Шу сабабли фермер хўжаликларини экин майдонларини экишга тайёрлаш, экиш, экинларга вегетация даврида ишлов бериш, ҳашорат ва зараркунандаларга қарши курашишдан то ҳосилни йиғиштириб олишгача бўлган жараёнларда агросервис корхоналари шаклланди ва ривожлантирилди. Буни бир қанча тадқиқотчилар ўзларининг илмий изланишларида ҳам эътироф этган.

Жумладан, тадқиқотчи Муқимов З.М ўз илмий ишида фермер хўжаликларига кўрсатилиши лозим бўлган асосий сервис хизмати турларини куйидаги гуруҳларга бўлиб ўрганган: “технологик жараёнларни амалга оширишга кўмаклашувчи хизматлар; моддий-техника таъминоти йўналишидаги хизматлар; махсус маслаҳатлар хизматлари; молия кредит таъминоти хизмати; маркетинг ва менежмент хизмати. Бу хизмат кўрсатувчи гуруҳларнинг ҳар бирининг ўзига хос хусусиятлари ва уларга таъсир этувчи омиллар тадқиқотчи томонидан таҳлил қилинган. Шунингдек, Муқимов З.М ўз ишида фермер хўжаликларига хизмат кўрсатиш тизимини ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятларини очиб беришда асосан фермерлар учун консалтинг хизматлари кўрсатувчи тузилмаларни кўпайтириш муҳим аҳамиятга эга эканлигини асослаган” [4].

Республикаимизнинг қишлоқ хўжалиги соҳасида фаолият кўрсатаётган деҳқон ва фермер хўжаликлар асосан пахта ва ғалла етиштириш, чорвачиликка, мева ва сабзавот маҳсулотлари ишлаб чиқаришга ихтисослашган бўлиб, уларнинг бир қанча ўзига хос хусусиятлари мавжуд: мавсумийлик; табиий иқлим шароитига боғлиқлиги; хизмат кўрсатишнинг жойлашуви, ҳудудий ҳамда қишлоқ хўжалик экинлари турига боғлиқлиги ва ҳоказо.

Қишлоқ хўжалигида маҳсулотлар етиштириш учун меҳнат ресурсларига эҳтиёж мавсумий ўзгариб туради. Бу эса ўз навбатида ишчи кучини мавсумий рўйхатга олувчи ва иш билан таъминловчи хусусий корхоналар фаолиятини ривожлантиришга сабаб бўлади. Бундай корхоналар хизматидан фойдаланувчи фермер хўжаликлари ишчи кучига талабларини ўз вақтида ва сифатли қондириш имкониятига эга бўлади. Бу эса ишчи кучи бандлигини таъминлашга хизмат кўрсатувчи хусусий корхоналарни ривожлантириш ва шу орқали фермер хўжаликлари фаолияти самарадорлигини оширишга хизмат қилади. Фермер хўжаликлари фаолияти натижалари, табиий иқлим шароитига боғлиқ бўлиб, уларга хизмат кўрсатувчи корхоналар ҳам мазкур хўжаликлар етиштираётган маҳсулотлар учун тайёрлаш шахобчалари, махсус сақлаш омборлари ва шу каби хизмат турларини таклиф этишлари лозим. Лекин ўтказилган тадқиқотлар натижаларидан хизматнинг бу турлари талаб даражасида ривожланмаганлигини, республика қишлоқ хўжалигида эса уларга талаб анча юқорилигини кўрсатади. Бу хизматларни йўлга қўйиш ва ривожлантириш ўз навбатида фермер хўжаликларини янада ривожланишига олиб келади.

Айрим тадқиқотчилар қишлоқ хўжалигига хизмат кўрсатувчи корхоналар, инфратузилмаларни куйидаги йирик гуруҳларга бўлиб ўрганади: “ишлаб чиқариш инфратузилма субъектлари, ижтимоий инфратузилма субъектлари, бозор инфратузилма субъектлари” [5].

Тадқиқотчи олим Хушматов Х.С. эса фермер хўжаликларига хизмат кўрсатувчи

корхоналар тизимини, уларнинг хизмат кўрсатиш хусусиятлари доирасида қуйидаги йирик гуруҳларга бўлиб ўрганади:

- фермерларга техник хизмат кўрсатиш соҳасида;
- фермерларга моддий-техник ресурслар етказиб бериш соҳасида;
- агротехник тадбирларни амалга ошириш ва чорвачилик соҳасида;
- молиявий муносабатларда;
- қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш, сақлаш, сотиш соҳасида;
- консалтинг хизматлари соҳасида;
- касбий таълим ва фермерлар малакасини ошириш соҳасида – бизнес мактаблар,

касб-хунар коллежлари, малака ошириш марказлари ва бошқалар [6].

Дастлабки ёндашувда қишлоқ хўжалигига хизмат кўрсатувчи корхоналар қишлоқ инфратузилма субъектлари таркибига киритиш асосида туркумлаб чиқилган. Кейинги ёндашувда корхоналар кўрсатиладиган хизмат турлари ва унинг хусусиятларидан келиб чиқиб туркумланган. Бу хизмат кўрсатиш корхоналарини туркумлашга технологик ёндашув дейилса ҳам тўғри бўлади. Фақат мазкур туркумлашда бандлик хизмати идоралари ва меҳнат биржалари ҳеч бир гуруҳга киритилмаган.

Шундай қилиб, ҳар қандай шароитда қишлоқ хўжалигининг мавжуд тизими тармоқ маҳсулотини етиштирувчи турли хўжалик юритиш шакллари ва уларга хизмат кўрсатувчи корхоналардан иборат бўлади. Қишлоқ хўжалигини модернизациялаш фақат мазкур корхоналар ўртасидаги ўзаро иқтисодий муносабатлар мазмуни ва қўламида муайян ўзгаришлар бўлишига олиб келади.

Мамлакатимизда олиб борилаётган иқтисодий ислохотлар жараёнида фермер хўжаликларига агросервис корхоналар фаолиятини тартибга солиш ҳамда уларнинг ташқи ва ички иқтисодий муносабатларини мустаҳкамлашнинг тегишли ҳуқуқий-меъёрий асослари яратилди ва амалда жорий этилди. Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти И.А.Каримов: “Иқтисодиётимизни барқарор ривожлантиришда хизмат кўрсатиш соҳаси тобора катта роль ўйнамоқда. Биз ўтган йилнинг бошида 2013-2016 йилларда қишлоқ жойларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш юзасидан қўшимча чора-тадбирлар дастурини тасдиқладик. 2013 йилда хизмат кўрсатиш бўйича 13 мингдан ортиқ корхона, жумладан, савдо-маиший комплекслар, минибанклар ва суғурта компаниялари филиаллари ва бошқа корхоналар ташкил этилди” дея таъкидлаган эди [3].

Фермер хўжаликларининг қишлоқ хўжалигининг тезкор ривожланиши ва мамлакат озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш имконини берувчи қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларга механизация ва агросервис хизматларини кўрсатиш тизимини такомиллаштириш бўйича комплекс чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Фермер хўжаликларига қишлоқ хўжалик техникасини етказиб бериш ва агросервис хизмати кўрсатиш ҳамда механизация хизматлари кўрсатишнинг ягона ўзаро боғланган тизимининг яратилиши фермер хўжаликлари, “Ўзагросервис” АЖ ташкилотларининг агросервис корхоналари ва машина-трактор паркларини қайта жиҳозлашни таъминлаш имконини берди. Шу билан бирга, мазкур соҳада ўтказилган таҳлиллар, фермер хўжаликлари қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришида механизация ва агросервис хизматларини кўрсатиш тизимида қатор тизимли муаммолар сақланиб қолаётганлигини кўрсатди. Ушбу муаммоларни бартараф этиш, фермер хўжаликлари қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришига кўрсатилаётган механизация ва агросервис хизматлари кўрсатиш даражаси ва сифатини ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 29 майдаги ПҚ-3751-сонли “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларга механизация ва сервис хизматларини кўрсатиш самарадорлигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” Қарори қабул қилинди [1].

Қишлоқ хўжалигида олиб борилаётган иқтисодий ислохотлар натижасида фермер хўжаликларининг ер майдонларини оптималлаштириш ва уларга агросервис хизмат кўрсатувчи корхоналар ўртасидаги ташкилий-иқтисодий муносабатларнинг ўзгаришига олиб келади. Айни вақтда агросервис хизмат кўрсатувчи корхоналар фаолиятдан фойдаланувчи фермер хўжаликлари сонининг ўзгаришига қарамасдан, улар ўртасидаги ташкилий-иқтисодий муносабатларни такомиллаштиришни тақозо этмоқда.

Фермер хўжаликлари ва агросервис корхоналари ўртасидаги ташкилий-иқтисодий муносабатларини ривожлантиришда қуйидаги жиҳатларга амал қилиш лозим:

- ҳар бир ҳудуд шарт-шароитларини ҳисобга олган ҳолда тегишли фермер хўжаликлари сонини шакллантириш;
- фермер хўжаликлари ва агросервис корхоналарининг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш;
- фермер хўжаликлари ва агросервис корхоналари инвестицияларни ва инновацион технологияларни жорий этиш ва б.
- фермер хўжаликларида қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш, тайёрлаш, қайта ишлаш, сақлаш ва сотиш жараёнида фермер хўжаликлари турли агросервис хизматлар кўрсатиш сифатини ва рақобатбардошлигини ошириш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларга механизация ва сервис хизматларини кўрсатиш самарадорлигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”. 2018 йил 29 май, ПҚ-3751-сон. (Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 30.05.2018 й., 07/18/3751/1284-сон).
2. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий якунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузаси. //“Халқ сўзи” газетаси, 2017 йил 16 январь.
3. Каримов И.А. 2014 йил юкори ўсиш суръатлари билан ривожланиш, барча мавжуд имкониятларни сафарбар этиш, ўзини оқлаган ислохотлар страте-гиясини изчил давом эттириш йили бўлади // “Халқ сўзи”. – 2014 йил 18 январ.
4. Муқимов З.М. “Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида қишлоқ хўжалигини барқарор ривожлантиришнинг асосий йўналишлари”. 08.00.03 – Макроиқтисодиёт ихтисослиги бўйича иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. Т., 2006 й.
5. Хушматов Х.С. Бозор муносабатларини ривожлантириш шароитида қишлоқ инфратузилма объектларини ташкил этиш ва ривожлантиришнинг устувор йўналишлари. Т.: ЎзБИИТИ, 2007 й. Б. 9-10.

Дустова М.Х.	Dustova M.Kh.
Совершенствование экономических отношений между фермерскими хозяйствами и агросервисными предприятиями	Perfection of economic relations between farms and agro-service enterprises
Аннотация: в статье рассматриваются особенности экономических отношений между фермерскими хозяйствами и агросервисными предприятиями. А также, проанализирован анализ системы предприятий, обслуживающих фермерские хозяйства, и научно обосновано укрепление внешних и внутренних экономических отношений в регулировании их деятельности. Ключевые слова: фермерское хозяйство, агросервис, экономические отношения, сфера услуг, социальная инфраструктура	Abstract: in the article features of economic relations between farms and agroservice enterprises are considered. Also, the analysis of the system of enterprises servicing farms is analyzed, and the strengthening of external and internal economic relations in the regulation of their activities is scientifically justified. Keywords: farming, agroservice, economic relations, services sector, social infrastructure.

А.А.Хусенов – ҚарМIIИ мустақил изланувчиси

ФЕРМЕР ХЎЖАЛИГИДА АГРОСЕРВИСНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация: мақолада агросервиснинг ҳозирги даврдаги иқтисодий аҳамияти, агросервис корхоналарини ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятлари ва агросервис корхоналарини ривожлантириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: фермер хўжалиги, моддий-техника ресурслар, оптималлаштириш, агросервис, диверсификация, монополия, инновация.

Қишлоқ хўжалигининг жаҳон иқтисодиётидаги ўрни кейинги йилларда кескин ривожланиб бормоқда, бу эса мамлакат аҳолисини озиқ-овқат маҳсулотлари ва саноат тармоқларини хомашё билан таъминлашдир. Шунинг учун ҳам, қишлоқ хўжалиги маҳсулоти ишлаб чиқаришнинг асосий омиллари бўлган ер, сув, меҳнат ресурслари ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар миқёсида ўрганиш муҳим аҳамият касб этади. Шу сабабли, ҳар қандай мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда қишлоқ хўжалиги асосий ўринни эгаллайди. Бугунги кунда мамлакатимизда амалга оширилаётган аграр ислохотлар асосан фермер хўжаликларида агросервис хизматларини ташкил этиш ва самарадорлигини ошириш, ислохотларнинг бош мақсади эса келажакда фермер хўжаликларини асосий қишлоқ хўжалик маҳсулотларини етиштирувчи субъект бўлиб қолишига қаратилган.

Маълумки, республикада қишлоқ хўжалигининг асосий мақсади ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш, ички ва ташқи бозорда истеъмол маҳсулотларини сифатли ва самарали етиштириш ҳисобланади. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек, “Қишлоқ хўжалигини янада ислоҳ қилиш ва ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги вазифа — кўп тармоқли фермерликни ривожлантириш, ҳар бир фермер хўжалигининг иқтисодий самарадорлиги ва молиявий барқарорлигини таъминлашдир. Бу масалани биз мамлакатимиз озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлашнинг гарови деб ҳисоблаймиз” деб батафсил тўхталиб ўтилган.¹ Шу боис, бугунги кунда қишлоқ фермер хўжаликларини ривожлантириш учун агросервис тизимини ташкил этиш — қишлоқ хўжалик маҳсулотларини сифат даражасини ошириш, ишлаб чиқариш имкониятини кенгайтириш, ернинг агротехник ҳолатларини яхшилаш, етиштирилган маҳсулотларни қайта ишлаш ёки уни ички ва ташқи бозорга чиқариш муаммоларини ҳал этиш, уларни ташиш харажатларини камайтириш ва қишлоқ хўжалигини молиявий барқарорлигини таъминлаш имконини беради.

Узоқ йиллар давомида тор доирада ихтисослаштирилган қишлоқ хўжалиги корхоналари негизида кўп тармоқли фермер хўжаликларининг шакллантирилаётганлиги, табиий хусусиятлар ва имкониятлардан келиб чиқиб экин майдонларининг оптималлаштирилаётганлиги, ишлаб чиқаришнинг таркибий ўзгариши ва диверсификациялаш жараёни амалга оширилаётганлиги айтиш пайтдаги ҳақиқат ҳисобланади. Чунки, шу асосда мамлакат аҳолиси турли хилдаги, сифатли, арзон ва етарли миқдорда озиқ-овқат маҳсулотлари билан таъминланади, қишлоқ хўжалиги тармоқларини кенг қўламли ривожлантириш учун агросервис хизмат кўрсатиш соҳаларига эҳтиёж янада ошади.

Шунинг учун, фермер хўжаликларида сифатли агросервис хизмат кўрсатиш, етиштирилаётган қишлоқ хўжалик маҳсулотлар сифатига ва миқдорига муҳим омил сифатида таъсир кўрсатади. Ўз навбатида, фермер хўжаликларида агросервис хизматлар кўрсатиш бугунги куннинг долзарб муаммоларидан биридир.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг “Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз” китобининг 1-боби. Тошкент — “Ўзбекистон”, 2017.

Хусусан, бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек, “Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларга механизация ва сервис хизматларини кўрсатиш тизимида муаммолар сақланиб қолаётганлигини кўрсатади. Улар қаторида:

биринчи, “Ўзагротехсаноатхолдинг” АЖ, “Ўзагросервис” АЖ ва улар таркибидаги корхоналарнинг, хусусан, машина-трактор паркларининг якуний молиявий кўрсаткичлари ва фаолиятининг самарасиз ташкил этилганлиги мазкур ташкилотлар фаолияти ва бошқарув тизимини такомиллаштириш бўйича кечиктириб бўлмайдиган чоралар кўрилишини талаб этмоқда;

иккинчи, тадбиркорлик субъектларининг машина-трактор парклари фаолиятига жалб этилмаганлиги уларни ривожлантириш ва модернизация қилиш самарадорлигига салбий таъсир кўрсатмоқда;

учинчи, яқка тартибдаги тадбиркорларга нисбатан механизация ва сервис хизматларини кўрсатишлари борасидаги чекловлар мазкур хизматлар бозорининг тезкор ривожланишига ва қишлоқ хўжалиги ерларининг зарур техника билан кенг қамраб олинишига тўсқинлик қилмоқда;

тўртинчи, механизация ва сервис хизматлари кўрсатувчи ташкилотлар фаолиятини самарали ташкил этишда маҳаллий ижро ҳокимияти органлари манфаатдорлигининг паст даражадалиги уларнинг молиявий барқарорлигига салбий таъсир кўрсатмоқда;

бешинчи, айрим мансабдор шахсларнинг механизация ва сервис хизматлари кўрсатувчи тадбиркорлик субъектлари фаолиятига аралаштирилиши хусусий мулк дахлсизлигининг кафолатлари бузилишига ва мазкур фаолиятни амалга оширишнинг жозибадорлиги пасайишига олиб келмоқда;

олтинчи, агротехник ишларни ташкил этишда алоҳида ёндашувнинг мавжуд эмаслиги, жумладан, ҳудудларнинг ўзига хослигидан келиб чиқилмаслиги, шунингдек, ҳосилдорлиги паст бўлган ерларда механизация хизматлари кўрсатиш соҳасида давлат молиявий кўмагининг мавжуд эмаслиги машина-трактор паркларида сезиларли даражада қарздорликлар пайдо бўлишининг асосий сабабларидан бири бўлиб қолмоқда;

еттинчи, қишлоқ хўжалик техникаси ва унинг эҳтиёт қисмларига бўлган нархларни оптималлаштириш, шунингдек, ўзаро манфаатдорлик шартлари асосида мамлакатга янги илғор ишлаб чиқарувчиларни жалб қилиш борасидаги ишларнинг лозим даражада амалга оширилмаганлиги механизация ва сервис хизматлари бозорининг ривожланишига тўсқинлик қилмоқда, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларининг норозилигини келтириб чиқармоқда ва машина-трактор парклари фаолиятининг самарадорлигини пасайтирмоқда.”¹

Шу муаммоларни ечиш мақсадида, кейинги йилларда республикаимиз ҳукумати томонидан қабул қилинган бир қатор қонунлар ва меъёрий ҳужжатларда, жумладан Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 9 октябрдаги ПФ-5199-сон «Фермер, деҳқон хўжаликлари ва томорқа ер эгаларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш, қишлоқ хўжалиги экин майдонларидан самарали фойдаланиш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони ҳамда Республика Вазирлар Маҳкамасининг “Республика агросаноат комплекси учун замонавий асбоб-ускуналар ва технологияларнинг «UZBEKISTAN AGROTECH EXPO-2017» XII Халқаро ихтисослаштирилган кўргазма-савдосини ҳамда қишлоқ хўжалиги техникаси ва машиналарининг «UZBEKISTAN AGROMASH EXPO-2017» VI Халқаро ихтисослаштирилган кўргазмасини ташкил этиш ва ўтказиш чора-

¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларга механизация ва сервис хизматларини кўрсатиш самарадорлигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПҚ – 3751 сонли қарори. 2018 йил, 30 май.

тадбирлари тўғрисида”ги 2017 йил 17 май, 289-сонли қарорига асосан қишлоқда саноат ишлаб чиқариши ва қурилишини янада жадал ривожлантириш, мева-сабзавот ва чорвачилик маҳсулотларини қайта ишлаш бўйича энг янги технологиялар ва замонавий техника билан жиҳозланган ихчам корхоналарни ташкил этиш, етакчи хорижий компаниялар томонидан ишлаб чиқариладиган илғор, юқори самарали технологиялар ва асбоб-ускуналар билан танишиш учун фермер хўжаликлари, агрофирмалар, бошқа тадбиркорлик субъектларига қулай шарт-шароитлар яратиш, шунингдек уларни сотиб олишда уларга қўмаклашиш мақсадида агросервисни ривожлантириш ҳозирги куннинг долзарб вазифаларидан биридир.

Шунингдек, фермер хўжаликларига агросервис хизмати кўрсатувчи, шаҳобчаларда ишлаб чиқаришни ташкил этиш, маркетинг, менежмент ва бошқа зарурий соҳалар бўйича энг замонавий билимларга эга бўлган мутахассисларни тайёрлаш лозим. Бундай мутахассисларни тайёрлаш маҳаллий шароитлардан келиб чиққан ҳолда ташкил этилиши режалаштирилган сервис хизмати кўрсатувчи, моддий-техника ресурслари билан таъминловчи шаҳобчаларининг турига қараб махсус режалаштирилиши лозим. Масалан, фермер хўжаликларига хизмат кўрсатувчи шаҳобчаларни ташкил қилиш учун, аввало, ана шу жойда тегишли мутахассисликка эга бўлган кадрларнинг бор ёки йўқлиги ўрганилиши агар зарурат бўлса, маҳаллий кадрларни тайёрлаш учун махсус ўқув курслар ташкил этилиши лозим. Фермер хўжаликларига агросервис хизмат кўрсатувчи шаҳобчалар учун зарур бўладиган мутахассисларни тайёрлаш, вақти-вақти билан уларнинг малакасини ошириш билан боғлиқ бўладиган барча харажатларни давлат ўз зиммасига олиши лозим.

Шундай экан, республикамиз фермер хўжаликларида ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишнинг муҳим омили сифатида агросервис хизматини йўлга қўйиш муҳим устувор вазифа сифатида намоён бўлади (1-расм).

Умуман олганда, бугунги кунда юқорида келтириб ўтилган вазифалар юзасидан фермер хўжалигида моддий-техника ресурслари билан таъминлаш ва хизмат кўрсатиш тизимини ташкил этиш натижасида бугунги кунга келиб мамлакатимизда 1757 та ММТП, 1712 та СИУ, 1389 та ЁММ ва 935 та минерал ўғит сотиш шаҳобчалари, 1478 та минибанк, 424 та қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини тайёрлаш, 2411 та зотли моллар сотиш ва зооветеринария хизматлари, 82 та транспорт хизмати кўрсатиш, 78 та тара идишлар тайёрлаш ва қадоклаш бўйича шаҳобчалар фаолият кўрсатмоқда.

Хулоса қилиб айтганда, янги ташкил этилган, ҳажм жиҳатдан унча катта бўлмаган агросервис хизмат кўрсатувчи ёки таъминот билан шуғулланувчи корхоналар баъзи ҳолатларда йирик корхоналар билан бўладиган рақобатга бардош бера олмайдилар. Шунинг учун ҳам давлат томонидан рақобат шароитида кичик корхоналарни синиб кетмаслиги учун самарали механизмлар жорий қилиниши лозим. Бундан ташқари бугунги кунда қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши учун зарур бўлган ресурслар, яъни минерал ўғит, ёқилғи-мойлаш материаллари, захарли кимёвий воситаларни тақсимлашни давлат монополиясидан чиқариш ва уларни сотиб олиш бўйича эркин бозорни вужудга келтириш лозим.

Фермер хўжалигига агросервис хизмат кўрсатиш тизими тармоқлари ичида шундай йирик объектлар ҳам борки, улар табиий монополиялар ҳисобланади. Фермер хўжаликлари билан бевосита алоқада бўлмасалар ҳам билвосита алоқада бўладилар ва уларнинг фаолияти фермер хўжаликлари фаолиятига таъсир кўрсатади. Бундай объектлар билан рақобатчи корхоналарни вужудга келтиришнинг ҳеч қандай имкони йўқ. Шунинг учун ҳам бу каби субъектларда монополияни давлат томонидан бошқаришга монополистик фаолиятнинг ҳудудий чегараларини белгилаш, улар томонидан кўрсатилаётган хизматлар сифати, хизмат учун белгиланган баҳоларни назорат қилиб турилиши лозим.



1-расм. Фермер хўжаликларида агросервис хизматларининг асосий вазифалари¹

Фермер хўжаликларида агросервис хизматларини ташкил этиш қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқаришни кенгайтириш, маҳсулот сифатини ошириш, сақлаш, қайта ишлаш ва иқтисодий самарадорлигини ошириш ҳамда қишлоқ жойлардаги ижтимоий масалаларни ҳал қилиш имконини беради.

А.Хусенов Научные основы развития и организации агросервиса в фермерском хозяйстве Аннотация: в статье рассматривается экономическое значение в современном этапе а также особенности и формирование успешного бренда в современном мире. А также научно обосновано организация агросервиса в фермерском хозяйстве и его развитие. Ключевые слова: фермерские хозяйства, материально-технический ресурс, оптимизация, агросервис, диверсификация, монополия, инновации.	A.Husenov Scientific basis of development and organization of agroservice in farming Abstract: the article examines the economic significance in the current stage and also the features and shaping of a successful brand in the modern world. Scientifically justified the organization of agroservice in the farm and their development. Keywords: logistic, material and technical resource, optimization, agroservice, diversification, monopoly, innovation.
---	--

¹Муаллифнинг илмий-тадқиқотлари асосида тузилган.

О.А.Шерматов – АҚХИ доценти, и.ф.н.,

ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИДА РАҚОБАТБАРДОШ ТАРМОҚЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация: мақола мамлакатимиз рақобатбардошлигини таъминлаши мумкин бўлган соҳалардан бири бўлган қишлоқ хўжалиги соҳасига бағишланган. Бунда рақобатбардошлик серқирра ва мураккаб иқтисодий категория сифатида, уни таркиб топишига кўп сонли омиллар таъсир кўрсатиши, унинг даражасини иқтисодий жиҳатдан таҳлил этишда унга таъсир этувчи барча омилларни икки гуруҳга (таннархи ва сифатга) ажратган ҳолда қараб чиқилган.

Калит сўзлар: рақобатбардош, таннарх, илмий ишланмалар, замонавий техника-технологиялар, глобаллашув, рақобатбардош товарлар, меҳнат унумдорлиги, инновацион ғоялар.

2017–2021 йилларда мамлакатимизни ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси, жумладан, «Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили» Давлат дастурида мамлакатимизда рақобатбардош иқтисодиётни шакллантириш энг муҳим вазифа эканлиги таъкидлаб ўтилган. Бугунги кунда рақобатбардош иқтисодиёт деганда:

- аввало, тармоқда хусусий мулкчиликка асосланган тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш учун яратилган керакли барча шароитлар;
- аҳоли турмуш даражасини доимий яхшиланиб боришига хизмат қиладиган бозор иқтисодиёти қонунлари асосида ишлаб чиқилган хўжалик механизми;
- таннархи паст ва сифати юқори бўлган маҳсулот ишлаб чиқариш технологияларини самарали амалиёти;
- ишлаб чиқариш ресурслари эркин ҳаракатланадиган ва бозор механизми ёрдамида тартибга солинадиган очик иқтисодий тизим тушунилади.

Жаҳонда молиявий-иқтисодий инқироз асоратлари тўлалигича бартараф этилмаган бир шароитда бундай мақсадларга эришиш учун айнан бизнинг мамлакатимизда асосли имкониятлар мавжуд.

Рақобатбардош иқтисодиётни барпо этиш масаласининг энг мураккаб томони – бу келажакда мамлакат иқтисодиётида локомотив ролини бажарадиган соҳаларни танлаб олишдан иборатдир. Мамлакатимиз рақобатбардошлигини таъминлаши мумкин бўлган соҳалардан бири – бу қишлоқ хўжалиги ҳисобланади. Чунки, қишлоқ хўжалиги аҳоли учун озиқ-овқат манбаи, саноат учун эса хомашё етиштириб беради. Қишлоқ хўжалигида юқори самарадорликка эришсак, унинг ёрдамида кимё саноати, қишлоқ хўжалик машинасозлиги, энергетика соҳалари ҳам юқори чўққиларга кўтарилиши мумкин. Мамлакатимиз аҳолисининг даромадлари кўпайиб бориши билан бирга саноатнинг истеъмол товарлари ишлаб чиқарадиган бошқа соҳалари ҳам ривожланиб бораверади.

Бугунги кунда мамлакатимиз қишлоқ хўжалигида асосий хўжалик юритиш шакли ҳисобланган фермер хўжаликларини иқтисодий жиҳатдан барқарор ривожланишини таъминлаш ва иқтисодий самарадорлигини оптимал даражага кўтариш масалалари соҳа рақобатбардошлигини таъмин лашнинг асосий омили ҳисобланади. Фермер хўжаликлари томонидан етиштирилаётган маҳсулотларнинг рақобатбардошлиги ҳозирги кунда уни иқтисодий барқарорлигини таъминлашнинг ва самарадорлигини оширишнинг ҳал қилувчи омилига айланди. Рақобатбардошлик серқирра ва мураккаб иқтисодий категория бўлиб, уни таркиб топишига кўп сонли омиллар таъсир кўрсатади. Рақобатбардошлик даражасини иқтисодий жиҳатдан таҳлил этишда унга таъсир этувчи барча омиллар одатда икки асосий гуруҳга ажратилади. Улар етиштирилаётган маҳсулотларнинг таннархи ва уни сифатидир.

Маҳсулот таннархи – фермер хўжалиги самарадорлигини аниқлашда қўлланиладиган энг асосий иқтисодий категориялардан бири бўлиб, у ўзида ишлаб

чиқариш ресурсларидан фойдаланиш даражасини акс эттиради. Уни таркибига моддий харажатлар, иш ҳақи, ижтимоий ажратмалар, амортизация ва бошқа харажатлар киради. Бугунги бозор иқтисодиёти шароитида мамлакатимизда фаолият юритаётган 160 мингдан ортиқ фермер хўжаликларида етиштирилаётган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини таннархини оптималлаштириш анча мураккаб жараён ҳисобланади. Қишлоқ хўжалигида маҳсулот етиштиришда энг аввало етиштирилаётган маҳсулот сифатини мунтазам яхшилаб бориш ва уни таннархини оптимал ҳолатгача пасайтириш асосида маҳсулот рақобатбардошлигини таъминлаш энг долзарб вазифалардан ҳисобланади. Бу масалаларни муваффақиятли ҳал этиш маҳсулот ишлаб чиқариш учун сарф этиладиган харажатлардан самарали фойдаланиш асосида маҳсулот таннархини пасайтириш билан бевосита боғлиқдир.

Қишлоқ хўжалигида амалга оширилаётган ислохотлар жараёнида қишлоқ хўжалиги маҳсулоти етиштиришда сарф этиладиган харажатлардан самарали фойдаланиш масаласига давлат томонидан алоҳида эътибор қаратиб келинмоқда. Сабаби, охириги йилларда саноатда ишлаб чиқарилиб қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари етиштиришда фойдаланилаётган саноат маҳсулотлари (техника, ўғитлар, ёқилғи ва мойлаш материаллари, кимёвий воситалар ва ҳоказо)нинг нархлари кескин кўтарилиши оқибатида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини таннархини ортиб кетиши ҳолатлари кузатилмоқда. Бу ҳолат қишлоқ хўжалигидаги давлат буюртмалари асосида етиштирилаётган пахта хомашёси ва бошоқли дон етиштиришга ҳам тааллуқли бўлиб, охириги йилларда пахта хомашёси ва бошоқли дон етиштиришда маҳсулот таннархига тўғридан-тўғри таъсир кўрсатувчи моддий харажатларни кескин кўтарилиши кузатилмоқда. Чунки, фермер хўжаликлари томонидан етиштирилаётган бирламчи қишлоқ хўжалик маҳсулотлари бўлган пахта ва ғаллани етиштириш харажатларини асосий қисмини саноатда ишлаб чиқарилган ресурслардан ташкил топган моддий харажатлар ташкил этади. Мазкур масалага Президентимиз томонидан алоҳида эътибор қаратилиб, Президентнинг 2018 йил 28 февралда “Пахта хомашёси ва бошоқли дон етиштиришни молиялаштириш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3574 сонли қарори қабул қилинди. Президентимиз томонидан қабул қилинган ушбу қарор ижросини таъминлаш мақсадида Вазирлар Маҳкамасини “Қишлоқ хўжалигида бозор механизмларини кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 149-сонли қарори қабул қилинди. Ушбу ҳукукий ҳужжатлар асосида:

- 2018 йил 1 мартдан бошлаб ишлаб чиқарувчиларни рентабеллиги ошишини ва юқори сифатли рақобатбардош маҳсулотлар етиштиришни рағбатлантиришни таъминлайдиган навлар ва класслар бўйича пахта хомашёси ва бошоқли дон хариди юзасидан кафолатланган давлат харид баҳолари ўрнатилди;

- пахта ва ғалла етиштириш харажатларини молиялаштириш учун “Агробанк” томонидан ажратиладиган кредит ресурсларини ҳудудлар, ойлар ва харажат турлари бўйича кафолатли тақсимлаш ҳажмлари белгиланди;

- фермерлар томонидан биржа савдоларидан сотиб олинadиган минерал ўғитларга чекланган нархлар белгиланди ва бу нархлар 1 мартдан 1 августга қадар ўзгартирилмаслиги белгилаб қўйилди, минерал ўғитларга нисбатан чекланган нархларни белгилашда етиштирилаётган маҳсулот таннархи ҳисобга олинган ҳолда таннархни 10 фоизидан ошиб кетмаслиги ҳисобга олинди;

- фермер хўжаликларида пахта ва ғалла етиштиришда фойдаланиладиган ёқилғи ресурсларига ҳам чекланган харид баҳолари ўрнатилди;

- тупроқ унумдорлиги паст ва охириги уч йил мобайнида ҳосилдорлик гектарига 15 центнердан паст бўлган ерларга пахта хом-ашёсига давлат буюртмасини жойлаштирмаслик, бунинг ўрнига харидоргир маҳсулотлар экилиши белгиланди.¹ Энг асосийси, Президент қарори асосида қишлоқ хўжалигида иқтисодий асосли ва адолатли тизим яратилиб, пахта-

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 28 февралда “Пахта хомашёси ва бошоқли дон етиштиришни молиялаштириш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3574 сонли қарори.

ғалланинг харид нархи харажатларни қоплайдиган ва фойдани таъминлайдиган қилиб белгилаб қўйилди. Президентимиз қарори асосидаги келтирилган пахта ва бошоқли дон етиштирувчи фермер хўжаликларини иқтисодий жиҳатдан рағбатлантирувчи омилларнинг барчаси етиштирилаётган маҳсулотлар харид баҳолари билан шу маҳсулотларни етиштиришда фойдаланиладиган саноат маҳсулотлари харид баҳолари ўртасидаги номутаносибликка барҳам бериб албатта, қишлоқ хўжалиги маҳсулоти рақобатбардошлигини оширишга хизмат қилади.

Фермер хўжалиги маҳсулоти рақобатбардошлигига таъсир этувчи иккинчи гуруҳ омилларга унинг сифати киради. Тарихда сифат атамасига турлича таърифлар берилган. Жумладан, эрамиздан олдинги III асрда Аристотель сифат атамасини предметлар ўртасидаги фарқлар ва уларни «яхши-ёмон» белгилари билан ажратиш, деб таърифлаган. Демак, сифат атамаси нисбий тушунча бўлиб, у бозорда, яъни маҳсулотлар ўзаро алмашилганда юзага чиқади. Сифат даражаси эса маҳсулотларни таққослаш, солиштириш асосида аниқланади. Маҳсулот сифати уни турига қараб ташқи кўриниши, қулайлиги, ихчамлиги, фойдаланиш муддати, нави, софлиги, тозаллиги, фойдалилиги каби бир қатор хусусиятларга эга. Демак, сифат категорияси иқтисодий жиҳатдан маҳсулот ва хизматларда мужассамланган хосса ва таснифлар мажмуаси бўлиб, жамиятдаги маълум бир эҳтиёжларни қондириш қобилиятини билдиради.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, бугунги кунда қишлоқ хўжалиги рақобатбардошлигини таъминлашга хизмат қиладиган қуйидагиларни ҳавола этамиз:

- қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар таннархини босқичма-босқич пасайтириш механизмларини ишлаб чиқиш;
- соҳада энергия тежамкорлигига эришишни рағбатлантирувчи янги самарали инновацион технологияларни амалиётга жорий этиш;
- қишлоқ хўжалигида меҳнат унумдорлигини ошириш ҳисобига юқори рентабелли маҳсулотлар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш;
- соҳада бошқарувнинг бугунги кунда энг самарали усулларида ҳисобланган иқтисодий усулларида кенг фойдаланишни йўлга қўйиш;
- соҳада жаҳон бозорининг ўзгарувчан конъюнктурасига тез мослаша оладиган ишлаб чиқариш технологияларини жорий этиш асосида рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш ва ҳ.к.

Мамлакатимиз қишлоқ хўжалигида юқорида келтирилган тақлифларни муваффақиятли амалга оширилиши тармоқ иқтисодий самарадорлигини оптимал даражага кўтариш, тармоқда меҳнат унумдорлигини ошириш асосида аграр тармоқ рақобатбардошлигини таъминлаш учун мустаҳкам асос бўлади, деб ҳисоблаймиз.

О.А.Шерматов Организационно-экономические основы формирования конкурентоспособных сельскохозяйственных секторов	O.Shermatov Organizational and economic bases of formation of competitive agricultural sectors
Аннотация:статья посвящена сельскому хозяйству - одному из секторов, которые могут обеспечить конкурентоспособность страны. Конкурентоспособность - сложная экономическая категория, на ее состав влияют множество факторов. Все факторы, влияющие на экономическую конкурентоспособность, обычно делятся на две основные группы. Это стоимость и качество выпускаемой продукции. Ключевые слова:конкурентоспособность, ценообразование, научные разработки, современные технологии, глобализация, конкурентоспособные товары, производительность труда, инновационные идеи.	Abstract:the article is devoted to agriculture - one of the sectors that can ensure the country's competitiveness. Competitiveness is a complex economic category, and many factors influence its composition. All factors affecting economic competitiveness are typically divided into two main groups. They are the cost and quality of produced products. Keywords:competitiveness, pricing, scientific developments, modern tecnica technologies, globalization, competitive goods, labor productivity, innovative ideas.

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС

И.Х.Шукуров – СамИСИ кафедра мудири, т.ф.н.,

Ш.Ниёзова, Ў.Муқимова – СамИСИ магистрантлари

ОВҚАТЛАНИШ СЕРВИСИДАГИ АЙРИМ МУАММОЛАР ВА УЛАРНИ БАРТАРАФ ЭТИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: бу ишда республикаимиз иқтисодиётининг бўғинларидан бири бўлган туризмни ривожланишида овқатланиш корхоналарининг аҳамияти тўғрисида фикрлар баён этилган. Шунингдек, мазкур ишда овқатланиш корхонаси ҳисобланган ресторанларнинг ҳолати, хизмат кўрсатиш даражаси ва уларда учраб турадиган айрим муаммолар ёритилган. Муаммоларни бартараф этиш бўйича керакли таклиф ва ҳулосалар қилинган.

Калит сўзлар: ресторан, қурилиш меъёрлари ва қоидалари, санитария қоидалари ва меъёрлари, санитария эпидимиология назорат маркази.

Республикаимиз ўзининг ранг-баранг табиатга эга бўлган географик ўрни, бетакрор тарихий обидалари ва сўлим гўшалари билан ажралиб туради. Бундай имкониятларнинг мавжудлиги ўз навбатида Республикаимиз иқтисодиётининг асосий таркибий қисми ҳисобланган туризм соҳасини ривожлантириш учун асосий манба бўлиб хизмат қилмоқда.¹ Кейинги йилларда, туризмни ривожлантириш борасида “Ўзбектуризм” миллий компанияси ва унинг тасарруфидаги субъектлар томонидан олиб борилаётган кенг қўламли ишларнинг самараси ўлароқ, мазкур соҳада иқтисодий кўрсаткичларнинг барқарорлиги кузатилмоқда. Хусусан, сўнгги уч-тўрт йилда мамлакатимизга ташриф буюраётган хорижий сайёҳлар сонининг 30%га ошганлиги ва соҳадаги экспорт миқдорининг 3 баробарга кўпайганлиги миллий сайёҳлик хизматларининг дунё бозорида кенг тарғиб қилинаётганлигидан далолат бермоқда. Шунингдек, соҳа етакчиси бўлган “Ўзбектуризм” миллий компанияси ва унга қарашли бўлган корхоналарнинг истиқболдаги вазифаларидан бири республикаимизда туризмни янги қирраларини очиш орқали туристик маршрутларни ишлаб чиқишдан иборатдир. Айтиш жоизки, юқори даражадаги туристик маршрутларни ташкил этишда туризм инфратузилмаси таркибидаги хўжалик юритувчи субъектлар ҳамда улар фаолиятининг қай даражада ташкил этилганликлари ҳам муҳим кўрсаткичлардан саналади.

Ҳолбуки, республикаимизда фаолият юритаётган туристик корхоналар тизимида овқатланиш корхоналари алоҳида ўрин эгаллайди. Ҳозирги вақтда, республикаимиз ҳудудида турли мулкчилик шаклига эга бўлган овқатланиш корхоналари –ресторан, кафе, бар, тамаддихона, ошхона ва бошқалар мавжуд бўлиб, улар бир-бирларидан ишлаб чиқарилаётган таомлар ассортиментларининг чегараланганлиги, таомлар нархи, хизматлар кўрсатиш даражаси каби кўрсаткичлари билан фарқланади. Ресторан – бу овқатланиш корхонасининг барча кўрсаткичлари бўйича (ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш) устунликка эга бўлган тури ҳисобланади. Шу билан бирга, ресторан хизмати бошқа овқатланиш корхоналаридан фарқли ўлароқ, мижозларнинг яхши дам олиб, ҳордиқ чиқаришини таъминлашни ўз ичига олади.² Ресторанларда хизмат кўрсатиш маданияти деганда, ресторан фаолиятида бажарилиши зарур бўлган барча асосий хизматларни белгиланган қоида ва меъёрлар бўйича ўз вақтида тўла-тўқис амалга оширилиши тушунилади. Шундай экан, хизматлар кўрсатиш маданиятига таъсир этувчи бир қатор омиллар ҳам мавжуд бўлиб, улар жумласига ресторанларда фаолият юритаётган ходимларнинг махсус билим ва малакага эга бўлишлари, хизмат кўрсатиш ҳудудларининг “Қурилиш меъёрлари ва қоидалари” га мос келиши, ресторан жиҳозларининг замонавийлиги, дизайни ва шу кабиларни киритиш мумкин. Ресторан

¹ www.uzbektourism.uz

² <http://standart.uz>

хизматларини юқорида қайд этилган омиллар асосида ташкил этилиши унинг нуфузини белгилаш учун хизмат қилади. Кейинги пайтларда, ресторанларда асосий хизматлардан ташқари, қўшимча хизматлар (таксига буюртма бериш, сурагга олиш, мижоз истаган қўшиқ учун буюртма бериш, кимёвий тозалаш ва бошқалар) ҳам ташкил этилмоқда. Бу эса ўз навбатида ресторан нуфузининг янада юқори бўлишига сабаб бўлади.

Айтиш жоизки, бугунги кунда ресторанларда кўрсатилаётган хизматлар маданиятини ҳамма вақт ҳам етарли даражада деб бўлмайди. Айрим ҳолатларда, мижозлар ресторанларда кўрсатилаётган хизматларнинг тўлиқ бажарилмаслик ҳолатларига ёки махсус билим ва малакага эга бўлмаган ходимлар хизматида дуч келишади. Бундай вазиятда дам олиш учун келган мижоз руҳиятида чарчоқ сезила бошлайди. Масалан, кейинги пайтларда фаолият юритаётган кўпчилик ресторанларда асосий хизмат турларидан бири ҳисобланган гардиروبнинг йўқлиги, қўл ювиш мосламалари ва ҳожатхона ячейкаларининг меъёридан камлиги кузатишмоқда. Ўзингиз ўйлаб кўринг, айтиш киши кунларининг бирида ресторанга дам олиш учун келган киши қўлидаги юк ва устки кийимини гардиробга топшириб кириш ўрнига, ўзи билан овқатланиш залига олиб кирса, ёки бўлмаса, дам олиш вақтининг анчагина қисмини ҳожат чиқариш учун навбат кутишда ўтказса, ноқулай аҳволда қолмайдими? Бундай ҳолатларда, албатта мижозларнинг ресторан хизматларидан ҳақли равишда норози бўлишларига сабаб бўлади ва ўз ўрнида ресторанда кўрсатиладиган хизматлар маданиятининг пастлигидан далолат беради.¹ Кўп йиллик ўрганишлар ва кузатишлар шуни кўрсатадики, бундай ҳолатларнинг бўлиши, айтиш хусусий ресторанлар фаолиятида учрайди. Чунки бундай ресторан соҳибларининг кўпчилиги бошқа соҳа мутахассислари бўлиб, махсус билимга эга бўлмаганликлари учун хизмат кўрсатиш маданиятининг сир-асрорларидан бирмунча йироқ бўлишади. Шу боис, бизнинг фикримизча, барча хусусий ресторанларда фаолият юритадиган иш бошқарувчи ёки менежерлар махсус ихтисосликка эга бўлган мутахассислардан бўлиши мақсадга мувофиқ бўлади.

Шунингдек, ресторанларда хизмат кўрсатиш маданиятини белгилайдиган омиллардан яна бири официантлар хизмати ҳисобланади. Маълумки, улар хизмат фаолияти давомида мижозлар билан бевосита, яъни юзма-юз мулоқотда бўлишади. Ҳолбуки, ресторан хизматининг бу бўғини жуда муҳим бўлиб, мижозлар қайфиятининг у ёки бу томонга ўзгаришига тез таъсир кўрсатади. Шунинг учун, ресторан хизматлари маданияти даражасини аниқлашда официантлар хизмати жуда муҳим ҳисобланади. Ресторанларда официантларнинг хизмат фаолиятидаги бажарадиган вазифалари кенг қамровли ва нозик бўлиб, уларни юксак дид билан амалга оширишни талаб этади. Улар томонидан амалга ошириладиган хизмат турлари қуйидагилардан иборат:

- мижозларни касбий этикет қоидалари асосида кутиб олиш;
- овқатланиш ва дам олиш учун келган мижозларни таркиби (жинси), ёшини эътиборга олган ҳолда белгиланган қоидалар асосида жойлаштириш ва қўмаклашиш;
- белгиланган қоидаларга риоя этган ҳолда буюртма олиш;
- столни серверовка қилиш ва қўшимча идишлар билан таъминлаш;
- мижозлар томонидан берилган саволларга хушмуомалалик билан жавоб бериш;
- хизмат вазифасидаги барча операцияларни ўз вақтида бажарилишини таъминлаш;
- белгиланган қоидалар асосида ҳисоб-китоб қилиш ва хушмуомалалик билан уларни кузатиш каби вазифаларни ўз ичига олади.

Айтиш жоизки, ҳозирги вақтда фаолият кўрсатаётган кўпчилик ресторанларда хизмат кўрсатаётган официантларнинг махсус билимга эга эмасликлари ва

¹ Каролев А.А. Гигиена питания 3-е издание Москва-2018 г с 33-35

тажрибасизлиги кўзга ташланмоқда. Бу эса ўз навбатида ресторанда кўрсатилаётган хизматлар маданиятига салбий таъсир қилади. Шу боис, соҳада юз бераётган муаммоли вазиятларни бартараф этиш ва ресторанларда кўрсатиладиган хизматлар маданиятини янада яхшилаш мақсадида қуйидагиларни амалга ошириш лозим деб ҳисоблаймиз:

- ресторанлардаги хизматлар кўрсатиш участкаларининг меъёрий кўрсаткичларини, шу соҳа учун ишлаб чиқилган “Қурилиш меъёрлари ва қоидалари” га мослигини таъминлаш;
- ресторан фаолияти устидан назорат қилувчи Санитария эпидимиология назорат маркази ва бошқа ваколатли ташкилотларнинг ва ўз навбатида назорат ташкилотлари олдида ресторан ходимларининг масъулиятларини янада ошириш;
- ресторанларда, айниқса хусусий ресторанларда фаолият юритаётган иш бошқарувчи ёки менежерларнинг махсус ихтисосликка эга бўлган мутахассислардан танланишига эришиш;
- ресторанда хизмат кўрсатувчи ходимларнинг махсус билимга эга бўлишлари ресторан фаолияти кун тартибининг асосий масаласига айланиши ва зарурат сезилганда уларнинг малакаларини оширишлари учун етарли шароит яратилишини таъминлаш;
- хориждан келаётган меҳмонлар билан бевосита мулоқот қилиш даражасига эришиш ва уларнинг миллий таомларини тайёрлаш технологиялари тўғрисида етарли билимга эга бўлиш чораларини кўриш;
- мазкур соҳа бўйича олий ўқув юртига кираётган абутуриентларни қабул қилишда, уларнинг соҳага бўлган мойиллиги ва қизиқишларини ҳисобга олиш каби тадбирларни амалга ошириш лозим.

Бизнинг фикримизча, юқорида қайд этилган таклифларни амалга оширилиши ресторанларда кўрсатиладиган хизматлар кўрсатиш маданиятининг савиясига, ресторан нуфузи ва унинг самарадорлик даражасига ижобий таъсир кўрсатади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. WTTC travel&tourism Economic Impact. Uzbekistan, 2017.
2. Акулова К.И., Бризгалоной Е.А. Инструктивно-методические материалы по гигиене питания., РСФСР-78 - 2016г.
3. Каролев А. А. Гигиена питания 3- е издание Москва, 2008 г. - С 33- 55.
4. Джеллиф Д.Б. «Оценка состояния питания населения» Женева-2010г.
5. www.uzbektourism.uz
6. <http://standart.uz>

И.Шукуров,Ш.Ниязова, У.Мукимова Некоторые проблемы обслуживания продуктов питания и способы их преодоления Аннотация: в данной статье рассматривается значение предприятий питания в развитии туристической деятельности – являющейся неотъемлемой частью экономики республики. А также, изложены положения деятельности ресторанов, уровень их сервиса и проблемы с которыми они сталкиваются. Так же, в ней приведены необходимые выводы и предложения. Ключевые слово: ресторан, строитель-ные нормы и правила, санитарные нормы и правила,санитарная-эпидимиологическая станция.	I.Shukhurov,Sh.Niyozova, U.Mukimova Some problems with food service and ways to overcome them Abstract: this article discusses the importance of catering enterprises in the development of tourism activities - an integral part of the economy of the republic. The paper outlines the provisions of the activities of restaurants, their level of service and the problems they face. Also, it contains the necessary conclusions and suggestions. Keywords: restaurant, building regulations and rules, sanitary regulations and rules, sanitary epidemiological control center
--	---

З.С.Эшонкулов – Самарқанд вилояти Имом хатиби, СамДУ магистранти

САВДО ХИЗМАТИНИ КЎРСАТИШНИНГ ҲАЛОЛЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШДА ИСЛОМИЙ ТАЛАБЛАР

Аннотация: мақолада савдо хизматларикўрсатишнинг ҳалоллиги ҳақида исломий талабларга алоҳида аҳамият берилган. Бунда сотувчи билан сотиб олувчи ўртасидаги олди-сотдида молни сотиш ёки олишга бўлган розиликни билдирувчи сўз ё амал савдо рукнининг асоси сифатида қаралган. Шунингдек, ишда савдо бўлиши, тугаллиги, тўғрилиги ва амалга ошишининг ўзига яраша шартлари ҳам кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: савдо, савдогар, ҳалоллик, ростгўйлик, гуноҳ, барака, тижорат, тожир, тижоратчи, мол.

Ҳар бир инсон молу-дунёга рағбатли қилиб яратилган. Шу боис у кўпинча мол-дунё тўплаб фаровон ҳаёт кечиришга интилади, турли йўллар билан мол-мулкни қўлга киритиш пайида бўлади. Молу-дунё, бойлик орттиришнинг ягона йўли тўғри ва ҳалол касб билан меҳнат орқали эришишдир. Зеро, манбаларда касбларнинг энг яхшиси ҳалол савдо, ундан кейин чорвадорлик, деҳқончилик, ҳунармандчилик экани келтирилган.

Шунингдек, савдо азалдан энг шарафли, фойдали ва мақталган касблардан саналган. Аллоҳ таоло савдони ҳалол, рибони эса ҳаром қилгани ҳақида бундай деган: "...Аллоҳ байъни ҳалол, судхўрликни (эса) ҳаром қилган..." (Бақара, 275). Чунки тижоратда фойда кўриш ҳам, куйиб қолиш ҳам эҳтимоли бор. Савдогар фойда кўришни умид қила туриб, куйиб қолишни ҳам бўйнига олиб иш бошлайди. Харажат қилиб одамларга керакли молларни олиб келади, сақлайди ва зарур барча хизматларни қилади.

"Савдо" арабчада "байъ" дейилиб, луғатда ўзаро бир нарсани алмаштиришни билдиради. Шариатда эса бир молни бошқа мол эвазига рози бўлиб қабул қилишга айтилади. Умуман олганда, савдо атамаси "тижорат" калимасидан кўра "олди-сотди" деган маънога яқинроқдир. Савдонинг ҳалоллиги жуда катта даражадир. Бу бўйича Абу Саид Худрий розияллоҳу анҳудан ривоят қилинган ҳадисда Расулуллоҳ соллаллоҳу алайҳи васаллам бундай деганлар: "Ростгўй, омонатли тожир (тижоратчи) набийлар, сиддиқлар ва шаҳидлар билан биргадир" (Термизий ривояти). Дарҳақиқат, ҳадиси шарифда айтилганидек, шундай улуғ зотлар билан бир сафда туриш олий даража ҳисобланади. Чунки мазкур сифатларга эга тижоратчи савдо қилганида фожирлик, алдамчилик ва ҳаромхўрликка йўл қўймайди. Агар у тақводор, яхшилик қилувчи ва ростгўй бўлмаса, бу дунёда ҳасрат чекади, охиратда эса шарманда бўлади.

Савдо барака келтирадиган соҳа. Савдогарлик эса, ибодат саналади. Савдогар шариат кўрсатмасига биноан йўл тутса, ибодат саналиши билан бирга яна барака ҳам келтиради. Сабаби, бундай савдогарлар тижоратлари орқали нафақат ўзларига, балки атрофдаги жамият, қишлоқ, шаҳар ва маҳаллаларга ҳам катта манфаат келтириб, кўпчиликнинг эҳтиёжини қондирадилар.

Улуғ зотларнинг биридан: "Обид устунроқми ёки омонатдор савдогарми?" деб сўралганида, бундай жавоб берган эканлар: "Омонатдор савдогар устун. Чунки, молни сотиш ёки олиш пайтида шайтон уни тарозидан ўриб қолишга ундайди, у бунинг аксини қилиб, шайтондан устун келади".

Мўмин энг яхши савдогар, ишчи, деҳқон, косиб, муҳандис, табиб (ва ҳоказо) бўлишга ҳаракат қилиши лозим. Бу талабларга жавоб бериш учун касб қиладиган ишининг ҳақларини ўрнига қўйиш бош вазифаси бўлиши керак. Энг аввало, ўз касбини яхши ҳамда пухта эгаллаши мақсадга мувофиқдир. Оиша розияллоҳу анҳо онамиздан ривоят қилинади: Расулуллоҳ соллаллоҳу алайҳи васаллам: "Албатта, Аллоҳ сизлардан бирингиз иш қилганида, уни яхшилаб бажаришини севади", дедилар (Байҳақий ривояти). Умар ибн Хаттоб розияллоҳу анҳу бундай деганлар: "Эй камбағаллар

жамоаси! Бошларингни кўтариб, савдогарлик қилинлар, албатта, йўл очикдир, одамларга мухтож бўлманлар”.

Тижоратчи молини ўтказиш учун қасам ичиши тўғри эмас. Зеро, Абу Ҳурайра розияллоҳу анхудан ривоят қилинган ҳадисда Расулуллоҳ соллаллоҳу алайҳи васаллам бундай деганлар: “Қасам ичиш савдо молини ўтказувчи, баракани ўчирувчидир” (Бухорий, Муслим ва Абу Довуд ривоятлари). Пайғамбаримиз соллаллоҳу алайҳи васаллам: “Савдогарлик қилинлар, зеро, инсон ризқлари 10 қисм бўлиб, 9 қисми савдогарликда, яъни олди-сотдидадир”, деганлар.

Савдо Ер юзида тинчлик, осойишталик ва кишилар ўртасидаги ишонч ришталарини таъминловчи асосий омиллардандир. Жамиятда у билан шуғулланмайдиган киши деярли йўқ. Киши нимадир сотиб олади ёки сотади. Тижоратнинг тартиб-қоидаларига амал қилингандагина баракали ва фаровон бўлади. Ҳар бир нарсанинг тартиб-қоидалари бўлганидек, савдонинг ҳам тартиб-қоидалари бор.

Ҳазрати Умар розияллоҳу анху савдо қонун-қоидаларини билмайдиганларни ўзига ё ўзига зарар қилмасин, деб бозорга киритмас эканлар. У зот бундай деганлар: “Динда фақиҳ бўлмаган ва савдо қонун-қоидаларини билмаган киши бозорда савдо қилмасин, чунки у ўзига ёки ўзига зарар қилади”. Ҳақиқатан, савдо қоидаларини билмасликнинг оқибати хатарли. Қуйида унинг баъзи қоидалари ҳақида тўхталамиз. Фақат қийматли молнигина сотиш ёки сотиб олиш мумкин. Ҳамма ёки баъзи инсонлар кўнгли тусайдиган ва керакли вақтгача сақлаб қўйиш имкони бўлган, шаръан фойдаланиш жоиз нарса мол ҳисобланади.

Сотувчи билан сотиб олувчи ўртасидаги олди-сотдида молни сотиш ёки олишга бўлган розиликни билдирувчи сўз ё амал савдо рукнининг асосидир. Савдо бўлиши, тугаллиги, тўғрилиги ва амалга ошишининг ўзига яраша шартлари бор.

Биринчидан, сотувчи ҳам, олувчи ҳам ақли расо бўлиши керак. Мажнун, фойда-зарар фарқига бормайдиган ёш боланинг савдоси тўғри бўлмайди.

Иккинчидан, савдода сотувчи билан олувчининг ўзаро розиликлари бир-бирига мувофиқ, ўтган замонда ҳамда бир жойда айтилиши керак. Масалан, она-бола қўйларни сотувчи: “Буларни юз минг сўмга сотдим” деса, олувчи: “Фақат она қўйни олтмиш минг сўмга сотиб олдим” ё “сотиб оламан” деса, ёки бозорни айланиб келиб сўнг: “Юз минг сўмга олдим” деса, тўғри бўлмайди. Чунки биринчидан, олувчининг сўзи сотувчининг сўзига мувофиқ эмас. Иккинчидан, келаси замон шаклида бўлди, учинчидан, сотувчи “сотдим” деган пайтида харидор “олдим” демади, балки айланиб келиб, сўнг айтди. Бундай ҳолатда савдога розиликни билдирувчи сўзлар бир жойда бўлган ҳисобланмайди.

Учинчидан, сотилаётган нарса мавжуд ва уни олувчига топшириш имкони бўлиши керак. Мавжуд бўлмаган ёки йўқ бўлиш хавфи бор нарсани, масалан, етилмаган мева, овланмаган куш ёки балиқни сотиб бўлмайди.

Тўртинчидан, сотилаётган нарса сотувчининг мулки бўлиши ёки сотувчининг уни сотишга ваколати бўлиши керак. Бу талаб савдонинг мукаммал ва тўғри бўлиш шартидир. Бировнинг мулкани унинг рухсатисиз сотиш мумкин эмас.

Бешинчидан, сотилаётган нарса ва унга тўланадиган пул миқдори аниқ бўлиши, савдони бузувчи шартлар қўйилмаслиги, унда икки тараф рози бўлиши, мол насиёга сотилганида пулни тўлаш куни аниқ белгиланиши, кўчмас мулкдан бошқа молларни харидор қабул қилиши лозим. Юқорида санаб ўтилган шартлардан бири топилмаса, савдо тўғри бўлмайди. Уларга риоя қилинган жамиятда фаровонлик ва барака бўлади.

Савдо мол айирбошлаш бўлиши билан бирга кишилар ахлоқини акс эттирувчи кўзгу ҳамдир. Савдода кишиларнинг тўғри сўзлиги, ваъдага вафодорлиги, омонатга содиқлиги каби кўплаб ахлоқий фазилатлар намоён бўлади. Аллоҳ таоло инсоннинг ризқини ҳам бошқа жонзотларники каби азалдан белгилаб қўйган. Фақатгина инсон мавжудотлар ичида ақлли бўлгани учун касб-кор қилиб, ризқини ҳалолдан топиб умр

ўтказишга буюрилган.

Аллоҳ таоло бундай марҳамат қилади: "Эй, имон келтирганлар! Мол-мулкларингизни ўртада ноҳақ (йўллар) билан емангиз! Ўзаро розилик асосидаги тижорат бўлса, у бундан мустасно" (Нисо, 29).

Одамлар ризқ-насибасининг муҳим даргоҳи бўлмиш бозорлар ва дўконлардаги олди-сотди ишларида хоҳ сотувчи бўлсин, хоҳ харидор, бир-бирларига хиёнат қилмас-ликлари керак. Агар сотувчи харидорни алдаса, тош-тарозуда ва ўлчовда уриб қолса, сотилаётган нарсаларнинг айбини яшириб бир амаллаб харидорга ўтказиб юборса, гуноҳкор бўлади. Саҳобалардан бирининг ҳикоя қилишича, Ҳазрати Муҳаммад соллаллоҳу алайҳи васаллам Маккадан Мадинага ҳижрат қилганларида, бу шаҳарнинг бозорларида сотувчилар ҳам, харидорлар ҳам олди-сотди қоидаларига риоя қилмай, хиёнат йўли билан ҳалолдан ҳаромни ҳеч бир фарқ этмай, фақат шахсий бойлик орттиришга одатланишган экан. Пайғамбаримиз соллаллоҳу алайҳи васаллам бу аҳволга қандай барҳам беришни ўйлаб ҳайрон турганларида Аллоҳ таоло муаммони осон этиб: "Мутоффифин" (бировларнинг ҳақларидан уриб қолувчилар) сурасини туширди. Яна Аллоҳ таоло "Раҳмон" сурасининг 9-оятда: "Эй инсонлар, ўзаро олди-берди муомалаларингизда тўғри, адолат билан тортинглар ва тарозидан уриб қолманглар!", деб хитоб қилади. Расулуллоҳ соллаллоҳу алайҳи васалламнинг: "Ўзингизга раво кўрган нарсани бошқа биродарларингизга ҳам раво кўрмагунингизча комил мўмин бўлолмайсизлар", деган сўзлари қиёматгача барча одамлар учун муқаддас ҳикматдир.

Ҳалоллик ҳақида машҳур муҳаддислардан Имом Муслим шундай бир ривоятни келтирадилар: "Бир куни Расулуллоҳ соллаллоҳу алайҳи васаллам бозорда бугдой сотаётган одамнинг олдидан ўтиб қолдилар. Сотувчи олдида тўхтаб қўлларини бугдойнинг ичига тикқанларида қўллари нам бўлиб чиқди. Шунда сотувчига қараб: "Бу нимаси?"-дедилар. У одам: "Ёмғир теккан эди, ё Расулаллоҳ", -деб баҳона қилган бўлди. Он ҳазрат айтдиларки: "Ёмғир теккан бўлса, нега ташқарисига чиқариб қўймай, ичига яшириб қўйдинг? Ахир одамлар молини яхши-ёмонини билиб, кўриб, ундан кейин харид қилсинлар-да. Кимки бизни алдаса, у биздан, яъни мусулмонлардан эмас",-дедилар.

Савдо молининг айби бўлса, уни харидорга айтиб сотиш керак, айбини кўриб туриб олса, ўзининг иши. Демак, савдода алдамчилик қилиш савдогарни мусулмонга хос ахлоқ доирасидан чиқарар экан. Бозорда ўзининг аччиқ анорини ўтказиш мақсадида шеригининг ширин анорини кесиб кўргазмага қўйиш, сигирни бир икки кун соғмасдан, елинини шишириб, бозорга олиб чиқиш, қазига гўшт тайёрлашда сув сепиб, намлаш эвазига оғирлаштириш, кило ва литрдан уриб қолиш каби кун ўтган сари янги-янги усулларини ихтиро қилиш яхши эмас. Чунки шуларнинг барчаси сиртдан қаралганда, фойдали кўринса-да, улар орқали топилган мол-мулк баракасиз бўлиб, эгасига вафо қилмайди.

Хулоса қилиб айтганда, савдогар ростгўй бўлиши, қасам ичиб молини ўтказишга уринмаслиги лозим. Тўғрилиқ билан, бировни алдамасдан қилинган савдода барака бўлади. Бу барака эса, албатта, эгасига ва унинг оиласи рўзғорига юқади, фойда беради. Шунингдек, унинг даражаси ҳам икки дунёда баланд бўлади.

3.Эшонкулов	Z.Eshonkulov
Исламские требования к услугам торговли Аннотация: в статье уделено внимание на исламские требования к услугам торговли. При этом устная договоренность между продавцом и покупателем при купле-продаже квалифицируется в качестве основного элемента торговли. Также, в статье приведены условия осуществления, завершения, корректности торга. Ключевые слова: торговля, торговец, халяль, честность, грех, прок, коммерция, коммерсант, товар.	Islamic requirements for trade services Abstract: the article focuses on Islamic requirements for trade services. In this case, a verbal agreement between the seller and the buyer in the sale and purchase qualifies as the main element of trade. Also, the article provides conditions for the implementation, completion, correctness of bargaining. Keywords: trade, trader, halal, honesty, sin, use, commerce, merchant, product.

С.А.Ташназаров –СамИСИ докторанти

УМУМИЙ ОВҚАТЛАНИШ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИДА РАҚОБАТ СТРАТЕГИЯСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ

Аннотация: ушбу мақолада умумий овқатланиш хизматлари соҳасида рақобат муҳитининг ривожланиши кўриб чиқилган. Шунингдек, умумий овқатланиш корхоналари томонидан рақобат стратегиясини ишлаб чиқишда маркетинг-микс назарияси асосида эътибор қаратилиши лозим бўлган жиҳатлар асосланган.

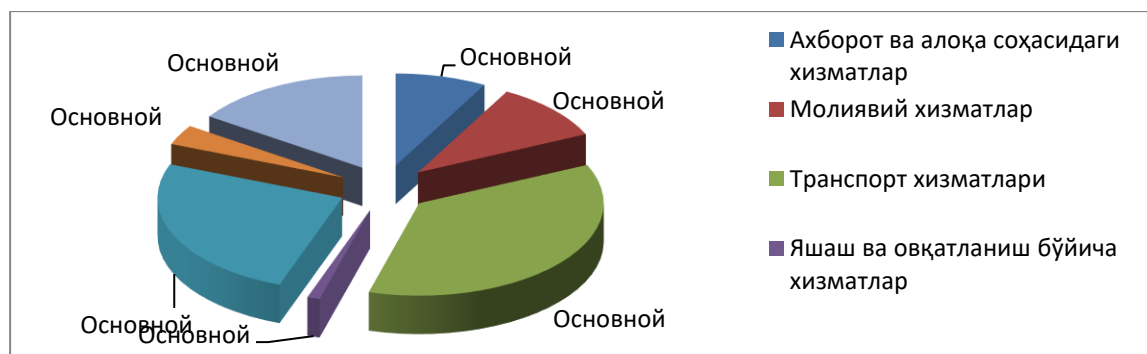
Калит сўзлар: хизмат, умумий овқатланиш, талаб, рақобат, маркетинг-микс, маҳсулот, нарх, жой, силжитиш

Мамлакатни барқарор ривожлантириш, аҳоли турмуш сифатини ошириш ва бандлик муаммоларини самарали ҳал этиш истиқболлари хизматлар соҳасини янада ривожлантириш билан белгиланмоқда.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “иқтисодиёт тармоқлари учун самарали рақобат муҳитини шакллантириш, миллий иқтисодиётнинг мутаносиблиги ва барқарорлигини таъминлаш, унинг таркибида саноат, хизмат кўрсатиш соҳаси, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик улушини кўпайтириш” каби долзарб вазифалар белгилаб берилди¹. Ҳақиқатдан ҳам замонавий бозор иқтисодиёти шароитида соғлом рақобат муҳитини яратиш ва рақобатбардошликни таъминлаш барча соҳаларда, жумладан умумий овқатланиш хизматлари соҳасида ҳам сифат ва самарадорликка эришишда муҳим аҳамият касб этади.

Яна шуни таъкидлаш лозимки, умумий овқатланиш хизматлари рақобатбардошлигини ошириш масалаларидолзарб аҳамият касб этаётганлигини мазкурсоҳанинг ривожланиш тенденцияларида ҳам кўришимиз мумкин.

Шу ўринда, 1 ва 2-расмларда келтирилган маълумотларга назар ташласак. Унга кўра 2010 йили кўрсатилган хизматлар таркибида яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар 1,1 % ни ташкил қилган бўлса, 2016 йил маълумотларига кўра мазкур хизматлар кўрсатилган жами хизматларнинг 3,3 % ни ташкил этган. Демак, 2010-2016 йиллар оралиғида яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар 3 баробарга ошган.

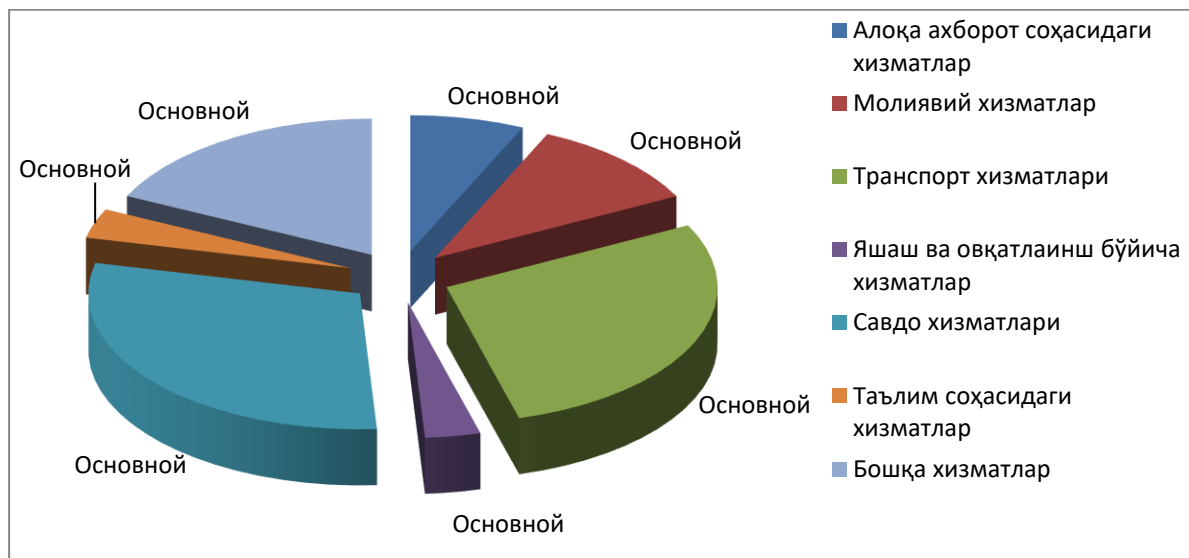


Манба: **stat.uz** маълумотлари

1-расм. 2010 йил хизматлар таркиби (фоизда)

Аҳолининг истеъмол харажатлари таркибида 2016 йил озиқ-овқат маҳсулотларига қилинган сарфлар 47,3 % ни ташкил этиб, жами истеъмол харажатларининг 2,5 % уйдан ташқарида овқатланишга, яъни овқатланиш хизматларини истеъмол қилишга йўналтирилган (1-жадвал).

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли фармони.



Манба: **stat.uz** маълумотлари

2-расм.2016 йил хизматлар таркиби (фоизда)

1-жадвал

2016 йил истеъмол харажатлари таркиби

№	Истеъмол тури	Истеъмол харажатлари (жамига нисбатан % да)
Озиқ-овқат маҳсулотлари		
1	Озиқ-овқат маҳсулотларини сотиб олишга	44,3
2	Уйдан ташқарида овқатланишга	2,5
3	Алкоголли ичимликларга	0,5
Хизматлар		
4	Коммунал хизматларга	7,7
5	Таълим олиш хизматларига	1,9
6	Соғлиқни сақлаш хизматларига	1,4
7	Алоқа ва транспорт хизматларига	6,1
8	Бошқа хизматларга	3,3
Ноозик-овқат маҳсулотлари		
9	Кийим-кечак ва оёқ кийимларга	10,3
10	Маиший техника ва электроника	1,0
11	Бошқа ноозик-овқат маҳсулотларига	22,0

Манба: **stat.uz** маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

2017 йил 1 январ ҳолатига кўра яшаш ва овқатланиш хизматларини кўрсатувчи корхоналар иқтисодиёт тармоқларида фаолият олиб бораётган корхоналарнинг 3,7 % ни ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 2018 йил 1 апрел ҳолати бўйича эса 6,0 % ни қамраб олган¹.

Статистик маълумотлар таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, сўнгги пайтларда соҳа корхоналари хизматларига бўлган талаб ошиб бормоқда. Мос равишда, умумий овқатланиш хизматларини таклиф этувчи корхоналар сони ҳам кўпаймоқда. Бундай шароитда табиий равишда тармоқ ичида рақобат кучайиб боради ва қизгин кечади. Бу, ҳар қандай корхона учун бозорни назорат қилишни ва бозорда ўз позициясини сақлаб туришни кийинлаштиради.

¹ stat.uz

Ривожланаётган рақобат овқатланиш хизматларини кўрсатувчи корхоналардан замонавий ёндашувларни талаб қилиб, янгича рақобат стратегияларини ишлаб чиқишни тақозо этади. Бу ўз навбатида корхонанинг маркетинг фаолиятидан кўплаб вазифалар ечимини талаб қилади.

Бундай вазиятда маркетинг фақатгина реклама фаолияти бўлиб қолмасдан, истеъмолчилар билан уларнинг нима хоҳлашлари, буни қачон хоҳлашлари, қаерда хоҳлашлари ва қандай нарх тўламоқчи эканликлари борасидаги маълумотларни олишга қаратилган алоқа муносабатларини мужассамлаштирмоғи зарурдир. Ушбу стратегик мақсадларни амалга оширишда маркетингнинг тўрт П назарияси (маҳсулот (Product), нарх (Price), жой (Place) ва силжитиш (Promotion)) маркетинг-миксга мурожаат қилиш, соҳада рақобатбардош фаолиятни таъминлашнинг асосий йўналишларини қамраб олиш ва муаммоларига ечим топиш имкониятларини яратади (3-расм)¹.

Маркетинг – микс мақсадли бозорда маркетинг муаммоларини ҳал қилиш учун корхона томонидан қўлланиладиган маркетинг воситалари тўпламидир². Маркетинг-микснинг барча элементлари ўзаро таъсирда бўлади.

Жаҳон тажрибасида маркетинг-микс меҳмондўстлик индустриясида кенг қўлланиладиган асосий таҳлил воситаларидан бири саналади. Шу сабабли биз умумий овқатланиш хизматларини кўрсатувчи корхоналар рақобатбардошлиги билан боғлиқ масалаларни таҳлил этишда ва корхона рақобат стратегиясини ишлаб чиқишда маркетинг-микс механизмига асосланган ҳолда қуйидаги жиҳатларга эътибор қаратиш лозим, деб ҳисоблаймиз.

Маҳсулот. Бизнинг жорий ёндашувимизга кўра умумий овқатланиш корхонаси нуқтаи назаридан маҳсулот нафақат корхонада тайёрланадиган таомларни, балки истеъмолчиларга тақдим этиладиган барча турдаги маҳсулотларни, хизматларни, истеъмолчилар билан ўзаро муносабатларни, яратилган шароитларни, муҳит атмосферасини ва бошқа жиҳатларни қамраб олади. Бунда албатта моддий маҳсулот (таомлар, ичимликлар ва ҳ.к.)нинг аҳамияти юқоридир. Яхши, сифатли ва янги маҳсулот ҳар доим мижозларда катта қизиқиш уйғотади. Истеъмолчилар хоҳиш-истакларини доимий ўрганиш ва шунга асосан янги маҳсулотлар, шунингдек, янги бозор сегментларига эришиш, қўшимча хизматлар, қулайликлар ва имкониятларни ҳам доимий такомиллаштириб бориш айнан шу тамойил кўзлаган мақсадларда мужассамлашади.

Нарх. Одатда нарх корхонанинг асосий рақобат стратегияси сифатида танланади. Нархдаги ўзгариш корхона маҳсулот ва хизматлари сотилишини ёки оширади, ёки камайиб кетишига олиб келди.

Умумий овқатланиш хизматлари соҳасида инновацион ривожланиш давридаги юқори нархлар корхона рақобатбардошлигини ошириш учун яратилган қулай муҳитни англатиши ҳам мумкин. Янги маҳсулотлар ишлаб чиқариш, янги хизматларни жорий этиш, замонавий ва қулай ускуналарни харид қилиш, декорацияларни янгилаш, тайёргарлик ва ишчи кучи сарфларини ошиши хизматларни истеъмолчиларга юқори нархларда тақдим этилишига олиб келади.

Нарх борасида фикр билдирилганда корхона томонидан тақдим этиладиган чегирмалар ва имтиёзларнинг аҳамияти юқори эканлигини таъкидлаб ўтиш зарур. Қолаверса тўловларни амалга ошириш жараёнлари ҳам нарх билан боғлиқ ҳолда таҳлил қилиниши мақсадга мувофиқдир.

Жой. Маркетингда “муваффақиятларнинг асосий омили жой” деб эътироф этилади. Умумий овқатланиш корхонасининг муваффақиятли фаолият олиб боришида у жойлашган жой ва боғлиқ равишда, корхонанинг мижозлар қамрови, маҳсулотлар ва

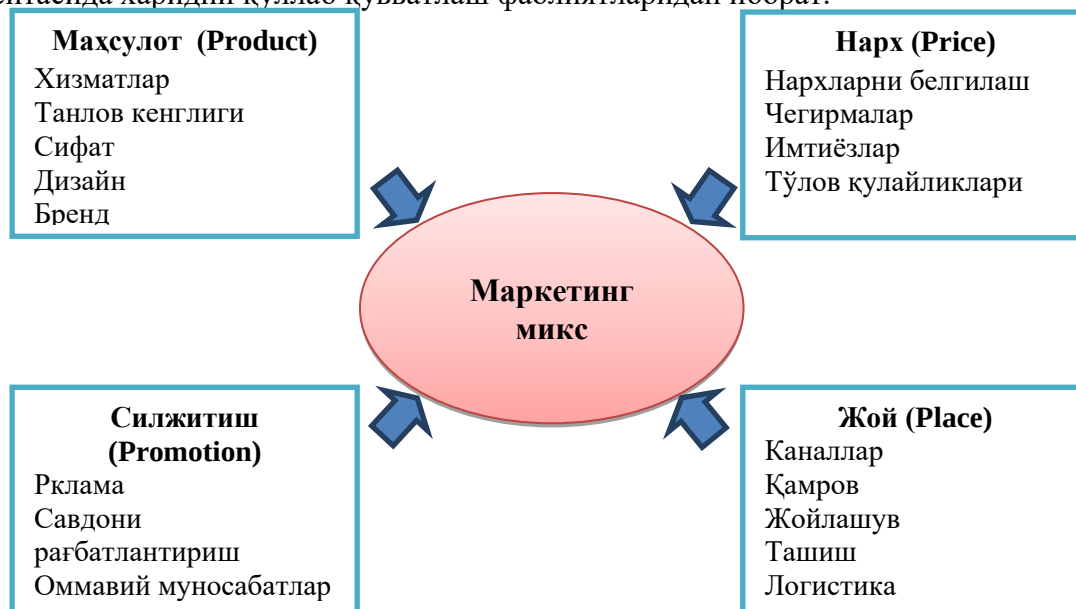
¹ Сўнгги пайтларда маркетинг-микснинг 7П, 8П назариялари ҳам ишлаб чиқилган бўлиб, турли соҳа корхоналари маркетинг фаолиятида қўлланилиб келинмоқда.

² Филипп Котлер, Маркетингменеджмент. Москва, Экспресс-курс* 2-е издание. 2006. С. 30.

хизматларни тарқатилиш каналлари, ташиш ва логистика каби омиллар эътибор қаратилиши лозим бўлган жиҳатлардандир.

Силжитиш. Силжитиш фаолиятининг икки асосий шакли мавжуд бўлиб, улар реклама ва савдони рағбатлантириш ҳисобланади. Реклама узоқ муддатли стратегиянинг бир қисми сифатида қўлланилиб, унда турли реклама воситаларидан ва шаклларида фойдаланилади.

Савдони рағбатлантириш ўйинлар, купонлар, рағбатлантирувчи товарлар воситасида харидни қўллаб қувватлаш фаолиятларидан иборат.



3-расм. Умумий овқатланиш хизматлари соҳасида рақобат стратегиясини ишлаб чиқишда 4П назариясининг муҳим жиҳатлари.

Биз умумий овқатланиш хизматлари рақобатбардош фаолиятини характерлаш учун маркетинг-микснинг 4П назариясига асосландик. Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда умумий овқатланиш хизматлари соҳасида рақобат стратегиясини ишлаб чиқишда айтиш мумкин, аҳамияти юқори бўлган қуйидаги жиҳатларга эътибор қаратилишини таклиф этамиз:

Биринчидан. Кузатишларимизга асосланиб шуни айтишимиз мумкинки, республикада юқори суръатлар билан ривожланиб бораётган тез хизмат кўрсатиш корхоналари ўз мижозларини асосан биз учун янги бўлган маҳсулотлар билан жалб қилишмоқда. Буни инобатга олган ҳолда умумий овқатланиш корхонаси маълум вақтларда янги маҳсулотларни таклиф этиши, ва бунда инновацион ёндашувларга асосланиш лозим. Менюни такомиллаштириш овқатланиш корхонаси учун жуда муҳим восита бўлиши мумкин. Менюда бўлган барча маҳсулотларни янгилаш имконияти мавжуд бўлмасада, яхши менюга эга бўлиш, уни сақлаб қолиш учун вақти-вақти билан ва мунтазам равишда янги маҳсулотларнинг киритиш талаб этилади. Рақобат стратегиясида сифат категорияси бирламчи омиллардан эканлигини инобатга олган ҳолда, янги маҳсулотларни тақдим этиш билан биргаликда маҳсулотлар ва хизматларни юқори сифат даражасини таъминлашига эътибор қаратиш лозим.

Иккинчидан. Маркетинг микс асосида рақобатбардош нархларни ривожлантириш корхонанинг нарх воситасидаги рақобатчиларига нисбатан узоқ муддатли устунлик имкониятларини ошириб боради. Бунда корхонанинг доимий мижозларига нисбатан чегирмалар бериши, турли имтиёзлар жорий қилиш эвазига доимий мижозларни сақлаб қолиш ва янги мижозларни жалб этиш самарадорлиги ошади. Айтиш мумкин, аҳамияти юқори бўлган қуйидаги жиҳатларга эътибор қаратилишини таклиф этамиз:

қўлланилмаган “мобил тўлов” тизимини йўлга қўйиш мижозлар қизиқишларини янада оширишга хизмат қилади.

Учинчидан. Жойга нисбатан икки хил ёндашиш, аввало жойлашув жой сифатида транспорт қатнови, таълим муассасалари, аҳоли зич ва асосий диққатга сазовор жойларга яқинлиги каби омилларни инобатга олиш, сўнгра маҳсулотларни тарқатиш ва таксимлаш жойи сифатида янги истеъмолчиларни қамраб олиш мақсадларини амалга ошириш имкониятларини инобатга олиш лозим. Замонавий бозор шароитида корхона қаерда жойлашганлигидан қатъий назар мижозларни “қўлга олиш” учун ҳаракат қилиши лозим. Бу амалиётни корхона талаб мавжуд бўлган жойларда янги “тарқатиш нуқталари”ни ташкил этиш орқали амалга ошириши мумкин.

Тарқатиш нуқталари корхона томонидан ишлаб чиқилган аниқ стратегия асосида ташкил этилади ва корхона маҳсулотларини кенг тарқатиш имкониятларини яратади. Ушбу бирликлар кўпинча минимал инвестицияларни талаб қиладиган киоск ёки кўчма аравачалар шаклини олади.

Тўртинчидан. Умумий овқатланиш хизматлари индустрияси АҚШ ва бошқа ривожланган давлатларда энг кўп реклама берувчи соҳалардан бири ҳисобланади. Бу ўз навбатида соҳада рекламанинг аҳамияти нақадар юқори эканлигидан далолат бериб турибди. Шуни таъкидлаб ўтишимиз жоизки инфорацион технологиялар асрида реклама қилишнинг энг самарали воситаларидан бири интернетдир. Айни пайтларда республикамызда фаолият олиб бораётган аксарият умумий овқатланиш корхоналарининг интернет сайтлари ва ижтимоий тармоқлардаги блоглари замон талаблари даражасида эмас. Корхоналар аввало ўз интернет сайтларини такомиллаштиришлари, сайтларда мижозлар учун қўшимча қулайликлар ва зарур маълумотларни олиш имкониятларни яратишлари, натижада маҳсулотлари ва хизматларини интернет воситасида реклама қилиш имкониятидан кенг ва самарали фойдаланишлари мумкин.

Савдони рағбатлантириш озиқ-овқат маҳсулотларини сотиш маркетинги таркибидаги муҳим элемент ҳисобланиб, айнан овқатланиш хизматлари соҳасида бепул ичимликлар таклиф этиш, фирма маҳсулотларини корхона ҳисобидан таътиб кўриш имкониятини яратиш, турли совғалар ва эсталиклар тақдим этиш, ўйинлар ва акцияларни жорий этиш усулларида амалга оширилиши мумкин.

Бизнинг фикримизча маркетинг-микс назарияси асосида таклиф этилган тадбирларни амалга ошириш асносида корхона рақобат стратегиясини ишлаб чиқиш ёки такомиллаштириш умумий овқатланиш корхонаси рақобатбардошлигини оширишга хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 2017 йил 7 февральдаги ПФ-4947-сонли фармони.
2. Филип Котлер, Маркетингменеджмент. Экспресс-курс* 2-е издание. Москва 2006. Ст. 30.
3. <https://stat.uz>

С.Ташназаров	S.Tashnazarov
Разработка конкурентной стратегии в сфере общественного питания	Development of competitive strategy in sphere of public catering services
Аннотация: в этой статье рассмотрено развитие конкуренции в сфере общественного питания. Показаны аспекты, которые должны быть сосредоточены на основе теории маркетинг-микса при разработке конкурентной стратегии компаниями общественного питания.	Abstract: this article discusses the development of a competitive environment in sphere of public catering services. It also demonstrates the aspects that should be focused on marketing mix theory in the development of competition strategies of public catering companies.
Ключевые слова: сервис, общественное	Keywords: service, public catering, demand,

питание, спрос, конкуренция, маркетинг-микс, продукт, цена, место, продвижение.	competition, marketing mix, product, price, place, promotion.
---	---

О.Дж.Хусаинов – ҚарМИИ катта ўқитувчиси

ЧОРВАЧИЛИК ТАРМОҒИГА ХИЗМАТ КЎРСАТУВЧИ ИНФРАТУЗИЛМАНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА УНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада чорвачилик тармоғининг ҳозирги ҳолати ва уни ривожлантириш ҳамда иқтисодий самарадорлигини оширишга тўсиқ бўлаётган асосий муаммолар таҳлил қилинган. Чорвачилик тармоғини янада ривожлантириш ва унинг иқтисодий самарадорлигини оширишда хизмат кўрсатувчи инфратузилманинг аҳамияти илмий жиҳатдан асослаб берилган.

Калит сўзлар: чорвачилик тармоғи, диверсификация, сервис хизмати, ем-хашак база, хизмат кўрсатиш ва ишлаб чиқариш инфратузилмаси, иқтисодий самарадорлик.

Бугунги кунда ишлаб чиқарилаётган чорвачилик маҳсулотлари аҳолининг талабига нисбатан анча камлиги ҳеч кимга сир эмас. Айниқса, чорва моллари сони кейинги йилларда қишлоқ хўжалиги корхоналарида кескин камайиб кетди, бунинг асосий сабабларидан бири озуқа базасининг деярлик барча хўжаликларда ўта ночор аҳволга тушиб қолганлигидир. Шу сабабли чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш ва унинг самарадорлигини ошириш билан боғлиқ масалаларни ҳал қилишни қатъий талаб этмоқда.

Бозор иқтисодиёти шароитида чорвачилик маҳсулотларига бўлган талабни қондириш тўғрисида чорвачилик соҳасида ислохотларни амалга ошириш борасида республикаимиз миқёсида кўпгина ишлар қилинмоқда. Ўзбекистон Республикасининг тегишли қонунлари, ҳукуматимиз қарорлари, Президентимизнинг соҳага дахлдор қарор ва фармонлари бунинг учун мустаҳкам замин бўлди. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг мамлакатимиз парламенти–Олий Мажлисга тараққиётимизнинг янги босқичи бўлган 2017 йилда амалга оширилган асосий ишлар якуни ва Ўзбекистон Республикасини 2018 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг устувор йўналишларига бағишланган Мурожаатномасида таъкидлаганидек, “Чорвачилик соҳасига тўхталадиган бўлсак, қорамол ва парранда сонини кўпайтириш, бу борада сифат ва маҳсулдорликка эришиш учун етарли шароит яратишимиз зарур. Яқин истиқболда ҳар бир туманда ихтисослаштирилган бўғдоқчилик комплекслари, юқори технологик паррандачилик фабрикалари, шунингдек, иссиқхона хўжаликлари ташкил этилиши лозим”¹.

Шу жиҳатдан ҳам чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш зарурати кундан-кунга ортиб бормоқда. Бу эса ушбу муаммоларнинг илмий ечимларини топиш, чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш учун илмий асосланган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш зарурати бугунги куннинг долзарблигини белгилаб беради. Чорвачилик соҳасида олиб борилган иқтисодий ислохотлар ва таркибий ўзгаришлар ҳамда диверсификациялаш натижасида 2017 йилда Ўзбекистон Республикасида чорвачилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажми 21076,4 млрд. сўмни ёки 2016 йилнинг мос даврига нисбатан 104,2 фоизни ташкил қилди. Ишлаб чиқарилган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг умумий ҳажмида чорвачилик маҳсулотларининг улуши 31,0 фоизни ташкил этди. Бунинг натижасида мамлакатимизда 2017 йилда барча тоифадаги хўжаликлар томонидан

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси, “Халқ сўзи”, 22.12.2017 йил.

тирик вазнда 2281,1 минг тонна гўшт 2016 йилга нисбатан 5,0 фоизга кўп, 10083,2 минг тонна сут (3,9 фоизга), 6605,5 млн. дона тухум (7,4 фоизга), 30,1 минг тонна жун, 1089,7 (3,3 фоизга) минг дона қорақўл тери ишлаб чиқарилди.

Чорвачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўрсаткичларини хўжаликлар тоифалари бўйича таҳлил қилар эканмиз, тирик вазнда гўштнинг умумий ҳажмидан 94,0 фоизи деҳқон (шахсий ёрдамчи) хўжаликлари ҳиссасига тўғри келишини қайд этиш лозим, шунингдек сутнинг 95,6 фоизи, тухумнинг 60,8 фоизи, жуннинг 87,5 фоизи, қорақўл терининг 83,2 фоизи ҳам деҳқон (шахсий ёрдамчи) хўжаликлари ҳиссасига тўғри келади.

Чорвачиликни жадал ривожлантиришда ихтисослашган хўжаликларни наслдор чорва моллари билан таъминлаш, турли йўналишдаги зооветеринария ва зоотехник хизматлар кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш натижасида чорвачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш охириги йилларда ўсиб бормоқда. Чорвачилик сермахсул ва сермехнат соҳа ҳисобланади. Европа иттифоқи мамлакатларида чорвачилик соҳасининг маҳсулдорлиги юқори бўлиб, фан ва техника ютуқларидан самарали фойдаланилмоқда. Масалан, Голландияда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг 55% и чорвачилик маҳсулотларига тўғри келади. Ўртача бир соғин сигирдан соғиб олинadиган сут миқдори 8500-9500 кг ни ташкил этади, айрим фермер хўжаликларида бу кўрсаткич 12000-13000 кг дан иборат бўлиши мумкин. Чорва молларининг суткалик семириш даражаси қорамолчиликда 700-800 гр.ни, илғор фермер хўжаликларида эса 1000-1100 гр ни ташкил этади. Голландия мамлакатида шундай фермер хўжаликлари мавжудки, фақат насли буқа уруғини экспорт қилиш билан шуғулланади, бундай фермер хўжалигиларида 1 бош насли буқадан соф фойда йилига 90-100 минг АҚШ долларини ташкил этади.

Чорвачиликни ривожлантиришдаги асосий муаммолар ҳам мавжудки, булар чорвачиликнинг иқтисодий самарадорлигини оширишга тўсиқ бўлмоқда:

- чорва моллари учун озуқа экин майдонларининг чорва бош сонига мутаносиб равишда ажратилмаганлиги;
- озуқа экинлари ҳосилдорлик даражасининг пастлиги;
- ем-хашак ўрим-йиғими техникалар билан бажарилмаслиги;
- наслчилик ишларининг талаб даражасида йўлга қўйилмаганлиги;
- тўла қамровли зооветеринария хизматининг вақтида кўрсатилмаётганлиги;
- насли мол тайёрлаб сотиш ва четдан насли молларни келтиришни камайтириш.

Чорвачилик маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун қуйидаги тадбирларни амалга оширишга алоҳида эътибор қаратиш лозим:

- ◆ чорвачилик тармоғининг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш;
- ◆ наслчиликни тубдан яхшилаш ва модернизация қилиш;
- ◆ хўжаликларга зооветеринария хизматлари кўрсатиш тизимини ривожлантириш;
- ◆ тармоқда сервис хизматлари кўрсатиш сифати ва ассортиментини ошириш;
- ◆ чорвачилик маҳсулотларини қайта ишлаш тармоқларини ривожлантириш, қайта жиҳозлаш ва модернизация қилиш, соҳага инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш;
- ◆ чорва молларини юкумли касалликларга қарши эмлаш ва касалликларга қарши курашда давлат томонидан молиявий қўллаб-қувватлаш;
- ◆ айниқса, паррандачилик, балиқчилик, асаларичилик ва пиллачилик соҳаларини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратиш;
- ◆ ем-хашак базасини мустаҳкамлаш ва сифатини яхшилаш;
- ◆ озуқа экинларини жойлаштиришнинг мақбул даражаларига эришиш, бунда лалми ерлардан чорва озуқаси етиштириш учун фойдаланишни кенгайтириш лозим.

Ҳозирги кунда мамлакатимизда чорвачилик соҳасини ривожлантириш асосан уч йўналишда амалга оширилмоқда. У чорва моллари ва паррандаларнинг янги юқори

махсулдор зотларини яратиш, мавжуд зотларнинг наслдорлик сифатларини яхшилаш, парваришlash, боқиш, ўстириш кабилар тизимини яхшилаш, чорвачилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш технологиясини ошириш кабиларда кўринади. Чорвачиликнинг ҳамма тармоқлари самарадорлигига меҳнатни техник қайта жиҳозлаш ва ҳамма маҳсулотлар ишлаб чиқаришига энг тараққий этган технологияларни жорий этиш асосида саноат асосига ўтказилганда эришилади.

Бугунги кунда республикада аҳоли бандлиги ва даромадини ошириш мақсадида кам таъминланган оилаларга бепул қорамол тарқатиб бериш йўлга қўйилди. Шахсий ёрдамчи ва деҳқон хўжаликларига қорамол сотиб олиш учун тижорат банклари томонидан жами 5,5 млрд. сўм миқдорида микрокредитлар ажратилди.

Чорва молларининг кучли озуқаларга бўлган талабини қондириш ва шахсий ёрдамчи, деҳқон ва фермер хўжаликлари чорва молларига омухта ем, пахта шроти ва шелухасини узлуксиз етказиб бериш мақсадида 1950 та шахобчалар ташкил этилди.

Бугунги кунда республикада наслчилик хўжалиги мақомини олган хўжалик юритувчи субъектлар сони жами 633 тани, шундан 344 таси наслчилик хўжаликлари ташкил этади.

Чорвачилик тармоғини янада ривожлантириш ва унинг иқтисодий самарадорлигини ошириш учун қуйидаги тадбирларни сифатли амалга ошириш лозим:

1. Зооветеринария хизматлари:

- табиий ва сунъий уруғлантириш;
- чорва молларининг озуқа базасини яхшилаш;
- чорва молларини жойлаштириш ва ер майдонлари билан таъминлаш;
- чорва молларининг эпидемик касалликларига қарши курашиш (чўчка гриппи, парранда гриппи, сибир яраси);
- эмлаш ишларини олиб бориш;
- профилактика ишларини олиб бориш (бир жойдан бошқа жойга кўчирганда, яйловларга олиб чиққанда туёқ остини дорилаш);
- чорва молларининг бошқа турли касалликларга қарши курашиш ва ҳ.к.

2. Чорвачиликда ахборот консалтинг хизмати:

- рацион тузишда (чорва моллар зотига, турига, ёшига, жойлашганлигига, оғирлигига қараб);
- чорвачиликда маҳсулдорликни оширишда;
- чорвачилик маҳсулотларини реализация қилишда;
- бозор конъюнктурасини ўрганиш ва ҳ.к.

3. Наслчилик ва селекция ишлари.

4. Чорвачиликда техник сервис хизматларини кўрсатиш (муқобил МТП, транспорт хизмати, СИУ).

5. Банк, сугурта, биржа ва бошқа бозор инфратузилмаси хизматларидан тўғри фойдаланиш ва ҳ.к.

Чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш ва унинг самарадорлигини ошириш ҳамда олинадиган маҳсулотларнинг сифатини яхшилашнинг асосий масалаларидан бири бу соҳага режа асосида ҳар бир соҳанинг ривожини эътиборга олган ҳолда ёндашишни талаб этади. Республикада чорвачилик тармоғини ривожлантириш ҳаётий заруратдир. Республика аҳолисининг ўсиб бориши чорвачилик маҳсулотларига бўлган талабни янада оширади. Республика аҳолисининг турмуш даражаси, қолаверса умуман қишлоқ хўжалигининг ривожланиши кўп жиҳатдан чорвачилик тармоқларининг ривожига, унинг хизмат кўрсатиш тизимининг ҳолатига боғлиқ. Кейинги йилларда чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Аҳолини, айниқса қишлоқ аҳолисини иш билан таъминлашнинг яна бир муҳим йўналиши шахсий ёрдамчи, деҳқон ва фермер хўжаликларида чорва моллари боқиш билан

шуғулланадиган кишилар сонини кўпайтиришдан иборат. Қайд этиш керакки, бу масалада муайян ижобий натижалар қўлга киритилди.

Республика миқёсида чорвачилик тармоғини ривожлантириш бўйича қонунлар, қарорлар ва бошқа турли ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатлар қабул қилиниб, улар асосида улкан тадбирлар амалга ошириляётганлигига қарамасдан, жойларда чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш ва унинг самарадорлигини ошириш тизими фаолияти учун зарур бўлган моддий-техника ресурслар билан таъминлаш; бошланғич сармоя сифатида, шунингдек, моддий-техника воситаларини харид қилиш учун кредитлар ажратиш; агросервис субъектлари билан тенг ҳуқуқда ҳамкорлик шартнома муносабатларини ўрнатиш ва уларда томонларнинг мажбурияти ва жавобгарлигига риоя қилиш; маҳсулот етиштириш учун айланма маблағларни харид қилиш; етиштирилган маҳсулотларни ички ва ташқи бозорларда сотиш; маҳаллий ҳокимият ва давлат органлари томонидан маъмурий-буйруқбозлик асосида ўринсиз аралашувлари ва бошқа сабаблар натижасида чорвачилик соҳаларининг иш фаолиятида турли муаммолар юзага келмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 1 майдаги ПҚ-2939-сон қарори билан белгилаб қўйилган барча тадбирлар чорвачиликни ривожлантиришга хизмат қилади. Бундан ташқари, чорвачилик тармоғида илмий-тадқиқот ишларини янада такомиллаштириш, илмий кадрлар тайёрлаш, илмий ва техник янгиликларни тадбиркорлик субъектларига етказиш мақсадида чорвачиликни ривожлантириш илмий-тажриба станцияларини очиш мақсадга мувофиқдир. Тармоқ лойиҳаларини биргаликда молиялаштириш, шунингдек, чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилма йўли билан чорвачиликни ривожлантириш дастурлари амалга оширилишига кўмаклашиш учун қарорда «Ипотека-банк» акциядорлик тижорат ипотека банкининг инвестицион компаниясини ташкил этиш маъқулланди. Чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш ва унинг самарадорлигини оширишда уларнинг ҳар бир ҳудуд шарт-шароитларини ҳисобга олган ҳолда тегишли сонини шакллантириш, моддий-техника базасини мустаҳкамлаш, инвестицияларни ва инновацияларни жалб этиш билан бир қаторда мазкур корхоналар билан фермер хўжаликлар ўртасидаги ўзаро иқтисодий муносабатларни такомиллаштириш муҳим аҳамият касб этади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек **“Учинчидан, аҳолини сифатли гўшт, сут, тухум ва балиқ маҳсулотлари билан етарлича таъминлаш – энг асосий вазифаларимиздандир.** Бунга эришиш учун қуйидаги масалаларга алоҳида эътибор қаратишимиз зарур¹. 2018-2019 йилларда банк кредитлари ҳисобидан 145 та лойиҳа доирасида қўшимча 35 минг бош зотдор қорамол боқиш йўлга қўйилади. Умумий қиймати 280 миллиард сўм бўлган 80 та лойиҳа асосида қўшимча 3 миллион 200 минг бош парранда боқишга мўлжалланган хўжаликларни ташкил этиш керак. Шунинг ҳисобидан 2018 йилда тухум етиштиришни 10 фоизга ошириб, унинг умумий ҳажмини 7 миллиард 800 миллион донага етказиш имкони юзага келади”. Чорвачилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш, тайёрлаш, қайта ишлаш ва сотиш жараёнида чорвачилик тармоғига хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантириш хизматлар кўрсатиш сифати маҳсулот таннархи камайишида муҳим омил ҳисобланади.

¹ Мирзиёев Ш.М. Ризқ-рўзимиз бунёдкори бўлган қишлоқ хўжалиги ходимлари меҳнатини улуғлаш, соҳа ривожини янги босқичга кўтариш – асосий вазифамиздир, “Халқ сўзи”, 10.12.2017 йил.

О.Хусаинов Пути повышения эффективности и развитие сервисных услуг в инфраструктуре животноводства Аннотация: в статье рассматривается и анализируется современное состояние животноводческой отрасли, а также проблемы экономической эффективности. Проанализированы и научно обоснованы пути повышения эффективности и развития сервисных услуг в инфраструктуре животноводства. Ключевые слова: животноводческая отрасль, диверсификация, кормовая база, сервисные услуги, экономическая эффективность, сфера услуг, инфраструктура.	O.Khusainov Ways to improve the efficiency and development of services in the livestock infrastructure Abstract: the article examines and analyzes the current state of the livestock industry, as well as the problems of economic efficiency. Analyzed and scientifically justified ways to improve the efficiency and development of services in the livestock infrastructure. Keywords: livestock sector, diversification, fodder base, services, economic efficiency, service sector, infrastructure
--	--

Д.Х.Холмаматов – СамИСИ мустақил изланувчиси

УЛГУРЖИ САВДО САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА ЛОГИСТИК СЕРВИСНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: қайта ишлаш соҳасининг барча бўғинида, хусусан, маҳаллий хом ашё ресурсларини ишлаб чиқариш корхоналарига етказиб бериш, тайёр маҳсулотларни истеъмол бозорида тақсимлашда улгуржи савдо муҳим рол ўйнайди. “Ишлаб чиқариш-тақсимот-истеъмол” занжирида улгуржи савдо бажарадиган барча операциялар бевосита логистик сервис билан боғлиқ. Логистик сервис улгуржи савдода тақсимот билан боғлиқ барча хизматларни юқори даражада ташкил этишни таъминлайди. Мазкур мақолада улгуржи савдода буюртма, харид, етказиб бериш ва сотувдан кейинги сервисни ташкил этишда логистик сервис сифатини ошириш масалалари ёритиб берилган. Калит сўзлар: улгуржи савдо, буюртма, сотувдан кейинги сервис, логистик сервис, етказиб беришнинг мослашувчанлиги, етказиб беришнинг ишончлилиги, буюртманинг давомийлиги.

Давлатимиз раҳбари томонидан Ҳаракатлар стратегиясида юқори технологияларга асосланган қайта ишлаш тармоқларини, энг аввало, маҳаллий хом ашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш асосида юқори қўшимча қийматга эга тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришни жадал ривожлантиришга қаратилган сифат жиҳатидан янги босқичга ўтказиш орқали саноатни янада модернизация ва диверсификация қилиш заруриятига алоҳида эътибор берилган. Натижада сўнгги йилларда мамлакатимизда саноат маҳсулотлари, айниқса қўшимча қийматга эга тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми кескин ошиб бормоқда. Хусусан, охириги 10 йил давомида юқори ўсиш суръатлари қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқаришнинг 1,8 марта (2008-2017 йиллар учун ўртача йиллик ўсиш-6,1 %), саноатда – 1,7 марта (5,4%), қурилишда – 3,4 марта (13,4 %), хизматлар соҳасида 2,3 марта (8,8 %) ўсганлиги ҳисобига таъминланган¹. Келгусида бу динамик ривожланиш янада ҳам ошади. Бу эса ўз навбатида, мамлакатимизда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни ички ва ташқи бозорларда самарали сотилишини таъминлаш вазифасини ҳам белгилаб бермоқда.

¹Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари

Шиддатли рақобат муҳити шароитида жаҳон мамлакатлари иқтисодиёти тажрибасидан маълумки, бизнеснинг муваффақияти фақатгина сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш билан таъминланмайди. Бугунги кунда самарали бизнес юритиш учун, жаҳон бозорининг юқори талабларига жавоб берувчи сифатли маҳсулотларни ишлаб чиқариш муваффақиятнинг фақат ярминигина ташкил қилса, қолган иккинчи ярмини эса сотиш маҳорати ҳамда сервис хизматисиз тасаввур қилиш қийиндир. Ишлаб чиқилган маҳсулотга истеъмолчи қизиқишини уйғота билиш керак. Бунда юқори даражада сотиш ва сервис хизмат кўрсатиш муҳим ўрин эгаллайди.

Юқори даражада товар сотиш ва сервис хизмат кўрсатишни ташкил этишда улгуржи савдонинг ўрни бекиёсдир. Чунки савдонинг айнан шу бўғинида асосий сервис хизматлари ва сотишнинг муҳим операциялари бажарилади. Улгуржи савдода амалга ошириладиган сервис яхлит ҳолда тақсимот билан чамбарчас боғлиқ ва у ўзида буюртма, харид, етказиб бериш ва сотувдан кейинги сервис мажмуасини акс эттиради. Ушбу хизматлар мажмуаси логистик сервисни ташкил этади. Логистик сервис истеъмолчига товарлар етказиб бериш жараёнида тақдим этиладиган хизматлар мажмуасидан иборатдир.

Сўнгги йилларда улгуржи сотувчиларга тез ривожланаётган ва кучли даражада потенциал рақобатчи ҳисобланаётган логистик компаниялар фаолият юритмоқда. Уларнинг аксарияти одатий бошқарув, буюртмаларни қайта ишлаш ва эҳтиёт қисмларни етказиб беришни ўз ичига олган кўплаб анъанавий улгуржи савдо функцияларини бажармоқда. Логистик компаниялар асосан таъминот занжирида бажариладиган функцияларни аъло даражада бажаришмоқда [3, с. 135-148].

Бундан кўриниб турибдики, улгуржи савдо корхоналари ҳам тақсимот занжирида юқори даражада сервисни ташкил этишлари лозим. Чунки, улгуржи савдо корхоналарига ҳам кучли рақобатчилар таъсир кўрсатмоқда. Шунга эътиборни қаратиш лозимки, логистик сервисни фақат логистик компаниялар эмас, балки ишлаб чиқарувчи корхоналар, савдо ва хизмат кўрсатиш корхоналари ҳам кўрсатишади. Чунки, логистик сервиснинг объекти моддий оқим истеъмолчилари – ишлаб чиқариш, савдо ва хизмат кўрсатиш корхоналари ҳамда охириги истеъмолчилар (аҳоли) ҳисобланади.

Логистик сервис товар етказиб берувчи томонидан, асосан улгуржи савдо корхоналари, логистик компаниялар, экспедиторлик фирмалари ёки сотишдан кейинги сервис кўрсатиш соҳасида ихтисослашган субъект томонидан амалга оширилади. Шу ўринда таъкидлаш лозимки, улгуржи савдо улгуржи товар харид қилиш, товарларни қайта сотувга тайёрлаш, етказиб бериш, экспедиторлик хизматлари ва сотувдан кейинги сервисдан иборат савдо хизматини амалга оширадиган асосий тақсимот бўғинидир. Тақсимотнинг бу бўғинида амалга ошириладиган операциялар бевосита логистик сервис билан боғлиқдир [7, с. 50].

Ҳозирги даврда улгуржи савдо самарадорлигига фақат юқори сифатли логистик сервисни ташкил этиш орқали эришиш мумкин. Улгуржи савдо улгуржи товар харид қилишдан бошланади. Улгуржи товар харид қилиш жараёнида ҳам муҳим логистик операциялар бажарилади. Улгуржи савдо корхоналари бозор талабидан келиб чиққан ҳолда буюртмалар портфелини шакллантиради. Улгуржи товар харид қилиш жараёнининг ўзида истеъмолчиларнинг талаби асосида шакллантирилган буюртмаларга ишлов ҳам берилади. Тадқиқотларимиз натижасидан келиб чиққан ҳолда, улгуржи савдода бажариладиган барча операцияларни уч гуруҳга бўлдик (1-жадвал).

Улгуржи савдода ушбу операцияларни бажариш давомида моддий, молиявий ва ахборот оқимлари ҳаракатланади. Улгуржи савдода товар-моддий ресурслар ҳаракати бир нечта логистик занжирлардан иборат логистик тизимда амалга оширилади (1-расм). Ҳар бир улгуржи савдо корхонаси товар-моддий ресурслар ҳаракатини ташкил этиш ва

1-жадвал

Улгуржи савдода бажариладиган операциялар

Улгуржи харид жараёнида бажариладиган логистик операциялар	Улгуржи товар сотиш жараёнида бажариладиган логистик операциялар	Сотувдан кейинги сервисни амалга оширишдаги логистик операциялар
Бозорни ўрганиш асосида буюртмалар портфелини шакллантириш	Товарни кичик партияларга ажратиш, саралаш ва навларга ажратиш	Харидорларнинг эътирозларини кўриб чиқиш
Буюртмага ишлов бериш ва уни ишлаб чиқарувчига жўнатиш	Қадоқлаш, ўраш, жойлаш ва бутлаш	Товарнинг носоз қисмини тузатиш, янги эҳтиёт қисмлар билан алмаштириш
Тайёр маҳсулотга буюртма бериш	Ассортиментни шакллантириш	Техник воситаларни назорат қилиб, эскирган қисмларини алмаштириш
Товар харидини амалга ошириш	Юк бирликларини шакллантириш	Харидорлар манзилига мутахассислар ташрифини ташкил этиш
Юкларни қабул қилиш	Ортиш, тушириш ва ташиш	Товардан қандай фойдаланишни ўргатиш
Товар захирасини ҳосил қилиш ва вақтинчалик сақлаш	Етказиб беришни ташкил этиш	Товарни эксплуатация даври давомида эҳтиёт қисмларни етказиб бериш

Манба. Муаллиф ишланмаси

бошқаришда мавжуд логистик тизим доирасида ўз фаолиятининг циклигини таъминлаб боради.

Логистик тизимда фойдаланиладиган технологик таркибий қисмлар ва субъектлар ўртасида бир-бирига мос келишини таъминлайдиган алоқалар, юқори самарали сервис хизматларни ташкил этиш учун барча логистик занжирни қамраб олиши керак. Улгуржи савдо маркетинг фаолиятининг энг муҳим вазифаси – бу эркин бозор муносабатлари шароитида юқори даражали сервисни ташкил этишда замонавий логистиканинг муҳим элементларидан фойдаланишдир.

Улгуржи савдода логистик сервиснинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- муайян корхона маҳсулотларини харид қилишдан олдин потенциал харидорларга маслаҳатлар бериш, бу уларни онгли равишда танлаш имконини беради;
- сотиб олинган техникани энг самарали ва хавфсиз ишлаши учун тайёрлаш;
- харидорларга мутахассислар томонидан ўз функцияларини тўғри бажариши учун зарур бўлган техник ҳужжатларни топшириш;
- потенциал харидорларнинг рад қилиш эҳтимолини бартараф этиш учун буюмлар намоиш вақтидаги ишларни сотувдан олдин тайёрлаш;
- минимум харажатлар билан маҳсулотни эксплуатация жойига етказиб бериш;
- маҳсулотни эксплуатация жойида иш ҳолида бўлишини таъминлаш;
- маҳсулотни истеъмолчи томонидан эксплуатация даври давомида тўлиқ ишлашини таъминлаш;
- эҳтиёт қисмларни тезкор етказиб бериш.

Улгуржи савдода логистик сервисни ташкил этиш ишларини уч асосий гуруҳга бўлиш мумкин:

– сотишдан олдинги ишлар, яъни логистик хизмат кўрсатиш тизимини шакллантириш ва корхоналарнинг хизмат кўрсатиш сиёсатини аниқлаш ишлари;

– товарларни сотиш жараёнида амалга ошириладиган логистик сервис кўрсатиш бўйича ишлар, масалан, юкларни қабул қилиш тўғрисидаги ахборотларни тақдим этиш, ассортиментни танлаш, қадоқлаш, юк бирликларини шакллантириш ва бошқалар.

– кафолатланган хизматларни ўз ичига олган сотувдан кейинги логистик сервис, харидорларнинг эътирозларини кўриб чиқиш мажбуриятлари, алмаштириш ва ҳоказолар.

Логистик сервис тизимини шакллантириш ўзаро бир бири билан боғлиқ бўлган тадбирлар мажмуини ўз ичига оладиган хизмат кўрсатиш бўйича улгуржи савдо корхонаси сиёсатини аниқлашдан иборат.

Улгуржи савдода логистик хизматлар тизимини шакллантириш бўйича ҳаракатлар қуйидаги тартибда амалга оширилади:

1. Истеъмол бозорининг сегментацияси, яъни истеъмол хусусиятларига мувофиқ айрим хизматларни талаб қилиши мумкин бўлган истеъмолчиларнинг аниқ гуруҳларига бўлиниши;

2. Харидорлар учун энг зарурий хизматларни аниқлаш;

3. Харидорлар учун энг муҳим бўлган хизматлар рўйхати.

4. Якка тартибдаги бозор сегментлари бўйича хизмат кўрсатиш стандартларини аниқлаш.

5. Компаниянинг рақобатбардошлигини таъминлаш учун сервис даражасини аниқлаш, кўрсатиладиган хизматлар қиймати ва ўрнатилган ўзаро алоқалар ўртасидаги сервис даражаси, хизмат кўрсатишни баҳолаш.

6. Харидорлар талабини қондирадиган хизматлар учун харидорлар билан тескари алоқаларни ўрнатиш.

Шунингдек, истеъмол бозори географик омиллар, кўрсатиладиган хизматлар тавсифи ёки бошқа белгилар бўйича сегментланади. Истеъмолчилардан сўров ўтказиш йўли билан логистик хизматларнинг стандартлари аниқланади ва истеъмолчилар учун зарурий хизматлар танланади.

Улгуржи савдо томонидан таклиф этиладиган хизматлар жуда хилма-хил ва тизимли хусусиятга эга. Шу билан бирга, моддий оқимлар тақсимотида маҳсулот ва юкларни “ўз вақтида” етказиб бериш, экспедиторлик фаолияти ва транспорт ишлари билан бевосита боғлиқдир. Улгуржи савдо транспорт-экспедиторлик хизматлари билан ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилар ўртасида горизонтал алоқаларни фаол амалга оширишда иштирок этади.

Улгуржи савдо самарадорлигини оширишда логистик сервиснинг сифати муҳим ўринни эгаллайди. Логистик сервиснинг сифатини баҳолаш учун қуйидаги мезонлардан фойдаланилади:

– етказиб беришнинг мослашувчанлиги;

– етказиб беришнинг ишончлиги;

– буюртманинг давомийлиги.

Етказиб беришнинг мослашувчанлиги мижознинг истагига биноан буюртмани бажариш вақтини бузмасдан дастлабки етказиб бериш шартларини ўзгартириш билан тавсифланади. Бунга буюртманинг ўзига хослиги, қадоқлаш ва тараларнинг турларини, буюртмани етказиш йўллари ва шакллари ўзгартириш имконияти билан ҳам таққосланади.

Етказиб беришнинг ишончлилиги товар етказиб берувчининг шартномада кўрсатилган муддатда буюртмани бажариш қобилиятини белгилайди. Товар етказиб берувчининг шартномада назарда тутилган мажбуриятлар, кафолатларни, етказиб бериш шартларини бузиш етказиб бериш ишончлилигига таъсир этадиган муҳим омил ҳисобланади.

Буюртманинг давомийлиги буюртма олинган пайтдан бошлаб, то истеъмомчига товарларни етказиб бериш даври билан тавсифланади. Буюртманинг давомийлиги буюртмани расмийлаштириш вақти, тайёрлаш (агар буюртма қилинган товар мавжуд бўлмаса), қадоқлаш, ортиш ва истеъмомчига етказиб беришни ўз ичига олади.

“Харидорлар бозори” шароитида улгуржи сотувчи истеъмомчининг талабига биноан ўз фаолиятини ташкил қилиши лозим. Шу билан бирга, истеъмомчи талаби товар таклифи билан чекланиб қолмайди. Истеъмомчи учун товарларни етказиб бериш жараёнида унга кўрсатиладиган хизматлар таркиби ва сифати ҳам муҳимдир. Бу эса ҳозирги рақобат шароити, истеъмомчилар эҳтиёжи таркибининг ўзгаришидан келиб чиқмоқда.

Сервиснинг аҳамияти тобора ортиб бормоқда. Бунинг сабаби кўпгина омилар билан изоҳланади. Жумладан, турли мамлакатлар томонидан қабул қилинган ижтимоий дастурлар, меҳнатга лаёқатли аҳоли ва кўп миқдордаги компаниялар сонининг ошиши ҳамда умумий сервис индустриясининг ривожланиши, кўплаб фирмаларнинг ўз фаолиятини охириги истеъмомчи мақсадига йўналтирилиши, сервис индустриясида сифатни бошқаришнинг универсал концепциясининг ривожланиши. Шунингдек, мамлакатда сервис хизматлар кўрсатишни ривожлантириш, миллий иқтисодиётнинг ҳолатига таъсир кўрсатишидан далолат беради.

Улгуржи савдо самарадорлиги ва рақобатбардошлигини оширишда логистик сервис сифатини ошириш, логистик сервис даражасини яхшилаш борасида қуйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

- товарга бўлган талабни ўз вақтида қондириш, улгуржи савдода бажариладиган хизматлар доирасини: омборга жойлаштириш, қайта юклаш, товар заҳираларини меъёрлаштириш, товар ҳаракатини бошқариш, исталган мураккабликдаги ностандарт буюртмаларни бажариш ва бошқаларни кенгайтириш ҳамда яхшилаш;

- транспорт-логистика таъминотини юқори даражада бажарилиши учун хизматлар доирасини (омборга жойлаштириш, қайта юклаш, исталган мураккабликдаги ностандарт буюртмаларни бажариш ва ҳоказо) кенгайтириш ва яхшилаш имкониятини берадиган 3 PL (Third Party Logistics) ва 4 PL (Fourth Party Logistics) логистика аутсортинг тизимини жорий этиш орқали етказиб бериш занжирига жалб қилинган компаниялар интеграциясини таъминлаш қоидаларини ишлаб чиқиш;

- JIT (just in time) «ўз вақтида», MRP (material requirements planning) моддий ресурсларни режалаштириш ва MRP II (manufacturing resource planning) ишлаб чиқариш ресурсларини режалаштириш ва тақсмотини ташкил этиш концепциясини ишлаб чиқиш ва амалиётга қўллаш;

- улгуржи савдо бозорларига маркетинг воситаларини комплекс қўлланишини, жумладан, сервис сиёсати доирасида харидорларга сервис хизмати кўрсатиш тизимини ривожлантириш, сотишдан олдинги ва кейинги хизмат кўрсатилишини йўлга қўйиш, фан ютуқларидан кенг фойдаланиладиган маҳсулотга хизмат кўрсатувчи сервис марказлари тармоғини кенгайтириш ва хизмат кўрсатувчи инфратузилмани ривожлантиришнинг концептуал қоидаларини ишлаб чиқиш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон Фармони.
2. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили”да амалга оширишга оид Давлат дастурини ўрганиш бўйича илмий-услубий рисола [Матн] / ТДИУ. – Т.: “Маънавият” нашриёти, 2017. – 244 бет

3. Ackerman, 2005 Ackerman, K. 2005. “Logistics service providers: friends, foes, and opportunity?”. In Outlook 2006 An Executive's Companion to Facing the Forces of Change, 135–148. Washington, DC: Distribution Research and Education Foundation
4. Голиков Е.А. Оптовая торговля: менеджмент, маркетинг, логистика, финансы, безопасность. — М.: Экзамен, 2013. 352 с.
5. Ельдештейн Ю.М. Логистика. Электронный учебно-методический комплекс. www.kgan.ru/distance/fub_03/eldeshten/logistika/02_07.html
6. Martin Christopher, Helen Peck. Marketing Logistics. Butterworth-Heinemann, Boston: 2015y.172 p.
7. Миротин Л.Б., Некрасов А.Г. Эффективность интегрированной логистики Электронный ресурс. URL: <http://www.integprog.ru/press-centre/publications/64-pub-eil.html>
8. Основы логистики: учебник для вузов/ Под ред. В. Щербакова. -СПб.: Питер, 2009. 432 с.
9. Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность. Учебник. «Дашков и К», 2012 г., 500 с.
10. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма/ муаллифлар жамоаси. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, Т.: “Иқтисод-Молия”, 2016 й. 504 бет.
11. Эргашходжаева Ш.Ж. Саноат маркетинги. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, “Иқтисодиёт” 2014 й. 231 бет.
12. Эргашходжаева Ш.Ж. Маркетингни бошқариш. Дарслик. Т.: ТДИУ, “Иқтисодиёт” 2017 й. 231 бет.

Д.Холмаматов Улучшение логистических услуг в повышении эффективности оптовой торговли	D.Kholmamатов Improving logistics services in increasing of wholesale trade efficiency
Аннотация: оптовая торговля играет важную роль во всех аспектах перерабатывающей промышленности, в частности, на поставку местного сырья на предприятия производства, распространение готовой продукции на потребительском рынке. Все операции по оптовой торговле цепью «производство-распределение-потребление» напрямую связаны с услугами логистики. Служба логистики обеспечивает высокий уровень организации всех услуг, связанных с распределением, в оптовой торговле. В этой статье рассматриваются вопросы повышения качества логистических услуг при организации, заказе, доставке и послепродажном обслуживании на оптовых рынках. Ключевые слова: оптовая торговля, заказ, после продажное обслуживание, логистическое обслуживание, гибкость доставки, надежность доставки, продолжительность заказа.	Abstract:wholesale trade plays an important role in all aspects of the processing industry, in particular, the supply of local raw materials to manufacturing enterprises, the distribution of finished products in the consumer market. All wholesale operations of the chain "production-distribution-consumption" are directly related to logistics services. The logistics service ensures a high level of organization of all distribution-related services in wholesale trade. This article examines the issues of improving the quality of logistics services in the organization, ordering, delivery and after-sales service in the wholesale markets. Keywords: wholesale, order, After-sales service, logistical service, flexibility of delivery, reliability of delivery, duration of order.

ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

Д.Х.Асланова – проректор по науке и инновациям СамИЭС, к.э.н.

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ТУРИЗМА

Аннотация: в статье обосновывается необходимость сотрудничества государства, частного сектора, науки и образования на пути повышения качества образования в системе туризма. Научно обосновано предложение формирования образовательного туристского кластера, в качестве эффективного механизма данного сотрудничества, а также разработана структура кластера.

Ключевые слова: образовательный кластер, качество образования, туристское образование.

Индустрия туризма считается одной из самых быстро развивающихся и перспективных отраслей экономики. А это значит, что человек, избравший туризм своей профессией, никогда и нигде не пропадет. Но если раньше в этот бизнес приходили «с улицы» и учились всему на практике, то сейчас туристической индустрии во всем мире требуются профессионально подготовленные кадры.

На сегодняшний день в Республике Узбекистан в процессе реализуемых реформ по развитию туризма особое внимание уделяется подготовке кадров, повышению квалификации специалистов, улучшению качества обслуживания.

Фундаментальной основой современных реформ в Узбекистане в сфере повышения качества высшего образования является Постановление Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 20 апреля 2017 года № ПП-2909 «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования», от 27 июня 2017 года № ПП-3151 «О мерах по дальнейшему расширению участия отраслей и сфер экономики в повышении качества подготовки специалистов с высшим образованием» [1; 2].

Реализация современной модели профессионального туристского образования в Узбекистане, нацеленной на обеспечение туристской отрасли квалифицированными конкурентоспособными кадрами, сдерживается по ряду причин. Остаются нерешенными проблемы, связанные с качеством подготовки специалистов. Ниже рассмотрим некоторые из них.

При нехватке квалифицированных кадров для туристской индустрии имеет место невостребованности выпускников профильных вузов, из-за отсутствия у них практических навыков и должных знаний по конкретным специализациям. Исследования показывают, что в подавляющем большинстве случаев предприятия (работодатели) ориентируются на подготовленную (имеющую практические навыки) рабочую силу. «В частности, в выводах группы авторитетных международных экспертов, привлеченных при сотрудничестве Комитета Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (UNESCO) и консалтинговой компании ("DGP Research & Consulting"), на основе анализа результатов комплексного исследования системы образования Республики Узбекистан, проведенного в январе - июне 2017 года, указывается на такие недостатки, как необеспечение целостности теории и практики в процессе высшего образования, в результате неэффективной организации квалификационной практики студентов на производственных предприятиях значительная часть выпускников, вместо того чтобы выходить готовыми специалистами, после устройства на работу заново осваивает свою профессию, специальность, ...» [2].

В связи с увеличением количества высших и средне-специальных учебных заведений, выпускающих специалистов туристского профиля, возрастает потребность в формировании квалифицированного преподавательского состава, обладающего

современными профессиональными знаниями и опытом практической работы в отрасли. В этой связи еще мало привлекаются наиболее подготовленные работники туристской индустрии к проведению мастер-классов, чтению лекций и проведению семинаров, к участию в научно-практических конференциях, научных исследованиях по проблемам туризма, к руководству различного вида практик на предприятиях туризма, «а также несоответствие механизма контроля качества образования, нехватка квалифицированных педагогических и управленческих кадров в образовательных учреждениях, недостаточное налаживание эффективного сотрудничества с зарубежными образовательными учреждениями» [2].

Возрастает потребность учебных заведений в адекватном методическом обеспечении учебного процесса, в освоении инновационных технологий профессионального образования, внедрении методов и средств дистанционного обучения. Отсутствует координация в вопросах обеспечения системы профессионального туристского образования современными учебниками и учебными пособиями, учебными программами по многим дисциплинам. Как правило, программы переподготовки и повышения квалификации специалистов, реализуемые в системе профессионального туристского образования, не дают слушателям необходимых современных практических профессиональных знаний и навыков, носят формальный характер.

Кроме того, не отвечает требованиям участие отраслей экономики в процессах формирования заказов на подготовку кадров в перспективе, разработке квалификационных требований к выпускникам, обеспечении качества подготовки специалистов, необходимых для отрасли. Работодателями не осуществляется системная работа по обеспечению соответствия программ высшего образования требованиям меняющегося рынка труда.

Имеются разрывы в системе взаимосвязи высшее образование - наука - производство, не обеспечена их интеграция. Отсутствие системной подготовки квалифицированных научных и научно-педагогических кадров приводит к снижению научного потенциала высших образовательных учреждений.

Это привело к тому, что кадры подготовленные в национальной системе образования остаются не востребованными. На сегодняшний день лишь около 50% выпускников СамИЭС по разным специальностям по направлению сферы туризма трудоустраиваются по своей специальности (1-таблица).

Одним из таких механизмов в развитии системы профессионального образования наиболее важным является кластерный подход на основе взаимодействия, партнерства, сотрудничества, диалога между заинтересованными субъектами: образовательными учреждениями, работодателями, органами управления, общественными организациями. Одной из форм сотрудничества является создание образовательных кластеров в регионах.

Необходимость обращения к кластерному подходу объясняется преимуществами кластера как организационной формы объединения усилий заинтересованных сторон в целях повышения эффективности региональной системы профессионального образования.

Под кластерным подходом к развитию образования понимается взаимо- и саморазвитие субъектов кластера «в процессе работы над проблемой», осуществляемое на основе устойчивого развития партнерства, усиливающего конкретные преимущества, как отдельных участников, так и кластера в целом [3].

Кластером является совокупность согласованно действующих на основе общей цели субъектов, которые объединены определёнными договорными отношениями, определяющие роли субъектов и регулирующие их деятельность.

Образовательный кластер - это, с одной стороны, совокупность взаимосвязанных учреждений профессионального образования, объединенных по

1-таблица

Трудоустройство выпускников СамИЭС в 2013-2018 гг.*

Шифр		5230200	5230400	5610100	5610200	5610300
Название специальностей (направления образования)		Менеджмент (туризм)	Маркетинг (туризм)	Сфера услуг (по направлениям и видам деятельности)	Организация и управление гостиничного хозяйства	Туризм (по видам деятельности)
кол-во выпускников	2013-2014	47	43	26	45	43
	2014-2015	47	48	35	51	33
	2015-2016	46	52	44	55	48
	2016-2017	48	48	44	44	50
	2017-2018	45	41	43	56	54
трудоустройство по своей специальности	2013-2014	25	23	12	26	24
	%	53,2	53,5	46,2	57,8	55,8
	2014-2015	29	23	18	28	29
	%	61,7	47,9	51,4	54,9	87,9
	2015-2016	27	29	26	25	22
	%	58,7	55,8	59,1	45,5	45,8
	2016-2017	22	25	24	26	31
	%	45,8	52,1	54,5	59,1	62,0
	2017-2018	20	15	22	25	23
	%	44,4	36,6	51,2	44,6	42,6

*расчитано автором по данным отдела Маркетинга СамИЭС

отраслевому признаку и партнерскими отношениями с предприятиями отрасли; с другой - система обучения, взаимообучения и инструментов самообучения в инновационной цепочке наука-технологии-бизнес, основанная преимущественно на горизонтальных связях внутри цепочки [4].

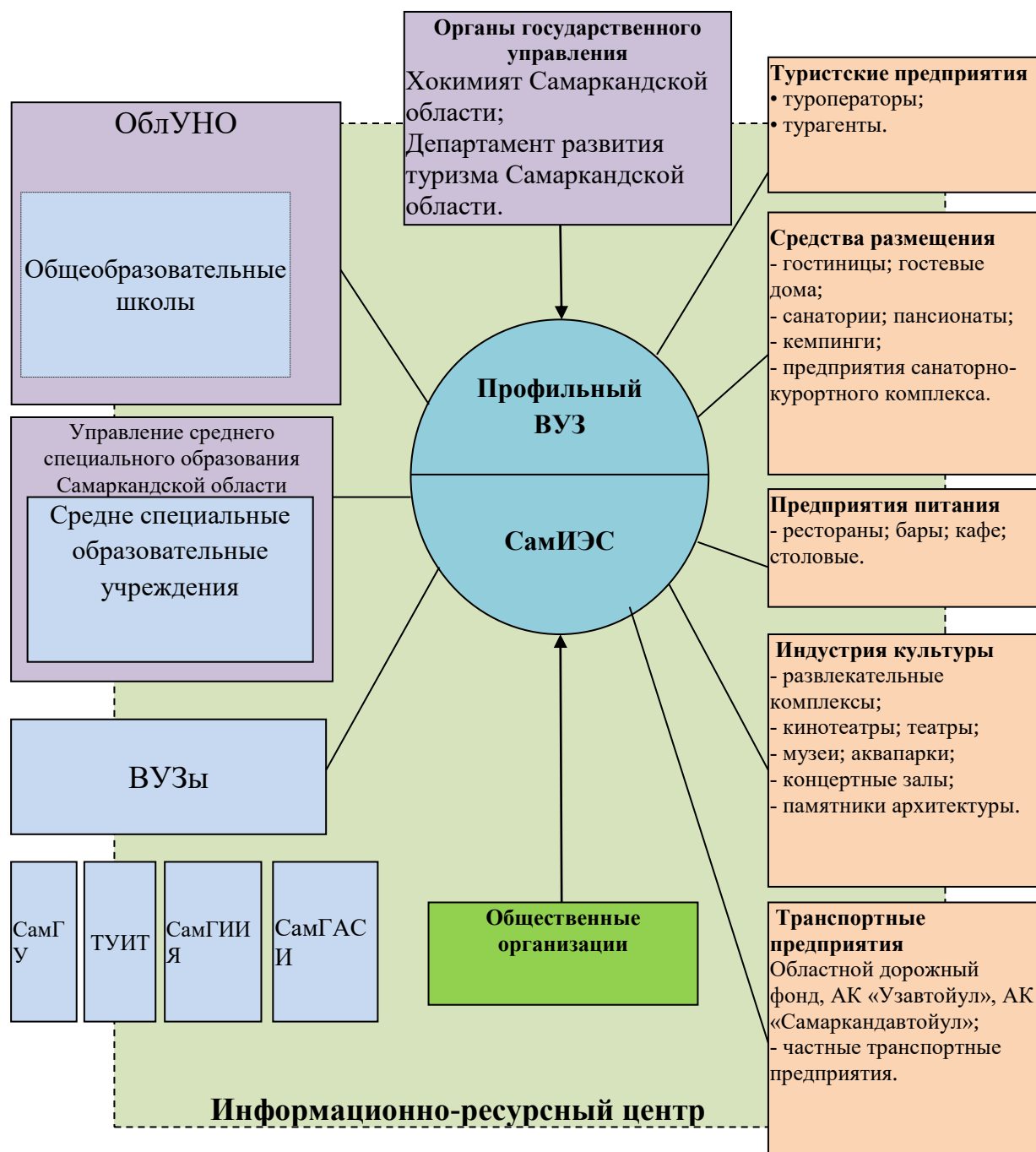
В состав образовательного туристского кластера должны войти все учреждения образования – от общеобразовательных школ до высших учебных заведений (Рис.-1.).

Основные задачи этих образовательных учреждений в составе регионального туристского кластера – повышение качества подготовки кадров для сферы туризма: повышение кадрового потенциала в школах региона, учащихся профильных образовательных учреждений региона и студентов высших учебных заведений.

В рамках образовательного туристского кластера будет организовано сотрудничество образовательных учреждений с предприятиями туристской отрасли, что позволит учитывать практический аспект образовательного процесса, а также привлекать к процессу обучения специалистов, которые могут помочь приобрести обучающемуся новые умения и навыки.

Межотраслевой и межведомственный характер образовательного кластера предполагает вхождение в его состав учреждений следующих типов:

– органов власти (региональных, муниципальных), курирующих вопросы соответствующих экономических отраслей и образования (Хокимият Самаркандской области Департамент развития туризма Самаркандской области.);



1-рис. Структура образовательного туристского кластера Самаркандской области

- образовательных учреждений, профильных для отраслевых видов деятельности (Самаркандский институт экономики и сервиса, Самаркандский государственный университет, Самаркандский филиал Ташкентского университета информационных технологий, Самаркандский государственный архитектурно строительный институт, Самаркандский государственный институт иностранных языков);
- «опорных» организаций (коммерческих структур), являющихся крупными работодателями в данных сферах экономической деятельности;
- некоммерческих профессиональных структур, объединений, ассоциаций, осуществляющих деятельность в профильных направлениях;
- коммерческих организаций, фондов и др., осуществляющих поддержку развития соответствующих отраслей экономики.
- Особое внимание при формировании образовательного туристского кластера

необходимо уделять взаимосвязям между его субъектами. В предложенной нами структуре главным инструментом взаимосвязей между элементами кластера служит информационная база. Она создаётся на основе системного подхода накопления, обработки и передачи по определённым каналам, в определённом объёме информации, в зависимости от доступа к информационной базе субъектов кластера.

Перспективы развития сферы туризма, а также связанных с ними кадровых потребностей, а также имеющийся потенциал и ресурсы, для развития сферы туризма в Самаркандской области, позволяет сделать вывод о своевременности и актуальности развития предлагаемого кластерного подхода сотрудничества для повышения качества образования в системе туризма.

Список использованной литературы:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 20 апреля 2017 года № ПП-2909 «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования».
2. Постановление Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 27 июня 2017 года № ПП-3151 «О мерах по дальнейшему расширению участия отраслей и сфер экономики в повышении качества подготовки специалистов с высшим образованием».
3. Бойцов А.С., Костяев А.И. К вопросу о теории кластеров и кластерном подходе // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 2009. С. 25 - 31.
4. Смирнов, А.В. Образовательные кластеры и инновационное обучение в вузе: Монография. Казань: РИЦ «Школа», 2010. 102 с.
5. Маевский Д.П., Лучко О.Н., Кулагина Е.В., Грицай М.А., Мокеев Г.И. Структурно-функциональная модель туристско-рекреационного кластера Омской области // Учёные записки университета им. П. Ф. Лесгафта. 2012. № 10. С. 99–104.
6. Кропинова Е. Г., Митрофанова А. В. Региональный туристский кластер как туристско-рекреационная система регионального уровня // Региональные исследования. 2011. № 1. С. 40–46.
7. Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В. К вопросу содержания понятия «туристский кластер» // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 33 (312). – С. 45-53.
8. Потапова И.И., Видищева Е.В. Создание туристского кластера как фактор устойчивого комплексного развития туризма в регионе // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2008. – № 3-4 (5-6). – С. 36-42.

Д.Асланова Туризм тизимида таълим сифатини оширишга кластерли ёндашув Аннотация: мақолада туризм тизимида таълим сифатини ошириш учун давлат, таълим ва фан, хусусий бизнес ҳамкорлиги зарурияти асослаб берилган. Ушбу ҳамкорликнинг самарали механизми сифатида таълим туристик кластерини шакллантириш таклифи илмий асосланган ҳамда кластернинг тузилмаси ишлаб чиқилган. Калит сўзлар: таълим кластери, таълим сифати, туристик таълим.	D.Aslanova Cluster approach for improving the quality of education in the tourism system Abstract: The article substantiates the necessity of cooperation between the state, private sector, science and education on the way of improving the quality of education in the tourism system. The proposal to create an educational tourist cluster, as an effective mechanism for this cooperation, has been scientifically grounded, and a cluster structure has been developed. Keywords: educational cluster, quality of education, tourist education.
---	---

М.Т. Алимова – доцент кафедры «Маркетинг» СамИЭС, д.э.н.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: в статье научно обосновано предложение формирования регионального туристского кластера, основанного на инновационных подходах, как эффективного механизма сотрудничества государства, бизнеса и науки. А также приведена структура регионального туристского кластера.

Ключевые слова: региональный туристский кластер, инновация, кластерный подход, конкурентоспособность.

В современный период глобализации и инновационной экономики развитие туристской индустрии предполагает рост ее конкурентоспособности, повышении качества человеческого капитала и производительности труда, развитие высокотехнологичных производств и превращение инновационных факторов в основной источник экономического роста.

Необходимость внедрения инноваций в туристскую отрасль стимулируют конкурентная борьба и целый ряд других требований рынка. На современном этапе развития экономики конкурентоспособной является та продукция, которая отвечает современным требованиям качества. Поэтому инновационность туристской продукции – неотъемлемая часть успешной деятельности туристских предприятий, так как позволяет предложить продукцию, кардинально отличающуюся от аналогов по цене и качеству.

Важными являются аспекты оценки целесообразности инновационной деятельности в туризме. В данной связи, можно сформулировать следующие критерии успеха инноваций в туризме: необходимость сотрудничества ученых и руководства туристских предприятий в процессе разработки и внедрения инноваций; партнёрство частного сектора и государственных органов в разработке инновационных проектов; объективный отбор инновационных программ, исходя из возможностей и перспектив; ведение эффективной кадровой политики.

Решение этих задач потребует создания системы четкого взаимодействия государства, бизнеса, науки и образования на основе использования эффективных инструментов инновационного развития, среди которых немаловажную роль играет кластерный подход.

Термин «кластер» (англ. cluster – гроздь, кисть, пучок, скопление) уже давно используется во многих науках, прежде всего, естественных – математике, астрономии, химии, ядерной физике. В экономической и экономико-географической литературе этот термин стал интенсивно использоваться лишь в последние два десятилетия, после публикации статьи американского экономиста М.Портера «Конкурентные преимущества стран» (1990 г.). Он определяет кластеры как «сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации и торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [1]. В своих исследованиях М.Портер обратил внимание на то, что наиболее конкурентоспособные в международных масштабах фирмы одной отрасли обычно не бессистемно разбросаны по разным развитым государствам, а имеют свойство концентрироваться в одной и той же стране, а порой даже в одном и том же регионе страны. Это не случайно. Одна или несколько фирм, достигая конкурентоспособности на мировом рынке, распространяет свое влияние на ближайшее окружение: поставщиков, потребителей и конкурентов. В свою очередь, успехи окружения оказывают положительное влияние на дальнейший рост

конкурентоспособности данной компании.

Одним из первых ученых, попытавшихся применить концепцию промышленного кластера к сфере туризма, является М. Монфорд [2].

Исследованиями кластерного подхода в индустрии туризма занимались такие зарубежные учёные и специалисты, как Митрофанова А. Н., Коль О. Д., Морозова Ю. Ю.; Шепелев И. Г., Маркова Ю. А., Хваджа А. Н., Осминкина А. Д., Маевский Д. П., Кропинова Е. Г., Тарасёнок А. И., Созиева З. И., Мартышенко Н. С., Александрова А. Ю., Бойко А. Е., Власенко А. А., Capone F., Beni M., Dias A., Monfort M., Cunha S.K., Cunha, J.C., Саак А.Э., Морозова Ю.Ю., Кизим А.А., Маевский Д. П., Ferreira J., Estevro C., Novell M., Schmitz B., Spenser T., Лысикова О.В., Лукьяненко Е.В, Бойко А.Е., Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В., Потапова И.И., Видищева Е.В. Однако, с нашей точки зрения, теоретические аспекты данного подхода остаются недостаточно изученными.

Возможность использования кластерного подхода в целях повышения эффективности туристской деятельности достаточно широко рассматривалась различными зарубежными исследователями.

Такие ученые, как Л. Канина, К. Энц и Дж. Харрисон, Ф. Гоу и Э. Вильямс, Дж. Джексон и П. Мерфи, А. Макиавелли, И. Майкл, С. Нордин, Дж. Саксена, Р. Тинслей и П. Линч, К. Холл глубоко изучали особенности формирования и развития кластеров в сфере гостеприимства и туризма. Дж. Ритчи и Дж. Крауч, К. Гутьерес и И. Бордас применили модель конкурентоспособности Портера – модель, демонстрирующую необходимые условия для возникновения и успешного развития тех или иных кластеров, – к различным туристским территориям[3]. К. Караманидис адаптировал данную модель к туризму Греции, а Э. Кок – к анализу туристских кластеров Турции. Из последних исследований, посвященных рассмотрению конкретных кейсов по реализации кластерных инициатив в туризме, можно выделить работы И. Майкла, И. Фридриха, И. Гумменссона, С. Нордин, М. Новелли, Б. Шмитц, Т. Спенсера [4], а также исследования, проводимые Всемирной туристской организацией [5, 6].

По мнению М. Новелли, Б. Шмитц, Т. Спенсера, развитие кластеров не следует рассматривать в качестве простого и спонтанного процесса, а как очень сложный процесс, связанный с тесным сотрудничеством заинтересованных сторон. В их работе региональный туристский кластер используется в качестве основы, обеспечивающей инновационные возможности для среднего и малого бизнеса для работы в конкурентной окружающей среде.

По нашему мнению, туристский кластер – это система географически локализованных взаимосвязанных конкурентоспособных предпринимательских структур, тесно взаимодействующих с органами управления, общественными организациями, образовательными, научными учреждениями, непосредственно или косвенно участвующих в технологическом процессе оказания туристских услуг на базе эффективного использования туристско-рекреационного потенциала региона.

Изучив мировой опыт кластерного подхода в развитии национальной экономики в целом и отдельных регионов, мы хотим подчеркнуть, что кластерная политика отличается разнообразием практических подходов и не существует, по крайней мере, в виде четко определенного набора инструментов. Поэтому необходимо подчеркнуть, что кластерная политика должна реализовываться только с учетом специфики пространственной структуры экономики Узбекистана, и его региональных особенностей. Это, в первую очередь, обуславливает разработку структуры регионального туристского кластера, а также методики формирования туристского кластера в регионах Узбекистана.

По нашему мнению, кластер представляет собой интегрированную структуру, которая функционирует на основе организационно-экономического механизма.

Единого мнения относительно элементов указанного механизма нет, поскольку в большинстве исследованиях предлагаются организационно-экономические механизмы применительно к конкретной отрасли. При этом надо отметить, что невозможно, разрабатывая кластерную политику развития регионов, копировать то, что есть в других регионах. Эффективные кластеры строятся на региональных особенностях, которые превращаются в источники конкурентных преимуществ.

Исходя из выше указанного, мы предлагаем выделить следующие элементы туристского кластера: блок специализации, блок координации, блок потребителей, блок науки, блок финансово-юридический, блок сопутствующий. Структура организационно-экономического механизма развития туризма в регионах Узбекистана на основе кластерного подхода представлена на ниже приведённой схеме. На схеме выделены элементы кластера, а так же указаны средства и методы взаимодействия между ними в процессе их функционирования (рис.-1.).

Блок специализации состоит из двух составляющих: основного и обслуживающего блоков.

Основной блок. Данный блок состоит из следующих организаций и предприятий: фирмы-производители туристских услуг (лечебницы, санатории, здравницы, базы отдыха и др.); фирмы по разработке и реализации туристского продукта преимущественно на оптовой основе(туроператоры); фирмы, выступающие в качестве продавцов туристского продукта, сформированного туроператорами (турагенты). Таким образом, данный блок выполняет функции по производству туристских услуг, формированию и реализации туристского продукта.

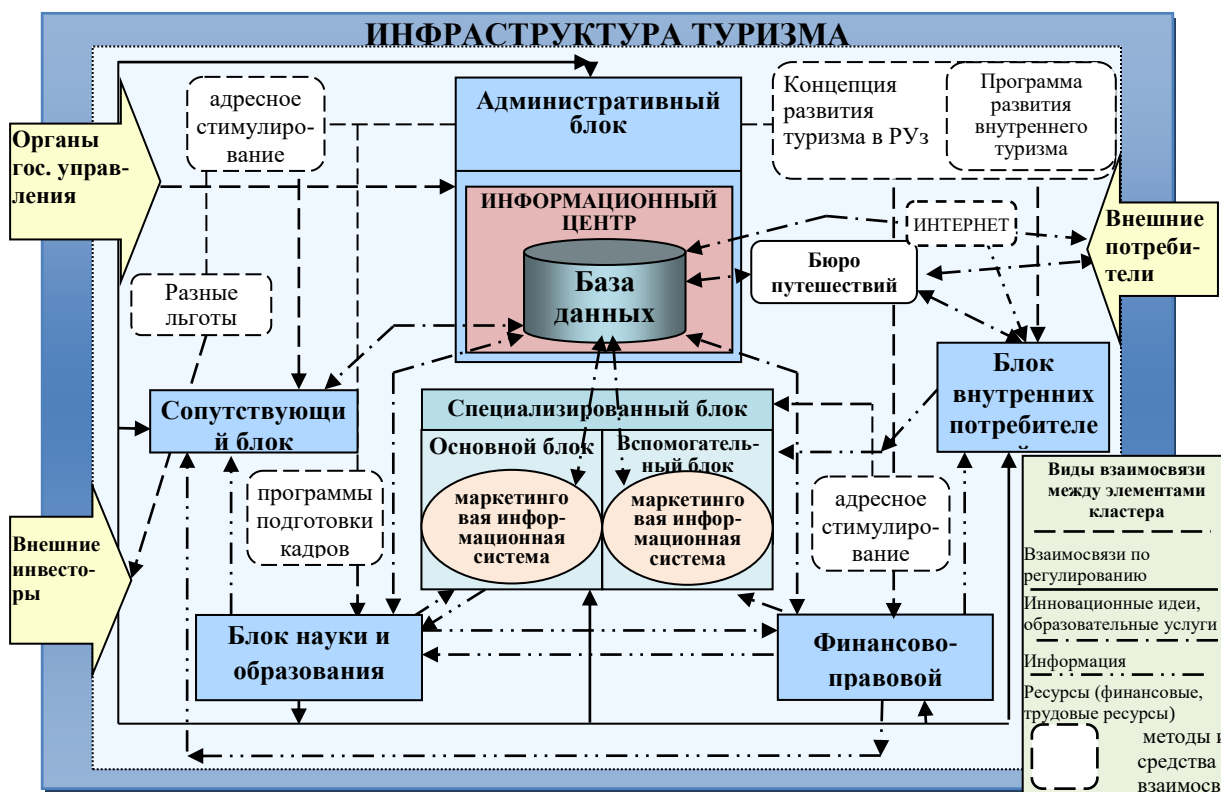


Рис. 1. Структура регионального туристского кластера

Обслуживающий блок. Данный блок включает в себя специализированные фирмы, предоставляющие следующие услуги:

- размещения (гостиницы и аналогичные средства размещения);
- питания (рестораны, бары, кафе, столовые и др.);
- транспортные (авиационные предприятия, транспортные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта и др.);

- связи (услуги сотовой и т.п. связи);
- торговли товарами для туристов;
- досуга в туризме (киноконцертные залы, залы игровых автоматов, и прочие учреждения культуры);
- промышленные предприятия, производящие только товары туристского и рекреационного ассортимента.

Блок координации. Процесс формирования индустрии туризма и ее устойчивого развития, как одной из важнейших отраслей в региональной экономике, в настоящее время невозможен только лишь с использованием существующих рыночных механизмов, без действий, исходящих от государства, и оказывающих реальную поддержку. Именно государству здесь отводится роль катализатора государственно-частного партнерства.

Блок науки и образования. Образовательные учреждения, входящие в кластер должны иметь специфическую программу обучения (переобучения) кадров, отражающую возможность получения современных знаний и умений в сфере специализации кластера. Сфера деятельности блока науки включает:

- подготовку будущих специалистов;
- проведение курсов повышения квалификации имеющихся трудовых кадров;
- осуществление различных исследований в рамках специализации кластера;
- разработку нововведений во всех сферах деятельности кластера и т.д.

Блок науки взаимодействует с другими участниками кластера в рамках предоставления им образовательных и научно-исследовательских услуг, за что получает материальное вознаграждение.

Блок сопутствующий. Данный блок включает в себя ряд организаций и предприятий (промышленных, медицинских, образовательных, информационных), функционирующих на рынке товаров и услуг вне зависимости от туризма, однако их включение в состав кластера создаст более высококачественные условия для привлечения туристов.

Блок финансово-юридического сопровождения представляет собой организации предоставляющие финансовые(банки, страховые компании и пр.)и юридические услуги(юридические и нотариальные конторы). Наличие финансовой составляющей данного блока необходимо в составе кластера в связи с тем, что туризм способствует притоку значительных сумм иностранной валюты, причем поступление валюты происходит не только в виде оплаты за тур, но и в виде обмена денег в обменных пунктах на повседневные траты туристов, оплату дополнительных услуг и пр. Юридическая сторона блока отвечает за заключение договоров и контрактов, решение спорных вопросов, представительство в суде, проведение мероприятий, отвечающих за безопасность туристов и т.п.

Особое внимание при формировании туристского кластера необходимо уделять взаимосвязям между его элементами. Данная связь основывается не только на экономической выгоде участников, но и ориентирована на создание и реализацию качественных туристских услуг, удовлетворяющих потребности как внутренних, так и внешних потребителей туристских услуг. В предложенной нами модели главным инструментом взаимосвязей между элементами кластера служит информационная база. Она создаётся на основе системного подхода накопления, обработки и передачи по определённым каналам, в определённом объёме информации, в зависимости от доступа к информационной базе элементов кластера. Это гласит о необходимости систематизации предъявляемой информации на уровне всех элементов кластера. Инструментом такой систематизации на уровне предприятий может служить маркетинговая информационная система.

И так, по своей сущности и структуре кластерная политика является именно тем инновационным направлением развития туризма в регионах Узбекистана, который может способствовать решению главной задачи: повышение конкурентоспособности национальной экономики через повышение инновационности туристской и смежных ему отраслей.

Список использованной литературы:

1. Портер, М. Э. Конкуренция: учеб. пособие: пер. с англ. / М. Э. Портер. М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. С. 205.
2. Monfort M. Competitividad y factores críticos de éxito en la «hotelería de litoral»: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola (Doctoral Dissertation, Universidad de València, Espanha, 2000).
3. Bordas E. Improving public-private sectors cooperation in tourism: A new paradigm for destinations [Electronic resource] // Tourism Review. – 2001. – Vol 56, N 3/4. – P. 38–41. System requirements: Adobe Acrobat Reader. Access mode: <http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do;jsessionid=733A611DC45C580A0C0>
4. Novelli, M., Schmitz, B. E Spencer, T. (2006). “Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience”, Tourism Management, Vol.27, pp. 1141-1152.
5. Cooperation and Partnerships in Tourism – A Global Perspective. – Spain: World Tourism Organization, 2003. – 147 p.
6. Public-private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness. – Spain: World Tourism Organization, 2001. – 283 p.

М.Алимова	M.Alimova
Ўзбекистон ҳудудларида туризмни ривожлантиришга инновацион ёндашув Аннотация: мақолада давлат, бизнес ва илм-фан самарали ҳамкорлигининг самарали механизми сифатида инновацион ёндашувга асосланган ҳудудий туристик кластерни шакллантириш таклифи илмий асослаб берилган. Шунингдек, ҳудудий туристик кластернинг тузилмаси келтирилган. Калит сўзлар: ҳудудий туристик кластер, инновация, кластерли ёндашув, рақобатбардошлик.	Innovative approach to development of tourism in the regions of Uzbekistan Abstract: the proposal to form a regional tourist cluster, based on innovative approach, as an effective mechanism for cooperation between the state, business and science is scientifically substantiated in the article. And also the structure of the regional tourist cluster is given. Keywords: regional tourist cluster, innovation, cluster approach, competitiveness.

И.Р.Бердикулова – СамИСИ катта ўқитувчиси

ТУРИЗМ БОЗОРИНИ ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ҚИЛИШНИНГ ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР САМАРАДОРЛИГИГА ТАЪСИРИНИ ҲИСОБЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада туризм бозорини диверсификация қилишнинг туристик хизматлар самарадорлигига таъсирини ҳисоблаш йўллари илк бор шу омиллар иштирокида қараб чиқилган. Бунда туристик хизматлар самарадорлигининг ошишига қиравчи туристларга тўғри келадиган умумий тушум, қиравчи туристларнинг ички туризмдаги улуши, ички туристларнинг ички бозорда иштирок этган битта туристик фирмаларга тўғри келиши, ички бозордаги туристик фирмаларнинг хорижий бозорда иштирок этаётган туристик фирмалардаги ҳиссаси, хорижий бозорда иштирок этаётган туристик фирмаларнинг барча туристик фирмалардаги улуши каби омилларнинг натижа ўзгаришига таъсирини ҳисоблаш йўллари кўрсатиб берилган. Калит сўзлар: туристик бозор, диверсификация, омиллар, туристик хизматлар, омилли таҳлил, самарадорлик.

Ҳозирги пайтда туристик хизматлар самарадорлигини оширишнинг муҳим омилларидан бири туризм бозорини диверсификация қилишдан иборатдир. Ушбу жараён билан боғлиқ омиллар гуруҳи бир қанча. Аммо иқтисодий адабиётларда ушбу

омилларнинг туристик хизматлар самарадорлигига таъсирини ҳисоблаш йўллари ҳамон ишлаб чиқилмаган. Шу туфайли, бугунги кунда туристик фирма ва компаниялар рақобатбардошлигини ошириш учун барча омилар қатори ушбу гуруҳ омиларнинг ҳам таъсирини ҳисоблашни тақозо қилади.

Туризм бозорини диверсификация қилишнинг туристик хизматлар самарадорлигининг ўзгаришига таъсир қилувчи натижа кўрсаткичи, яъни туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмаларнинг самарадорлиги (W) билан ўзаро функционал боғлиқ бўлган омилар қуйидагилардан иборат:

кирувчи туристларга тўғри келадиган умумий тушум (K);

кирувчи туристларнинг ички туризмдаги улуши (R);

ички туристларнинг ички бозорда иштирок этган битта туристик фирмаларга тўғри келиши (S);

ички бозордаги туристик фирмаларнинг хорижий бозорда иштирок этаётган туристик фирмалардаги ҳиссаси (B);

хорижий бозорда иштирок этаётган туристик фирмаларнинг барча туристик фирмалардаги улуши (U).

Ушбу омилар таъсирини ҳисоблаш учун, уларнинг натижа кўрсаткичи (туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмаларнинг самарадорлиги) билан ўзаро боғлиқлигини аниқлашни тақозо қилади. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, юқорида номи зикр этилган омиларнинг натижа билан функционал боғлиқ эканлиги аниқланди. Буларнинг ўзаро боғлиқлигини аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$W = K * R * S * B * U;$$

Туристик хизматлар самарадорлигини ошириш бўйича тегишли чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ва бошқарув қарорларини қабул қилиш учун ушбу омиларнинг туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмаларнинг самарадорлиги ўзгаришига таъсирини аниқлаш лозим бўлади. Бунинг учун иқтисодий таҳлилнинг бир қанча усулларидан фойдаланиш мумкин. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, мазкур ҳолатда энг қулай усуллардан бири – индекс усули экан. Ушбу усул бир вақтнинг ўзида натижа ўзгаришига омиларнинг мутлақ ва нисбий фарқларини ҳам аниқлаш имконини беради.

Энг аввало, натижа кўрсаткичининг фарқини аниқлаб олиш лозим. Бунинг учун натижанинг ҳақиқий миқдоридан ($K_x * R_x * S_x * B_x * U_x$) унинг асос йилидаги миқдори ($K_6 * R_6 * S_6 * B_6 * U_6$) айрилади. Буни қуйидаги формуладан фойдаланиб аниқлашни тавсия қиламиз:

$$\Delta W = (K_x * R_x * S_x * B_x * U_x) - (K_6 * R_6 * S_6 * B_6 * U_6);$$

Энди туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмаларнинг самарадорлиги ўзгаришига ҳар бир омилнинг таъсирини ҳисоблаш мумкин бўлади. Бунинг учун мазкур кўрсаткичнинг индексини ҳам аниқлаб оламиз. Бунинг учун натижанинг ҳақиқий миқдорини ($K_x * R_x * S_x * B_x * U_x$), унинг асос йилидаги миқдорига ($K_6 * R_6 * S_6 * B_6 * U_6$) бўлиш лозим бўлади. Буни қуйидагича аниқлашни тавсия қиламиз:

$$I_w = (K_x * R_x * S_x * B_x * U_x) / (K_6 * R_6 * S_6 * B_6 * U_6);$$

Туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмалар самарадорлигининг ўзгаришига биринчи омилнинг, яъни кирувчи туристларга тўғри келадиган умумий тушум таъсирини индекс усулида аниқлаш учун натижанинг биринчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдорини ($K_x * R_6 * S_6 * B_6 * U_6$), унинг асос йилидаги миқдорига ($K_6 * R_6 * S_6 * B_6 * U_6$) бўлинади. Бунинг учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$I_{wK} = (K_x * R_6 * S_6 * B_6 * U_6) / (K_6 * R_6 * S_6 * B_6 * U_6);$$

Ушбу омилнинг мутлақ фарқини аниқлаш учун, унинг суръатидаги миқдоридан ($K_x * R_6 * S_6 * B_6 * U_6$) маҳражидаги миқдори ($K_6 * R_6 * S_6 * B_6 * U_6$) айрилади. Бунинг учун қуйидагича ҳисоб-китоб амалга оширилади:

$$\Delta W_K = (K_x * R_6 * S_6 * B_6 * U_6) - (K_6 * R_6 * S_6 * B_6 * U_6);$$

Натижа кўрсаткичи бўлган туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмалар самарадорлигининг ўзгаришига иккинчи омилнинг, яъни кирувчи туристларнинг ички туризмдаги улуши ўзгаришининг таъсирини ҳисоблаш учун натижа кўрсаткичини биринчи ва иккинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисоблаб олинган миқдоридан ($K_x * R_x * S_6 * B_6 * U_6$) натижанинг биринчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори ($K_x * R_6 * S_6 * B_6 * U_6$) айрилади. Буни қуйидаги формула орқали аниқлашни тавсия қиламиз:

$$I_{WR} = (K_x * R_x * S_6 * B_6 * U_6) / (K_x * R_6 * S_6 * B_6 * U_6);$$

Иккинчи омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун, унинг суръатидаги миқдоридан ($K_x * R_x * S_6 * B_6 * U_6$) махражидаги миқдори ($K_x * R_6 * S_6 * B_6 * U_6$) айрилади. Бунинг учун қуйидагича ҳисоб-китоб амалга оширилади:

$$\Delta W_R = (K_x * R_x * S_6 * B_6 * U_6) - (K_x * R_6 * S_6 * B_6 * U_6);$$

Тадқиқ қилинаётган натижа кўрсаткичи, яъни туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмалар самарадорлигининг ўзгаришига учинчи омилнинг, яъни ички туристларнинг ички бозорда иштирок этган битта туристик фирмаларга тўғри келишининг таъсирини аниқлаш учун натижа кўрсаткичи олдинги учта омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($K_x * R_x * S_x * B_6 * U_6$) ва чиққан миқдордан натижа кўрсаткичини биринчи ва иккинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисоблаб олинган миқдорига ($K_x * R_x * S_6 * B_6 * U_6$) бўлинади. Ушбу кўрсаткичнинг қуйидаги формула орқали аниқлашни тавсия қиламиз:

$$I_{WS} = (K_x * R_x * S_x * B_6 * U_6) / (K_x * R_x * S_6 * B_6 * U_6);$$

Натижа ўзгаришига учинчи омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун, унинг суръатидаги миқдоридан ($K_x * R_x * S_x * B_6 * U_6$) махражидаги миқдори ($K_x * R_x * S_6 * B_6 * U_6$) айрилади. Бунинг учун қуйидагича ҳисоб-китоб амалга оширилади:

$$\Delta W_S = (K_x * R_x * S_x * B_6 * U_6) - (K_x * R_x * S_6 * B_6 * U_6);$$

Ўрганилаётган натижа кўрсаткичи бўлган туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмалар самарадорлигининг ўзгаришига тўртинчи омилнинг, яъни ички бозордаги туристик фирмаларнинг хорижий бозорда иштирок этаётган туристик фирмалардаги ҳиссаси таъсирини аниқлаш учун натижа кўрсаткичини олдиндаги тўртта омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади ($K_x * R_x * S_x * B_x * U_6$) ва ундан натижа кўрсаткичининг олдинги учта омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинган миқдорига ($K_x * R_x * S_x * B_6 * U_6$) бўлинади. Ушбу омил таъсирини қуйидаги формула орқали аниқлашни тавсия қиламиз:

$$I_{WB} = (K_x * R_x * S_x * B_x * U_6) / (K_x * R_x * S_x * B_6 * U_6);$$

Натижа ўзгаришига тўртинчи омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун, унинг суръатидаги миқдоридан ($K_x * R_x * S_x * B_x * U_6$) махражидаги миқдори ($K_x * R_x * S_x * B_6 * U_6$) айрилади. Бунинг учун қуйидагича ҳисоб-китоб амалга оширилади:

$$\Delta W_B = (K_x * R_x * S_x * B_x * U_6) - (K_x * R_x * S_x * B_6 * U_6);$$

Таҳлил қилинаётган натижа кўрсаткичи, яъни туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмалар самарадорлигининг ўзгаришига бешинчи омилнинг, яъни хорижий бозорда иштирок этаётган туристик фирмаларнинг барча туристик фирмалардаги улуши ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун натижа кўрсаткичининг ҳақиқий миқдори (ёки натижанинг бешта омил бўйича қайта ҳисобланган миқдори) олинади ($K_x * R_x * S_x * B_x * U_x$) ва уни натижа кўрсаткичини олдиндаги тўртта омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинган миқдорига ($K_x * R_x * S_x * B_x * U_6$) бўлинади. Ушбу индексни қуйидаги формула орқали аниқлашни тавсия қиламиз:

$$I_{WU} = (K_x * R_x * S_x * B_x * U_x) / (K_x * R_x * S_x * B_x * U_6);$$

Натижа ўзгаришига бешинчи омил таъсирининг мутлақ фарқини аниқлаш учун, унинг суръатидаги миқдоридан ($K_x * R_x * S_x * B_x * U_x$) махражидаги миқдори ($K_x * R_x * S_x * B_x * U_6$) айрилади. Бунинг учун қуйидагича ҳисоб-китоб амалга оширилади:

$$\Delta W_U = (K_x * R_x * S_x * B_x * U_x) - (K_x * R_x * S_x * B_x * U_6);$$

Барча омиллар таъсири натижанинг умумий ўзгаришига тенг бўлиши лозим. Барча омиллар таъсири индекслари кўпайтмаси унинг умумий индексга тенг бўлади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$I_w = I_{wK} * I_{wR} * I_{wS} * I_{wB} * I_{wU} ;$$

Агар унинг мутлақ миқдори бўйича барча омиллар таъсири натижанинг умумий ўзгаришига тенг бўлиши лозим. Барча омиллар таъсирининг йиғиндиси натижанинг умумий фарқига тенг бўлиши лозим. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta W = \Delta W_K \pm \Delta W_R \pm \Delta W_S \pm \Delta W_B \pm \Delta W_U ;$$

Ушбу усулга амалий маълумотларни қўллаб туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмалар самарадорлигининг ўзгаришига таъсир қилувчи бешта омилнинг таъсирини ҳисоблаш мумкин. Омилли таҳлил натижасида ижобий таъсир қилган омилларнинг ҳолатини шундай сақлаб қолиш, салбий таъсир қилган омилларни яхшилаш йўллари ишлаб чиқишга доир чора-тадбирлар кўрилади ва туристик хизматлар кўрсатувчи туристик фирмалар самарадорлигини оширишга доир бошқарув қарорлари қабул қилинади.

И.Р.Бердикулова	I.Berdikulova
Пути расчета влияния диверсификации туристического рынка на эффективность туристических услуг	Ways of calculating the impact of the tourist market diversification on the effectiveness of tourism services
Аннотация: в статье рассмотрены пути расчета влияния диверсификации туристического рынка на эффективность туристических услуг с учетом данных факторов. В частности, приведены пути расчета влияния таких факторов как: валовая выручка от туристов, доля въезжающих туристов во внутреннем туризме, количество внутренних туристов на одну туристическую фирму внутреннего рынка, соотношение внутренних туристических фирм к туристическим фирмам внешнего рынка, доля последних в общей численности туристических фирм. Ключевые слова: туристический рынок, диверсификация, факторы, туристические услуги, факторный анализ, эффективность.	Abstract: the article discusses ways to calculate the impact of the tourist market diversification on the efficiency of tourism services, taking into account these factors. In particular, the ways of calculating the influence of such factors as: gross revenue from tourists, the proportion of tourists entering in domestic tourism, the number of domestic tourists per tourist company of the domestic market, the ratio of domestic travel companies to travel companies of the foreign market, the latter share in the total number of travel companies . Keywords: tourism market, diversification, factors, tourism services, factor analysis, efficiency.

С.Ш. Халилов – ТДИУ ўқитувчиси

ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР ХАЛҚАРО САВДОСИДА ЭКСПОРТ ВА ИМПОРТ БАЛАНСИГА ЭРИШИШНИНГ МАРКЕТИНГ ЕЧИМЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада туристик хизматлар халқаро савдосида экспорт ва импорт операцияларини ташкил этишнинг ўзига хос жиҳатлари ўрганилган. Шу билан бирга, туристик хизматлар халқаро савдосида экспорт ва импорт балансиغا эришишнинг маркетинг ечимлари таклиф этилган.

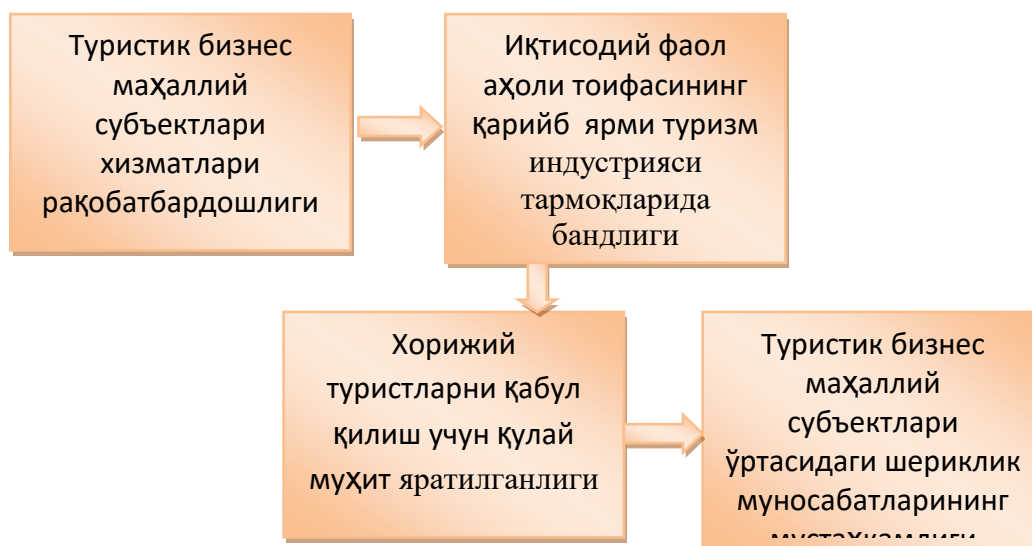
Калит сўзлар: туристик хизматлар, халқаро савдо, туристик хизматлар халқаро савдоси, экспорт ва импорт баланси, экспорт ва импорт балансиغا эришишнинг маркетинг ечимлари.

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини таъминлашда ташқи савдо балансиغا эришиш йўллари аниқ белгилаб олиш муҳим аҳамият касб этади. Айниқса,

хизматлар халқаро савдоси ҳозирда мамлакатлар ташқи иқтисодий муносабатларининг ажралмас таркибий қисмига айланиб улгурди. Дунёнинг ривожланган давлатлари, асосан, банк-молия, юридик консультация, ишлаб чиқариш жараёнларини автоматлаштириш ва дастурлаш каби юқори технологик хизмат турларини ташқи бозорларда фаол илгари сурмоқда. Ривожланаётган давлатлар эса тиббий, таълим, логистика, алоқа ва ахборотлаштириш сингари хизмат турларини импорт қилиб келади. Ўзбекистон иқтисодиётида таркибий ўзгаришларни изчил давом эттириш, халқаро иқтисодий муносабатларга интеграциялашувни янада чуқурлаштириш талабларидан келиб чиққан ҳолда туристик хизматлар бозорини тартибга солиш воситаларини тизимлаштириш зарурати вужудга келмоқда.

Туристик хизматлар халқаро савдоси ривожланишининг замонавий тенденциясини тадқиқ қилиш ва унинг ўзига хос жиҳатларини умумлаштирган ҳолда таъкидлаш жоизки, туристик хизматлар халқаро савдосида экспорт ва импорт балансига эришишнинг устувор йўналишларини белгилаш зарурати мавжуд. Дунёнинг ривожланган давлатлари илғор тажрибаларини инобатга олиб, туристик хизматлар ташқи савдо баланси таъминланганининг бир неча ижтимоий-иқтисодий оқибатлари аниқланган. Хусусан, туристик хизматлар ташқи савдо балансида ижобий сальдонинг кузатилиши (1-расм):

- туристик бизнес маҳаллий субъектлари томонидан кўрсатилаётган хизматлар рақобатбардошлигидан далолат беради;
- мамлакат меҳнат ресурсларининг 10 фоиздан 45 фоизгача бўлган қисми туризм индустрияси тармоқларида доимий иш билан таъминланганини англатади;
- давлат органлари томонидан хорижий туристларни қабул қилиш учун қулай ташкилий-ҳуқуқий тартибот жорий этилгани маълум бўлади;
- туристик бизнес маҳаллий субъектлари ўртасида хорижий туристларни қабул қилиш бўйича ўзаро манфаатли шериклик муносабатлари ўрнатилганлиги ҳамда миллий туристик маҳсулотни жаҳон бозорида фаол илгари суриб келинаётгани ойдинлашади.



1-расм. Туристик хизматлар ташқи савдо балансида ижобий сальдо кузатилишига олиб келувчи ижтимоий-иқтисодий мотивлар¹

Туристик хизматлар ташқи савдо балансида салбий сальдонинг юзага чиқиши, яъни туристик хизматлар бозорида импортнинг экспортдан ошиб кетиши ҳолати айрим

¹ Хорижий илмий манбалар таҳлили ва туризмда бизнес юритиш амалиётининг тизимли тадқиқи асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

омиллар таъсири асосида юзага чиқиши асосланган. Жумладан, мазкур ҳолат вужудга келганда:

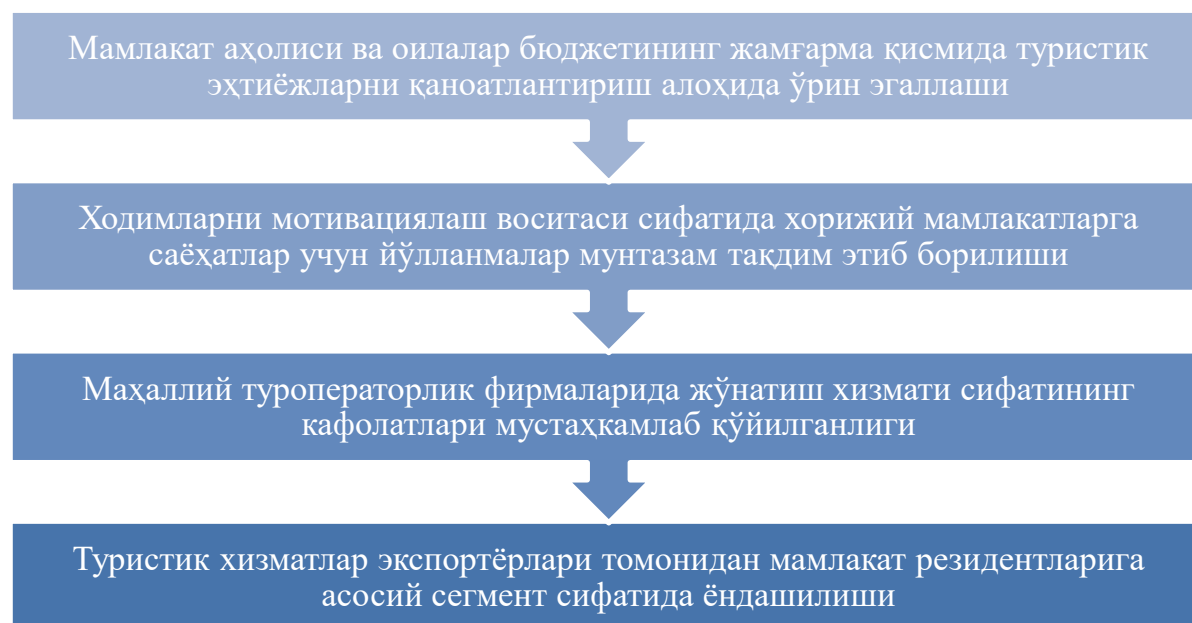
➤ мамлакат аҳолиси даромадлари таркибида ҳамда оилалар бюджетида туристик эҳтиёжларни қаноатлантиришга ажратиладиган молиявий ресурслар етакчи ўринни эгаллайди;

➤ маҳаллий меҳнат органлари ва қасаба уюшмалари томонидан ходимларни мотивациялаш воситаси сифатида хорижий мамлакатларга сайёҳатлар учун йўлланмалар тақдим этишни тизимли асосда йўлга қўйишга алоҳида эътибор берилади;

➤ маҳаллий туроператорлик фирмаларида резидентларни хорижий мамлакатларга жўнатиш хизмати сифатини юқори даражада таъминлашга устувор аҳамият қаратилади;

➤ туристик хизматлар экспортёрлари томонидан мамлакат резидентлари сотув бозорининг асосий сегменти сифатида танланганидан дарак беради.

Ўзбекистон туристик хизматлар бозори, асосан, хорижий туристларни қабул қилишга мўлжалланган хизматлар билан тўйинган бўлиб, туроператорлик фирмалари ва меҳмонхоналар даромадининг йирик улушини хорижий туристларга хизмат кўрсатишдан олади.



2-расм. Турист хизматлар бозорида импортнинг экспортдан ошиб кетишига олиб келувчи ижтимоий-иқтисодий мотивлар¹

Турист хизматлар халқаро савдосида экспорт ва импорт балансининг вужудга келишига эришиш эса илмий-амалий жиҳатдан чуқур асосланган маркетинг стратегиясининг ишлаб чиқиши тақозо этади. Ўз навбатида, туристик хизматлар миллий бозорида жўнатиш ва қабул қилиш хизматларидан тушум миқдорининг тенглашиши ҳам қатор сабабларга боғлиқ ҳолда юзага келади:

биринчидан, мамлакат резидентларининг туристик фаоллик даражаси юқори эканлиги англашилади;

иккинчидан, мамлакатда туристик ресурсларнинг хилма-хил кўринишлари учрамаслиги ёхуд миллий туристик маҳсулот диверсификацияси таъминланмаганлиги натижасида хорижга сайёҳат қилиш учун талаб ортади;

¹ Хорижий илмий манбалар таҳлили ва туризмда бизнес юритиш амалиётининг тизимли тадқиқи асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

учинчидан, мамлакат миллий туристик маҳсулоти жаҳон бозорида жозибадор харид объекти сифатида баҳоланади;

тўртинчидан, туристик бизнес маҳаллий субъектлари тақдим этаётган хизматларнинг рақобат устунликлари потенциал хорижий туристлар томонидан эътирофга муносиб кўрилади.

Бир сўз билан айтганда, туристик хизматлар халқаро савдосида экспорт ва импорт балансига эришишнинг маркетинг ечимларини таклиф қилиш тобора долзарблик касб этиб бормоқда. Туристтик хизматлар экспорти ва импорти ўртасидаги баланс ҳолатининг салбий жиҳатларини камайитириш, шунингдек, чиқиш туризмини давлатлараро фан-техника, таълим, маданий-гуманитар алоқаларни чуқурлаштириш омилиги айлантириш ҳамда туристик хизматлар экспортидан давлат бюджетига тушумларни кўпайтириш мақсадларини амалга ошириш халқаро маркетинг олдига муҳим вазифаларни қўяди.



3-расм. Туристтик хизматлар халқаро савдосида экспорт ва импорт балансига эришишнинг маркетинг ечимлари¹

Кўриниб турибдики, туристик хизматлар ўз иқтисодий табиатига кўра экспорт имкониятларини кенгайтириш қулай бўлган категория саналади. Зеро, палеонтологик топилмалар, археологик ёдгорликлар, геологик ўзига хосликлардан тортиб то маданий мерос иншоотларигача бўлган туристик ресурсларни ноёб манбаа сифатида ташқи бозорларда фаол илгари суриш имкониятлари мавжуд.

Хулоса қилиб айтганда, туристик хизматлар халқаро савдосида экспорт-импорт балансини таъминлаб туриш мамлакат фуқароларининг туристик фаоллигини орттиради ҳамда маҳаллий туристик дестинацияларга хорижий туристлар оқими кўпайишига олиб келади.

¹ Муаллиф ишланмаси

С.Халилов	S. Khalilov
Маркетинговые решения для достижения баланса между экспортом и импортом в международной торговле туристическими услугами	Marketing solutions to achieve a balance between exports and imports in the international trade of tourist services
Аннотация: в этой статье рассматриваются особенности организации экспортно-импортных операций в международной торговле туристическими услугами. В то же время были предложены маркетинговые решения для достижения баланса экспорта и импорта в международной торговле туристическими услугами.	Abstract: this article explores the peculiarities of organizing export and import operations in international trade in tourist services. At the same time, it has been offered marketing solutions for achieving export and import balance in the international trade of tourist services.
Ключевые слова: туристические услуги, международная торговля, международная торговля туристическими услугами, баланс между экспортом и импортом, маркетинговые решения для достижения баланса между экспортом и импортом.	Keywords: tourist services, international trade, international trade of tourist services, balance between exports and imports, marketing solutions to achieve a balance between exports and imports.

Х.С. Мухитдинов – ТАТУ Қарши филиали кафедра мудири, и.ф.д.,
А.Абдувалиев – ТАТУ Қарши филиали ассистенти

ҚАШҚАДАРЁНИНГ МУҚАДДАС ҚАДАМЖОЛАРИ РИВОЖЛАНИШИДА АХБОРОТ КОММУНИКАЦИЯ ТИЗИМИНИНГ ЎРНИ

Аннотация: мақолада Қашқадарё вилоятида муқаддас қадамжоларни ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш, ахборот коммуникация тизимини қўллаш масалалари ёритилган. Унда Қашқадарё вилояти муқаддас қадамжоларини ўрганиш, унинг назарий масалаларини тадқиқ қилиш ва амалиётга жорий қилиш борасидаги муаммолар ўрганилган. Қадамжолар бўйича хизмат кўрсатиш соҳасини ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш масалалари кўриб чиқилган. Мамлакатимиз, хусусан вилоятимиз туризм соҳасига инновацион ғоялар, ишланмалар ва ахборот коммуникация технологияларни яратилиши ва уларни амалиётга жорий қилиш механизминини такомиллаштириш ғояси илгари сўрилган. Калит сўзлар: ахборот коммуникацион технология, илғор технология, мотель, кемпинг, туризм индустрияси, инновация, интеллектуал, комбинация, сегмент, веб портал, илмий тадқиқот, ишланмалар.

Маълумки, кўпгина мамлакатлар иқтисодиёти туризм ҳисобига тез ривожланиб бормоқда. Республикамизда ҳам айниқса мустақиллик йилларида бу ишга эътибор кучайтирилди. Кейинги йилларда бунёд бўлган ва модернизациялаштирилган меҳмонхона, мотель, кемпинг, турбаза ва бошқа шу хилдаги туризм индустриясининг юраги ҳисобланган жойлаштириш тизими замон талабига мослаштирилди, соҳани йўлга қўйиш мақсадида муҳим меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори билан мамлакатимиз туризм индустрияси жадал ривожланиши учун қисқа муддатда энг қулай шарт-шароит, иқтисодий, маъмурий ва ҳуқуқий муҳит яратиш, жумладан, соҳада хусусий секторнинг устувор иштирокини таъминлаш, унинг рақобатбардошлиги ва кўрсатилаётган хизматлар сифатини янада ошириш, ҳудудларнинг иқтисодий салоҳияти ва даромадлари базасини кенгайтириш, янги иш ўринлари ташкил этиш, миллий туризм маҳсулотларини жаҳон бозорида фаол ва комплекс илгари суриш мақсадида 2018-2019-йилларга туризмни ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар дастури ишлаб чиқилди.

Шунингдек, ҳар бир вилоятда туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг минтақавий бўлимлари ва уларда мавжуд жойлаштириш тизими ўз-ўзидан миллий компания таркибига киритилди. Айниқса, хорижлик туристлар, жумладан, муқаддас қадамжоларни зиёрат қилиш мақсадида келаётган туристлар учун шароит яратишга эътибор қаратилди.

Туризмнинг замонавий ривожланиш босқичи асосан ота-боболаримиздан қолган оилавий хунармандчилик ва ишлаб чиқариш кўринишидаги каби кичик корхоналарнинг мавжудлиги билан характерланади. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномасида таъкидлаганидек “Юртимизда 7 минг 300 дан ортиқ маданий мерос объектлари мавжуд ва уларнинг аксарияти ЮНЕСКО рўйхатига киритилган. Самарқанд, Бухоро, Тошкент шаҳарлари-даги муқаддас қадамжолар ва ёдгорликларни зиёрат қилишдан иборат бўлган “кичик ҳаж” дастурини ривожлантириш ва жадаллаштириш зарур. Ички туризм соҳасидаги катта имкониятларни ҳам тўлиқ ишга солиш лозим”¹.

Ҳақиқатдан ҳам муҳтарам Президентимиз таъкидлаганларидек “Ўзбекистон ҳам саёҳат, ҳам зиёрат учун қулай мамлакат. Чунки она заминимизда бутун дунёга маълум ва машҳур бўлган аجدодларимиз мангу қўним топган. Улар қолдирган бой маънавий-маданий меросга халқаро майдонда қизиқиш жуда катта”². Шу туфайли Ўзбекистоннинг ҳудудлар кесимида туризмнинг зиёрат ва танишув турларини ривожлантириш борасида ўз ечимини кутиб турган масалалар мавжуд. Туристларнинг мамлакатимизга келиши, мамлакатимиздаги муқаддас қадамжоларни зиёрат қилиши, мамлакатимиз бозорларида сотилаётган маҳаллий ишлаб чиқариш маҳсулотларининг харид қилиниши, уларнинг ўз юртлари билан боғланиб туришлари учун сифатли ахборот коммуникация технологияларини янада кенг тармоғининг ташкил этилиши, мамлакат ҳудудидаги транспорт йўллариини замонавийлаштириш, туристларнинг маданий хордиқ чиқаришларини таъминлашда муҳим омиллардан ҳисобланган спорт иншоотларининг замонавий тарзда бунёд этилиши ва шу кабилар туризмни ривожланишига олиб келади. Туристик соҳанинг инновация фаоллигини ошириш учун уни бошқариш тизимида ҳам янгиликларни киритиш зарурияти туғилади. Бу инновацияларнинг қўлланилиши туризм соҳасида янги иқтисодий категориянинг пайдо бўлишига, соҳа бошқарувида муносабатни тубдан ўзгартиришга сабаб бўлди. Бундай янги бошқарув ёндашувларидан бири хорижий адабиётларда «Destination Management»³ концепцияси билан машҳур бўлмоқдаки, унинг объекти сифатида «destination» атамаси хизмат қилади.

«Destination» инглизча сўз бўлиб, туризмга оид русча адабиётларда «место назначения туриста» деб таржима қилинади⁴ ва ўзбек тилида, бизнинг фикримизча, уни «туристик манзил» ибораси билан ифодалаш мақсадга мувофиқ бўлади.⁵ Чунки «destination» атамаси маъно жиҳатдан «саёҳатчи ўз саёҳати давомида туристик фаолият олиб борадиган манзил-макон»ни ифодалайди.

Туризмга оид адабиётларда «Destination» ёки «туристик манзил» атамасига хилма-хил таърифлар берилган ва кўп ҳолларда улар бир-биридан фарқланади, ҳамда уларни қандай бошқариш керак, деган саволга аниқ жавоб олиш имкониятини бермайди. Жумладан, П.Келлер «туристик манзил маълум туристлар сегменти эҳтиёжини қондирадиган ва бирлашган хизматлар мажмуидир» деб таъриф беради.⁶

Айтиш жоизки, «туристик манзил»га бериладиган таърифларнинг умумийлиги «туристик

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг расмий веб сайти. <http://prezident.uz/uz/lists/view/1371//> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.

² <http://sputniknews-uz.com/tourism/20171004/6451356.html>

³ Қаранг: Ritchie.J.&Crouch.G., The competitive destination: A sustainable tourism perspective.,Oxon. CABI., 2003., Morgan N., Pritchard A.,&Pride R., Destination branding., Oxsford, Butterworth-Heinemann, 2002., Davidson R.&Maitland R., Tourist destinations., London. Hodder and Stoughton, 1997.

⁴Котлер Ф., Боуэн Д., Мейненз Д. Маркетинг гостеприимство, туризм. Пер. с англ./Под ред. проф. Р.Б.Наздревой.-М.: Юнити, 1998, с. 257.

⁵ Манзил - место назначения,конечная цель. Ўзбекча-Русча луғат., Ақобиров С.Ф., Михайлов Г.Н таҳрири остида., Т., 1988, 252-б.

⁶ Keller P., Destination marketing:Strategic areas of inquiri, in M.Manente e M.Cerato(eds.), From destination to destination management e marketing, Ciset, Venezia, Edizione Libreria Editrice Cafoscarina S.c.r.l.,2000, p.30

манзил»нинг туристик маҳсулот деб тан олиншидадир. Лекин «туристик манзил»га таъриф беришда талаб ёки таклиф томонидан ёндашувлар масалани чигаллаштиради ва фикрларнинг бир-биридан фарқланишига олиб келади. Д. Пиарс, Н. Лейпер, У. Зилтенер, У. Мартини, Г. Печланер каби туризм соҳасидаги олимлар талаб нуктаи назаридан ёндашиб «туристик манзил»га «сайёҳни маълум жойга жалб қилишга қодир бўлган маҳсулотлар, хизматлар, табиий ва сунъий жозибатор омиллар мажмуи» деб таъриф берадилар. Г. Печланернинг фикрича, «туристик манзиллар - бу маҳсулот ёки бирлашган маҳсулотлар мажмуи сифатида тушуниладиган, сайёҳнинг назарида саёҳати давомида белгиловчи аҳамият касб этиладиган, жуғрофий нуктаи назардан аниқ чегарага эга бўлган рақобатбардош birlikдир»¹.

«Туристтик манзил» ибораси адабиётлар ва тажрибада, кўп маъноли сўз сифатида намоён бўлади. Шунинг учун уни ягона маънода тушуниб бўлмайди. Туризм соҳаси эса, «туристик манзил» атамасини англатиш учун жой, ҳудуд, зона, район, минтақа каби синонимларни «туристик» аниқловчиси билан бирга келтиради.

У. Мартинининг фикрича, вақт ўтиши билан бу иқтисодий категория чуқур эволюцияга учради, яъни «таътилни ўтказадиган жой» анъанавий маъносидан, «кўрсатилган туристик фаолиятларни кўзда тутган ҳолда мижоз айланиш жойида ўз дам олиш вақтини ўтказишга аҳд қилган зона» маъносига ўтиб, айланиш вақтида «маълум жойда туристик талаб ва унинг натижаларини бошқариш» ни билдирмоқда². У Мартини хулоса қилиб, «туристик манзил» «маълум истеъмолчилар сегменти учун хилма-хил хизматлар мажмуи сифатида намоён бўлади. Уларнинг ичида алоҳида маҳсулотлар ёки жозибатор омиллар эмас, балки сайёҳ томонидан шакллантирилган комбинация муҳимдир» деб таъкидлайди.³ Унинг фикрича, туристик манзил қуйидаги унсурларга асосланади:

- аниқ чегарага асосланган жуғрофий жой;
- келгинди туризми (incoming), яъни маълум жойларга сайёҳлар оқимини йўналтириш;
- жойлардаги мавжуд жозибатор омилларга ҳамда туристик фаолият олиб борадиган ишлаб чиқарувчиларнинг таклифига системали ёндашиш;
- туристик фавқулдда ҳодисаларга оид қарорлар қабул қилиш асосида туристик ҳудудни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш;
- туристик жойлардаги ташрифлар ва муҳит муҳофазаси орасидаги мутаносиблик масаласи, маҳаллий аҳолига туризмнинг хилма-хил таъсирлари кабиларни бир-биридан ажратиш бўлиши.

Э. Лоувснинг фикрича, туристик манзил атамаси ҳозирги вақтда маъно жиҳатдан қуйидаги унсурларни ўзида мужассамлаштиради⁴:

- туристик жойларга етиб келиш;
- таклифнинг сифати;
- муҳит барқарорлиги;
- ҳудуд ривожланишини стратегик режалаштириш;
- туристик сиёсат олиб бориш;
- ўзаро мугъликни бошқариш;
- маҳаллий қатнашувчилар орасида мувофиқлаштириш жараёнларини бошқариш.

Агар юқорида номи тилга олинган олимларнинг таърифларидаги ўхшашликни ажратмоқчи бўлсак, улар «туристик манзил»ни сайёҳ ўз саёҳатини амалга оширишда ўз эҳтиёжларини қондирадиган унсурларни танлаб, уларни бирлаштирадиган фаолиятидир» деб таърифлаш мумкин. Демак, «туристик манзил»га талаб томонидан қараб «диққатга сазовор жуғрофий жой» ва «туристик манзил» бир-бири билан мувофиқ келмайди, аксинча у «туристик манзил»нинг бир унсури ҳисобланади.

¹ Pechlaner H. e Weiermair K. (a cura di), Destination Management, Touring Club Italiano, 2000, 111 p.

² Martini U. Da luoghi a destinazioni turistiche. Ipotesi di destination management nel turismo alpino. Mariangela Franch (a cura di), Destination Management. Governare tra locale e globale, G. Giappichelli Editore, 2002, 69 p.

³ Ўша жойда, с.67.

⁴ Laws E. Tourist Destination Management. Issues, Analysis and Policies, Routledge, London, 1995, 25 p.

М.Тамма, Ф. Брунетти каби олимлар эса, туристик манзилга талаб томонидан эмас, балки таклиф томонидан ёндашиб, маълум ҳудудга тааллуқли тизим, деб тушунишади-да, уни «туристик маҳсулот» ва «туристик марказ» (курортлар)дан фарқлашади. Жумладан М. Тамма «туристик манзил» тушунчасига аниқлик киритиб, уни: «маҳсулот ва таклиф тизими категорияларига асосланган..., жуғрофий жойга нисбатан ўзгарувчан бўлиб, стратегик менежментни қўллаш эвазига ўз қийматини оширади»¹, деб таъкидлайди. Бу маънода «туристик манзил» маҳсулот ва ишлаб чиқарувчилар мажмуини ташкил қиладиган «туристик ҳудуд» тушунчасига яқинлашади. Яъни бу ўринда «туристик манзил» ва «туристик ҳудуд» турдош атама сифатида талқин қилинади.

«Туристтик манзил»га таклиф нуқтаи назаридан ёндашадиган яна бир олим Ф. Брунеттидир, у М. Тамманинг фикрига қўшимча қилиб, шундай ақидани олға суради: «Аниқ таклифни бошқаришга йўналтирилган туризм бошқарувини муҳокама қиладиган бўлсак, унга тааллуқли бўлган 3 та мантиқий атамани ажратиш мумкин: маҳсулот, ишлаб чиқарувчи ва таклиф тизими»². Ф. Брунеттининг мазкур қараши М.Тамманинг «туристик манзил» «туристик ҳудуд» тушунчаси билан мувофиқ деган фикрни илгари суради. Чунки у ажратган атамаларнинг барчаси биринчи гада «туристик ҳудуд»га тааллуқли бўлган таклиф унсурлари қўламига киради.

Биз олиб бораётган тадқиқотимизда, Президентимиз таъкидлаганидек муқаддас қадамжолар ва ёдгорликларни зиёрат қилишдан иборат бўлган “кичик ҳаж” дастурини ривожлантиришда «Муқаддас қадамжо» тушинчасининг мазмун ва моҳияти аниқлаб олиш муҳим масала ҳисобланади. Шу боис «Муқаддас қадамжо» тушинчаси «туристик манзил» тушунчасига нисбатан миллийроқ ҳисобланади ва ўзида барча муқаддас зиёратгоҳларни тўлиқ қамраб олади. Шунинг учун «Муқаддас қадамжо»нинг жозибадорлиги унинг туристик оқимни ҳосил қила олиш қобилиятига бевосита боғлиқдир. Маълум диққатга сазовор муқаддас жойларни тузилмали, ташкилий ва бошқарув мажмуини шакллантириш натижасида улар муайян «зиёратгоҳ»ларга айланади. Бундай диққатга сазовор жойлар хилма-хил туристик сегментларнинг талаб-эҳтиёжларини қондириш қобилиятига эга бўлади.

«Муқаддас қадамжога» тушунчасига таъриф бериш жараёнида таклиф томонидан ёндашувлар ҳудудга тааллуқли ҳамма қатнашувчилар фаолияти натижасида пайдо бўладиган туристик маҳсулот пакетини ўрганишга қаратилган. Унда асосан зиёратгоҳларни мувофиқлаштириш механизмлари ва «муқаддас қадамжолар»ни ташкил қиладиган зиёратгоҳлар тармоғининг уйғун бирлигига асосий эътибор қаратилади.

Шу жумладан, Қашқадарё вилояти азал-азалдан ўзининг табиати, бой тарихи, меъморий обидалари, буюк алломалари билан жаҳоннинг энг ривожланган мамлакатлари аҳолисини ҳам ўзига жалб этиб келмоқда. Шу сабабли мамлакатимизда мустақилликка эришганимиздан сўнг, туризм соҳаси шиддатли ривожланиб бормоқда. Туризм – иқтисодийнинг юқори даромад келтирадиган ва жадал ривожланаётган муҳим соҳаларидан бири. Туризм ривожланишининг энг асосий омилларидан бири тинчлик, барқарорлик, ўзаро меҳр-оқибат ва ҳамжиҳатликдир. Ўзбек халқида шу каби туйғулар мавжуд бўлгани учун ҳам Ўзбекистонда туризм ривожланмоқда ва туристлар сони кундан-кунга ошиб бормоқда.

Қашқадарё вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш, юртимизга келаётган хорижлик туристлар оқимини янада кўпайтириш юзасидан улкан ишлар амалга оширилди. Туризм инфратузилмасини ривожлантириш, хизмат кўрсатиш сифатини янада юксалтириш, малакали кадрлар тайёрлашга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

¹ Martini U., Da luoghi a destinazioni turistiche. Ipotesi di destination management nel turismo alpino. Mariangela Franch (a cura di), Destination Management. Governare tra locale e globale, G.Giappichelli Editore, 2002, 16 p.

² Brunetti F. Il destination Management: aspetti problematici, significato e alla ricerca di una qualità ad effetto prolungato. Mariangela Franch (a cura di), Destination Management. Governare tra locale e globale, G.Giappichelli Editore, 2002, 39 p.

Қарши ва Шаҳрисабз шаҳарларининг жозибадор объеклари тасвирга туширилган туристик карта-схемаси ишлаб чиқилди. Миришкор туманида йилда "Ачинкўл" сув ҳавзаси атрофида дам олиш маскани ва унинг инфраструктурасини барпо этиш (балиқ овлаш, скутерда сузишни ташкил этиш, ўтовли уйлар куриш) мақсадида ҳозиргача 12 кишига мўлжалланган меҳмонхона ва туристлар дам олиш маскани, автомобиллар тўхташ жойи, мобиль алоқа маркази, балиқ овлаш спорти бўйича сув ҳавзаси куриб битказилди. Айни пайтда бу ерда ҳам ишлар босқичма-босқич давом эттирилмоқда.

Яккабоғ туманининг Хўжайлғор қишлоғида Амир Темурнинг болалик даврлари ўтган уй музейи ташкил этиш ва унинг атрофини ободонлаштириш ҳамда умумий овқатланиш пунктларини ташкил этиш бўйича ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлиги томонидан хорижий ҳамкорлик паспорти шакллантирилди. Китоб туманининг Мингчинор оромгоҳида хорижий инвестициялар ҳисобидан туристлар учун тоғ чанғи спорти базаси, осма йўл, меҳмонхоналар, умумовқатланиш пунктлари, ресторанлар ташкил этиш ҳамда ҳосил бўладиган мажмуа атрофини ободонлаштириш бўйича тўлиқ паспорт тайёрланиб, Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлигига тақдим этилди. Вилоятнинг туристик маҳсулотларини кўпайтириш йўналишида ҳам бир қатор ишлар амалга оширилди. Жумладан, сайёҳлар Чирокчи туманида жундан гилам тўқувчи тадбиркорлар хонадонидида иш жараёнини кузатиши учун кўргазма ташкил этилди. Қарши шаҳрида болалар дам олиш оромгоҳи ёнида оилавий дам олиш маскани ташкил этиш, унинг ҳудудида ресторан, кафе ва кўнгилочар объектлар куриш бўйича ҳозирги кунда лойиҳа-смета ҳужжатлари тайёрланиб, ишлар давом эттирилмоқда.

Ўзбек миллий ўйинларини хорижий ва маҳаллий сайёҳларга намойиш этиш мақсадида Шаҳрисабз туманида 2018 йилнинг 21-22 апрел кунлари Амир Темур хотирасига бағишланган анъанавий VII халқаро турнири ташкил этилди. Унда 33 мамлакатдан келган 100 дан ортиқ полвонлар мамлакатимизнинг етакчи курашчилари бош соврин учун гиламга тушди. Дастур доирасида ушбу намойишлар доимий ўтказилиши белгиланган.

Бугунги кунда ҳеч бир соҳани ахборот коммуникация технологияларисиз тасаввур қила олмаймиз. Ахборотлаштириш ва компютеризациялаш даврида сайёҳлик соҳасида ахборотни сотиш ва уни узатиш бўйича янгича ёндашувларга олиб келди. Ушбу соҳада фаолият кўрсатаётган ҳар бир муассаса учун замонавий АКТ дастурларини жорий этиш ва уларни нафақат ички, балки ташқи бозорда сотиш учун муҳим манбалардан бири десак адашмаймиз. Аксарият маҳаллий сайёҳлик ташкилотлари бугунга келиб ўз интернет сайтларига эга, зеро айнан интернет сайтлари туризм маҳсулотни сотиш учун асосий манба ҳисобланади. Қашқадарё вилояти қадамжолари бўйича ишлаб чиқиладиган веб-портали Қашқадарёнинг муқаддас қадамжолари, тарихий ёдгорликлари, сайёҳлик маршрутлари, гид-таржимонлари, маҳаллий қонунчилик, маданият, анъаналар, табиат, ҳайвонот олами, музейлар, ресторанлар тўғрисида тўлиқ маълумотлар берилади. Веб портал ўзбек, рус, инглиз, тилларида ишга туширилмоқда. Порталнинг facebook ва бошқа ижтимоий тармоқлардаги саҳифалари соҳадаги янгиликлар ва зарурий маълумотларни тарқатишда муҳим воситаларидан бири бўлиб хизмат қилади. Айнан ижтимоий тармоқлардаги саҳифалар сайёҳлик хизматларини дунё бозорига тарғиб қилиш, туристлар оқимини янада кенгайтириш учун муҳим омиллардан бири ҳисобланади. Қашқадарё вилоятининг қадамжоларининг расмий сайтида мунтазам берилиб бориладиган маълумотлар аҳолини бугун мамлакатимизда амалга ошириладиган ўзгаришлар, ҳаётга татбиқ этиладиган янги лойиҳалар билан танишиш имконини беради. Унда ташкиллаштириладиган янги бўлимлар, техник жиҳатдан такомиллаштирилганлиги сайт ўқувчиларига кўплаб қўлайликлар яратди. Энди сайтда эълон қилинган барча

маълумотларни смартфон ва планшетлар орқали ўқишлари мумкин. Бу каби чора-тадбирларнинг амалга оширилиши сайтга кирувчилар сонини сезиларли ошишига сабаб бўлди. Дунё бозорида мамлакатимиз сайёҳлик салоҳиятини намойиш этиш истикболларини янада такомиллаштириш мақсадида ҳудудларнинг сайёҳлик имкониятларини янада кенгроқ жалб қилиш мақсадида Қашқадарё вилояти қадамжолари веб портали ташкил қилинмоқда. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, замонавий сайёҳлар дам олиш кунларини замонавий технологияларсиз тасаввур қилиш қийин. Ушбу сайтларда туристлар учун ушбу ҳудудлар тўғрисидаги барча маълумотлар, йўл кўрсаткичлар, мобил иловалари, тарихий обидаларнинг тўлиқ таснифлари турли тилларда берилади. Айнан шунинг учун, тарихий шаҳар музейида ишга туширилган симсиз интернет- Wi-Fi тармоғи тарихий объектларида ишга туширилиши режалаштирилмоқда. Wi-Fi тармоғи фойдаланувчилари Интернет хизматида барча объектларда фақат битта карта орқали фойдаланишлари мумкин. Мобил қурилмалари учун дастурий таъминот, 3-D макетлар қурилмалари, шунингдек инфокиоскалар учун дастурий таъминотлар каби комплексли лойиҳалар қиради. IOS ва Android платформаларнинг мобил қурилмалари учун ахборот таъминотларнинг ташкил этилиши, мобил иловалардаги, тарихий обидаларнинг тарихи, уларнинг архитектурасидаги ўзига хосликлар, музейлар, миллий таомлар тайёрланиш услублари, турлар ва сайёҳлик компанияларининг ягона фото-галериялари тўғрисидаги маълумотлар App Store ва Google Play Маркетларга жойлаштирилади.

Бугунги кунга келиб, Ўзбекистон Республикаси ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш бўйича Вазирликлар билан ҳамкорликда давлат интерфаол онлайн хизматларини ривожлантириш бўйича бир қанча чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Ҳукумат порталидаги сайёҳлик бўйича маълумотларни доимий равишда янгилаб бориш бўйича ҳам зарурий чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

АКТни такомиллаштириш ва ривожлантириш бўйича олиб борилаётган ишлар мамлакатимизда ушбу соҳада кўрсатилаётган хизматларнинг сифатини ошириш бўйича хизмат қилиб, мамлакат сайёҳлик салоҳияти тўғрисида жаҳон аҳлининг хабардорлигини оширишга хизмат қилади.

Маълумки, азалдан сайёҳларни буюк алломалар яшаган ва ижод қилган ҳамда уларнинг фаолияти натижасида бунёд этилган қадимий обидаларга бой бўлган масканлар оҳанграбодек ўзига жалб қилиб келади. Қашқадарё ҳам шак-шубҳасиз ўзининг буюк тарихи, меъморий обидалари, бетакрор табиати ва халқимиз урф-одатлари, анъаналари билан сайёҳларга ўзини кўз-кўз қила олади десак, муболаға бўлмайди.

Қашқадарё вилояти муқаддас қадамжолари веб порталида қуйидагилардан ташкил топган.

1. Муқаддас қадамжолар номлари, тарихи, манзили, фото, аудио ва видео маълумотларини шакллантирилган.
2. Веб портал структураси ишлаб чиқилган .
3. Веб портал дизайни ишлаб чиқилган.
4. Веб портал учун баннерлар, логотип ва реклама роликлар ишлаб чиқилган.
5. Қадамжоларнинг 3 D виртуал тизимлари ишлаб чиқилди.
6. Қадамжоларни видео роликлари ишлаб чиқилди.
7. Веб портални тестдан ўтказиш учун локал тармоққа уланди.

Туристларни кенг жалб қилиш бўйича тадбирларни жадаллаштириш борасида вилоятнинг туристик брендини яратиш ва кенг тарғиб қилиш бўйича танлов эълон қилинди, чет эл оммавий ахборот воситалари ва туристик компаниялари учун инфотурлар ташкил этиш мақсадида йўналиш ва меҳмонхоналар рўйхати тайёрланмоқда, видеофильмлар яратиш юзасидан сценарий ва вилоятнинг туристик экскурсия картаси ишлаб чиқилди.

Шунингдек, туристик маълумотнома офислари ташкил этиш бўйича ишлар олиб борилмоқда. Вилоятдаги тарихий обидалар ҳамда минтақанинг туристик имкониятлари ҳақида маълумот берувчи реклама буклетлари, брошюралар ҳамда ўзбек, рус ва инглиз тилларида реклама роликлари тайёрланди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Қаранг: Ritchie.J&Crouch.G., The competitive destination: A sustainable tourism perspective.,Oxon. CABI., 2003., Morgan N., Pritchard A.,&Pride R., Destination branding., Oxsford, Butterworth-Heinemann, 2002., Davidson R.&Maitland R., Tourist destinations., London. Hodder and Stoughton, 1997.
2. Котлер Ф, Боуэн Д., Мейненз Д. Маркетинг гостеприимство, туризм. Пер. с англ./Под ред. проф. Р.Б.Наздревой.-М.: Юнити, 1998, с. 257.
3. Манзил - место назначения,конечная цель. Ўзбекча-Русча луғат., Ақобиров С.Ф., Михайлов Г.Н таҳрири остида., Т., 1988, 252-б.
4. Keller P., Destination marketing:Strategic areas of inquiri, in M.Manente e M.Cerato(eds.), From destination to destination management e marketing, Ciset, Venezia, Edizione Libreria Editrice Cafoscarina S.c.r.l.,2000, p.30.

Х.Мухитдинов, А.Абдувалиев Роль информационных и коммуни- кационных систем в развитии исторических достопримечательностей Кашкадарьинской области Аннотация: В статье рассматриваются вопросы совершенствования организационно-экономических механизмов в развитии достопримечательностей, святых мест Кашкадарьинской области. Значительное место уделено изучению теории исследовательских вопросов и проблем внедрения их в практику, а также совершенствование организационно-экономических механизмов достопримечательностей в сфере оказания услуг. В нашей стране, в частности Кашкадарьинской области, совершенствуются механизмы создания информационно-коммуникационных технологий и их внедрения в практику в сфере туризма Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, передовые технологии, мотель, кемпинг, индустрия туризма, инновация, интеллектуал, комбинация, сегмент, веб портал, научные исследования, разработки	Н.Мухитдинов, А.Абдувалиев The role of information and communication systems in the development of historical sights of the Kashkadarya region Abstract: the article deals with the improvement of organizational and economic mechanisms in the development of sights, holy places of the Kashkadarya region. A significant place is given to the study of the theory of research questions and the problems of their introduction into practice, as well as the improvement of the organizational and economic mechanisms of attractions in the sphere of rendering services. In our country, in particular the Kashkadarya region, the mechanisms for the creation of information and communication technologies and their implementation in tourism practice are being improved Keywords: information and communication technologies, advanced technologies, motel, camping, tourism industry, innovation, intellectual, combination, segment, web portal, research, development
--	--

Э.Б.Тоғаймуродов – СамИСИ мустақил изланувчиси

ҚИШЛОҚ ХУДУДЛАРИДА АГРОТУРИЗМНИ БАРҚАРОР РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация: мазкур мақоланинг асосий мақсади қишлоқ ҳудудларида агротуризмни барқарор ривожлантиришнинг ташкилий асослари назарий ва илмий жиҳатдан таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: қишлоқ хўжалиги, фермер хўжаликлари, экологик уйлар, интенсив боғлар, қишлоқ ҳудуди, туризм, агротуризм, экотуризм ва “SWOT” таҳлил.

Дунё мамлакатлари иқтисодиётнинг муҳим тармоқлари сифатида тан олган туризм соҳаси муҳим ўринни эгаллади. Жаҳон адабиётларида туризм соҳасини ривожланиши борасида унинг янги тури бўлган агротуризм шакли пайдо бўлди. Туризмнинг бу шакли бевосита қишлоқ хўжалиги соҳасини негизида шакллана бошлади ва уни ўз фаолият доирасида қамраб олди. Бошқача қилиб айтганда, агротуризм бу экологик усуллардан фойдаланган ҳолда озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи фермерлардаги туризм тушунилади. Бу тушунча нафақат туристларга, балки одатдаги дам олиш ташкилотчиларига ҳам тегишли бўлган барча тадбирларни англатади. Шу сабабли, агротуризмни бир томондан туристлар ва яна бир бошқа томондан туристик гуруҳлар турли хилда тушунадилар. Туристлар нуктаи-назаридан, агротуризм одамларга қишлоқ хўжалик ишлаб чиқариш жараёнларини ёки фермер хўжаликларида мунтазам туриш ҳақидаги барча тадбирларини ўргатишни англатади. Агротуризм қишлоқ ҳудудлари ва шунингдек шаҳар ҳудудлари учун ҳам жуда муҳим ҳисобланади. Шу боисдан ҳам агротуризм куйидаги бир қатор афзалликларга эга: *қўшимча даромад олишни оширади; аҳолини иш билан таъминланишни яхшиланади; маҳаллий турар жойдан фойдаланиш имкониятларини кўпайтиради; маданий ва тарихий фаолиятлар билан ишловчиларни оширади; табиий ресурслардан тежамли фойдаланишни оширади; дам олиш ва таълим сифатини яхшилайди.*

Сурхондарё вилоятининг иқтисодий салоҳиятини барқарорлаштиришда туризм соҳасини ривожлантириш ҳам муҳим аҳамиятга эгадир. Бу соҳанинг вилоятда 374 та зиёд бўлган тарихий, маданий, санъат, меъморий обидалар, ноёб археологик қазилмалар мавжуд. Сурхон воҳасининг табиий сўлим гўшалари, бетакрор ва мафтункор шаршаралари, маъданли-шифобахш булоқ сувлари ва тоғ тузлари ҳудудда туризмнинг экотуризм, агротуризм, тоғ туризми, қишлоқ туризми, ва тиббиёт туризми каби йўналишларини кенг йўлга қўйишга асос бўлади. Қадимий бу юртнинг ўзига хос урф-одат ва анъаналари, миллий хунармандчилик буюмлари ҳам дунё аҳлида катта қизиқиш уйғотади. Булар вилоятдаги туристик объектлари бўлган бой тарихга эга қадамжолар, муқаддас зиёратгоҳлар қишлоқ ҳудудларида туризмнинг янги ва замонавий турларини жорий этиш орқали нафақат маҳаллий, балки хорижлик сайёҳлар оқимини кенгайтиришда муҳим аҳамият касб этади. Аммо вилоятнинг бундай катта имкониятлари салоҳиятидан самарали фойдаланишга эътиборнинг пастлиги ва туризм соҳасини ривожлантиришга бўлган ёндашувлар яхши эмас.

Президентимиз Ш.М.Мирзиёев томонидан 2016 йил 2 декабрда қабул қилинган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони ва 2017 йил 12 июлда қабул қилган “Туризм соҳасини ривожлантиришда маҳаллий ижро этувчи ҳокимият органларининг масъулиятини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори шу масалаларни ҳал қилишдаги ҳукукий асоси бўлди. Ушбу ҳужжат асосида қисқа муддатли Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш концепцияси ва шу билан биргаликда Вилоятларда 2017-2021 йилларга Концепцияни амалга оширишга мўлжалланган аниқ чора-тадбирлар дастурини ишлаб чиқиш вазифалари белгилаб

берилди ва бу борадаги ишларни янги босқичда руёбга чиқаришга хизмат қилмоқда. Хусусан, Қишлоқ ҳудудларида туризм хизматлари бозорини ривожлантиришда бир қанча муаммолар ва камчиликлар мавжуд. Шу сабабли ҳам бугунги кунда соҳадаги мавжуд муаммоларни аниқлаш ва уларни ҳал қилишнинг изчил усуллари излаб топиш қишлоқ ҳудудларида ушбу соҳани ривожлантириш имконини беради ва бу муаммоларни ҳал қилиш объектив заруратга айланди.

Президентимиз Шавкат Мирзиёевнинг 2018 йил январь ойидаги Сурхондарё вилоятига сафари даврида Сурхон воҳасининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиб, янги иш ўринлари яратиш ва аҳоли даромадларини ва яшаш сифати даражасини оширишга алоҳида эътибор қаратган эдилар. Шунга мувофиқ вилоятда ҳудуднинг замонавий қиёфасини яратиш мақсадида янги инфратузилмасини такомиллаштириш, маҳаллий ва хорижий сайёҳларга сифатли хизматлар кўрсатиш каби муҳим масалаларга алоҳида аҳамият берилгани туризм имкониятларидан унумли фойдаланишга қулай муҳит яратади.

Сурхон воҳаси туризм соҳасининг кўплаб шакллари ривожлантириш учун имкониятларга эга бўлган минтақа ҳисобланади. Сурхондарёда экологик туризмни, агротуризмни, тоғ туризмни, тиббиёт туризмни ва қишлоқ туризмни ривожлантириш бир қаторда диний туризмни ҳам ривожлантириш учун етарли туристик объектлар мавжуд. Масалан, Бой тарихга эга бу юртда Илом дини учун Ҳаким Термизий, Исо Термизий, Сўфи Оллоёр, Алоуддин Аттор, Муҳаммад Зоҳид сингари улуғ зотлар мангу қўним топган жойларни келтиришимиз мумкин.

Агротуризм ҳам кенг маънода озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналари билан боғлиқ анъанага кўра хизмат кўрсатади. Агротуризмнинг бу жиҳати юқори даражада озиқ-овқат маҳсулоти ишлаб чиқарадиган мамлакатларда қишлоқ маҳсулотини реклама қилиш учун жуда муҳимдир. Аммо, кўпгина мамлакатлар учун асосий муаммо бу қишлоқ хўжалик корхоналарининг паст даражадаги даромади ҳисобланади. Агротуризм асосан қишлоқ хўжалигида ишлаётган одамларнинг даромадларини ошириш ҳисобига қишлоқ ҳудудларида юқори турмуш даражасини оширишга интилади. Бунинг учун ҳар хил молиявий ва қишлоқ хўжалиги сиёсатлари қўлланилади. Дунёнинг кўпгина мамлакатларида қишлоқ хўжалиги соҳасидан олинадиган даромад деярли ўртачага тенгдир. Фермер хўжаликларида бир вақтнинг ўзида иккита соҳани қамраб олиш учун имкониятлар мавжуд, булар эса икки даромад манбасини таъминлайди. Бундай турли фаолиятни бошлашнинг сабаби шундаки, қишлоқ хўжалигидан олинадиган даромад етарли эмаслиги ва ишчи кучининг юқори эканлигида. Иш билан бандлик ва даромад манбаларининг ўзгариши қисман ишлаётган фермерлар сонининг қисқаришига таъсир қилади.

Агротуризм экотуризмнинг бир қисми сифатида аниқланган бўлиб, уларнинг ҳар иккаласи ҳам табиий жойлар билан боғлиқ. Иккаласи ҳам туризмнинг жадал ривожланаётган шакллари сифатида тавсифланади. Ушбу шакллар ривожланган мамлакатларда табиий ресурсларнинг потенциал ривожланиш моделлари ва маҳаллий аҳолини иқтисодий қўллаб-қувватлаш сифатида намоён бўлади. Ўтган даврда агротуризмнинг диққатга сазовор объектлари табиий-экологик жойлар ва плантациялар бўлган, аммо янги агротуризм тушунчаси ҳудудий ривожланиш модели сифатида туризм соҳасининг ажралмас бир қисми ва қишлоқ хўжалиги соҳасини бир бирига ҳар томонлама алоқасини таъминлайдиган тизимни ўз ичига олмоқда.

Туризмга бўлган талабнинг ортиши бугун қишлоқ фермерлари учун муҳим даромад манбасидир. Қишлоқ фермерларининг туристик маҳсулотлари анча мураккаб ва кўплаб тадбирларни ўз ичига олади. Уларнинг туристик маҳсулотлари одатда бизнес даражасига тўғри келади. Кўпгина мамлакатларда сайёҳлар кундалик ҳаётдан ва аввалги ташриф буюрадиган жойлардан фарқли ўлароқ тажриба орттиришга интилаётганларида орасида агротуризм тез ўсиб бормоқда.

Жаҳон тажрибасидан маълумки, одатда туристлар ўзларидаги стресслик ҳолатидан қутилиш, телефон, ҳар хил трафиклар ва ҳоказолардан қочиш учун муайян йўналишларга сафар қилишади. Айниқса, ота-оналар ўз фарзандларини хурсанд қилиш учун саёҳат қилишдан манфаатдор. Бундан ташқари, бир неча кунни бирга ўтказиш, фермер хўжаликлари, узумзорлар ёки виночилик корхоналари билан танишиш, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг самарали фаолиятида қатнашиш учун қишлоқ оилаларига туристлар ташриф буюрадиган саёҳат кенг тарқалган.

Шу боис агротуризмни ривожлантиришнинг аҳамияти ҳозирги пайтда кескин ошиб бормоқда. Агротуризм қишлоқ ҳудудларида ташкил этиш шундан иборатки, бу ҳудуддаги фермерларнинг даромадларини ва қишлоқ аҳолисининг ҳаёт сифати даражасини оширишга қаратилган. Бу орқали қишлоқ хўжалиги ва экотизим соҳасида таълим олиш учун янги имкониятлар яратилади. Шунинг учун агротуризмни ривожлантириш маҳаллий фермерларга даромад ва турмуш тарзини ошириш имконини беради.

Агротуризм соҳасидаги туристлар оила аъзолари билан саёҳат қилишади ва одатда шаҳардагилар келади. Улар қишлоқ жойларининг одатларини ҳурмат қилишади ва ташриф буюрадиган жойлар ҳақида маълумот олишади. Агро-сайёҳлик хизматлари оммавий сайёҳлик учун эмас. Турар жой, овқатланиш ва бошқа тадбирлар ёки тўғридан-тўғри сотишдан олинган фойда билан бирга, агротуризм ҳам архитектура ва маданий меросни аниқлаш ва баҳолаш каби бошқа афзалликларни келтириб чиқаради.

Шундай қилиб, қишлоқ хўжалиги экологияси нафақат товар ишлаб чиқарувчи, балки маданият, таълим, озиқ-овқат, атроф-муҳитга тааллуқли бўлган номоддий маҳсулотларни ишлаб чиқарувчи ҳисобланади. Шу сабабли ҳам Қишлоқ хўжалигини барқарор ривожлантиришда агротуризмни ривожланишини аниқлаш учун унинг имкониятларни, камчиликларини, кучли ва кучсиз томонларини, яъни, **SWOT** таҳлили қуйидагиларни ўз ичига олади:

Кучли нуқталар: қишлоқ хўжалиги соҳасида агротуризмни ташкил этиш ва ривожлантириш; қишлоқ хўжалиги тармоғидаги агротехник тадбирларини иштироки; туристларга амалий қишлоқ хўжалик тадбирлари ва фаолиятини кўрсатиш.

Заиф томонлар: қишлоқ хўжалик тренинглари етишмаслиги; агротуризмга оид қонунчиликнинг етишмаслиги; қўшимча таъминотнинг етишмаслиги; туристларнинг турар-жой билан таъминланиш даражасининг юқорилиги.

Имкониятлар: қишлоқ ҳудудларидаги туристик объектларни сақлашга кўмаклашиш; қишлоқ хўжалигида бандлик даражасини ошириш учун янги имкониятлар; қишлоқ хўжалик маҳсулотлар учун муқобил бозор.

Чекловлар: режалаштириш ва аниқ мақсадларнинг етишмаслиги; массивлик хавфи; кам сиёсий тушунча.

Қишлоқ хўжалигини барқарор ривожлантиришда агротуризмнинг асосий йўлларида бири ушбу SWOT таҳлил натижасида тегишли стратегияларни ишлаб чиқишдан иборатдир. Туризм соҳасини қишлоқ хўжалиги билан биргаликда ривожланишининг барча моделлари уларнинг ижобий ва салбий оқибатларига боғлиқ. Қишлоқ жойларда агротуризмни ривожлантиришнинг аҳамияти маҳаллий жамоаларнинг ҳудудга сармоялар киритиш, қўшимча даромад ва мажбуриятларни ошириш, қишлоқ аҳолисининг мулоқоти ва маданий алмашинуви, маданий қадриятларни сақлашга рағбатни шакллантирилиши, хорижий тилларни ўрганиши, ўзларининг табиий муҳитини муҳофаза қилиш имкониятлари сифатида ижобий баҳоланади.

Ривожланган мамлакатлар тажрибасидан ҳам маълумки, агротуризм қишлоқларни ривожланиш жараёнига катта ҳисса қўшади. Бу соҳада барча қатнашувчилар даромадларнинг ўсиши, иш жойларига эга бўлиши, қишлоқ ва шаҳар жойлари алмашинуви, тўғридан-тўғри инвестициялар таъсирини кўпайтириш, ишчи гуруҳлар орқали маҳаллий тузилмани мустаҳкамлаш, моддий-техник базасини ривожлантиришни рағбатлантириш, иқтисодий фаолиятни диверсификация қилиш,

қишлоқ ҳудудларидаги мулкларнинг қиймати, қишлоқ ҳудудларига мос бўлган оптимал инфратузилмани яратиш ва бошқа иқтисодий ривожланиш учун имкониятлар яратиш.

Хулоса қилиб айтганда, бугунги кунда Ўзбекистонда туризм потенциалининг мавжудлиги ва уни ривожлантириш имкониятларининг етарли даражада эканлигини кўришимиз мумкин. Мамлакатимизнинг қишлоқ ҳудудларида агротуризмни барқарор ривожлантириш учун қуйидаги таклифларни беришни жоиз деб топдик.

- ҳудуднинг қишлоқ хўжалигидаги агро инфратузилмасини ҳисобга олган ҳолда агротуристтик маршрут йўналишларини юқори даражада ташкил этиш, тарғиб қилиш, агротуристтик турларни кенгайтириш, турли сайёҳлик объектларини таъминлаш учун қисқа тематик маршрутларни ишлаб чиқиш;

- қишлоқ хўжалигини туризм соҳаси билан ҳамоҳанг ривожлантиришга *·Термиз ↔ Шеробод ↔ Бойсун·* ва *·Жарқўргон ↔ Олтинсой ↔ Денов ↔ Узун·* тур маршрутларини ташкил этиш учун туман ҳудудларидаги муқаддас зиёратгоҳларни реконструкция қилиш, йўл, савдо инфратузилмасини сайёҳларнинг эркин ҳаракат қилиши учун барча замонавий шароитлар яратиш;

- қишлоқ ҳудудлардаги мавжуд агротуристтик потенциалларни тақдим этадиган веб-сайтини, тур харитасини, тур-гидлари хизматини, потенциал миқозларига қўлланмалар ва видеолавҳалар яратиш;

- қишлоқ жойларда агротуризмни қўллайдиган фермерларнинг касбий тайёргарлиги ва хизмат сифатини ошириш;

- қишлоқ ҳудудларида туристик объектларни ўз ичига олган ҳолда қишлоқ хўжалиги фаолияти билан бевосита шуғулланувчи “Эко-агро-марказ”ларни ташкил қилиш.

Бизнинг ушбу тавсияларимиз ишлаб чиқаришга жорий қилинса, ўйлаймизки, қишлоқ хўжалиги ва қишлоқ ҳудудларини барқарор ривожлантиришда агротуризмнинг роли янада ошиб боради ва бир қанча янги замонавий иш ўринлари яратилиб соҳа ходимларининг қўшимча даромади шаклланиши ва аҳолининг яшаш даражаси ҳамда сифатини ошишига имкон яратади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 7 февралда “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3514-сонли Қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 8 августда “Ҳудудларнинг жадал ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни таъминлашга доир устувор чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-3182-сонли Қарори.
3. David W. Ecotourism. 2nd ed., John Wiley & Sons Australia Ltd, Milton Qld, Australia. rr. 32. 2008.
4. Pardaev M.Q. va boshqalar. Ekologik turizm asoslari. Ma`ruza matni. –T.: Navro‘z, 2015. -96 b.
5. Fayziev E.S. Servis tizimi faoliyati asoslari. Ma`ruza matni. –T.: 2007. -330 b.

Э.Тогаймуродов	E.Togaymurodov
Организационная основа устойчивого развития агротуризма в сельской местности Аннотация: основной целью статьи является определение теоретического и научного анализа организационных основ устойчивого развития агро-туризма в сельских районах. Ключевые слова: сельское хозяйство, фермерское хозяйство, экологический дом, интенсивные сады, сельскую местность, туризм, агротуризм, экотуризм и SWOT анализ.	The organizational basis of sustainable development of agrotourism in rural areas Abstract: the main purpose of the article is to define theoretical and scientific analysis of the organizational foundations for the sustainable development of agro-tourism in rural areas. Keywords: agriculture, farmer, ecological houses, intensive gardens, rural areas, tourism, agrotourism, ecotourism and SWOT analysis.

М.И.Даминов – СамИСИ мустақил изланувчиси,
А.А.Каримов – СамИСИ ассистенти

ИЧКИ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ТЕМИР ЙЎЛ ТРАНСПОРТИ ХИЗМАТЛАРИ

Аннотация: мақолада “Ўзбекистон темир йўллари” АЖдаги йўловчиларга хизмат кўрсатиш сифатини такомиллаштириш орқали ички туризмни ривожлантириш имкониятлари келтирилган.

Калит сўзлар: ички туризм, “Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!”, темир йўл, рейтинг, электропоезд, локомотив, вагон, класс, Вагон-бистро, статистика, вокзал, юк ва йўловчи.

Мамлакатимизда туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий-ҳуқуқий шарт-шароитлар яратиш, ҳудудларнинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш мақсадида, биргина Республикамизда 2016 йилда 2 миллиондан ортиқроқ хорижий, 94 миллиондан¹ ортиқроқ ички туристлар бўлган бўлса, уларнинг мамлакат ичида тунаб қолиш сафарлар сони 21274,5 минг сафарлар (меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситаларида) амалга оширилган. АҚШда эса умумий туристлар сонининг 95% ички туризмга тўғри келади. Мамлакатимизда ички туризм тармоғини бошқаришни тубдан такомиллаштириш, ички туризм механизмини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида ва ҳар бир ҳудудимизда тарғибот қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-2666 сонли фармони имзоланди.

Жорий йилнинг 3 феврал куни Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев “Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармони ва 6 феврал куни “Кириш туризмни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорни имзолаган эди. Президентимизнинг 2018 йил 7 феврал куни “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”²ги навбатдаги қароридан келиб чиқиб мамлакатимизнинг барча туристик ҳудудларида, шунингдек, сайёҳларни жалб қилиш салоҳиятига эга бўлган бошқа ҳудудларда ички туризмни ривожлантириш, инфраструктурани яхшилаш, янги йўналишлар ташкил қилиш бўйича турли вазифалар белгилаб қўйилди. Жумладан қуйидагилар устувор қилиб белгиланди:

- Фармоннинг энг муҳим омилларидан бири сифатида ички туризмни жадал ривожлантириш, фуқароларни мамлакатимизнинг маданий-тарихий мероси ҳамда табиий бойликлари билан таништириш мақсадида “Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!” ички туризмни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш ҳамда дастурни амалга ошириш доирасида оммавий ахборот воситаларида ҳамда Интернет тармоғида, шу жумладан Республиканинг барча шаҳарларида “Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!” шиори остида ташқи реклама воситаларини (шит-баннерлар ҳамда ташқи экранлар учун роликлар) тайёрлаш ва ўрнатиш йўли билан ички туризмни кенг тарғиб қилиш;

- 2018-2020 йилларда Республиканинг ҳар бир ҳудудида камида 100 та жой ҳисобга олиниб марказий кўчалар, аҳоли гавжум жойлар ҳамда трассаларда жойлашган шитлар, экранларда ички туризмга оид ташқи рекламаларни беғараз ўрнатиш;

- Республикамиз Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ҳулосасига асосан

¹ Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси Статистик бюллетень № 4 Тошкент - 2017 йил.

² www.lex.uz

ҳар бир ҳудудда умумий майдони камида 20 гектар бўлган 20 та ер участкаси ҳисобидан келиб чиқиб, туризм соҳасидаги лойиҳаларни (меҳмонхоналар, меҳмонхона уйлари, кемпинглар, мотеллар ва бошқа жойлаштириш воситалари, тематик хиёбонлар, музейлар, галереялар ва бошқа иншоотлар қуриш) амалга ошириш мақсадида тадбиркорлик субъектлари ҳамда потенциал инвесторларга тақдим этиш.

Албатта, юқоридаги вазифаларни бекамикўз амалга ошириш бевосита туризм инфраструктурасини яхшилаш ҳамда сайёҳларга қулай шароитлар яратиш билан боғлиқ ҳисобланади. Айниқса, йўл ва транспорт хизматлари бу борада энг аҳамиятли бўлиб, мамлакатимизда шу йўналишда қилиниши керак бўлган ишлар етарлича. Авваламбор, юқори натижага режали эришиш хорижий тажрибаларни ўрганишга боғлиқ ҳисобланади. Ваҳоланки, дунёда бу борада жуда кўплаб ўрганиши керак бўлган намунавий тажрибалар мавжуд.

Мисол учун дунё бўйича темир йўл соҳасини кўрадиган бўлсак, “Belgrad - Bar” темир йўли 435 та кўприк устидан ва 254 та тоннел остида олиб ўтади. Владивостокдан Москвагача бўлган саёҳат 14 кун давом этиб, ярим йўлга етар-етмас дунёнинг энг чуқур ва йирик чучук сувли кўли Байкални ҳам томоша қилиш мумкин бўлади. Яна шундай поездлардан бири Ghan ўз йўловчиларини Австралиянинг зарғалдоқ қизил тусли чўл марказидан олиб ўтади. Дунёни ёввойи табиатининг бундай манзарасини фақатгина поездда саёҳат қилиб томоша қилиш мумкин. Транспорт воситаларининг бошқа бирор тури бундай таассуротларни тақдим эта олмайди¹.

Дунё рейтингдаги илк учлик Япония, Жанубий Корея ва Хитой мамлакатларини кўриш мумкин. Япониянинг «SCMaglev» поездининг максимал тезлиги - соатига 603 километр. Хитойнинг «MagLev» поезди соатига 501 километр тезликда ҳаракатланади. Жанубий Кореянинг тезкор поезди эса соатига 421 километр тезликка эга.

Халқаро тажрибадан қолишмайдиган темир йўл транспортини барпо этиш мақсадида мамлакатимиз Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2017 йил 13- мартдаги "Бухоро – Мискин темирйўл линиясини қуриш чора-тадбирлари тўғрисида"ги қарорига кўра бунёд этилган мазкур янги темир йўл линиясининг умумий узунлиги 355 км.ни ташкил этади.

Энг муҳими, Тошкент шаҳридан Урганч, Хива, Нукус шаҳарларига борадиган ҳамда мазкур шаҳарлардан Тошкент шаҳрига келадиган йўловчи поездларининг ҳаракатланиш вақти қарийб 2 соатга қисқарди. Тошкент – Саратов, Тошкент - Волгаград, Олма-Ота - Нукус, Андижон - Урганч, Нукус - Урганч - Термиз поездларининг ҳам ушбу янги линия орқали қатнови йўлга қўйилади. Албатта, бу юртимизда туризмни ривожлантириш, сайёҳлар оқимини янада ошишига замин яратади.

Мазкур темир йўлнинг иккинчи босқичида электрлаштириш ишлари амалга оширилиб, бу йўналиш орқали электропоездлар ҳамда юқори тезликда ҳаракатланувчи «Afrosiyob» замонавий поездлар қатнови ҳам амалга оширилиши кўзда тутилган.

Мустақиллик йилларида темир йўлларни электрлаштириш ишларига катта аҳамият қаратилди. Ҳозирга келиб эса Маркизий-Осиё ҳудудида Тошкентдан Самарқандгача илк тезюар йўловчи ҳаракатини ташкил қилиш мақсадида 2008 йил «Ўзбекистон темир йўллари» АЖ ва «Talgo» (Испания) компанияси ўртасида 2 та тезюар йўловчи электропоездларни сотиб олиш тўғрисида битим имзоланди. 2011 йил 8 октябрдан «Afrosiyob» (Испания компанияси «Talgo») тезюар поезди Тошкент-Самарқанд-Тошкент йўналиши қўйилди.

«Afrosiyob» таркибига 2 та локомотив ва 9 та қулай вагонлар киради:

2 VIP класс вагон (вагонда 11 ўрин);

2 Бизнес класс (вагонда 26 ўрин);

¹ www.zamin.uz

4 Эконом класс (вагонда 36 ўрин);

1 Вагон-бистро.

Темир йўл соҳасини ривожлантириш мақсадида Тошкент – Самарқанд - Қарши - Тошкент ва Тошкент – Самарқанд - Навоий - Бухоро - Тошкент «Афросиёб» қатновлари туристларга самарали хизмат кўрсатиб келмоқда.

“Ўзбекистон темир йўллари” АЖ нинг 2014-2017 йиллардаги фаолияти¹

Т /р	Асосий кўрсаткичлар	Йиллар			
		2014 йил	2015 йил	2016 йил	2017 йил 6 ойлик
1	Жўнатиш юклар миқдори, млн. тонна	65,7	67,2	68	33,11
2	Жўнатиш йўловчилар сони, млн. йўловчи	19,1	20,1	21,1	10,71
3	Ташиш йўловчилар сони, млн. йўловчи	19,8	20,6	21,1	10,89
4	Эксплуатацион темир йўл узунлиги, км	4201,7	4237,5	4237,5	4303,7
5	Электрлаштирилган йўллар узунлиги, км	698,2	827,7	827,7	1353,5

Манба: «Ўзбекистон темир йўллари» АЖнинг маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

Жадвални таҳлил қиладиган бўлсак “Ўзбекистон темир йўллари” АЖ орқали жўнатиш юклар миқдори, 2014 йил 65,7 млн., 2017 йилнинг 6 ойида 33,11 млн. тоннага, ташиш йўловчилар сони. 2014 йил 19,8 млн, 2017 йилнинг 6 ойида 10,89 млн. йўловчи, эксплуатацион темир йўл узунлиги 2014 йил 4201,7 км.ни ташкил этган бўлса, 2017 йил 6 ойида 4303,7 кмга, электрлаштирилган йўллар узунлиги 2014 йил 698,2 км, 2017 йил 6 ойида 1353,5 кмга ўсди. Натижада поездлардан фойдаланиш харажатларини 20 фоизга камайтириш, йўловчи ва юк ташиш тезлигини 1,3 баробар ошириш имкони яратилди.

«Ўзбекистон темир йўллари» АЖ янгиликларидан бири Тошкент Жанубий вокзали ўз ишини жорий йилнинг 4 апрелидан бошлади. Маълумотларга кўра, вокзал бир вақтнинг ўзида 500 йўловчига хизмат кўрсатиш қувватига эга бўлиб, бир кеча кундузда 20 000 нафар йўловчилар 19 поездларда кутиб олинади ва кузатилади.

Тошкент Жанубий вокзалидан қуйидаги йўналишлар бўйича поездлар жўнатилади ва кутиб олинади: Тошкент - Урганч; Тошкент - Бухоро; Тошкент - Андижон; Тошкент - Қўнғирод; Тошкент - Термиз; Тошкент - Сариосиё; Андижон - Бухоро; Андижон - Урганч; Андижон - Термиз; Тошкент - Бухоро (шарк); Тошкент - Термиз (Насаф); Тошкент - Андижон (Ўзбекистон).

Шаҳарларaro қатновчи йўловчи поездлар: Тошкент - Ходжикент; Тошкент - Ховос; Тошкент - Бекобод; Тошкент - Сирдарё; Тошкент – Гулистон йўналишида қатнай бошлади.

Ички туризмни ривожлантиришда амалга оширилаётганишлардан бири Ангрен-Поп темир йўли қурилиши биринчи Президентимизнинг 2013 йил 18 июндаги “Ангрен - Поп” электрлаштирилган темир йўл линияси қурилишини ташкил этиш чоратадбирлари тўғрисида”ги қарори асосида 2016 йил 22 июнда Ўзбекистон ва Хитой ҳамкорлигининг йирик ҳамда истиқболли лойиҳаси Қамчиқ довони орқали бунёд этилган Ангрен - Поп электрлаштирилган темир йўл линияси Фарғона водийсини Ўзбекистоннинг марказий қисми билан боғлайди. Унинг умумий узунлиги 123,1 километр, туннелнинг умумий узунлиги 19.2 километрни ташкил этиб, дунё рейтингида тоғли ҳудудларда жойлашган туннеллар рўйхатида ушбу йўл мураккаблиги

¹«O‘zbekiston Temir yo‘llari» AJ сайтидан олинган

бўйича 8-ўринда, узунлиги бўйича эса 13-ўринни эгаллайди. Темир йўлнинг қурилиш натижасида Ўзбекистон темир йўл мустақиллигига ҳам эришиб нафақат юк ва йўловчи ташиш сифатини оширади, шу билан биргаликда халқаро ва ички туризмни ривожланиши, балки давлатимиз иқтисодиётининг ривожига ўз ҳиссасини қўшиб, аҳоли турмуш даражасини ҳам юксалтиради. Ушбу соҳада амалга оширилаётган жуда кўп ишларни мисол қилиб келтириш мумкин.

Хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкинки, мамлакатимизда ички туризмни ривожлантиришда саёҳатчилар ва йўловчилар вақтини тежаш мақсадида тезюрар йўловчи электропоездлар сонини кўпайтириш қатновлар вақтини имкон даражада йўловчиларга мослаштириш лозим.

Мамлакатимизда халқаро ва ички туризмни ривожлантиришда “Ўзбекистон темир йўллари” АЖда йўловчиларга қулай хизмат кўрсатиш мақсадида қуйидаги таклифларни тавсия этамиз:

1. Мамлакатимиз Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг “Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармони ва 6 феврал куни “Кириш туризмни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорни имзолади. Президентимизнинг 2018 йил 7 феврал куни “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”¹ги навбатдаги қароридан келиб чиқиб устувор вазифаларни белгилаб олиш;

2. “Ўзбекистон темир йўллари” АЖнинг электрон бронлаштириш (инглиз, немис, ва бошқа тилларда) тизимини такомиллаштириш;

3. “Ўзбекистон темир йўллари” АЖдаги кўрсатиладиган хизматлар сифатини ошириш (бронлаштирилган жойларни ошкорлигини таъминлаш);

4. “Ўзбекистон темир йўллари” АЖдаги йўловчи ташийдиган поёзлар вақтларини аниқлаштириш (жўнаш ва манзилга бориш вақтини аниқлигини таъминлаш).

Фодаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Rasulov M.X. va boshqalar. Transport servisi. Darslik. T., “Fan va texnologoya”, 2015. -58 bet.
2. Tuxliyev I.S. va boshqalar. Turizm asoslari. Darslik. T., “Fan va texnologoya”, 2014. 111 bet.
3. www.lex.uz
4. «O‘zbekiston temir yo‘llari» AJ sayti
5. www.zamin.uz

М.Даминов, А.Каримов Услуги железнодорожного транспорта в развитии внутреннего туризма	M.Daminov, A.Karimov The role of railway in developing domestic tourism
Аннотация: в статье приведены возможности развития внутреннего туризма посредством совершенствования качества обслуживания пассажиров АО «Узбекистон темир йуллари». Ключевые слова: внутренний туризм, “Путешествуй по Узбекистану!”, железная дорога, рейтинг, электропоезд, локомотив, вагон, класс, вагон-бистро, статистика, вокзал, багаж, пассажир.	Abstract: this article is about developing domestic tourism enhancing quality of service provided by “Uzbekistan Railways”. Keywords: domestic tourism, “Travel throughout Uzbekistan”, railway, level, train, wagon, class, Wagon-Bistro, statistics, station, luggage, customer

¹ www.lex.uz

Z.O.Raximov – SamISI kata o‘qituvchisi, i.f.n.,

S.Q.Bultakova – SamISI magistranti

MEHMONXONALARDA KO‘RSATILADIGAN QO‘SHIMCHA VA NOODATIY XIZMATLAR

Annotatsiya: mazkur maqolada mehmonxonalarda ko‘rsatiladigan qo‘shimcha va noodatiy xizmatlar yoritilgan. Bunda hozirda zamonaviy mehmonxonalardagi qo‘shimcha xizmatlar bu shunchaki bonus vazifasinigina o‘tamasligi, balki shu mehmonxonaning imidjini ham belgilab berishi va yaxshi servis ko‘rsatuvchi mehmonxona degan maqomni ham berishi aks ettirilgan. Shuningdek, dunyo mehmonxonalarida ko‘rsatiladigan noodatiy xizmatlar va bu xizmatlarning mehmonxona biznesida raqobatbardoshligini ta‘minlashda asosiy vajlardan hisoblanishi keltirib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: mehmonxona, qo‘shimcha xizmatlar, noodatiy xizmatlar, raqobat, servis xizmatlari, mijozga xizmat ko‘rsatish.

Mehmonxonalardagi qo‘shimcha xizmatlar haqida gap ketganda qulay va shinam xonalardan tashqari, hamyonbop narx, mukammal tarzda ishlab chiqilgan reklama, marketingni misol qilib keltirishimiz mumkin. Zamonaviy mehmonxonalardagi qo‘shimcha xizmatlar bu shunchaki bonus vazifasinigina o‘tamaydi, balki shu mehmonxonaning imidjini ham belgilab beradi va yaxshi servis ko‘rsatuvchi mehmonxona degan maqomni ham beradi. Qo‘shimcha xizmatlarning ko‘rsatilishi mehmonxona qaysi davlatda, qanday hududda joylashganiga ham bog‘liq bo‘ladi. Masalan: Nayrobida joylashgan Giraffe Manor mehmonxonasi dam oluvchilarga jirafalar bilan ovqatlanish imkonini beradi. Qo‘shimcha xizmatlarning muhimligi jihatidan olib qaraydigan bo‘lsak, faqatgina mablag‘ni jalb qilish bo‘yichagina emas, balki reklama vazifasini ham o‘taydi. Mehmonxonagi qo‘shimcha xizmatlar asosan ikki turlarga bo‘linadi¹:

- ✓ haq to‘lanadigan;
- ✓ haq to‘lanmaydigan.

Bilamizki qo‘shimcha xizmatlarning haq to‘lanadigan turlariga: bar, restoranlar xizmati, suvenirlar sotib olish, ekskursion xizmatlar, seyf xizmati, shaharlararo so‘zlashuv, transfer, konfrens zalldan foydalanish, konferentsiyalar, yig‘ilishlar, banketlar tashkillashtirish, maishiy xizmatlardan foydalanish (poyabzal tuzatish, kimyoviy tozalash, kiyimlarni ta‘mirlash, dazmol qilish), sauna, spa-salon, massaj saloni, kosmetologik xonalar, sartaroshxona, go‘zallik salonlari, room service (xona xizmati), noutbuk arendasi, viza xizmati, valyuta almashtirish, tarjimonlik xizmati, mini bar (mehmonxonaning har bir xonasida yoki lyuks xonasida tashkil etilishi mumkin), trenajer zali, gul sotib olish va yetkazib berish va boshqalarni misol qilib ko‘rsatishimiz mumkin.

Haq to‘lanmaydigan xizmatlarga: tibbiyot qutichasidan foydalanish, tez yordam chaqirish, gazeta, jurnallar yetkazib berish, qaynatilgan suv, igna, ipdan foydalanish, internetdan foydalanish, shahar, joylar, ob‘yektlar, diqqatga sazovor joylar haqida ma‘lumot olish, yuklarni xonaga eltib berish, uyg‘otish, biznes markazdan foydalanish, taksi chaqirtirish, aviabilet va temir yo‘l chiptalariga buyurtma berish, restoranlarni bron qilish, ro‘yxatga olish kabilardir.

Mijozlarni o‘ziga jalb qilish maqsadida va reklama vositasi sifatida 1829-yil Bostonda ochilgan “Tremon” mehmonxonasi mijozlarni o‘ziga jalb qilish, hayron qoldirish maqsadida har bir xonani suv va sovun bilan ta‘minlagan. Qachonlardir internetdan foydalanish haq

¹Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие – Москва: КНОРУС, 2013. – 416 с.

to‘lanadigan xizmat turiga kirgan. Bugungi kunda esa bu xizmat turi bepul hisoblanadi. Mehmonxonalar qo‘shimcha xizmatlar turlarini ko‘paytirish, shu bilan birgalikda noodatiy bo‘lgan xizmatlarni ham taqdim etishmoqda.

Ko‘pchilik katta mehmonxonalar quyidagi dasturlarni ishlab chiqishadi¹:

- ✓ mijozlarning sodiqlik dasturlari;
- ✓ qo‘shimcha xizmatlarning taqdim etilishi;
- ✓ aksiyalar, maxsus takliflar.

Sodiqlik dasturlari mehmonxonalarda keng miqyosda qo‘llaniladi. U bir necha turlarga bo‘linadi:

- Doimiy mijozlar uchun chegirmalar. Bunday chegirmalar turli mijozlar guruhlariga taqdim etiladi (doimiy mijozlarga, bank kartasi orqali haq to‘laydigan mijozlarga, bolalarga, korporativ mijozlarga).

- Yig‘ib boriladigan tizim – bunda mijoz foydalangan har bir xizmatlari uchun ball qo‘shiladi va shu ballar hisobiga xizmatlar uchun chegirmalar beriladi. Har doim shu mehmonxona xizmatidan foydalangan mijoz VIP-mijoz darajasiga ko‘tariladi.

- Imtiyoz – bunga nomerga joylashtirish uchun, restoranlar uchun chegirma, bronlarni jarimalarsiz bekor qilish, teatrga biletlar kabilar.

- Bonus ballar. Mijoz mehmonxona xizmatidan foydalanganligi hisobiga taqdim etilgan bonusda bir oqshom bepul tunash yoki boshqa dasturlar bo‘yicha bonus olishi mumkin.

- Korporativ mijozlar uchun dasturlar. Bunday turdagi mijozlar uchun nomerlar uchun chegirmalar, tashkilotlar uchun konferensiyalar, uchrashuvlar tashkil etib berish, transfer xizmatlari kabilarni misol qilish mumkin.

Mehmonlarda mehmonxona haqida yaxshi taassurot qolishi uchun, u doimiy mijozga aylanishi uchun ularga ko‘proq e‘tibor qaratilishi lozim. Tadqiqotlarga ko‘ra mehmonxonaga keluvchi tushumlarning yarmi doimiy mijozlar orqali keladi. Bundan tashqari doimiy mijozlarning servisdan ko‘ngli to‘lsa, u o‘sha mehmonxonani o‘zining hamkasblari, do‘stlari, qarindoshlariga tavsiya etadi. Bu o‘z o‘rnida juda yaxshi reklamadir. Bunday reklama jonli reklamani samarali usuli hisoblanadi. Mehmonni mehmonxona bilan tanishtirganda unda ijobiy taassurotlar qoldirish kerak. Shu o‘rinda bir narsani “aloqalar nuqtasini” yoddan chiqarmaslik kerak. Birinchisi – bu nomerni bronlashdagi telefon orqali eshitiladigan ovozdir. Bunda menejerlar telefonda so‘zlashuv etiketini bilishi va amal qilishi lozim bo‘ladi. Ikkinchisi – transport transferidagi haydovchi. Vaqtida xizmat ko‘rsatmaydigan va qo‘pol haydovchi mehmonda yaxshi taassurot qoldirmasligi aniq. Uchinchisi – mehmonxona administratori, u qancha tez va mohir bo‘lsa, mehmonda mehmonxona haqida yaxshi taassurot uyg‘onadi.

Eng asosiysi mehmonxonada mijoz o‘zini kerakli va muhtaram mehmon ekanligini his etib turishidir.

Qo‘shimcha xizmatlar mehmonxona darajasi bilan mos tushishi kerak va shunga ko‘ra xizmatlar ro‘yxati tuzib chiqiladi. Mehmonlar o‘sha mehmonxona kategoriyasidan kelib chiqqan holda xohish-istaklarini bildiradi. Mehmonxonadagi qo‘shimcha xizmatlar quyidagilarga ko‘ra ajratiladi:

- ✓ maqsadiga ko‘ra;
- ✓ tashqi shartlarga ko‘ra;
- ✓ mavjud resurslarga ko‘ra;
- ✓ boshqaruviga ko‘ra.

Qo‘shimcha xizmatlarni tuzishda maqsaddan kelib chiqqan holda amaliyotga joriy etiladi. Bundan ikkita maqsad kelib chiqadi:

¹ Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие – Москва: КНОРУС, 2013. – 416 с.

- ✓ yaxshi daromad ko‘rish;
- ✓ mijozlar sonini oshirish.

Dunyo mehmonxonalarida ko‘rsatiladigan noodatiy byuti xizmatlari to‘g‘risida so‘z borganida rivojlangan mamlakatlarning mehmonxonalari faoliyati bilan tanishib chiqishimiz kerak bo‘ladi. Bunda xorijiy adabiyotlarda¹ keltirilib o‘tilgan ajoyib faktlarga to‘xtalib o‘tamiz.

Buyuk Britaniya, Holiday Inn London-Kensington Forum mehmonxonasida uxlash oldidan qandaydir notanish odam yotish kravatiga yotadi. Gap shundaki, administratsiya mijozlar haqida g‘amho‘rlik qiladi, mehmonxona xodimlari termokostyumlar kiyib mehmonning joyini isitib qo‘yadi. Bu mehmon o‘zini sovuq yotoq choyshabidan noqulaylik tug‘ilmasligi uchun o‘ylab topilgan.

Buyuk Britaniya, Brown’s Hotel bu otel tashrif buyuruvchilar uchun tovonlar uchun muolaja taklif etadi. Spa muolaja 90 minutni tashkil etadi. Birinchi mehmonlar oyog‘i pivoli eritmaga joylashtiriladi, keyin master kunjut urug‘lari yordamida nuqtali massaj qiladi va oxirida oyoqlar issiq plyonka bilab o‘raladi.

AQSH, Benjamin mehmonxonasi mijozlarning sifatli va sog‘lom uyquasi haqida qayg‘uradilar. Administratsiya maxsus insonni ishga yollagan, u mehmonxona koridorlari bo‘ylab yuradi va turli xildagi shovqinlarni bartaraf etadi. “uyqu g‘amxo‘ri”ning o‘zi shovqin qilmasligi uchun mehmonxona poliga qalin vorsli gilam to‘shalganki, qadamlar ovozi chiqmasligi uchun.

Buyuk Britaniya, Four seasons mehmonxona mijozlar uchun zardob yordamida yuzni yashartirish va oziqlantirish muolajasini taklif etadi. Bu zardobning tarkibida tillo mavjud bo‘lib u terida kollogen darajasini ko‘taradi va qon aylanishini yaxshilaydi.

Maldiv oroli, Huva fen Fushi. Maldiv orolidagi bu mehmonxonada suv tagida spa salon tashkil etilgan. Bu yerda ekzotik baliqlarni katta oyna orqali tomosha qilish imkonini yaratilgan, bunday dengiz jonivorlarini kuzatish organizmga foyda bo‘lib, stressdan tezda xalos etadi.

Italiya, Palazzo Magnani Feroni. Mehmonxona tashrif buyuruvchilarga o‘z hoxishiga ko‘ra xonalaridan qanday ifor taralishini tanlash imkonini beradi.

Buyuk Britaniya, Andaz Liverpool Street-Hyaat Hotels and Resorts. Londonda joylashgan bu mehmonxonada mijozlar uchun antiqa xizmat turini taklif etadi. Ular mijoz uxlashidan oldin xohlaganicha ertak o‘qib berishadi. Bunday terapiya mijozlarni yaxshi uxlashi va shu mehmonxonaga yana qaytishlari uchun o‘ylab topilgan. Bu xizmat turi shunchalar mashhur bo‘ldiki, administratsiya ertak o‘qib berish uchun mashhur yozuvchi va jurnalistlarni taklif etishadi, mehmon uxlab qolguncha u xohlagan narsasini o‘qib berishadi.

AQSH, The Westin San Francisco Market Street. 1935-yildan buyon har qanday mayda narsalarni tozalash ishlarini olib borishadi, ya‘ni gigiyenaga ahamiyat berishadi. Qadim zamonlarda bu kavalerlarning qo‘lqoplari kir bo‘lmasligi uchun qo‘llanilgan².

Italiya, Cipriani. Ushbu mehmonxonaga joylashgan mijoz sayr qilib yurgan vaqti bel, yuz, oyoq massajidan foydalanishi mumkin. Massaj ochiq havoda amalga oshiriladi. Jarayondan so‘ng qulupnay va shokolad taqdim etiladi. Bu mehmonxona 430ta yirik mehmonxonalar, kurortlar, spalarni o‘z ichiga oladi.

AQSH, Sanctuary Camelback Mountain Resort & Spa. Mehmonxona bir yarim soatlik yuz muolajasini taqdim etadi. Kvarts kristallari quyoshda qizdiriladi keyin tezda 20 gradusgacha sovutilib yuzga qo‘yiladi. Minerallar terini tinchlantiradi, sovuq harorat esa yallig‘lanishni ketkizadi.

Yaponiya, Hakone Kowakien Yunessun Hot Springs Amusement Park and Spa Resort. Yapon spa-masterlari ko‘k choy yoki kofe bilan to‘ldirilgan vannalarni taklif etishadi. Asosiy

¹Clayton W. Barrows, Tom Powers, Dennis Reynolds. Introduction to management in the hospitality industry – USA.: John Wiley & Sons, Inc. – 2012. – 720 p.

²www.unwto.org – Butun Jahon Turizm tashkiloti sayti.

mashhur bo‘lgan vannasi bu sake vannasidir. Yana bundan tashqari yuz uchun muolajalar ham taklif etishadi.

XX asrda Georg V qirolligi davrida kechgan voqealarni aks ettirgan “Dauntton Abbatligi” seriali ta’sirida Kensingtonda joylashgan Indigo mehmonxonasi shunday qarorga kelishdiki, tashrif buyuruvchilarga ledi va lordlar xizmat qilishini yo‘lga qo‘ydi. Mehmonxona ham o‘sha davrga mos holda bezatilgan.

Bizga ma’lumki, tashrif buyuruvchilar yuqori servisni va o‘ziga nisbatan e’tiborli bo‘lishini istashdi. Hozirda ko‘pchilik mijozlar yangi bilim va shu o‘rgangan biron ish bilan o‘zi shug‘ullana olishini uchun ko‘rsatilgan mablag‘ni to‘lab ketishga tayyordir. Bu kabi talablarni o‘rganib chiqqan marketologlar “o‘zing bajar” xizmatlarini ishlab chiqishdi. Mehmonxonalarda “Entertain U” masterklass dasturlarini ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, Orlando Resort barist o‘quv lageri ochilgan. Milliy espresso, ristretto, latte kabi kofelarning tayyorlanish jarayoni va taqdim etilishini ko‘rsatadi. Four Seasons-Bahrain Bay mehmonxonasi kulinariya saboqlarini beradi¹. Four Seasons Westlake Village mehmonxonasi “fermadan stolgacha” kulinar retseptlarni, ovqatlar sirlarini, ovqatlanish etiketlarini o‘rgatishadi. “Siz ushladingiz biz pishirib beramiz” doirasida, ya’ni mijozning o‘zi yangi tutgan dengiz mahsulotlarini pishirib beradilar. Bunday mehmonxonalarga Kosta Rikadagi Los Suenos Marriot Ocean & Golf Resort va Los Suenos Marina kiradi. Indoneziyadagi Ayana Resort and Spa mehmonxonasi esa mijozlar uchun individual parfyum yaratib berish imkonini beradi.

Bundan xulosa qilib shuni aytishimiz mumkinki, hozirgi rivojlanish va raqobat biznesida har bir mehmonxona ajralib turishni, mehmonlarni jalb qilishni va asosiysi daromad olishni ko‘zlaydilar va shunga yarasha yangi xizmat turlarini o‘ylab topishadi va o‘z mehmonxonasida joriy etishadi. O‘zbekiston mehmonxonalari ham yangi xizmatlar ishlab chiqish va uni yaxshi reklama qilish ijobiy natija beradi. Bunda tariximiz, milliylikimiz, qadriyatlarimiz, an’analarimizdan kelib chiqqan holda harakat qilish kerak bo‘ladi. Milliy kiyimlarda xizmat ko‘rsatish, milliy taomlar tayyorlash jarayonida ishtirok etishi, kashta, do‘ppi tikishni o‘rgatish kabilarni joriy etish mumkin. Biz uchun aziz bo‘lgan non yopishni o‘rgatish va bunda mijozning o‘zi ham ishtirok etishi mumkin. Loydan suvenerlar yasash ham juda qiziqarli jarayondir. Ko‘za yasash, tovoqlar yasash kabilar har bir turist uchun qiziqarli va maroqli bo‘lishi tabiiydir.

З.Рахимов, С.Бултакова Дополнительные и необычные услуги в гостиницах	Z.Rakhimov, S.Bultakova Additional and unusual services provided in the hotels
Аннотация: в данной статье описаны дополнительные и необычные услуги в гостиницах. В ней отражается особенность дополнительных услуг в современных гостиницах, которые выполняют не только задачу бонуса, но и показывают имидж данной гостиницы и дают ей статус гостиницы с хорошим обслуживанием. Вместе с этим, приведены данные о дополнительных услугах мировых гостиниц и доказано что эти услуги считаются основной причиной обеспечения конкурентоспособности гостиничного бизнеса. Ключевые слова: гостиница, дополнительные услуги, необычные услуги, конкуренция, сервис, обслуживание клиентов.	Abstract: the following article is about additional and unusual services provided in the hotels. It is highlighted that services are offered not as a bonus but also it gives an image of the hotel as well as hotel which provides outstanding services. At the same time it is underlined that unusual services help to compete in hotel business. Keywords: hotel, additional services, unusual services, competition, services, customer service

¹www.unwto.org – Butun Jahon Turizm tashkiloti sayti

Н.Б.Тагирова – СамИСИ ўқитувчиси

МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИДА ХИЗМАТЛАР СИФАТИНИ КЎТАРИШГА ҚАРАТИЛГАН ПРИНЦИПЛАР ВА УЛАРНИНГ ИЗОҲИ

Аннотация: мақолада меҳмонхона хўжалигида хизматлар сифатини кўтаришга қаратилган принциплар ва уларнинг қисқача изоҳи ёритилган. Бунда, хизмат жараёнида “йўқ” сўзининг ўзи йўқ, меҳмонларнинг талаби қондирилиши шарт, меҳмон шоҳ, унга шоҳона хизмат кўрсатиш керак, ҳар бир меҳмоннинг талаби ҳар хил, шунга мос хизмат қилиш лозим, деган принципларнинг мазмуни қисқача ёритилган.

Калит сўзлар: меҳмонхона, меҳмонхона хизматлари, меҳмон, мезбон, хизмат сифати, хизмат самарадорлиги, принциплар.

Меҳмонхона хўжаликлари асосан хизмат кўрсатиш шаҳобчаси сифатида, ходимларнинг меҳмонларнинг талабига нисбатан “йўқ” сўзи умуман бўлмаслиги керак. Бу ҳар бир муваффақиятга эришишни истаган меҳмонхонанинг кундалик шиориға, фаолиятининг принципиға айланмоғи лозим.

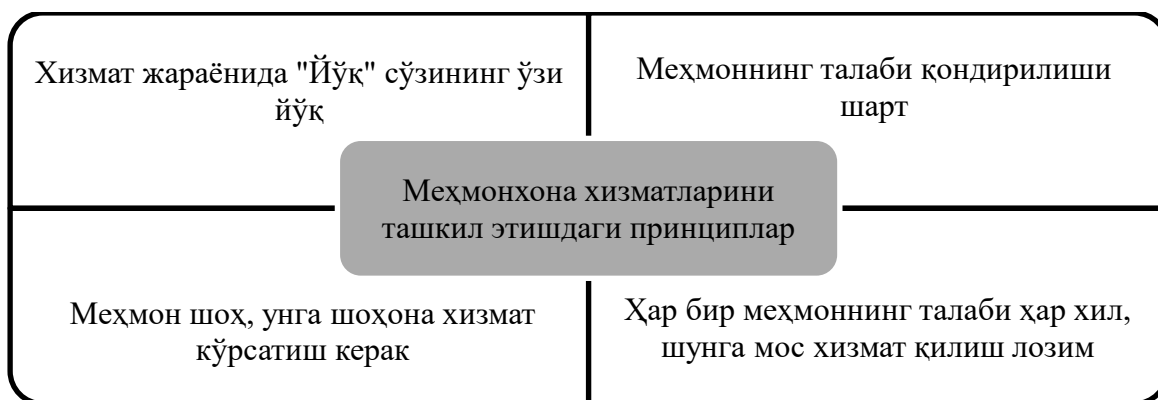
Хизмат кўрсатувчи корхоналар бирор нарсаға эға бўлиш, кимдандир манфаат кўриш учун у аввало “бериши ва хизмат қилиши” лозим. Меҳмонхона мисолида қарайдиган бўлсак, у меҳмонларға жой бериши ва қандай қилиб сифатли хизмат қилишни ташкил қилиш ҳақида кўпроқ ўйлаш керак. Шундағина у муваффақиятға эришади, маблағи ҳам ўз-ўзидан кўпаяди, чунки, қисқа кунға келган меҳмонлар яхши жойда дам олғиси ва сифатли хизматдан манфаатдор бўлғиси келади.

Меҳмонхона хизматлари сифатиға талаб ҳар куни ва бир кунда меҳмонларнинг қайси давлат ёки ҳудуддан келишиға қараб ўзғариб туриши тайин. Шу туфайли меҳмонхонада бир хил хизматларни ташкил қилиб, бизда хизмат тури ва сифати шундай, хоҳласангиз ҳам хоҳламасангиз ҳам бўлганимиз шу, дейдиган бўлса, бундай меҳмонхоналарнинг истиқболи бўлмайди. Меҳмонхона хизматларининг тури ва сифати меҳмонларнинг хоҳиш ва истакларига қараб, уларға мос ҳолда ташкил қилинадиган бўлиши лозим. Меҳмонлар (мижозлар) қандай талаб қўйса ҳам ходимларда “йўқ” деган ибора ёки жавоб бўлмаслиги лозим.

Меҳмонларнинг талаб ва истакларини олдиндан билиш учун уларни жойлаштириш пайтида, расмийлаштириш чоғидаёқ, “Сизға қандай қўшимча хизматлар керак”, деган мазмундаги савол билан анкета бериш керак. Унга керагини дарҳол муҳайё қилишға киришасиз. Яна бир ҳолат, меҳмонхонадан чиқишда яна бир анкета бериш лозим. Унда “Бизнинг қайси хизматлар маъқул, қайсилари маъқул бўлмади ва нима учун”, деган саволға жавобни олиб қолиш лозим. Бу меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматларнинг келажакда сифатини такомиллаштириш ва уни қайси йўналишға йўналтириш лозимлиги учун асос бўлади.

Меҳмонларға хизмат кўрсатишда асосий шахс меҳмонлар бўлиши керак. Уни шундай ҳис қилгандан кейин унга шоҳона хизмат қилиш меҳмонхона ходимларининг вазифаси бўлмоғи лозим. Чунки меҳмонхонанинг фаолияти хизмат кўрсатишдан иборат бўлганлиги туфайли, у бутун бойлиғига (моддий ва маънавий) шу хизматлар эвазига эришади.

Юқоридагилардан хулоса қилиб айтганда, меҳмонхона ходимларининг меҳмонларни кутиш ва уларға хизматлар кўрсатиш жараёнида асосий эътиборни қаратадиган принциплари қуйидагилардан иборат бўлмоғи лозим (1-расм):



1-расм. Меҳмонхона хизматларини ташкил этиш принциплари

Расмдан кўриниб турибдики, меҳмонхонада меҳмонларга кўрсатиладиган хизматларини ташкил этишда асосан тўртта принципга амал қилиш лозим экан. Биринчиси, меҳмонларга кўрсатиладиган “Хизмат жараёнида “йўқ” сўзининг ўзи йўқ” бўлишлиги керак экан. Бунда мижоз томонидан сўралган ва талаб қилинган хизматларни бирорта ходим бизда йўқ, деган иборани ишлатмаслиги лозим. Чунки йўқ сўзи меҳмоннинг кайфиятини тушуриб, унда ички норизоликни пайдо қилади. Бу албатта меҳмонхона ҳақида бошқа жойда яхши гап қилмаса, мазкур муассасанинг нуфузи пасайиб бораверади. Оқибатда мазкур ҳолат меҳмонхонанинг самарадорлигига салбий таъсир кўрсатади.

Иккинчидан, “Меҳмонларнинг талаби қондирилиши шарт” принципига амал қилинади. Бунда меҳмонлар қонунга зид бўлмаган, яшаш билан боғлиқ нимани талаб қилса, уларни муҳайё қилиш лозимлиги аён бўлади. Меҳмонхонага у пул тўлаяпти, уни оқлаш учун, уларнинг барча талаблари ходимлар (хизматкорлар) томонидан тўлиқ қондирилиши шарт.

Учинчидан, “Меҳмон шоҳ, унга шоҳона хизмат кўрсатиш керак” принципи ҳам мазкур муассасанинг олтин шиори бўлмоғи лозим. Бунда меҳмонларнинг ҳар бирини “шоҳ” деб қараш ва улар ҳамиша ҳақ, деган шиор билан ишлаш талаб этилади. Шунингдек, бунга эришиш учун меҳмонларга шоҳона хизмат қилиш услубини эгаллаш лозим бўлади, уни мазкур меҳмонхона хизматидан бир умр рози бўлиб, узоқ йиллар хотирасидан ўчмайдиган қилиб яшашини таъминлашни талаб этади. У қаерда бўлса, шу меҳмонхона ҳақида ижобий фикрларни айтади ва мазкур муассасанинг нуфузини оширишга хизмат қилади.

Тўртинчидан, “Ҳар бир меҳмоннинг талаби ҳар хил, шунга мос хизмат қилиш лозим”, деган принцип ҳам меҳмонларнинг турли мамлакатлардан турли даврларда, турли дин вакиллари ва турли миллат намоёндалари ташриф буюриши билан боғлиқдир. Бунда меҳмонхона ходимлари мижозларнинг ҳар бирига мос бўлган турли хизматларга тайёр туриши лозим. Бу ходимлардан, ўз навбатида юқори малака, тажриба ва юксак савияни талаб қилади. Айнан соҳанинг бугунги кун кадрлари шунга мос ва тайёр бўлиши керак. Бунинг учун уларнинг малакасини мунтазам равишда ошириб боришни тақозо қилади.

Н.Тагирова Принципы повышения качества услуг в гостиничном хозяйстве и их разъяснение	N.Tagirova Principles of improving the quality of services in the hotel industry and their explanation
Аннотация: в статье освещены и разъяснены принципы повышения качества услуг в гостиничном хозяйстве. Вкратце освещены значения таких принципов как: нет слова «нет» в обслуживании, требование гостей должно быть выполнено, гостя нужно обслужить по-царски, каждого гостя нужно обслужить по его требованиям. Ключевые слова: гостиница, гостиничные услуги, гость, хозяин, командировка, эффективность обслуживания, принципы.	Abstract: the article highlights and explains the principles of improving the quality of services in the hotel industry. Briefly highlights the meaning of such principles as: there is no word “no” in service, the guest’s requirement must be met, the guest must be served royally, each guest must be served according to his requirements. Keywords: hotel, hotel services, guest, host, business trip, service efficiency, principles.

КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК

Ш.А.Султонов – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси мудири, и.ф.н.

КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ, БАНДЛИК ВА АҲОЛИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, бандлик ва аҳоли турмуш даражасини ошириш йўллари ва ислохотларнинг амалий жиҳатлари очиб берилган.

Калит сўзлар: кичик бизнес, хусусий тадбиркорлик, бандлик, аҳоли турмуш даражаси, стратегия, хусусий мулк, ёшлар бандлиги.

Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2018 йилнинг “Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили” деб эълон қилиниши, аввало хусусий мулкни ҳуқуқий ҳимоя қилиш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни янада ривожланиши учун қулай шарт-шароит яратиш берди. Мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, улар фаолиятини қўллаб-қувватлашга қаратилган қўллаб-имтиёзлар берилаётгани ушбу тармоқнинг иқтисодиётимиздаги улуши тобора ортишига хизмат қилмоқда.

Мақсадимиз ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётига асосланган очик ва демократик фуқаролик жамиятини барпо этишдан иборат экан, бу борадаги асосий шартлардан бири иқтисодиётда давлат иштирокини камайтириш ҳисобланади. Миллий тараққиёт моделимизнинг асосий тамойилларидан бири - давлатнинг бош ислохотчилик роли ҳисобланиб, мавжуд иқтисодий салоҳиятдан тўлиқ фойдаланган ҳолда, барча кучларни ягона мақсад сари йўналтиришда давлатнинг тартибга солувчи вазифасидан унумли фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Замонавий бозор тизимини давлатнинг аралашувисиз тасаввур этиб бўлмайди. Бироқ аралашувнинг ўз чегараси бўлиб, унинг мазкур чегарадан ошиб кетгани бозор жараёнларининг издан чиқишига таъсир этиб, ишлаб чиқариш самарадорлиги пасаяди. Натижада иқтисодиётни давлат тасарруфидан чиқариш, хўжалик юритишини ташкил этиш ва бошқарув жараёнларида давлатнинг меъёридан ортиқ иштирокини пасайтириш масаласи майдонга тушади.

Давлат аралашуви миқёсини тартибга солиш учун муҳим чекловлар мавжуд. Масалан, давлат томонидан бозор механизмининг издан чиқарувчи ҳар қандай ҳатти-ҳаракатларга йўл қўйиб бўлмайди.

Иқтисодиётга давлатнинг аралашувини қисқартириш, энг аввало, хусусий мулк ҳуқуқини ҳимоя қилиш ва унинг устувор мавқеини янада кучайтириш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожланишини рағбатлантиришга қаратилган институционал ва таркибий ислохотларни давом эттиришни тақозо этади.

Шунга кўра, **ҳаракатлар стратегиясида хусусий мулк ҳуқуқи ва кафолатларини ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, хусусий тадбиркорлик ва кичик бизнес ривожини йўлидаги барча тўсиқ ва чекловларни бартараф этиш, унга тўлиқ эркинлик бериш, «Агар халқ бой бўлса, давлат ҳам бой ва кучли бўлади» деган тамойилни амалга ошириш**¹ борасидаги тадбирларга алоҳида эътибор қаратилган.

¹ 2017—2021 йилларда Ўзбекистонни ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқат ва инсон манфаатлари йили” амалга оширишга оид Давлат дастурини амалга ошириш бўйича илмий-услубий рисола. Т.: 2017. 143 б.

Кичик бизнес ва хусусийтадбиркорлик субъектлари ҳуқуқларини ҳимоя қилиш бўйича вакил лавозимининг ташкил этилишини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш тизимидаги асосий янгиликлардан бири сифатида таъкидлаш мумкин. Давлат бошқарувининг мазкур усули қўлаб хорижий мамлакатларда тадбиркорлар ўз хўжалик фаолиятини амалга ошириш жараёнида тўқнаш келувчи бюрократик муаммоларни ҳал этишдаги самарали восита сифатида ижобий роль ўйнамоқда.

Шунингдек, 2017 йил июндан хусусий мулкни ҳимоя қилиш ва хусусий мулк объектларидан самарали фойдаланишни амалга ошириш механизмини такомиллаштириш мақсадида қуйидаги тартибларни ўрнатиш кузда тутилган:

-мулкдан жиноят ёки маъмурий ҳуқуқбузарликни содир этиш қуроли сифатида фойдаланишда мулкдорнинг айби бўлмаган ҳолларда мулкни мусодара қилиш ёки олиб қўйишни (вақтинчалик олиб қўйиш бундан мустасно) тақиқлаш;

-давлат ва жамоат эҳтиёжлари учун ер участкаларининг олиб қўйилиши муносабати билан тадбиркорлик субъектларига етказилган зарарни олдиндан қоплаб бериш;

-тадбиркорлик фаолиятини юритиш учун ажратилган ер участкаларидан фойдаланилмаётган, жумладан, ажратилган ер участкаларида товарлар ва хизматлар ишлаб чиқаришни ташкил этиш бўйича тадбиркорлик субъектлари томонидан олинган мажбуриятлар бажарилмаётган ҳоллар юзага келган тақдирда ер солиғи ва мол-мулк солиғи ставкаларини уч баробар миқдорда қўллаш.

Бу борада қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг қонун лойиҳаси хусусий мулк кафолатлари ва уни ҳимоя қилишни кучайтириш, қурилиши тугалланмаган объектлар савдосини тартибга солиш, тадбиркорлик фаолияти ер участкаларидан фойдаланиш самарадорлигини оширишга хизмат қилади.

Мазкур йўналиш бўйича белгиланган тадбирлардан яна бири – “Иқтисодиётда давлат иштирокини камайитиш, хусусий мулк ҳуқуқини ҳимоя қилиш ва уни устувор мавқеини янада кучайтириш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожини рағбатлантиришга қаратилган институционал ва таркибий ислохотларни давом эттириш¹” борасидаги ишларга алоҳида эътибор қаратилган.

Мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш бўйича тўпланган тажрибалар шуни кўрсатадики, корхоналарнинг рақобатбардошлик даражасини ошириш уларнинг ўз фаолиятлари давомида кенгайиб, йириклашиб боришини тақозо этади. Лекин, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш мақсадида белгиланган имтиёз ва енгилликларга эга бўлиш имконини берувчи корхоналарнинг миқдорий чегаралари айрим ҳолларда ушбу жараёнларга тўсқинлик қилиши мумкин. Ўтган давр мобайнида мамлакатимизда ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражасининг юксалиши, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари учун яратилган қулай шарт-шароитлар натижасида иқтисодий салоҳияти ортган қўлаб корхоналар мазкур имтиёзлардан фойдаланишни давом эттириш мақсадида ўз ходимлари сонини белгиланган миқдорий чегара доирасида сақлаб қолишга ҳаракат қилмоқдалар. Бу эса, уларнинг йириклашиб жараёнига тўсқинлик қилмоқда.

Шунга қўра, мамлакатимизда рақобатдош компанияларни яратиш мақсадида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари йириклашиб боришини рағбатлантиришга йўналтирилган қонун ҳужжатлари лойиҳалари ишлаб чиқиш орқали ўрта бизнес субъекти тоифасини жорий этиш ва унга алоҳида имтиёзларнинг белгиланиши кичик бизнес субъектларининг ўрта бизнесга ўтиши ва шу тариқа соҳанинг жадал ривожланиши учун замин яратади.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев. “2017—2021 йилларда Ўзбекистонни ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси” Фармони. 7 февраль 2017 й.

Таъкидлаш жоизки, иқтисодий ислоҳ қилиш ва диверсификациялаш, фаол инвестиция сиёсати юритиш ҳисобига етакчи тармоқларни модернизациялаш ва технологик жиҳатдан қайта жиҳозлаш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни жадал ривожлантиришни рағбатлантириш асосида ҳар йили минглаб янги иш ўринлари яратилмоқда, бу ўз навбатида ўта долзарб муаммо ҳисобланган аҳоли, авваламбор ёшлар бандлигини таъминлаш имконини бермоқда.

Шу билан бирга, бандлик соҳасидаги мавжуд муаммоларни ҳал этишда ҳалигача эскирган иш шакллари ва услубларидан фойдаланилмоқда, меҳнат бозоридаги ҳақиқий вазиятни бузиб кўрсатиш ҳоллари сақланиб қолмоқда, муҳим ижтимоий масала ҳисобланган олий ва ўрта махсус, касб-хунар таълими муассасаларининг битирувчиларини ишга жойлаштиришга юзаки ёндашув ҳолатлари учрамоқда. Аҳоли бандлигини таъминлаш масалаларида жойларда маҳаллий ижро ҳокимияти органлари, давлат ва ҳўжалик бошқаруви органлари, таълим муассасалари, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари ва кенг жамоатчилик ўртасида ўзаро ҳамкорлик ва жавобгарлик механизмларидан яхши фойдаланилмаяпти.

Янги ташкил этилган барқарор иш ўринлари сонининг меҳнат бозори талабларига мос келмаслиги меҳнат бозорида мувозанатлиликнинг бузилишига, республикамизнинг айрим минтақаларида ишсизлик даражасининг ошиб кетишига, ноқонуний меҳнат миграцияси ва норасмий бандликнинг ўсишига олиб келмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 6 майдаги ПҚ-2690-сонли қарорига мувофиқ жойларда маҳаллий ижро ҳокимияти органлари ва иқтисодий комплексга қирувчи ҳудудий органлар раҳбарларининг, уларни моддий рағбатлантириш ёки уларга нисбатан интизомий чора қўллаш бўйича тегишли тизимни жорий этган ҳолда, аҳоли бандлигининг ўсиши ва уни иш билан таъминлаш борасида амалга оширилаётган ишларнинг натижадорлиги ва самарадорлиги учун маҳаллий ижро ҳокимияти органлари ва иқтисодий комплекснинг ҳудудий органлари раҳбарларининг шахсий масъулияти оширилди.

Бандлик соҳасида давлат сиёсатини янада такомиллаштириш, банд бўлмаган аҳолини, айниқса, ёшларни ишга жойлаштириш бўйича чора-тадбирлар самарадорлигини ошириш, меҳнат ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва меҳнат муҳофазасини кучайтириш, аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича мувофиқлаштирилган самарали ишларни амалга оширишда давлат ва ҳўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий ижро ҳокимияти органларининг масъулиятини тубдан кучайтириш мақсадида¹:

1. Ўзбекистон Республикаси Бандлик ва меҳнат муносабатлари вазирлиги ва тузилмаларининг устувор вазифалари ва фаолият йўналишлари этиб қуйидагилар белгиланган:

- меҳнат бозоридаги ҳақиқий ҳолатни республикамиз минтақалари кесимида чуқур таҳлил қилиш асосида аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича ҳудудий ва тармоқ дастурларини ишлаб чиқиш ва уларнинг бажарилишини мувофиқлаштириш, янги иш ўринлари ташкил этиш бўйича давлат буюртмаларини ишлаб чиқиш ва аҳолининг ижтимоий эҳтиёжманд қатламлари учун иш жойлари квотасини белгилаш бўйича аниқ мақсадга йўналтирилган комплекс чора-тадбирларни амалга ошириш;

- меҳнат органларига мурожаат қилган ишсизларни ишга жойлаштиришни таъминлаш, аҳолини жамоат ишларига, биринчи навбатда йирик инвестиция лойиҳаларини амалга оширишга, йўл ва уй-жой коммунал инфратузилмасини қуриш, таъмирлаш ва реконструкция қилишга, шаҳарлар ва туманларни ободонлаштиришга, мавсумий қишлоқ ҳўжалиги ишларида иштирок этишга жалб этиш;

¹ Ўзбекистон Республикаси “Президентининг Бандлик соҳасида давлат сиёсатини янада такомиллаштириш ва меҳнат органлари фаолияти самарадорлигини тубдан ошириш чора-тадбирлари тўғрисида” Фармони. 20.05.2017 й.

- ишга жойлашишга муҳтож шахсларни, айниқса, банд бўлмаган ёшларни, имконияти чекланган шахсларни ва ишсизларни иқтисодиётнинг ҳамда меҳнат бозорининг реал талабларидан келиб чиққан ҳолда, касб-хунарга тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини тубдан такомиллаштириш;

- вазирликлар, идоралар ва хўжалик бошқаруви органлари билан биргаликда олий ва ўрта махсус, касб-хунар таълими муассасаларининг битирувчиларини улар эгаллаган мутахассисликларга мувофиқ ишга жойлаштиришни таъминлаш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш;

- меҳнат бозорини тартибга солиш, бандлик, меҳнатга доир муносабатлар, меҳнат муҳофазаси, касбий ва меҳнат стандартлари, тендер тенгликка риоя этилиши, банд бўлмаган аҳолини касб-хунарга тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, ишсизларни ижтимоий ҳимоя қилиш соҳасида бозор муносабатлари шароитларига мос келадиган норматив-ҳуқуқий ҳужжатларни ишлаб чиқиш, амалга ошириш ва уларнинг бажарилишини назорат қилиш;

- ишга жойлаштириш жараёнига илғор ахборот технологияларини фаол жорий этиш, жумладан, Миллий вакансиялар базасини яратиш ва доимий ривожлантириб бориш;

- бандлик ва меҳнат муҳофазаси соҳасида қонунчиликка риоя этилиши устидан назоратни таъминлаш, меҳнат шароитлари экспертизасини амалга ошириш, меҳнат муносабатларини, меҳнатни моддий рағбатлантириш механизм-ларини янада такомиллаштириш бўйича аниқ чора-тадбирларни амалга ошириш;

- аҳоли ва иш берувчилар ўртасида меҳнат ҳуқуқлари ва муҳофазаси масалалари бўйича кенг ахборот-тушунтириш ишларини олиб бориш;

- кам таъминланган оилаларга нафақалар ва моддий ёрдам тўланиши бўйича мониторингни амалга ошириш, меҳнатга лаёқатли оила аъзоларининг бандлигини таъминлаш ва тадбиркорлик фаоллигини ошириш орқали оилани кам таъминланганликдан чиқариш юзасидан индивидуал дастурларни ишлаб чиқиш.

Булардан ташқари, мулкни рўйхатдан ўтказиш, ер участкалари ажратиш, айрим фаолият турлари билан шуғулланишга лицензия бериш, қурилишга рухсатномалар олиш, электр таъминоти тармоқларига уланиш чоғида “бир дарча” қондаси кенг миқёсда жорий этилмоқда. 2015 йилнинг 1 январидан бошлаб эса барча юридик шахслар статистик ва солиқ ҳисоботларини электрон кўринишда тақдим этишмоқда.

Республикамиз ва унинг минтакаларида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш учун қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш ва уларнинг бажарилишини қаттиқ назоратга олиш мақсадга мувофиқ:

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларга берилган имтиёз ва енгилликлардан фойдаланиш жараёнида сунъий тўсиқлар пайдо бўлмаслигини қаттиқ назоратга олиш;

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларнинг инвестицион фаолиятини қўллаб-қувватлаш мақсадида нафақат ички кредит линиялари, балки ташқи кредит линияларидан фойдаланиш имкониятларини ошириш;

– инвестицион лойиҳаларни молиялаштириш механизмларини ишлаб чиқиш;

– жойларнинг табиий хусусиятлари ва имкониятларидан келиб чиқиб жойларда тадбиркорлик шакллари ривожлантириш;

– қишлоқ жойларда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ҳисобига қишлоқ аҳолисининг тадбиркорлик билан шуғулланиш борасидаги фикрларини жонлантириш;

– кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик лойиҳаларини амалга ошириш учун тижорат банкларидан кредит олишни кафолат фондлари орқали кафолатлашни жорий қилиш;

– тижорат банкларининг бизнесни модернизациялаш учун ажратаётган кредит ставкаларини янада камайтириш.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг равнақ топишидан нафақат мамлакатимиз иқтисодиёти, балки унинг ҳар бир фуқароси манфаатдор экан, юқоридаги чора-тадбирларнинг амалга оширилиши мамлакатимиз иқтисодиётида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг янада кенгрок ривожланишига сабабчи бўлади.

Ш.Султонов Развитие малого бизнеса и частного предпринимательства, занятости и уровня жизни людей	Sh.Sultonov Development of small business and private entrepreneurship, employment and people's living standards
Аннотация: в статье изложены практические аспекты развития малого бизнеса и частного предпринимательства, пути повышения уровня занятости, уровня жизни и реформ. Ключевые слова: малый бизнес, частное предпринимательство, занятость, средства к существованию, стратегия, частная собственность, занятость молодежи.	Abstract: the article outlines practical aspects of developing small business and private entrepreneurship, ways to improve employment and living standards and reform. Keywords: small business, private entrepreneurship, employment, livelihoods, strategy, private property, youth employment.

С.Х.Суюнов – СамИСИ доценти,

К.Б.Суюнова – СамДТИ ўқитувчиси

МАМЛАКАТИМИЗДА ЖАМИЯТ БАРҚАРОРЛИГИНИНГ АСОСИ БЎЛГАН ОИЛА ИНСТИТУТИНИ МУСТАҲКАМЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада мустақиллик йилларида оилавий муносабатларни такомиллаштириш, хотин-қизлар имкониятлари салоҳиятини тиклаш, бу соҳада ўзини-ўзи бошқариш, маҳалла фуқаролар йиғини фаолиятини жонлантириш соҳасида амалга оширилаётган ижобий ишлар далиллар асосида ёритиб берилган. Калит сўзлар: жамият, оила, хотин-қизлар, қадриятлар.

Мамлакатимиз тараққиётида оила ва жамият ҳаётида хотин-қизлар муҳим ўрин ва мавқега эга. Мамлакатимиз аҳолисининг қарийб 50 фоизини ташкил этадиган аёллар ижтимоий-маънавий-иқтисодий ҳаётнинг барча соҳаларида хусусан, давлат бошқаруви ва вакиллик органларда, ишлаб чиқариш, тадбиркорлик, фермерлик, соғлиқни сақлаш, таълим, маданият, маърифат ва бошқа ижтимоий-сиёсий соҳаларда самарали фаолият кўрсатмоқда. Ҳозирги вақтда мамлакатимиз хотин-қизлари орасида 514 нафар фан доктори, 6 нафар академик, 15 нафар Ўзбекистон Қаҳрамони, 17 нафар сенатор, 15 нафар қонунчилик палатаси депутати борлиги, шунингдек, маҳаллий кенгашлар депутатларининг 23 фоиздан зиёдини ҳамда илм-фан, таълим-тарбия, соғлиқни сақлаш, маданият ва санъат соҳаларида меҳнат қилаётганларнинг 72 фоизини айнан аёллар ташкил этишини алоҳида таъкидлаш лозим.¹

Демак, мамлакатимизда хотин-қизларнинг ҳуқуқ ва манфаатларини таъминлаш, иқтисодий, ижтимоий ва сиёсий фаоллигини ошириш давлат сиёсатининг муҳим йўналиши сифатида белгиланган. Ўтган йиллар мобайнида бу борада муайян ишлар

¹ Мирзиёев Ш. Хотин-қизларни қўллаб-қувватлаш ва оила институтини мустаҳкамлаш соҳасидаги чора-тадбирлари тўғрисидаги фармони. “Халқ сўзи”. 2018 й. 3 феврал.

амалга оширилган. Бироқ, шу пайтгача хотин-қизлар манфаатларини руёбга чиқариш бўйича самарали механизм яратилмаган.

Қайд этиш жоизки, хотин-қизлар қўмитаси, маҳалла ва бошқа жамоат ташкилотлари йиллар мобайнида фақатгина турли тадбир ва йиғилишлар ўтказиш билан чекланиб, ижтимоий вазиятни оғир оилалар, оилавий келишмовчиликлар, вояга етмаган қизларнинг турмуш муаммоларини ҳал қилиш бўйича самарали фаолият олиб бормаган. Бунинг оқибатида жойларда кўплаб масалалар тўпланиб қолган, уларнинг ечими бўйича аниқ тизимли ишлар амалга оширилмаган.

Ўтган йили жамоатчилик назорати гуруҳлари ташкил этилиб, хотин-қизлар ҳаётидаги муаммолар ўрганилди. 2017 йил жами 5 миллиондан ортиқ хонадонларга кириб борилиб, оилалар томонидан кўтарилган масалаларни ҳал этиш чоралари курилди. Жумладан, 22 минг оила ажралиб кетишнинг олди олинди, 14,5 минг юртдошларимизга имтиёзли кредитлар олишда ёрдам берилди.¹ Йиғилишда таъкидланганидек, бу оилалар фаровонлигини таъминлашга қаратилган муҳим ишларнинг бир қисми холос. Ҳали бу борада амалга ошириш зарур бўлган қатор долзарб вазифалар мавжуд.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 2 февралдаги “Хотин-қизларни қўллаб-қувватлаш ва оила институтини мустаҳкамлаш соҳасидаги фаолиятини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони шу мақсадда қабул қилинди.²

Хотин-қизларга эътибор ҳаммавақт барча саъй-ҳаракатларимиз марказида бўлиши, ҳаммамизнинг вазифамизга айланиши керак, деди давлатимиз раҳбари. Оилага эътибор аслида бу ўзлигимизга эътибордир. Йиғилишда хотин-қизлар қўмиталари фаолияти қониқарсиз экани, оғир ижтимоий вазиятга тушиб қолган аёлларга кўмак бериш, эрта никоҳлар, ажралишлар ва аёллар жиноятчилигини олдини олишга етарлича эътибор берилмагани таъкидланди.

Охириги йилларда ажралишлар сони ҳар йили 10-11 фоизга ошиб боргани ташвишланарли эканлиги қайд этилди. 2017 йилда 31 мингдан зиёд ажралиш ҳолатлари қайд этилган. Биргина пойтахтимиз Тошкентда ўрта ҳисобда 1879 минг атрофида никоҳ расмийлаштирилади. Бироқ энг кўп никоҳдан ажралиш ҳолатлари ҳам айнан Тошкент шаҳри ҳисобига тўғри келади. Хусусан, 2016 йилда 18 минг 988 та никоҳ қайд этилган ҳолда, 4378 та ажралишлар юз берган. Тасаввур қилаяпсизми, 23 фоиз оила барбод бўлаяпти. Ачинарлиси, ажралишларнинг 20-25 фоизига тўй ҳашамлардаги ортиқча дабдабозлик, сохта обрў кетидан қувиш кабилар сабаб бўлаётир. Шу билан бирга аёллар ўртасида жиноятга қўл уриш ҳолатлари ҳам учрамоқда. Бундай нохушлик ҳолатлар ўтмиш, авлодлар қадриятларига амал қилмасликнинг оқибати эмасми.³ Бунинг оқибатида, асосан аёллар ўртасида жиноятга қўл уруш ҳолатлари учрамоқда.

Президентимизнинг юқорида қайд этилган Фармонида шу каби муаммоларни ҳал этиш, хотин-қизларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш бўйича қатор чора-тадбирлар белгиланди. Республика, вилоят, шаҳар ва туманлар хотин-қизлар қўмиталари тузилмаси тубдан такомиллаштирилди.

Барча маҳалла фуқаролар йиғинларида хотин-қизлар билан ишлаш ва оилаларда маънавий-ахлоқий қадриятларни мустаҳкамлаш бўйича мутахассис лавозими ташкил этилди.

¹ Хотин-қизларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш доимий эътиборимиз марказида бўлади. “Халқ сўзи”. 2018 йил 2 февраль.

² Мирзиёев Ш. Хотин-қизларни қўллаб-қувватлаш ва оила институтини мустаҳкамлаш соҳасидаги фаолиятни тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисидаги фармони. “Халқ сўзи”. 2018 й. 3 феврал.

³ Алимова Г. Ҳар ишнинг меъёри бор. “Халқ сўзи”. 2018 йил. 11 март.

Вазирлар Маҳкамаси ҳузурида “Оила” илмий-тадқиқот маркази ва унинг ҳудудий бўлинмалари ташкил этилиб, аниқ вазифалари, мақоми белгилаб берилди. Фармон билан 2018 йил 1 апрелдан фуқаролар йиғилишларининг диний маърифат ва маънавий ахлоқий тарбия масалалари бўйича маслаҳатчи лавозими ўрнига ҳар бир фуқаролар йиғинида 1 тадан, оилалар сони 2000 ва ундан ортиқ бўлган фуқаролар йиғинларида эса 2 тадан хотин-қизлар билан ишлаш ва оилаларда маънавий-ахлоқий қадриятларни мустаҳкамлаш бўйича мутахассис лавозими ташкил этилди.

Оилавий қадриятлар ва анъаналар йўналишида фундаментал, амалий ва инновацион тадқиқотларни олиб бориш мақсадида Республика “Оила” илмий-амалий маркази негизида Вазирлар Маҳкамаси ҳузурида алоҳида “Оила” илмий амалий тадқиқот маркази ва унинг ҳуқуқий бўлинмалари ташкил этилди. Оиланинг репродуктив саломатлиги ва демографик ривожланиши, замонавий намунали оиланинг мезонларини белгилаш, оила никоҳ муносабатлари соҳасида амалиётни ўрганиш ва тажриба алмашиш борасида халқаро ва хорижий ташкилотлар илмий-тадқиқот муносабатлари билан ҳамкорлигини амалга ошириш билан бир қаторда “Соғлом оила-соғлом жамият концептуал ғояси ҳамда”, “Оила жамият ва давлат ҳимоясида” конституциявий принципини кенг тарғиб этиш ва жамиятга сингдириш “Оила” марказининг асосий вазифалари қаторидан жой олди.

Шу билан бирга хотин-қизлар қўмитаси ҳамда “Оила” марказининг масъулиятини янада ошириш ваколатлари доирасини аниқ белгилаб олиш мақсадида қўмита ҳамда марказ, уларнинг ҳудудий бўлинмалари раҳбариятининг хотин-қизлар ва оила масалаларини ҳал этишдаги шахсий жавобгарлик чегаралари белгилаб қўйилди.

Фармонга биноан, 2018 йил 1 апрелдан бошлаб ФХДЁ органлари уларнинг никоҳ муносабатларига оид актларни расмийлаштириш, оила институтини мустаҳкамлаш, оилавий ажралишларнинг олдини олиш билан боғлиқ бўлган асосий фаолият йўналиши бўйича туман ҳокимликларига буйсиндирилди. Оила ва хотин-қизлар масаласида тизимли ҳамкорликни таъминлаш мақсадида ФХДЁ органи “Оила” марказининг туман (шаҳар) бўлими ҳамда хотин-қизлар ва оила масалалари бўйича бошқа тузилмалар фаолиятини назорат қилиш ва мувофиқлаштириш туман (шаҳар) ҳокими ўринбосари – хотин-қизлар қўмитаси раиси зиммасига юклатилди.

Ўзбекистон хотин-қизлар қўмитаси Ўзбекистон ёшлар иттифоқи, “Тадбиркор аёл” уюшмасининг оила ва хотин-қизлар масалаларига оид фаолиятини эътироф этган ҳолда, Фармонда хотин-қизларни ва оилани қўллаб-қувватлаш жамоат фондини ташкил этиш тўғрисидаги таклифга розилигини билдирди. Таъкидлаш жоизки, ушбу жамоат фондининг асосий вазифаси оғир ижтимоий аҳволга тушиб қолган хотин-қизлар ва оилаларга, ногиронлиги бўлган аёлларга моддий ёрдам кўрсатиш, хотин-қизларнинг тадбиркорлик ташаббусларига қўмаклашиш ҳисобланади.

Фармонда кузда тутилган яна бир муҳим масалалардан бири, бу – оилавий поликлиникалар ва қишлоқ врачлик пунктлари тузилмаларида “аёллар масалалари”ни ташкил этиш бўлиб, бу маслаҳатхоналар бевосита жойларда ўсмир қизлар ва фертил ёшдаги аёлларга зарур маслаҳатларни беради. Ҳозирги вақтда оилавий муносабатларни такомиллаштириш, оилавий ажримларни камайтириш учун ўтмиш боболар қадриятларни ёшлар онгига етказиш, уларда имон, эътиқод, ватанпарварлик ғояларини шакллантиришда катта аҳамиятга эга. Жумладан, Темир бобомизнинг соғлом авлодни шакллантириш соҳасидаги ғояларидан бутун дунё фойдаланиб келмоқда. Ҳақиқатдан ҳам Амир Темур инсон салоҳияти комил инсон ғоясини ривожлантиришда алоҳида аҳамиятга эга. У ўз Тузукларида қайд этадики, “Тажрибамда кўрилганким, онги қатъий, тадбиркор, хушёр, мард ва шижоатли бир киши мингта тадбирсиз, лоқайд кишидан яхшироқдир” деган сўзлари бугунги кунда мамлакатимизда бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида янги тадбиркорлик ва ишбилармонлик тизимини ривожлантиришда дастури амал бўлиб хизмат қилмоғи лозим.

Қайд этиш жоизки Амир Темур салтанати даврида оила ва никоҳ масалалари давлат сиёсати даражасига кутарилганлиги қайд этилади. Шунинг учун Амир Темур ўз тузукларида шундай кўрсатади. “Ўғилларим, набираларим ва яқин қариндошларимни уйлантирмоқ ташвишида келин изламоққа эътибор бердим ” . Бу ишни давлат юмушлари билан тенг кўрдим. Келин бўлмишнинг насл-насаби, етти пуштини сўриштирдим. Хос одамлар орқали сихат-саломатлиги, жисмоний камолатини аниқладим. Келин бўлмишнинг насл-насаби, одоб-ахлоқи, соғлом ва бақувватлиги билан боғлиқ барча қусурлардан холи бўлсагина, эл-юртга катта туй-томоша бериб келин туширдим.

Оила-никоҳ ҳақидаги бундай улуғ ғояларни халқимиз чуқур ўрганиши, ёшларни уйлантирмоқда, кизларни турмушга беришда икки томон ҳам бир-бирларини чуқур ўрганишини, қалбан бир-бирини англаб етиши катта йўналишга эга. Бундай қадриятларни ўрганиш, ёш авлод қалбига етказиш, мамлакатимизда содир этилаётган ажримларни олдини олишда катта аҳамиятга эга.

Ҳақиқатдан ҳам Амир Темур ўзи бошқарган давлат фуқароларининг сихат-саломатлиги, жисмоний баркамоллиги ҳақида ўша давр салномачилари бир неча бор ўз асарларида кўрсатиб ўтганлигининг гувоҳимиз. Мисол учун, Италиялик Турождор Болтуротис де Менжаниянининг “Темурнинг ҳаёти” номли китобида (у Темурнинг Турк Султони Боязит билан урушда қатнашган, Темур урушларини кузатган шахс) “Амир Темур одамлари жуда ҳам кўркам, бақувват одамлар эди. Улар насл-насабига кўра ҳам улуғвор кўринарди”. Улар оддий хусусиятли, фаросатли, машхур, ёшига қараб мансабдор бўлган. Жанг қилиш тажрибаси юқори бўлган кишилар эди” деб ёзади.

Амир Темур ўзи ташкил этган буюк давлат фуқароларининг соғлиғига эътибор қаратиб, уларнинг баркамол, соғлом, бақувват, ишбилармон, жанг қилишда моҳир бўлишига, авлодлар насл-насабининг бузилишига таъсир этувчи нарсалардан сақланишга алоҳида эътибор қаратган. Демак, Амир Темур бобомиз ҳозирги даврда жаҳон ҳамжамиятини ташвишга солаётган гиёҳвандлик ва ичкиликбозлик каби иллатларнинг келажак авлод учун зарарли оқибатларини ўз вақтида тушунган ва бундай зарарли иллатларга ўз вақтида курашган. Амир Темур ўз тузукларида “Ўғилларим, набираларим ва яқин қариндошларимни бир томчи шароб ичиб хотинларига яқинлашишни ман этдим. Зеро, шаробнинг таъсирида бунёдга келган фарзанд насл-насабининг бузилишига таъсир этган” деб покиза йўлни танладим, деб қайд этди. Қайд этиш жоизки, ҳозирги вақтда Россияда 4,5 миллион, Америкада 4 миллион, Англияда 3,5 миллион наркотик ва алкаголлар мавжуд. Биргина Россия бир йилда 72 тонна наркотик модда истеъмол қилади. Амир Темур бобомизнинг бу уғитларидан мустақил мамлакатимизда баркамол инсонни, соғлом авлодни шакллантиришда ибрат олиш катта аҳамиятга эга.

Ҳақиқатдан ҳам Амир Темур ўз халқининг маънавиятли, эътиқодли имонли, бақувват бўлиши бу давлатнинг, халқнинг қудратли кучга эгалигини, имонсиз, эътиқодсиз халқ ҳеч қачон бахт-саодатга, маърифатга эришмаслигини қайд этиб ўз тузукларида “Дилда эътиқод бутун бўлса, асло наслимиз йўқолмагай, тилимиз унитилмагай, эътиқод сусайса тил эмас имон ҳам унитилгай” деб ёзади. Амир Темурнинг бу ибратли ғоялари инсонларнинг онги шурига мустақилликка, оилага эътиқод туйғусини шакллантиришда катта аҳамиятга эгадир.

Оила билан боғлиқ Конституциявий қоидаларни ҳаётга татбиқ этиш мақсадида 50 дан ошиқроқ қонун, Президентимизнинг 20 га яқин фармони ва қарорлари ва Ўзбекистон Республикаси оила кодекси қабул қилинди. Шундай экан оила – жамиятнинг таянч негизи.

Ўзбекистон Республикасининг биринчи Президенти И.А.Каримов оиланинг аҳамияти ҳақида қуйидагиларни таъкидлаган: “Онгли яшайдиган ҳар бир одам яхши онг майдони, бу ёруғ оламда ҳаёт бор экан, оила бор. Оила бор экан, ҳаёт абадийлиги,

бебаҳо неъмат бўлмиш фарзанд бор. Фарзанд бор экан, одамзот ҳамиша келажакни уйлаб эзгу орзу интилишлар билан яшайди”¹.

Ушбу боболар қадриятларини ёшлар онгига сингдириш, улар қалбида оилага, турмуш ўртоғига ва хотинига бўлган имон-этиқод туйғуларини шакллантириш бугунги куннинг асосий долзарб масалаларидан биридир.

Хулоса қилиб айтганда, оилани янада мустаҳкамлаш, оилада ажримларнинг олдини олиш ва оилада бошқа нохушлик ҳолатларини олдини олиш учун қуйидагиларга эътиборни қаратиш мақсадга мувофиқдир.

1. Ёшларимизнинг мустаҳкам оила қуришлари учун ўтмиш боболар қадриятларининг моҳияти, аҳамияти ва оиланинг муқаддаслиги А.Навоий ва Амир Темур каби ўтмиш боболарнинг оилавий масалаларда ибратли уғитларни ёшлар қалбига киритиб бориш ҳозирги куннинг энг асосий масаласидир.

2. Ёш йигит қизларнинг мустаҳкам оила қуришлари учун йигит-қизларимизнинг бир-бирларини чуқур ўрганиши мақсадга мувофиқдир.

3. Ҳозирги глобаллашув шароитида ёш йигит қизларнинг ёт ғояларга ишонмаслиги, ҳар бир ёшнинг онги шўрига миллий ғоянинг муқаддаслигини, ёт ғояларга қарши курашиши учун ёшлар онгида ватанпарварлик ғояларини шакллантириш асосий кун тартибидаги масалалардан биридир.

4. Бола тарбиясида соғлом муҳитни шакллантириш учун оила, маҳалла ва мактаб ҳамкорлигини такомиллаштириш маҳалла ва мактабларда ота-оналар университетларини ташкил қилиб, ҳар бир оила ва бола тарбиясига оид истиқ-болли дастурлар ишлаб чиқиб ҳар бир оила аъзолари, болалар психологиясини ўрганиб, ушбу соҳада истиқболли ишларни амалга ошириш талаб этилади.

5. Оилалар ва ёшлар тарбияси билан ишлашда маҳалла фуқаролар йиғини кенгаши ва комиссиялар ишини чуқур ўрганиб, уларнинг оила ва ёшлар билан ишлашдаги камчиликлари илмий асосда ўрганилиб, тарбия соҳасида истиқболли тизимни шакллантириш бугунги куннинг асосий вазифасидир.

6. Мамлакат ёшларини иш билан таъминлашнинг 30-40 йилга мўлжалланган истиқболли режасини ишлаб чиқишга эътиборни қаратиш керак.

С.Суюнов, К.Суюнова Укрепление семейного права в нашей стране как основа устойчивости общества Аннотация: в данной статье говорится об улучшении семейных отношений в годы независимости в контексте возможностей женщин. В этой области были отмечены положительные аспекты саморегуляции и оптимизации сообщества трудящихся. Ключевые слова: общество, семья, девушки, ценности.	S.Suyunov, K.Suyunova Strengthening the family law in our country as the basis of society sustainability Abstract: this article talks about improving family relations in the years of independence in the context of women's opportunities. In this area, the positive aspects of self-regulation and optimization of the workers' community were noted. Keywords: society, family, girls, values.
---	---

¹ Каримов И.А. “Бизнинг йўлимиз демократик ислохотларни чуқурлаштириш ва модернизация жараёнларини изчил давом эттириш йўлидир”. Конституциянинг 19 йиллиги муносабати билан тантанали йиғилишда сўзлаган нутқи. Халқ сўзи газетаси. 2011 йил 8 декабр.

О.М.Пардаева – СамҚХИ ўқитувчиси, мустақил изланувчи

ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ АЙРИМ КАМЧИЛИКЛАР ВА УЛАРНИ БАРТАРАФ ҚИЛИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: мақолада оилавий тадбиркорликни ривожлантиришдаги айрим камчиликлар ва уларни бартараф қилишнинг асосий йўналишлари қараб чиқилган. Бунда бугунги кундаги асосий камчиликлар атрофлича таҳлил қилинган ва уларни бартараф қилиш йўллари ҳам кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: тадбиркорлик, оилавий тадбиркорлик, ўзини-ўзи иш билан банд қилиш, ҳудуд, бандлик, янги иш ўринлари, фаровонлик.

Ҳозирги пайтда мамлакатимизнинг ҳар бир ҳудудида янги иш ўринлари яратиладиган бўлиб, иқтисодиёт ривожланишининг мутаносиблиги таъминланган бўлишлигини, аҳолининг яшаш даражаси ва сифатининг оширилишига эришишни тақозо қилмоқда. Бунинг асосий йўналишларидан бири ҳудудларда тадбиркорликни, унинг йўналишларидан бири бўлган оилавий тадбиркорликни ривожлантириш ва аҳолининг ўзини-ўзи иш билан таъминлаш тамойилларининг жорий қилинишига боғлиқдир. Чунки, мазкур тадбиркорлик орқали унчалик катта инвестиция сарф қилмасдан янги иш ўринларини яратиш, шу орқали ҳар бир оила ўз эҳтиёжини қондириш имконияти туғилади. Шунингдек, ҳозирги пайтда аҳолининг ўзини-ўзи иш билан таъминлаш масаласи ҳам ушбу тадбиркорлик орқали амалга оширилмоқда.

Ушбу ҳолатларни инобатга олиб, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 7 июнда имзоланган “Ҳар бир оила – тадбиркор” дастурини амалга ошириш тўғрисида” қарори, 2018 йил 11 сентябрдаги “Ҳудудларда тадбиркорлик ташаббуслари ва лойиҳаларини жадал амалга оширишни ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорлари¹ қабул қилинди. Мазкур қарорларни амалга оширишнинг бир йўналиши, ҳудудларда тадбиркорлик билан бирга, бевосита оилавий тадбиркорликни ривожлантиришни ҳам тақозо қилади.

Президентимизнинг юқоридаги қарорларида таъкидланганидек, ҳудудларни жадал ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни таъминлаш, тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш ва инвестициялар, шу жумладан, тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни жалб этиш учун максимал даражада қулай шарт-шароитлар яратиш борасида кўрилаётган чора-тадбирлар қатор тизимли муаммо ва камчиликларга дуч келмоқда².

Мазкур муаммоларнинг келиб чиқиши ҳам бевосита кадрларнинг малакаси ва тажрибасига бориб тақалмоқда. Чунки, кўпчилик янгидан ташкил этилган давлат органлари ва ташкилотлари раҳбарлари, мутахассислар, инвестицияларни жалб этиш, иқтисодиёт ва тадбиркорликни, эркин иқтисодий ва кичик саноат зоналарини ҳамда туризмни ривожлантириш учун масъул бўлган ҳоким ўринбосарлари томонидан тадбиркорларнинг долзарб муаммоларини ҳал этишга, ҳудудларда ишбилармонлик муҳитини яхшилаш бўйича таклифлар ва тавсиялар ишлаб чиқишда анча сусткашликларга йўл қўйилмоқда. Ушбу ходимлар мавжуд салоҳиятдан максимал даражада фойдаланишга кўп ҳолларда малака ва тажрибаси камлиги билан бирга, бепарво муносабатда бўлаётганлиги ҳам муаммонинг ўнгланишини секинлаштирмоқда.

¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ҳудудларда тадбиркорлик ташаббуслари ва лойиҳаларини жадал амалга оширишни ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2018 йил 11 сентябрдаги қарори. “Халқ сўзи” газетаси. 188-сон. 2018 йил 12 сентябрь – 1-2 бетлар.

² Ўша жойда.

Мамлакат тараққиётининг охирги янгиланиш даврида жуда кўплаб талаблар ўзгарди, барча соҳаларда адолат ўрнатилмоқда. Аммо тадбиркорликнинг ривожланиш масалаларини ҳал этишдаги сансалорлик, бюрократизм ва турли тўсиқлар ҳамон сақланиб қолмоқда. Ушбу иллат, айниқса, ҳудудлардаги давлат бошқаруви органларида кенг тарқалган ва ҳамон уларни бартараф этиш қийин кечмоқда. Мутасадди ташкилотлар ходимлари тадбиркорлик ташаббуслари ва лойиҳаларини кўриб чиқиш ва амалга ошириш, зарур ишлаб чиқариш объектлари, ер участкалари ва кредит маблағларини ажратиш, муҳандислик-коммуникация ва бошқа инфратузилма объектларини яратиш масалаларини ҳал этишда ҳамон бюрократик тўсиқларни бутунлай бартараф қилган эмас. Ушбу жараёнлардаги сансалорлик ва турли тўсиқлартадбиркорлик субъектларининг ҳудудларда тез ривожланишига тўсиқ бўлиш билан бирга, ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришга ҳам салбий таъсир қилмоқда. Натижада ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажмини ошириш, саноат ишлаб чиқаришини кенгайтириш, аграр соҳани замон талабига мос ҳолда ривожлантириш ва хизматлар соҳасини юксалтиришни таъминлашда ҳам қутилган натижага эришилмаяпти.

Маълумки, бугунги кунда мамлакатимизни ривожлантириш бўйича 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида кўзда тутилган устувор вазифаларни жойларда самарали ижро этилиши таъминлаш ва ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни амалга ошириш бўйича кўплаб қарорлар қабул қилинмоқда ва чора-тадбирлар дастурлари ишлаб чиқилмоқда. Аммо жойлардаги ваколатли давлат органлари ва ташкилотлари мансабдор шахсларининг малакаси ва амалий тажрибаси етарли даражада эмаслиги туфайли кўзда тутилган кўрсаткичларнинг бажарилиши ҳам тўлиқ таъминланмаяпти. Айниқса режалаштирилган хорижий инвестицияларни жалб қилиш, маҳсулотлар ва хизматлар экспортини ривожлантириш масаласида айрим ҳудудларда ушбу ҳолатлар сезиларли даражада орқада қолмоқда. Шунингдек, республика давлат бошқаруви органлари томонидан улар фаолиятини ташкил этиш ва мувофиқлаштириш ишларининг суғлиги ҳам қабул қилинаётган қарорларнинг самарали ижро этилишига ва ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг мақсадли кўрсаткичларини ўз вақтида бажаришга ҳам маълум даражада салбий таъсирини кўрсатмоқда.

Ҳозирги пайтда ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш учун жуда кўплаб омиллар мавжуд. Ушбу омилларни тўлиқ ўрганиш учун ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ҳолатини, шу жумладан, муҳандислик-коммуникация, ишлаб чиқариш ва бошқа инфратузилмани, халқаро молия институтлари ва хорижий тижорат банклари маблағларини жалб этиш масалаларини қараб чиқиб, тегишли чора-тадбирлар дастурини ишлаб чиқишни тақозо қилади. Буларни бажариш учун:

-тадбиркорлик субъектларини ҳудуд иқтисодиётини ривожлантиришга кенг жалб этишни;

- оилавий тадбиркорликни ривожлантиришни;

- жойларда тадбиркорлик ташаббуслари ва лойиҳаларининг ўз вақтида амалга оширилишини таъминлаш чораларини кўришни;

- аҳолининг ўзини-ўзи банд қилиш концепциясини амалга оширишда кўмаклашишни;

- бўш турган давлат мулки объектлари, ер участкалари ва бошқа инфратузилмалардан самарали ва оқилона фойдаланишни;

- ҳудудларда тадбиркорликни ривожлантиришга, тадбиркорлик ташаббуслари ва лойиҳаларини амалга оширишга тўсқинлик қилаётган мавжуд бюрократик тўсиқ ва ғовларни бутунлай бартараф этишни;

- ҳудудларда тадбиркорликни ривожлантириш, уларнинг ташаббуслари ва лойиҳаларини амалга оширишдаги бюрократик тўсиқ ва ғовларни бартараф этиш мақсадида қонунчиликни янада такомиллаштиришни;

- ҳудудларнинг эҳтиёжи ва салоҳиятидан (ресурс, табиий-иқлим, меҳнат ва бошқалар) келиб чиқиб, инвестиция киритишни талаб этадиган истиқболли лойиҳаларнинг бажарилишини таъминлашни;

- ҳудуд иқтисодиётини юксалтиришга ҳисса қўшиши мумкин бўлган салоҳиятли инвесторлар билан музокаралар ва учрашувлар ўтказиш, уларни жалб қилишни таъминлашни;

- ҳудуд иқтисодиётини юксалтириш учун халқаро молия институтлари ва хорижий тижорат банкларининг кредит линиялари ҳисобидан амалга ошириш мақсадида тижорат банкларининг иштирокини таъминлашни;

- бўш турган давлат мулки объектлари ва ер участкаларини аукцион савдоларига қўйиш билан боғлиқ масалаларнинг тезкорлик билан ҳал этилишини таъминлашни;

- жойларда эркин иқтисодий ва кичик саноат зоналарига жалб қилинган тадбиркорлик субъектлари ташаббуслари ва лойиҳаларини жадал амалга ошириш имкониятларидан фойдаланишни;

- ҳудуднинг инвестицион жозибадорлиги ошириш, инновацияни жорий қилиш, хусусийлаштирилган корхоналарга кўмаклашишни йўлга қўйишни;

- ҳудуд иқтисодиётини ривожлантиришга қаратилган лойиҳаларни бажаришга маҳаллий бюджет, вазирликлар, идоралар ва бошқа ташкилотларнинг тегишли фаолият соҳалари бўйича бюджетдан ташқари жамғармаларини жалб қилиш бўйича аниқ чораларни кўришни;

- тегишли ҳудудда амалга ошириш учун тавсия этилаётган салоҳиятли лойиҳалар бўйича лойиҳа ҳужжатларини ишлаб чиқиш учун шартнома асосида лойиҳа ташкилотларини жалб этиш мажбуриятларини кучайтиришни;

- ҳудудда бўш турган давлат мулки объектлари ва ер участкаларидан фойдаланиш учун тавсия этилаётган салоҳиятли лойиҳаларнинг шаффофлигини таъминлаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Ягона интерактив давлат хизматлари порталида, маҳаллий ижро этувчи ҳокимият органларининг веб-сайтларида, телевидение ва интернетдаги ижтимоий тармоқларда жойлаштирилишини;

- бўш турган давлат мулки объектлари ва ер участкаларида истиқболли лойиҳаларни амалга ошириш бўйича инвестиция ва ижтимоий мажбуриятларни кўрсатган ҳолда электрон аукцион савдоларига қўйилишини таъминлашни;

- тадбиркорлар лойиҳаларини амалга ошириш учун салоҳиятли хорижий инвесторларни, шу жумладан, Ўзбекистон Республикасининг хорижий давлатлардаги дипломатик ваколатхоналари вакиллари жалб этган ҳолда хорижга чиқиш ҳамда халқаро инвестиция форумлари ва конференцияларда иштирок этиб, тегишли шартномаларни тузишга эришишни;

- бўш турган давлат мулки объектлари ёки ер участкалари аукцион ғолибига бир йилгача муддатда олдиндан захирага олиш шартларида (лойиҳанинг мураккаблигидан келиб чиқиб, муддатини узайтириш имконияти билан) кейинчалик инвестиция шартномасида кўрсатилган шартлар бажарилганидан сўнг эгалик ва фойдаланиш ҳуқуқини расмийлаштирган ҳолда берилишини;

- инвестор томонидан инвестиция шартномасида кўрсатилган мажбуриятлар бажарилмаган тақдирда, захирага олиш инвесторнинг харажатлари қопланмаган ҳолда бекор қилиниши каби тадбирларни амалга оширишни тақозо қилмоқда.

Юқорида келтирилган вазифаларни бажариш мақсадида мамлакатимизнинг ҳар бир ҳудудида ҳудудий гуруҳлар ташкил қилинди ва уларнинг таркибига кирган давлат органлари ва ташкилотлари раҳбарлари ва ходимлари асосий иш жойи бўйича мажбуриятларини бажаришдан озод қилинади ҳамда доимий равишда ўзларига

бириктирилган ҳудудда бўлиш лозимлиги қатъий белгилаб қўйилди. Лозим бўлган ҳолларда ушбу ҳудудий гуруҳлар раҳбарларининг қарори билан давлат органлари ва ташкилотларининг бошқа вакиллари ҳам айнан ушбу ишга қўшимча равишда жалб қилиниши мумкин.

Мамлакатимиз Президентининг қарори билан ушбу “ҳудудий гуруҳларнинг сўровлари, кўрсатмалари барча давлат органлари ва ташкилотлари раҳбарлари ва мансабдор шахслари томонидан сўзсиз ижро этилиши мажбурийлиги”¹ белгилаб қўйилган.

Маълумки, бугунги кунда ҳар бир ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишини таъминлаш мақсадида уларда тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш комиссияси ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш бўйича ҳудудий гуруҳлар ташкил қилинган. Мазкур гуруҳлар фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг асосий мезонлари ҳам белгиланган. Булар қуйидагилардан иборат:

“тегишли ҳудудда ҳар минг кишига ишлаб чиқарилган саноат маҳсулотлари ва кўрсатилган хизматлар;

тегишли ҳудудда, айниқса, ёшлар ва аҳолининг ижтимоий ҳимояга муҳтож қатламлари учун яратилган доимий иш ўринлари;

амалга оширилган тадбиркорлик ташаббуслари ва лойиҳалари, шунингдек, ўзлаштирилган инвестициялар, шу жумладан, тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар;

ишлаб чиқариш фаолиятига жалб этилган бўш турган объектлар ва ер участкалари;

эркин иқтисодий ва кичик саноат зоналари ҳудудларида амалга оширилган лойиҳалар”².

Ушбу кўрсаткичларнинг бажарилишига қараб тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш комиссияси ва ҳудудий гуруҳлар ходимлари моддий ва маънавий рағбатлантирилади.

Кўриниб турибдики, тадбиркорликни, унинг асосий йўналишларидан бири бўлган оилавий тадбиркорликни ривожлантириш учун жуда кўп чора-тадбирлар ишлаб чиқилиб, дастурлар қабул қилинмоқда. Булардан мақсадоилавий тадбиркорликни ривожлантиришдаги айрим камчиликларни бартараф этиб, уларни ривожлантириш орқали аҳолининг яшаш даражаси ва фаровонлигини оширишга қаратилгандир.

О.Пардаева	O.Pardaeva
Некоторые проблемы в развитии семейного предпринимательства и пути их разрешения	Some problems in the development of family entrepreneurship and ways to resolve them
Аннотация: в статье рассмотрены некоторые проблемы в развитии семейного предпринимательства и пути их разрешения. При этом проанализированы основные насущные проблемы и приведены пути их разрешения.	Abstract: the article discusses some problems in the development of family entrepreneurship and ways to resolve them. At the same time, the main urgent problems were analyzed and the ways to solve them were given.
Ключевые слова: предпринимательство, семейное предпринимательство, самозанятость, регион, занятость, новые рабочие места, благосостояние.	Keywords: entrepreneurship, family entrepreneurship, self-employment, region, employment, new jobs, well-being.

¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ҳудудларда тадбиркорлик ташаббуслари ва лойиҳаларини жадал амалга оширишни ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2018 йил 11 сентябрдаги қарори. “Халқ сўзи” газетаси. 188-сон. 2018 йил 12 сентябрь – 1-2 бетлар.

²Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ҳудудларда тадбиркорлик ташаббуслари ва лойиҳаларини жадал амалга оширишни ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2018 йил 11 сентябрдаги қарори. “Халқ сўзи” газетаси. 188-сон. 2018 йил 12 сентябрь – 1-2 бетлар.

МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

Н.Ў.Муродова – ҚарМII катта ўқитувчиси,

Ф.С.Темирова – ҚарМII катта ўқитувчиси

БРЕНДИНГ – МАРКЕТИНГНИНГ ЗАМОНАВИЙ ТЕХНОЛОГИЯСИ

Аннотация: мақолада брендинг ҳозирги даврдаги аҳамияти, муваффақиятли брендни шакллантиришнинг ўзига хос хусусиятлари кўриб чиқилган. Шунингдек, муваффақиятли бренд корхонанинг бозордаги мавқеини оширишга хизмат қилиши илмий жиҳатдан асослаб берилган.

Калит сўзлар: бренд, брендинг, товар белгиси, марка, товар қиймати, бренд-менежмент.

Мамлакатимиздаги ижобий ўзгаришлар дунё ҳамжамиятида Ўзбекистонга бўлган қизиқишни ошириб, унинг халқаро майдондаги нуфузини янада мустаҳкамлашга хизмат қилмоқда. 2018 йилни юртимизда “Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш” йили, деб ном берилганлиги бу мамлакатимизда олиб борилаётган ижтимоий-иқтисодий ислохотларни мустаҳкамлаш учун замин яратди десак муболаға бўлмайди. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёев таъкидлаб ўтганидек: “Фаол тадбиркорлик, бизнес фаолиятини инновацион, яъни замонавий ёндашувлар, илғор технология ва бошқарув усуллари асосида ташкил этадиган иқтисодий йўналишдир” [1].

Айнан шу сабабли тадбиркорлик фаолиятини амалга ошираётган ҳар бир корхона ўз фаолиятида муваффақиятга эришиш мақсадида янги фикр, янги ғоя, инновацияга таяниши, фақатгина бугунги кун даромади билан эмас келажак фаолият самарадорлигини оширишга қаратилган ҳатти-ҳаракатларни амалга ошириши мақсадга мувофиқдир. “Кундалик ҳаётимизда – кўчада, супермаркетда, ОАВ ва шу кабиларда – биз кўпгина товар белгилари билан тўқнаш келамиз. Ишлаб чиқарувчилар товар белгиси оддий истеъмолчилар хабардор бўлиши ва айнан шу ишлаб чиқарувчи билан боғлаши учун кўп ҳаракатларни амалга оширишади. Бироқ маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ёки компанияларнинг ҳаммаси ҳам товар белгисининг қанчалик аҳамиятли эканлигини ўйлаб кўришмайди ва ўз товар белгиларига нисбатан умуман лоқайдлар. Афсуски бундай ёндашув билан истиқболда муваффақиятга эришиш мумкин эмас” [5].

Шиддат билан ривожланаётган даврда корхоналар ўз маҳсулотларини реклама қилиш орқали бугунги кун фаолияти самарасини таъминлаб бериши мумкин, аммо истиқболда яна ривожлантириш учун эса бу камлик қилади. Бунинг учун корхона ўз товар маркасини ишлаб чиқиши, унинг номини шакллантириши лозим. Корхона томонидан тўғри шакллантирилган товар маркаси ушбу марка остида ишлаб чиқилган ҳар қандай маҳсулотга унинг нуфузи ва истеъмолчиларга таъсир доирасининг кенгайишини таъминлаб беради. Бу эса ўз навбатида, фаол тадбиркорлик билан шуғулланувчи корхоналарга ўз мавқеини ошириш, шу билан бирга ўз фаолиятида инновация ва янги ғояларни киритган ҳолда самарали фаолият яратиш учун шарт-шароитларни таъминлаб беради.

Товарнинг қиймати уни ишлаб чиқариш, тарқатиш ва маркетинг вақтида сарфланган харажатларнинг оддийгина йиғиндиси эмас. Муҳим роль товарни умумий идрок қилиш, унга ишониш, ишлаб чиқарувчиларнинг истеъмолчилар олдидаги мажбуриятларини тушуниши ва амалга оширишига тегишлидир. Товар ва хизматдан фойдаланувчилар харид қилган маҳсулотлари – энг яхши, сифатли ва хавфсизлигига ишонишлари лозим.

Ўхшаш товар категориясида товарлар сонининг ўсиши билан бир-биридан сезиларли фарқларга эга бўлмаган товарлар кўпайиб кетади. Товар қанчалик кўп бўлса, танлов шунчалик қийин кечади. Танловни осонлаштириш учун харидор қизиқарли бўлмаган таклифларни эътиборга олмайди. Бироқ унга аниқ ахборот зарур бўлади ва уни олдинги хариди тажрибасидан, фойдаланганда қолган таассуротлардан, нарх доирасидан, ахборот таъминотидан олиш мумкин.

Тадбиркорлар маҳсулотни ишлаб чиқариш манбасидаги фарқни кўрсатиш учун фирма белгиси, графикали тасвир ёки рамздан фойдалана бошлашган. Бу харидорларга кўп сонли маҳсулотлар ичида тўғри танловни амалга ошириш имконини яратди. Таниқли маркани танлаш асосида харидор замонавий маркетинг қонунини тасдиқлайди: инсонларнинг вақти қанчалик кам бўлса товар маркасининг аҳамияти ошади ва улар шунчалик ишонувчан бўлишади.

“Товар белгиси (марка) – бир ишлаб чиқарувчининг маҳсулотини бошқа ўхшаш ишлаб чиқарувчилар маҳсулотидан, виждонсиз ишлаб чиқарувчиларнинг қалбаки маҳсулотидан фарқлаш имконини берувчи ном, атама ва шу кабилардир. Товар маркаси билан боғлиқ барча ҳуқуқий саволлар қонунда белгиланади. Товар белгисидан фойдаланишнинг мазмуни чекланмаган ҳолда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни белгилаш учун фойдаланиш имконини беради”[4]. Ушбу тамойил товар маркасини ҳақиқатда ҳуқуқий эгаси мавжудлигининг элементи бўлибгина қолмай, товар маркаси эгасининг ҳуқуқини сақлаш ва ҳимоялаш шартларини ҳам бажаради.

Муваффақиятли товар маркасидан фойдаланиш сотув ҳажмини ошишини таъминлаб беради, шу сабабли муаллифлик ҳуқуқини бузишнинг бир нечта кўринишлари мавжуд: муваффақиятлироқ маҳсулотлар билан ассоциацияни яратиш - аломатларни ўхшатиш (“Merinda”, “Miranda”, “Blend-a-Med” — “Be lamed”) ва бегона товар белгиси остида савдо қилиш, яъни тўғридан-тўғри сохталаштириш. Қонунчиликка асосан бегона товар белгисидан фойдаланиш маъмурий жазога тортилиши белгилаб қўйилган.

Мамлакатимизда товар маркасини рўйхатдан ўтказиш Ўзбекистон Республикаси интеллектуал мулк агентлиги томонидан амалга оширилади. Бунинг учун топширувчи ҳақида маълумотлар келтирилган ариза, товар белгисининг тасвири ва бу белгига тааллуқли бўлган товар ва (ёки) хизматлар рўйхати тақдим этилади. Бундан ташқари аризага давлат божи тўланганлиги ҳақидаги ҳужжат илова этилиши лозим. Товар белгиси 10 йил давомида қўриқланади. Товар белгисининг ҳуқуқий эгаси томонидан ушбу муддат чегараланмаган марта узайтирилиши мумкин.

Товар маркаси компания-ишлаб чиқарувчини фаолиятига қизиқиш уйғотиб товарнинг харидини рағбатлантиради. Товар маркаларининг турли-туманлиги – бу эркин инсон ҳаракатланиши дахлсиз ҳуқуқининг бир қисми сифатида танловнинг максимал эркинлиги ҳисобланади.

Истеъмолчилар муваффақиятли, кучли маркаларни қўллаб-қувватлайдилар, кучсизларини рад этишади. Машҳур маркалар харидорларни жалб қилади, кучсизлари чўчитади.

Товар маркалари – тадбиркорнинг энг қимматли активларидан бири ҳисобланади. Бу эса оддийгина товар ёки хизматдан кўпроқ аҳамиятга эга. У корхона амалга ошираётган ишларнинг барчасини ифодалайди. Марка товар билан бир бўлиб кетиши мумкин, бунда товар категориясини келтириш ортиқча бўлиб қолади. “Ariel” сўзига “кир ювиш кукуни” иборасини, “Cocotella” сўзига эса “шоколад пастаси” иборасини қўшиш шарт эмас. Ўнлаб йиллар давомида товар ёки компанияга йўлдош сифатида товар маркаси реал шахсий номга айланади, чунки битта товар, битта фирма номини айтган ҳолда бир хил ассоциацияларни чақириш мумкин.

Ривожланган бозорда товарлар эмас брендлар рақобатлашади. Рақобат оммавий онгда товар образи параметрларида (brand image), унинг кучи (brand power),

силжитилганлик даражаси (brand development index), ноёблиги (brand identity), маъноси (brand essence), позицияланиши (brand positioning), кенглиги (brand leverage), ёдда қолувчанлиги (brand awareness), мослиги (brand relevance) ва бошқа образга жавоб берадиган тасаввурларда юз беради.

Ҳозирда товар маркасини махсус ифодаси – **бренд** кенг тарқалган. Фойдаланувчилар онгида товарга нисбатан бўлган муносабатлар йиғиндиси **бренд** бўлиши мумкин, яъни шахсий тажриба, атрофдагилар маслаҳати, реклама, харид жойи, сақланиши, юкланиши, ташилиши, фойдаланиши, хизмат кўрсатилиши ва бошқалар.

Товар маркаси олдида брендинг устунлиги 2 жиҳатга боғлиқ: психологик ва қиймат. Биринчи ҳолатда бренд – харид этаётган товарнинг тасаввурини мустаҳкамлаш учун харидор онг остида излаётган белги вазифасини бажаради. Иккинчидан эса брендинг номи бугунги кунда тадбиркорда мавжуд ускуна ёки бошқа моддий қадриятлардан қимматроқ. “Корхона интеллектуал капиталини баҳолашнинг жаҳон амалиёти кўрсатишича брендинг қиймати ташкилот номоддий активи ва умумий ҳолда корхона бозор қийматининг асосий улушини ташкил этади”[6].

“Бренд” атамасининг ишлатилиши истеъмолчи маркани қабул қилиши ва бошқаларга нисбатан қанчалик юқори қўйиши билан, нима деб ўйлаши ва ҳис этиши билангина чекланади. Бренд товарни билдиради ва шу билан бирга ўзи ҳам товар ҳисобланади. Агар инсон истеъмол қилинадиган реал ёки ҳаёлдаги предметни тасаввур этса шу вақтда унинг учун бренд ва товар тушунчаси бирлашади. Бренд инсонни эҳтиёжини қондириши мумкин бўлган ёки истагини бажара оладиган аниқ товарнинг образига айланади.

Шу билан бирга эҳтиёжини қондириши мумкин бўлган ёки истакни бажара оладиган аниқ товарнинг образи брендга тенглашади. Лекин бренд тушунчаси товар ва уни истеъмол қилиш билан чекланмайди. Бренд тушунчаси асосан истеъмол қилиш ва намоёиш этиш шакллари билан чекланадиган марка ва товар тушунчаларидан кенгроқ. Бу истеъмолчи томонидан тижорат таклифи сифатида ҳис этиладиган оммавий онг феномени.

Бренд тез ва аниқ танилиши учун ўхшаш рақобат хабарларидан максимал даражада фарқни таъминлаган ҳолда, товар ва унга тегишли хабар атрибутлари орқали ифодаланиши лозим. Бу объектга муносабатни самарали узатиш қобилиятини акс эттиради.

Америка маркетинг ассоциациясининг классик таърифига асосан “**бренд** – битта ёки бир гуруҳ сотувчиларнинг товар ва хизматларини рақобатчилар товар ёки хизматларидан фарқлаш учун идентификация қилишга мўлжалланган ном, атама, белги, тамға ёки дизайн, ҳамда уларнинг комбинацияси”[3].

Брендинг моддийлашуви истеъмолчида эҳтиёж билан ассоциацияни пайдо бўлишида ва рақобатчилар учун ўтказмайдиган тўсиқ яратишда намоён бўлади. Бренд бир хилдаги телевизор борлар, бир хил соат ёки галстук тоқадиганлар, ручкадан фойдаланадиганларга умумийлик туйғусини беради. Б. Шмитт таъкидлашича брендда ўтмишнинг руҳияти сақланиши мумкин. Қачондир она фойдаланган духи маркаси у билан шунчалик ассоциацияланиши мумкинки, ҳар сафар онани ёд олганимизда уни ифдорини ҳис этишимиз мумкин. Брендлар ўзаро муносабатда яқинликга айланиши ва товар маркаси савдосини тўхталиши қайтариб бўлмас юқотишга айланиши мумкин.

Психологларни баҳолашича одамлар 24 соат ичида уларга кун бўйи учраган ахборотларни 80%ни ёддан чиқаришади. Ахборотлар кўпайиб кетгач миёда ахборотлар чалкашлиги юзага келади, кераксиз сўз, жумла, кераксиз статистика маълумотларидан иборат чалкашликлар ҳосил бўлади. Чалкашликни бартараф этиш мақсадида инсон муаммони моҳиятини тушунишга ҳалақит бераётган бегона ахборотларни эътиборсиз қолдиради.

корхонадаги барча ходимларнинг матонатли меҳнати орқали шакллантирилади ва уни биргина кўзга ташланиб турган логотип, муваффақиятли ном ва ёдда қолувчи шиор орқали таъминлаш мумкин эмас”[7]. Агар истеъмолчиларнинг умиди корхона фаолияти, “алоқадаги” ходимларнинг тегишли меҳнати билан тасдиқланмаса, маҳсулотлар ёки хизмат сифати хабар қилинганига мос келмаса корхона истеъмолчиларнинг мойиллигига стратегик актив сифатида таяна олмайди. Шу билан бирга бизнесни амалиётда ташкил этиш вақти қўшилган қийматни шакллантириш занжири бўйлаб инновацияга йўналтирилган фаолиятни амалга оширмасдан туриб рақобатбардошлик ва даромадлиқни сақлаб қолган ҳолда бренд ваъдасини бажаришнинг имкони йўқ.

“Тадбиркорлик фаолияти субъекти бренд-менежмент технологиялари асосида янги воқелиқни яратади, бу эса ўз навбатида тайёр бренднинг бозорга чиқиши билан боғлиқ муаммоларни бартараф этишга кўмаклашади”[2]. Кўпгина тадқиқотчилар томонидан корхона рақобатбардошлигини оширишнинг йўллари ажратиб кўрсатилган, хусусан, маҳсулот сотишни ҳажмини ошириш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифатини кўтариш, маркетинг технологияларини оптималлаштириш.

Умуман олганда, ҳар қандай тадбиркор бозорда узоқ ва самарали меҳнат қилишни истар экан, ўз товар маркасини ишлаб чиқиши, уни ўз вақтида рўйхатдан ўтказиши ва унинг ёрдамида ўз фаолияти самарадорлигини ошириши лозим. Ҳозирги кунда бренд истеъмолчига йўналтирилган ва рақобат устунлигини таъминлайдиган бизнесни дифференциаллашнинг самарали технологиясига айланган. Бренднинг максимал нафи истеъмолчиларга маҳсулотни танлашда ахборотни тақдим этиши ва корхоналар ишлаб чиқараётган маҳсулотини сифатини ошириш ҳақидаги қарорни қабул қилишида мўжассамлашган. Янги инновацион маҳсулотларни яратиш жараёнида брендингда янги ёндашувларни ишлаб чиқиш мақсадида ишлаб чиқарувчи ва бренд-менежерлар ўртасида таҳлил ва ўзаро мувофиқликни доимий мониторинг олиб бориш лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.Т.// Халқ сўзи, 2017 йил 23 декабрь.
2. Воробьев А.Н. Процесс формирования и оценки эффективности использования бренд-технологий на промышленном предприятии: автореф. дис. канд. экон. наук. СПб., 2007.
3. Домнин В.Н. “Брендинг”: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.Н. Домнин. –М.: Издательство Юрайт, 2018.
4. Дубровин И. А.Маркетинговые коммуникации: Учебник / И. А. Дубровин. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012.
5. Ермохина Е. “Бренд – еще не товарный знак” // Экономическое обозрение, №1 (217) 2018. – стр. 94.
6. Казанцев К. Ю. Место бренда в структуре нематериальных активов предприятия // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2013. №2. – стр 3.
7. Мильберт И.П.Эволюциябрендовирольбрендинга впостиндустриальнойэкономике // Известия РГПУ им.А.И.Герцена. 2008. №67. – стр. 172.

Н.Мурадова, Ф.Темирова Брендинг – современная технология маркетинга Аннотация: в статье рассматриваются значение и формирование успешного бренда в современном мире. А также научно обосновано повышение позиции предприятий на рынке посредством успешно созданного бренда. Ключевые слова: Бренд, брендинг, товарный знак, марка, ценность товара, бренд-менеджмент.	N.Murodova,F.Temirova Branding is the modern technology of marketing Abstract: the article considers the importance and formation of a successful brand in the modern world. And it is scientifically justified to increase the position of enterprises in the market through successfully created brand. Keywords: brand, branding, trademark, product value, brand management.
---	---

С.К.Бойжигитов – СамИСИ магистранти,
Д.Х.Холмаматов – СамИСИ катта ўқитувчиси

МАҲСУЛОТЛАР РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШДА БЕНЧМАРКИНГ ТЕХНОЛОГИЯСИНИ ҚўЛЛАШ

Аннотация: ушбу мақолада маҳсулотлар рақобатбардошлигини оширишда бенчмаркинг технологиясини қўллашнинг аҳамияти ёритилган.

Калит сўзлар: инновацион маркетинг технологиялари, бенчмаркинг, маркетингли консалтинг, маҳсулот рақобатбардошлиги, сифатни бошқариш.

Мамлакатимизда ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик янгилаш ва саноат тармоқларининг рақобатбардошлигини ошириш, жумладан, маънан ва жисмонан эскирган ускуналарни янгилаш ҳамда модернизация қилиш, ишлаб чиқаришда энергия самарадорлигини ошириш, технологик жараёнларни оптимallasштиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш ҳисобидан иқтисодийнинг рақобатбардошлигини оширишда ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш, истеъмол товарлар ва бутловчи буюмлар импортининг ўрнини босиш, тармоқлараро саноат кооперациясини кенгайтириш Ҳаракатлар стратегиясидан жой олган асосий вазифалардан ҳисобланади.

Маҳсулотлар рақобатбардошлигини ошириш орқали хўжалик юритувчи субъектларнинг ички ва ташқи бозорлардаги муваффақиятли савдо-иқтисодий алоқаларини амалга ошириш долзарб масалалардан ҳисобланади. Ушбу масаланинг ечими кўп жиҳатдан инновацион маркетинг технологияларини амалиётга жорий этиш орқали топилади.

Маркетинг ва менежмент ривожланишининг янги назарияси ва йўналишларига бўлган қизиқишнинг ошиб бориши, бозорда барча субъектларнинг ўзаро алоқасидаги муаммаллик 4 P (Product, Price, Place, Promotion) ни ўз ичига олувчи маркетингнинг классик тушунчаси ечимларни топишда етарли даражада эмаслигини кўрсатди. Шу ўринда маркетинг ривожининг янги йўналишларига тадбиркорликнинг энг яхши усул ва услубларини топиш ва ўрганиш билан боғлиқ бўлган бенчмаркинг кириб келди.

Бенчмаркинг – маркетингли консалтингнинг қизиқарли технологияларидан бири ҳисобланади. Бу-бизнесни олиб бориш усулларида энг яхшисини топиш ва ўрганиш жараёнидир.

Бенчмаркинг – маҳсулот сифатини яхшилаш дастурини ишлаб чиқишни назарда tutувчи рақобатбардошлик концепциясининг эволюцион ривожланиши маҳсулидир. У биринчи марта 1950-йилларнинг охирида Японияда пайдо бўлди. Фарбда бенчмаркинг ўзининг замонавий маъносида 1979-йилда “Ксерокс” корпорацияси томонидан

корпорация бозор улушининг инқироzi билан боғлиқ муоммоларни бартараф этиш мақсадида қўлланилган.

Мазкур консалтингли хизмат қуйидагиларга тенглаштирилади:

- маслаҳатчиларни таклиф қилган корхонанинг кучли ва заиф томонларини аниқлаш;
- характеристик жихатдан бир хил, лекин кўрсаткичлари яхши бўлган корхона ва ташкилий тизимларни кўрсатиш;
- шахсий рақобат имкониятларини ошириш учун етакчиларнинг илғор тажрибасини қўллаш.

“Бенчмаркинг” иборасини ўзбек тилида бир сўз билан ифода этиб бўлмайди. У инглиз тилидаги «benchmark» сўзидан келиб чиққан бўлиб, қайд этилган объектдаги махсус белгини англатади. Масалан, денгиз сатхининг баландлигини кўрсатувчи устундаги белги. Умумий маънода, «benchmark» – бошқа ўхшаш, турдош предметлар билан солиштирилганда, сифат ва сон жихатдан тавсифловчи стандарт ёки эталон сифатида қўлланилувчи предметдир. Шу асосда бенчмаркингни – объектнинг миқёси, бизнес соҳаси ва географик жойлашуvidан қатъий назар унинг оптимал ечимларини излаш, баҳолаш ва ўрганишга қаратилган системали фаолият деб таърифлаш мумкин.

Бенчмаркинг – бу бошқаларнинг биздан кўра иш услубининг яхши томонларини аниқлаш ҳамда ўрганиш ва қўллашнинг янгича самарали услубларини топиш санъатидир.

“Ўздонмахсулот” АК тизимидаги корхоналар ҳам ривожланишда, фаолиятида диверсификацияни амалга оширишда бенчмаркинг технологияларидан фойдаланишлари мумкин. Бунда корхоналарда етиштирилган ғаллани йиғиш, сақлаш ва ун махсулотлари ишлаб чиқариш билан чекланмасдан, ун махсулотларидан тайёр нон махсулотлари, унли қандолат махсулотлари, омихта ем асосида корхонада паррандачиликни ташкил этиш ушбу инновацион маркетинг технологиясининг вазифаси ҳисобланади.

Шу билан бирга бенчмаркинг махсулотлар рақобатбардошлигини ошириш, сифатни таъминлашга қаратилган. Миллий саноат корхоналаримиз ўзида бозор муносабатлари атрибутларини тўлиқ ўзлаштирган ҳолда изчил ривожланиш даврида фаолият олиб боришмоқда. Рақобатнинг бозор механизми сифатидаги кескин таъсири саноат корхоналари олдига замонавий маркетинг арсеналлари билан қуролланган бошқарув тизимини яратишни тақозо этмоқда.

Шунга кўра, маркетингнинг бугунги кундаги такомиллашуvi замирида миқдорий таҳлил усуллари мунтазам амалиётга жорий этиб бориш заруратини илгари сурмоқда.

Истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи корхоналар маркетинг фаолияти олдига турган асосий вазифалардан бири корхона рақобатбардошлигини аниқлаш муаммоси турибди.

Истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг келгусидаги ривожланиши қуйидаги амалларга боғлиқ бўлади:

- махсулот ва хизматларни ишлаб чиқариш ҳамда сотиш учун зарур бўлган шароитларни таъминловчи, маркетинг асосида менежментни самарали ташкил этиш;
- корхона фаолиятининг рақобатбардошлигини ҳамда даромадни таъминловчи самарали сифат тизимини ўрнатиш.

Мазкур мавзуда таҳлилнинг ўлчовга эга бўлмаган кўринишдаги иккита туркум кўрсаткичларнинг ўзаро боғлиқлигини миқдорий баҳолаш усули асосида хўжалик субъектининг рақобатбардошлигини аниқлаш масаласи амалий жихатдан кўриб чиқилган. Шунга мувофиқ, “Жомбойдонмахсулотлари” АЖнинг фаолиятидаги ҳудудий рақобатчиларининг туркум параметрларини таққослаш орқали рақобат устунлигини аниқлаш масаласи кўриб чиқилади.

Бунинг учун маълум амаллар асосида экспертлар гуруҳи танланиб, ҳисоб-китоблар ўтказилгандан сўнг (100 баллик тизимда) унинг натижаларига кўра корреляцион текширув амаллари бажарилади.

Дастлабки босқичда корхоналарнинг ишлаб чиқариш фаолиятига боғлиқ омиллар экспертлар томонидан баҳоланади ва танланади. Шунга мувофиқ экспертлар эътиборига корхоналар фаолияти билан боғлиқ эътироф этувчи қуйидаги параметрлар тавсифи 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал

Экспертларга баҳолаш учун тақдим этилган параметрлар тавсифи

Умумий мезонлар	Мазмуни	Вазни
Йиллик ишлаб чиқариш қуввати	Ҳар бир корхонанинг йиллик ишлаб чиқариш қуввати, маҳсулот ишлаб чиқариш ва бозорни эгаллаш имкониятлари	15
Маҳсулот ассортиментининг кенглиги ва чуқурлиги	Ишлаб чиқарилаётган ун маҳсулотлари, омихта ем, кепак, бугдой ёрмаси, нон ва нон маҳсулотлари ассортиментининг сони	20
Корхона номининг бозордаги мавқеи	Корхона номининг таниқлиги, унинг бозордаги ўрнига эга эканлиги, қатор йиллар давомида брендининг машҳурлиги	5
Корхона ишчи-ходимлари ишининг сифати	Корхона ходимларининг касбий малакаси, раҳбарлар этикаси, ҳар қандай сўровларга тезкор жавоб қайтара олишлиги	5
Меҳнатга ҳақ тўлаш тизими, иш юритиш шароитлари, рағбатлантириш тизими	Ўз вақтида ахборот алмашинув шароитлари, меҳнатга ҳақ тўлаш ва рағбатлантиришнинг олдиндан белгиланганли	5
Хусусий мезонлар	Мазмуни	Вазни
Маҳсулот захирасининг оптималлиги	Маҳсулот захирасини мавжуд ҳажми, ортиқча ёки тақчилликнинг мавжудлиги баҳоланади	20
Тақсимот каналларининг ишлаш қуввати	Тақсимот каналларининг кунлик, ойлик, йиллик сотув ҳажми	15
Ташиш, маҳсулотларни етказиб бериш, буюртмаларга ишлов бериш жараёни	Буюртмаларни қабул қилиш ва ўз вақтида буюртмаларни бажариш, маҳсулотни етказиб бериш жараёни	15

Самарқанд вилоятидаги “Ўздонмаҳсулот” АК тизимидаги 4 та корхона маҳсулотлари сифати рақобатбардошлигини баҳолашга киришишдан олдин шу маҳсулот бозори таркибига кирувчи корхоналарнинг рақобат муҳитини эксперт баҳолаш зарур. Бунинг учун шаҳар статистик бўлими томонидан олинган маълумотларни маркетинг таҳлилларига таянган ҳолда барча корхоналарни ишлаб чиқариш қуввати, ассортимент кенглиги ва чуқурлигига кўра таснифлаймиз. А- Жомбойдонмаҳсулотлари АЖ, Б – Оқтошдон АЖ, В- Самарқанддонмаҳсулотлари АЖ, Г- Жумаэлеватор АЖ.

Таҳлиллар учун рақиб корхоналарни шартли равишда алфавит тарзида белгилаймиз. Сифат кўрсаткичлари бўйича рақибларнинг эксперт баҳолари жадвалда келтирилган (2-жадвал).

Эксперт сўровномасидан қуйидаги жиҳатларни аниқлаш белгиланган:

– истеъмолчилар қайси корхонанинг ун маҳсулотларини кўпроқ харид қилишмоқда ва сифат кўрсаткичларини аниқлаш;

2-жадвал

**“Ўздонмахсулот” АК тизимидаги Самарқанд вилоятидаги корхоналар
рақобатбардошлигини маҳсулот сифати тизимини эксперт баҳолаш**

Муҳимлик даражаси %-да	Сифат кўрсаткичлари	А	Б	В	Г
35	Ун маҳсулотларининг клейковинаси	7	6	7	5
25	Ун маҳсулотларининг нордонлиги	6	6	7	4
20	Органолептик кўрсаткичлари	8	6	8	7
15	Ассортимент кенглиги ва чуқурлиги	5	3	6	1
5	Қадоқланиши, ўрам ва маркаланиши	4	4	6	2
	Бозор улуши %	8	3	11	2

– сифат кўрсаткичларининг ўртача вазнини ҳисоблаш ва маҳсулотнинг қайси истеъмол хоссалари муҳим эканлигини аниқлаш;

- рақобатчи корхоналар маҳсулотларининг сифат кўрсаткичларини баҳолаш ва сифат кўрсаткичларининг ҳар бири бўйича рақиблар рейтингини тузиш;

- истеъмолчиларнинг «нарх» ёки «сифат» омилларидан қайсисини афзал кўришини аниқлаш ва нарх ҳамда сифатнинг афзаллик хулосаларга кўра биргаликдаги комбинациясини тузиш.

Юқорида келтирилган таҳлил натижалари рақобатбардошликни белгиловчи муҳим синтетик кўрсаткич рақибнинг маҳсулот сифати баҳосининг ўртача вазни билан аниқланган бозордаги улуши эканлигини кўрсатмоқда. В рақиб маҳсулотларининг ўртача вазн баҳоси юқори бўлгани билан корхона томонидан ўрнатилган нархига мос эмаслиги аниқланди (3-жадвал).

3-жадвал

**“Жомбойдонмахсулотлари” АЖ маҳсулотлари сифати рақобатбардошлигини
эксперт баҳолаш**

Эксперт	Экспертлар баҳоси			
	Ун сифати	Инновацион фаолияти	Ассортимент кенглиги	Маҳсулот қадоқланиши
1. Корхона раҳбарияти	4	3	3	3
2. Сотув ва таъминот бўлим бошлиғи	3	4	3	3
3. Синов-лаборатория мудири	4	3	3	3
4. Иқтисодчи	3	4	4	4
5. Тадқиқотчи (С.Бойжигитов)	4	4	4	3
Баллар суммаси	18	18	17	16
Ўртача балл	3,6	3,6	3,4	3,2

Кейинги босқич “Жомбойдонмахсулотлари” АЖ маҳсулотлари сифати рақобатбардошлигини баҳолаш амалларини бажариш босқичидир. Ушбу усул ҳам 5 нафардан кам бўлмаган экспертлар томонидан ўтказилган сўровлар асосида амалга оширилади (3-жадвал).

Баллар тизими муайян ўлчамларга риоя қилинган ҳолда ҳисобланади. Жадвалдаги кўрсаткичлар 1-5 тизимда баҳоланади. Ҳар бир омил учун алоҳида вазнига қараб балл белгиланади. Масалан, ун маҳсулотлари сифати 4 га тенг, инновацион фаолият вазни 3 га тенг, ассортимент кенглиги 2 га, маҳсулот қадоқланиши 1 баллга тенглиги аниқланди.

Корхона рақобатбардошлиги қуйидаги формула орқали аниқланади.

$$K_y = \frac{\sum^n B_{ij} : n}{M_m} \times a_j,$$

Бу ерда K_y — корхона маҳсулотлари рақобатбардошлиги кўрсаткичи (бу қиймат 2 дан 10 гача ўзгаради)

n — экспертлар сони;

B_{ij} — j - маҳсулотлар рақобатбардошлиги фактори бўйича i - экспертнинг баҳоси;

a_j — j - факторнинг вазни (4 дан 1 гача);

M_m — факторнинг максимал бали – 5.

Корхона маҳсулотлари сифати рақобатбардошлигини эксперт баҳоси қуйидагича:

$$\begin{aligned} K_y &= \frac{(4 + 3 + 4 + 3 + 4) : 5}{5} \times 4 + \frac{(3 + 4 + 3 + 4 + 4) : 5}{5} \times 3 \\ &+ \frac{(3 + 3 + 3 + 4 + 4) : 5}{5} \times 2 + \frac{(3 + 3 + 3 + 4 + 3) : 5}{5} \times 1 \\ &= 2,88 + 2,16 + 1,36 + 0,64 = 7,04 \end{aligned}$$

Амалга оширилган ҳисоб-китобларга кўра муайян ҳар бир корхона учун маҳсулот сифати бўйича рақобатбардошлигини баҳолаш мумкин. Масалан, “Жомбодонмаҳсулотлари” АЖ маҳсулотлар сифат даражаси 10 баллик тизимда 7,04 баллга тенг эканлиги аниқланди, бу эса корхонада ҳали яна рақобатбардошликни ошириш учун барча соҳалар бўйича 30% заҳира бор эканлигини кўрсатади.

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. Эргашходжаева Ш.Ж. Инновацион маркетинг. Т.: ТДИУ, 2014.
4. Benchmarking. Rachal Roach, Tim Hyder, Chris Green.<http://www.coursehero.com/file/14758580/Benchmarking>
5. www.internetnz.net.nz. Benchmarks and Benchmarking Presented by Nick Griffin. 26 march 2016.

С.Байджигитов, Д.Холмаматов Применение технологии бенчмаркинга для повышения конкурентоспособности продукции Аннотация: в данной статье подчеркивается важность использования технологии бенч-маркинга для повышения конкуренто-способности продукции. Ключевые слова: инновационные маркетинговые технологии, бенчмаркинг, маркетинговый консалтинг, конкурентоспособность продукта, управление качеством.	S.Boyjigitov, D.Kholmamатов Application of benchmarking technology to improve product competitiveness Abstract: this article highlights the importance of using benchmarking technology to improve product competitiveness. Keywords: Innovative marketing technologies, benchmarking, marketing consulting, product competitiveness, quality management
---	--

Ф.А.Сафаров – PhD докторант, СамИЭС

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СЕРВИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация: в статье приведены рассуждения о значимости, необходимости, условиях, а также, непосредственно, проведении реинжиниринга бизнес-процессов в сервисных предприятиях. Представлены практические рекомендации по реинжинирингу для предприятий сферы услуг.

Ключевые слова: сервис, процесс, бизнес-процессы, реинжиниринг, перепроектирование, эффективность.

В отечественных публикациях по реинжинирингу можно встретить точку зрения, что реинжиниринг применим лишь в крупных хозяйственных структурах, банковских и финансовых институтах. По нашему мнению, такая трактовка неправомерна, и основатели теории реинжиниринга сочли такую точку зрения ошибочной. Практика показывает, что «реинжиниринг успешно проводится в весьма малых компаниях» или небольших подразделениях крупных корпораций (центрах «прибылей и убытков», «центрах ответственности»). Очевидно, что реинжиниринг в этом случае должен проводиться на условиях минимальных инвестиций и функциональной достаточности.

В сфере услуг абсолютно преобладают малые и не крупные предприятия. Владельцы таких предприятий, имея, как правило, сеть небольших ателье, салонов и т.п. структур, сталкиваются с отсутствием персонифицированной информации о клиентуре и персонале, проблемой неучтенной выручки и существенными потерями в расходных материалах. Между тем, настоящий хозяин должен знать все, что происходит с его собственностью. Формирующаяся у хозяйствующих субъектов управленческая информация, как правило, не структурирована, не систематизируется, не накапливается в базах данных, следовательно, отсутствует информация для статического и динамического, горизонтального (трендового) и вертикального анализа. Отсутствие такой информации не позволяет оптимизировать ценовую и маркетинговую политику в условиях сезонных колебаний спроса, которым подвержена сфера сервиса. Оперативная информация охватывает, как правило, лишь денежный поток, формирующийся кассовым методом. Отсутствует база сравнения кассовой выручки с реальным объемом выполненных работ и услуг. Кроме того, денежный поток дифференцирован в лучшем случае по мастерам (исполнителям), практически отсутствует его дифференциация по видам услуг, что делает невозможным контроллинг материальных потоков.

Недостаточный контроль материальных потоков является обязательным условием прямых убытков, с одной стороны, а, с другой стороны, делает невозможным формирование оптимальных запасов товарно-материальных ценностей. В результате оборотные активы замораживаются в сверхнормативных излишках, или возникают перебои в снабжении, означающие ухудшение качества обслуживания клиентов и снижение объемов продаж.

С точки зрения бизнес-процессов, необходимо отметить, что услуги, в отличие от товаров, исторически имеют более конкретную направленность на потребителя (клиента). Учитывая стремление производящих компаний к сопровождению своих товаров определенной совокупностью услуг, усматривая в этом финансовую выгоду и укрепление конкурентных позиций, предложение услуг в последнее время равнозначно предложению товаров.

В этом смысле понимание бизнеса не как совокупности простейших задач, а как единого бизнес-процесса, в качестве которого может выступать обслуживание клиента,

не сопровождается коренной ломкой управленческой структуры и сознания менеджеров. Т.е. услуги более органично вписываются в базовое понятие реинжиниринга, нежели хозяйственные структуры серийной индустрии.

Это означает, что, с одной стороны, реинжиниринг в сфере сервиса может быть осуществлен относительно безболезненно, а, с другой стороны, резко повышает вероятность его успеха. Последнее немаловажно, т.к. в соответствии с западной статистикой 50-70% (по отдельным данным до 85%) попыток реинжиниринга крупных компаний закончились провалом. Это, однако, не делает его менее популярным и является дополнительным аргументом в пользу реинжиниринга малых хозяйственных структур. Известно, что развитие рыночных отношений и обострение конкурентной борьбы обуславливают тенденции к пространственному сетевому распределению хозяйствующих субъектов. В силу этого в настоящее время в хозяйственной практике распространены предприятия в виде главным образом двух организационных моделей:

- централизованной, включающей формирование вокруг крупного предприятия структур меньшего размера, специализирующихся на выполнении различных специальных задач;
- децентрализованной, означающей совокупность предприятий, близких по размеру, часть которых юридически самостоятельна, но все они в совокупности поддерживают устойчивость друг друга.

Вследствие форсированной политики приватизации и демонополизации в сфере услуг в начале 90-х годов сильно иерархизированные структуры уступили место относительно равнозначным элементам. В этом секторе экономики преобладают либо единичные предприятия, либо предприятия, консолидированные во вторую организационную модель.

Особенности организационных структур обуславливают особенности их информационного менеджмента, т.к. сетизация приводит к наличию нескольких распределенных баз данных и необходимости их соединения в единое информационное пространство. При реинжиниринге в таких структурах, как правило, не возникает необходимость создания многоуровневых сетей. Реинжиниринг в этом случае ограничивается локальными сетями на уровне единичных предприятий и предусматривает схему управления распределенными базами данных с помощью конвертации отдельных баз в общий модуль.

В плане практических рекомендаций по реинжинирингу для предприятий сферы услуг следует отметить, что реализовывать его необходимо с обязательным совершенствованием информационных технологий, ликвидируя неадекватный времени ручной способ формирования баз данных и вследствие этого неэффективную информационную поддержку управления. Характерно, что в этом секторе экономики практически отсутствует «старый» багаж в виде разнородной устаревшей вычислительной техники, использующей редкие операционные системы и разрозненные программы, которые «выбросить» жалко, а довести до современного уровня дороже, чем купить новые. К тому же малый масштаб хозяйствующих субъектов не потребует дорогостоящего оборудования и программного обеспечения, высокой стартовой квалификации персонала, необходимой для реализации серьезных информационных проектов.

Особенность применения реинжиниринга бизнес-процессов заключается: а) в применении новых подходов к реконструкции технологического обеспечения производства на основе принципов реинжиниринга, б) в использовании рациональной технологии бизнес-процессов, в) в организации оценки их эффективности.

В определении реинжиниринга подчеркивается решающая роль радикального перепроектирования бизнес-процессов. Однако необходимо помнить, что реинжиниринг не исчерпывается только перепроектированием процессов. Дело в том,

что фундаментальное изменение бизнес-процессов оказывает воздействие почти на все аспекты компании. Реконструкция бизнес-процессов должна происходить в соответствии с правилами, описанными выше. Предлагаемые правила направлены, в первую очередь, на упрощение потоков информации и организационных отношений, устранение лишних работ и связей. Перепроектирование бизнес-процессов должно проводиться одновременно с проектированием информационной системы (ИС), т.к. именно новые ИС во многом определяют новую структуру бизнес-процессов.

Новым перепроектированным бизнес-процессам наиболее соответствует «процессная» организационная структура. Подчеркнем основные отличия новой структуры от традиционной.

В традиционно организованной компании люди распределяются по отделениям, отделам, лабораториям, группам и т.п., в которых они выполняют предписанные им функции (части процессов).

Эта фракционность создает много проблем, в частности проблему несогласованности и даже противоречивости целей различных групп людей. Реинжиниринг предполагает альтернативный подход, состоящий не в разделении людей по подразделениям, а в объединении людей в команды процессов, т.е. в группы людей, выполняющих совместно законченную часть работы- процесс.

Реинжиниринг изменяет не только организационные отношения, но и содержание работы исполнителей. Во-первых, работа меняется от простой к многоплановой. Член команды несет совместно с другими членами команды ответственность за весь процесс, что требует умения не только выполнять свое задание, но и понимать весь процесс в целом и уметь при необходимости выполнять не одно, а несколько заданий. Работа члена команды становится более содержательной. Во-вторых, вместо контролируемого исполнения предписанных заданий от работника требуется принятие самостоятельных решений. Члены команды фокусируют свои усилия на потребностях пользователей, а не на потребностях начальства. От членов команды требуется высокая оперативность и согласованность в работе. Это невозможно обеспечить без передачи полномочий по принятию решений исполнителям. В связи с многоплановостью и изменяемостью работ, ориентированных на процессы, меняются и требования к подготовке сотрудников. При непрерывно изменяющемся характере работы невозможно нанять людей, которые знают все, что от них может потребоваться. Поэтому компании должны заботиться не только о проведении обучающих курсов, но и о непрерывном образовании своих сотрудников.

В традиционной компании схема оценки деятельности и оплаты труда довольно прямолинейна: людям платят за отработанное время. Понятно, что это далеко не самый эффективный способ оплаты, однако при разбиении работы на узкие задания довольно трудно оценить ее эффективность по конечному результату. После проведения реинжиниринга команда отвечает за результаты процесса, и в этом случае компания может оценить и оплатить работу команды в соответствии с полученным результатом. Жалование сотрудника определяется не столько временем, проведенным на работе, важностью выполняемой работы, трудовым стажем, занимаемой должностью и количеством подчиненных, сколько эффективностью его работы, оцениваемой по конечному результату. При таком подходе эффективность работы сотрудника в текущем году не является гарантией его эффективной работы в следующем. Поэтому его базовая зарплата меняется мало, а размер премии зависит от эффективности выполненной работы.

Изменение системы оценок эффективности работы сотрудников влияет и на критерии продвижения в должности. Традиционные компании рассматривают продвижение в должности как награду за эффективный труд. При этом происходит недооценка как роли исполнителя (т.к. управленческая деятельность оценивается

выше), так и роли менеджера (т.к. утверждается, что любой исполнитель может стать менеджером). Наградой за эффективность работы должна быть премия, а не продвижение по службе. Продвижение по службе должно зависеть исключительно от способностей сотрудника. Хороший программист не всегда сможет стать хорошим руководителем лаборатории программистов, т.к. у менеджера совершенно другая работа. Принцип здесь должен быть следующим: "платим за эффективность, продвигаем за способности". Реинжиниринг вызывает существенный сдвиг в культуре компании. Сотрудники не ощущают того надзора, который был раньше, они осознают рост своих полномочий и начинают чувствовать себя предпринимателями. Реинжиниринг требует от исполнителей убежденности, что они работают для клиентов, а не для своих начальников. Исполнители будут верить в это в той степени, в которой практика работы компании подтверждает это. Администрация компании должна обеспечивать мотивацию сотрудников, словом и делом укрепляя убеждения и ценности, установленные компанией.

Сущность инновационности реинжиниринга заключается в том, что он использует преимущества не только компьютерных технологий, технологий управления людьми и изменениями бизнес-процессов, но и использует новые формы организации оценки эффективности бизнес-процессов.

Список использованной литературы:

1. Hammer M. and Champy J. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. N.Y.: HarperCollins, 1993.
2. Michael Hammer, Steven A. Stanton. The Reengineering Revolution: A Handbook. N.Y.: Harper Business, 1995.
3. Michael Hammer. Beyond Reengineering: How the Process-Centered Organization is Changing Our Work and Our Lives, Harper Business, 1996.
4. Робсон М., Уллах Ф. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов. Пер. с англ./Под ред. Н.Д.Эриашвили. – М.: ЮНИТИ, 1997.
5. Андерсен Бьёрн. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования /Пер. с англ. С.В. Ариничева /Науч. ред. Ю.П. Адлер. - М.: РИА «Стандарты и качество», 2003.
6. Шеер А.В. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы : пер. с англ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М., 2009. – 217 с.

Ф. Сафаров	F. Safarov
Сервис ташкилотларида бизнес-жараёнлар реинжинирингини амалга оширишнинг хусусиятлари	Features of the implementation of business process reengineering in service enterprises
Аннотация: мақолада сервис ташкилотларида бизнес-жараёнлар реинжинирингининг ўрни, зарурати, шарт-шароитлари ҳамда амалга ошириш жараёни тўғрисида мулоҳазалар юритилган. Реинжинирингнинг хизмат кўрсатиш корхоналарида қўллашга доир амалий таклифлар келтирилган. Калит сўзлар: сервис, жараён, бизнес-жараён, реинжиниринг, қайта лойиҳалаш, самарадорлик.	Abstract: the article contains discussions regarding the significance, the necessity, the conditions, as well as the implementation of business processes reengineering in service enterprises. Practical recommendations on reengineering for service enterprises are presented. Keywords: service, process, business processes, reengineering, redesign, efficiency.

МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ

Ф.Ф.Саломов – Соискатель СамЭИС

ИНВЕСТИЦИИ КАК РЕАЛЬНЫЙ РЕСУРС ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация: в этой статье проанализирована и изложена сущность инвестиций как реальный ресурс обеспечения экономической деятельности на предприятии. **Ключевые слова:** инвестиции, ресурс, экономика, деятельность, предприятие, инвестиционный процесс, инвестиционная активность.

В условиях рыночной экономики развитие страны невозможно без положительной динамики инвестиционных показателей. Особенно актуальна приоритетность инвестиционных процессов для стран с модернизационным состоянием экономики, в частности и для Узбекистана.

Инвестиции можно определить как размещение капитала в новое производство или в расширение уже существующего производства.

Итак, в широком смысле под инвестициями понимаются вложения капитала с целью последующего его увеличения.

Для уточнения понятия «инвестиционный процесс» можно привести следующие существующие подходы:

1. Между понятиями «инвестиционный процесс» и «инвестиционная деятельность» ставится знак равенства. Сам инвестиционный процесс определяется как процесс вложения инвестиционных ресурсов в какой-либо проект. При этом искажается сущность инвестиционного процесса, так как здесь акцент делается на инвестирование.

2. Инвестиционный процесс заключается в принятии инвестиционного решения. В данном случае не показано значение инвестиционного процесса в развитии экономических систем.

3. Инвестиционный процесс является составной частью инвестиционной деятельности и представлен в приращении вложенного капитала. Этот подход не совершенен, так как инвестиционный процесс здесь рассмотрен как результат инвестиционной деятельности.

4. Инвестиционный процесс - инвестиционная деятельность, инвестиционная среда, объект и субъект инвестирования в совокупности. Отрицательной стороной данного подхода выступает то, что он не отражает сущности категории *инвестиционный процесс*. Положительно то, что при данном подходе можно установить иерархию инвестиционных категорий без искажения внутреннего содержания.

Однако данные подходы не позволяют провести дифференциацию между понятиями *инвестиционный процесс* и *инвестиционная деятельность*. Следовательно, необходима разработка дополнительных критериев, которые позволяли бы провести границу между данными понятиями. Этого можно достичь, если рассмотреть сущность составных частей этих понятий, а именно понятий *процесс* и *деятельность*.

Следуя этому подходу, можно сделать вывод: процесс - это совокупность последовательных действий, направленных на достижение результата; *деятельность* характеризует функцию индивида в процессе его взаимодействия с окружающим миром. Таким образом, процесс - это явление обобщенное, в свою очередь, деятельность - индивидуальное.

Исходя из вышеизложенного, можно определить существенные различия между категориями *инвестиционная деятельность* и *инвестиционный процесс*. Итак,

инвестиционный процесс направлен на достижение эффективного развития экономической системы, тогда как *инвестиционная деятельность* - на достижение максимального приращения вложенных средств. В свою очередь, и способы их осуществления разнятся: инвестиционный процесс происходит путем привлечения инвестиций, а инвестиционная деятельность - путем размещения инвестиций. Важно отметить, что эти категории тесно взаимосвязаны.

Инвестиционный процесс выступает в качестве совокупности экономических отношений, которые представлены в виде взаимосвязанных действий, включающих инвестирование и все действия, необходимые для осуществления инвестирования: появление целей и их предынвестиционный анализ у будущих субъектов инвестиций, выявление инвестиционных действий инвест-реципиента, которые необходимы для реализации инвестиционных целей субъектов инвестиций, нахождение субъектами инвестиций друг друга, совпадение их интересов, действия по образованию необходимого инвестиционного актива, инвестирование, постинвестиционный анализ, итоги инвестиций и другие.

Предынвестиционный анализ может спрогнозировать инвестирование, учесть и уменьшить риски и т. п. Постинвестиционный анализ определяет итоги инвестирования: в какой степени реализованы инвестиционные действия инвест-реципиентом, в какой степени достигнуты инвестиционные цели субъектов инвестиций и т. п. Дополнительный анализ не обязателен для инвестиционного процесса, но если он имеет место, то включается в такую категорию как инвестиционный процесс.

Основной составляющей в определении категории *инвестиции* выступает передача инвестиционного актива в активное действие с целью окупаемости инвестиционного актива и получения дополнительного положительного эффекта. Таким образом, речь идет непосредственно о трансформации инвестиционного актива в реальный сектор экономики. При этом не имеет значения, находился ли инвестиционный актив в обороте или нет.

Необходимо учитывать, что выполнение инвестиционных действий и реализация дела должны соответствовать требованиям, предъявляемым к качественному и количественному содержанию этих элементов при конкретных инвестициях. Инвестиции как процесс—сопровождаются предынвестиционным и постинвестиционным анализом, которые отличаются по качеству, инвестиционными рисками, распределением инвестиционных рисков между инвестором и инвест-реципиентом, а также имеют различную величину.

Инвестирование должно рассматриваться в качестве активного способа участия инвестора в объекте с целью изменения его характерных свойств. Благодаря этому мы получаем новые категории, такие как *инвестиционная активность*, *инвестиционная привлекательность* и *инвестиционный климат*.

Уровень инвестиционной активности в регионе зависит от интенсивности инвестиционной деятельности. Используя понятие *инвестиционная активность*, не всегда четко раскрывают его смысл. Чаще всего данная категория используется как элемент при рассмотрении проблем инвестиционного характера. Подтверждением тому служит определение *инвестиционной активности* как склонности к инвестированию, которая зависит от инвестиционного потенциала предприятий, от заинтересованности предприятий в инвестировании собственных средств, от их возможностей и заинтересованности в использовании заемных и привлеченных средств, как результат взаимодействия инвестиционного спроса и предложения.

Таким образом, из вышесказанного следует, что определять категорию *инвестиционная активность* лишь как осуществленные вложения в реальные активы - значит ограничивать инвестиционный процесс рамками прямого инвестирования.

Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева понимают под *инвестицион-*

ной активностью свойство человека и реальное проявление этого свойства, заключающееся в мобильности, предприимчивости, инициативе в отношении инвестиций¹. Данное определение опирается прежде всего на такие качества человека как характер, психология, привычки. Однако это определение не являет собой универсальный подход, поскольку невозможно установить факторы, которые влияют на психологию человека и его решения, касающиеся собственных вложений в экономику того или иного региона.

В экономической науке к определению категории *инвестиционная активность* существует и другой подход. Согласно этому подходу, инвестиционная активность предполагает разработку идеи и обоснование инвестиционного проекта, материально-техническое и материальное обеспечение, управление созданным объектом. Подобный подход охватывает категории инвестиционной деятельности и инвестиционной активности, а также проектирования, что не дает возможности выявить характерные черты инвестиционной активности и делает невозможным рассмотрение его как универсального.

Резюмируя изложенное, дадим обобщенное определение инвестиционной активности. *Инвестиционная активность — интенсивность инвестиций, которая, в свою очередь, определяется как соотношение текущего объема инвестиций к предыдущему объему.*

Есть еще одна категория, которая имеет непосредственную связь с инвестиционной активностью. Это — *инвестиционная привлекательность*. Данная категория в экономической науке достаточно новая, поэтому зачастую инвестиционная привлекательность отождествляется с инвестиционным риском, который определяет вероятность потерь в случае вложения средств. Такая трактовка не позволяет отразить в ней доходность ожидаемых инвестиций. Также есть и другой подход, согласно которому *инвестиционная привлекательность* рассматривается с позиций инвестиционного потенциала. Таким образом, акцент здесь делается прежде всего на анализе, оценке и выборе объекта инвестирования, риск при этом не учитывается.

Под инвестиционной привлекательностью чаще всего понимают совокупность различных объективных признаков, свойств, средств, возможностей системы, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции.

Следовательно, *инвестиционная привлекательность* являет собой совокупность инвестиционного потенциала и инвестиционного риска и предполагает их взаимодействие.

Однако, руководствуясь лишь показателем инвестиционного потенциала, нельзя определить, куда эти средства будут вложены. Возникает необходимость использования характеристик инвестиционного риска.

Существует несколько подходов определения категории *инвестиционного риска*. Согласно первому подходу, *инвестиционный риск* - это риск, связанный с неполучением средств от проекта и определяющийся неэффективным размещением средств. Здесь происходит сужение области возникновения инвестиционного риска. С помощью второго подхода, являющегося универсальным, можно спрогнозировать максимальные потери. Под *инвестиционным риском* здесь понимается риск, который возникает в процессе инвестиционной деятельности и характеризуется возможностью полного или частичного неполучения результатов осуществления инвестиций. В третьем подходе категория *инвестиционный риск* как категория отсутствует, а потери объясняются другими рисками. Этот подход так же, как и первый, не является универсальным.

¹ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. — М.: ИНФРА-М, 2014.

Проанализировав приведенные выше определения, дадим свою трактовку категории *региональный инвестиционный риск*. *Региональный инвестиционный риск — возможность возникновения непредвиденных потерь вследствие влияния комплекса социально-экономических факторов, свойственных определенным регионам, обуславливающих неопределенность инвестиционной деятельности.*

В качестве резюме перечислим основные составляющие категории инвестиций:

- а) инвестиционный актив;
- б) действия по вложению инвестиционного актива инвестором в дело;
- в) присутствие - как минимум - двух субъектов инвестиций (инвестор и инвест-реципиент), даже если один экономический субъект выступает одновременно в роли инвестора и инвест-реципиента;
- г) условия инвестиций;
- д) окупаемость инвестиционного актива или его стоимостного эквивалента из дела;
- е) инвестиционные цели субъектов инвестиций, в том числе окупаемость инвестиционного актива;
- ж) дело и инвестиционные действия инвест-реципиента (объекты инвестиций);
- з) экономические отношения по поводу явления передачи инвестиционного актива от инвестора на определенных условиях в дело, осуществляемое инвест-реципиентом с использованием инвестиционного актива; определенных действий, посредством выполнения которых планируется окупаемость инвестиционного актива или его стоимостного эквивалента из дела и получение дополнительного положительного эффекта;
- и) содержание и взаимозависимость вышеизложенных элементов.

Необходимо отметить, что при отсутствии хотя бы одной из составляющих явление не может называться инвестициями. Признаками инвестиций является присутствие выше обозначенных составных элементов, а также сопровождающих инвестиции явлений с различным качественным и количественным содержанием.

Список использованная литературы:

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. - СПб.: Питер, 2015.
2. Балацкий Е. Прямые иностранные инвестиции и внутренняя инвестиционная активность // МЭ и МО. - 2014. - № 11.
3. Бард В.С. Финансово-инвестиционный комплекс: теория и практика в условиях формирования российской экономики. - М.: Финансы и статистика, 2013.
4. Бильчак В.С., Захаров В.Ф. Региональная экономика. - М.: Академия, 2012.
5. Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов: Пер. с англ. / Под ред. Л.П. Белых. - М.: Биржи и банки, ЮНИТИ, 2013.
6. Бочаров В.В. Финансово-кредитные методы регулирования рынка инвестиций. - М.: Финансы и статистика, 2014.

Ф.Саломов Инвестициялар корхонанинг иқтисодий фаолиятини таъминловчи асосий ресурс сифатида	F.Salomov Investments as the main resource for promotion economical activity of enterprise
Аннотация: ушбу мақолада инвестиция корхона иқтисодий фаолиятини асосий ресурси эканлиги таҳлил қилинган, унинг мазмун ва моҳияти ёритиб берилган. Калит сўзлар: инвестиция, ресурс, иқтисодиёт, фаолият, корхона, инвестицион жараён, инвестицион фаоллик.	Abstract: in this article analyzed and described the issues of investment as the main resource for promotion economical activity of enterprise Keywords: investment, resource, economy, activity, enterprise, investment process, investment activity.

БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ

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

ТИЗИМЛИ ТАҲЛИЛ ФАНИНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақолада тизимли таҳлил фанининг назарий масалаларидан, унинг мазмуни бўйича турли қарашлар таҳлил қилиниб, муаллифнинг таърифи келтирилган. Унда тизимли таҳлилнинг тарихига, қаерда вужудга келганлигига қисқача тўхталиб, тизимли таҳлил қўлланиладиган иқтисодий-ижтимоий жараёнлар ҳам ўз аксини топган.

Калит сўзлар: тизимли таҳлил, тизим, система, атама, иқтисодий-ижтимоий жараёнлар, мураккаб жараёнлар, мураккаб тизимлар, макро иқтисодиёт, мезо иқтисодиёт, микро иқтисодиёт.

Тизимли таҳлил иқтисодий таҳлил фанининг бир шакли сифатида пайдо бўлган бўлса, ҳозирги пайтда у алоҳида фан сифатида шаклланиб ва такомиллашиб бормоқда. Бир қанча ўқув адабиётлари ҳам пайдо бўлди ва ушбу жараён давом этмоқда. Чунки, ижтимоий-иқтисодий ҳаётни бошқариш жараёнида, ахборотлар оқимининг ҳаддан зиёд ошиб бораётган палласида тизимли таҳлилсиз бирорта самарали натижага эришиш мураккаб бўлиб бормоқда.

Тизимли таҳлил атамаси иккита сўз бирикмасидан иборат. Бири “тизим” бўлса, иккинчиси “таҳлилдир”. Шу туфайли мазкур атамани ҳар бирини алоҳида қараб чиқишга тўғри келади.

“Тизим” сўзининг негизи ўзбек тилидан келиб чиққан бўлиб, унга бешта изоҳ берилган. “1. Ип, сим ва ш.к.га терилган нарса; шода. 2. Бир соҳа, муассаса ва ш.к.га оид йўналиш, иш-фаолият кабилар мажмуи. 3. Ўзаро боғлиқ ва узвий тартибда бўлган нарса, ҳодисалар бирлиги, мажмуи. 4. Ўзаро боғлиқ қисмлардан ташкил топган тузилма, ижтимоий, сиёсий ва бошқа жиҳатдан тузилиш шакли. 5. Бирор иш фаолиятни ташкил этиш, амалга оширишнинг шакл тартиб-қоидалари мажмуи”¹. Булардан кўриниб турибдики, иқтисодий-ижтимоий соҳага бевосита 3-5 изоҳлар дахлдор. Чунки, ўзаро боғлиқ ва узвий тартибда бўлган нарса, тузилма, ижтимоий, сиёсий ҳодисалар бирлиги, бирор иш фаолиятини ташкил этиш, амалга оширишнинг шакл тартиб-қоидалари мажмуи айнан иқтисодий-ижтимоий ҳаётимизда ўз ифодасини топади. Энди бевосита таҳлил сўзининг изоҳига диққатни қаратамиз.

“Таҳлил” атамасига Ўзбек тилининг беш жилдлик изоҳли луғатида бир қанча изоҳ берилган. Ушбу атама араб тилидан келиб чиққан бўлиб, “тарқалиш, (куртак) ёзиш, текшириш, суриштириш, ҳал қилиш, очиш”² маъноларини англатади. Ушбу атамга учта изоҳ берилган. “1. Нарса, ҳодиса ва ш.к.ларни моҳият, қонуният ва б. жиҳатлардан текшириш, ўрганиш иши. 2. Бирор нарса, маълумот ва ш.к.ни маълум нуқтаи назардан ўрганиш, баҳолаш. 3. Бирор нарсанинг таркибини белгилаш ва унинг моҳиятини тадқиқ этиш”³. Кўриниб турибдики, ушбу изоҳлар бевосита иқтисодий-ижтимоий соҳага ҳам бевосита дахлдор. Чунки, нарса, ҳодиса, маълумот ва ш.к.ларни моҳиятини тадқиқ этиш, қонуният ва б. жиҳатлардан текшириш, маълум нуқтаи

¹ Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. IV. ЎзР ФА Тил ва адабиёт ин-ти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти. 2018. – 84-85 бетлар.

² Ўша жойда – 40 бет.

³ Ўша жойда. 40-41 бетлар

назардан ўрганиш, баҳолаш, бирор нарсанинг таркибини белгилаш каби масалалар бевосита ижтимоий-иқтисодий ҳаётимизни илмий-назарий ва амалий жиҳатдан ўрганишга асос бўлади.

Кўриниб турибдики, тизим бир-бири билан ўзаро боғлиқ ҳодиса ва жараёнларни ўз ичига олса, таҳлил ушбу жараёнларни текшириш, маълум нуқтаи назардан ўрганиш, баҳолаш, бирор нарсанинг таркибини белгилаш каби масалаларни қамраб олади. Агар ушбу ҳолатлардан келиб чиқадиган бўлсак, тизимли таҳлил бевосита ижтимоий-иқтисодий ҳаётимизда содир бўлаётган ҳодиса ва жараёнларни текшириш, ўрганиш, баҳолаш, таркибини белгилаш кабилар билан боғлиқ ишлар мажмуидан иборатдир.

Ўзбекча-русча луғатда тизим сўзини система, деб аташни тавсия қилади. Шу билан бирга Ўзбек тилининг изоҳли луғатида система сўзи ўзбек тилида ҳам қўлланилиш қайд этилиб, унга ҳам тегишли тарзда изоҳлар берилган.

Ўзбек тилининг 5 жилдлик изоҳли луғатида “Система” атамасини юнон тилидан келиб чиққан бўлиб, “яхлит; қисмлардан таркиб топган”¹ маъноларни англатиши қайд этилган. Унга ушбу адабиётда 10 та изоҳ берилган. “1. Иш-ҳаракат, турли жараён ва ш.к.ларда қисмларнинг ўзаро жойланиши ва боғлиқлигидаги тарғибот, тизим. 2. Нарса, ҳодиса ва тушунчаларнинг таснифи. 3. Бирор таълимотда асос бўлган қоидалар, қарашлар, тамойиллар мажмуи. 4. Бирор иш методлари, тартиб-усуллари мажмуи. 5. Қонуний тартибда жойлашган ва ўзаро узвий боғланган қисмлардан, элементлардан таркиб топган бутунлик. 6. Вазифаларга кўра бир хил ёки ташкилий жиҳатдан бир бутун бўлиб бирлашган ташкилотлар ёки муассасалар мажмуи. 7. Бир мақсад, айти бир иш, вазифани бажариш учун белгиланган мослама, машина, механизм ва ш.к.дан таркиб топган яхлит техник қурилма. 8. Бирор ишни ташкил этиш, уюштириш ёки амалга ошириш шакли, принципи. 9. Ижтимоий тузум, ижтимоий қурилиш шакли. 10. Меъёрий, одатий, мунтазам тусга кирган, шу тарзда амалга ошадиган иш-ҳаракат”².

Булардан кўриниб турибдики, система атамаси ҳаётимизнинг деярли ҳамма соҳасида қўлланилиб келинмоқда. Уни қайси соҳага зарур бўлса, қўллаш мумкинлиги аён бўлиб турибди.

Биз ўрганаётган фан рус тилида “Системный анализ”, деб юритилса, ўзбек тилида “Тизимли таҳлил”, деб аталади. Энди уни фан сифатида қараб, унинг мазмунини аниқлаш лозимдир.

1975 йилда нашр қилинган “Математика и кибернетика в экономике” номли Словарь-справочникда тизимли таҳлилга қуйидагича таъриф берилган: “Тизимли таҳлил – тақдим қилинган ҳар қандай объектни тизим сифатида таҳлил орқали тадқиқ қилиш методологияси”³ (таржима бизники – М.П.) сифатида қарайди. 1999 йилда Россия Федерациясида нашр қилинган “Большой экономический словарь”да тизимли таҳлил атамаси келтирилмаган. Аммо системага қуйидагича таъриф берилган: “Система – ўзаро муносабатдаги қўллаб элементларнинг бир-бири билан ўзаро боғлиқ бўлган яхлит ҳаракати” (таржима бизники – М.П.), деган таъриф келтирган. Бунга таҳлил тушунчасини киритган ҳолда тизимли таҳлил атамасининг таърифини ишлаб чиқиш мумкин бўлади. Худди шундай, Россия Федерациясида 2007 йилда нашр қилинган “Большая экономическая энциклопедия”да тизимли таҳлилга қуйидагича изоҳ берилган: “Тизимли таҳлил – кўп сонли усуллар ва воситалар орқали мураккаб объектлар, жараёнлар, кўп даражали ва кўп компонентли тизимларни ўзаро алоқадорлигига комплекс ёндашув асосида тадқиқ қилиш усули”⁴ (таржима бизники –

¹ Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. Ш. ЎЗР ФА Тил ва адабиёт ин-ти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти. 2018. – 526 бет.

² Ўша жойда. – 526 бет.

³ “Математика и кибернетика в экономике”. Словарь-справочник. Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: “Экономика”, 1975. – 515 бет.

⁴ Большая экономическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2007. – 695 бет.

М.П.), дейилган. Ушбу таърифдан кўриниб турибдики, тизимли таҳлил объекти кўп сонли усуллар, воситалар, жараёнлар ва мураккаб объектлардан иборат. Шу туфайли уларни ўрганишга комплекс ёндашиш асосида тадқиқ қилиш лозимлиги қайд этилган.

Худди шундай, рус олими Л.И.Лопатников ҳам тизимли таҳлилнинг таърифига кенг тўхталган. Унинг фикрича: “Тизимли таҳлил деганда, тизимли характерга эга бўлган мураккаб объектларни тадқиқ қилишнинг умумий принципларини ишлаб чиқишга қаратилган илмий фан тушунилади”¹ (таржима бизники – М.П.) дейилган. Бу ерда тизимли таҳлилга фан сифатида таъриф берилган.

Кўриниб турибдики, турли даврларда нашр қилинган фундаментал асарларда ҳам “Тизимли таҳлил” атамасининг таърифини изоҳлашда ҳар хил қарашлар мавжуд. Бу ҳам кўрсатмоқдаки, энг аввало, ушбу тушунчанинг бугунги кун талабидан келиб чиқиб ва ўзимизнинг иқтисодиётимизга мос ҳолда, унинг мукамал таърифини ишлаб чиқиш лозим бўлмоқда.

Юқорида келтирилган таърифларга хос камчиликлар бизнинг фикримизча, қуйидагилардан иборат. Биринчидан, ҳаммасида тизимли таҳлилда мураккаб объектлар ва жараёнлар ўрганилиши қайд этилган. Аммо биз ўрганаётган фан бевосита иқтисодий-ижтимоий жараёнларга дахлдор бўлганлиги учун, айнан ушбу мураккаб жараён ўз ифодасини топмаган. Иккинчидан, кўп сонли усуллар ва воситалардан фойдаланилади, дейилган. Аммо улар нимага қаратилганлиги ҳам мавҳим. Учинчидан, тизимли таҳлилда жараёнлар, объектлар, предметлар бир-бири билан ўзаро боғлиқликда ва алоқадорликда бўлади. Тизим ҳам шу билан ўзига хос хусусиятга эга. Шу жиҳатдан, тизимли таҳлилда ўзаро алоқадорлик ва бир-бири билан боғлиқлик масаласи ҳам четда қолмаслиги керак. Ушбу камчиликларни инобатга олиб мазкур тушунчанинг таърифини қуйидаги таҳрирда тавсия қилмоқдамиз.

Тизимли таҳлил деганда, мураккаб иқтисодий-ижтимоий тизимлар, жараёнлар ва объектларни кўп сонли усуллар ва воситалар орқали, уларнинг ўзаро боғлиқлиги ва алоқадорлигига комплекс ёндашув асосида тадқиқ қилиш усули тушунилади.

Тизимли таҳлил таърифини қуйидагилар билан асослаш мумкин. Биринчидан, тизимли таҳлилда мураккаб иқтисодий-ижтимоий тизимлар, жараёнлар ва объектларнинг ўрганилиши кўзда тутилган. Иккинчидан оддий таҳлилда битта жараённи битта усул билан ўрганиш мумкин бўлса, тизимли таҳлилда ўрганиш учун кўп сонли усуллар ва воситалардан фойдаланилади. Учинчидан, мураккаб иқтисодий-ижтимоий тизимлар, жараёнлар ва объектларнинг ўзаро боғлиқлиги ва алоқадорлигига комплекс ёндашув асосида тадқиқ қилинади. Шу тариқа тизимли таҳлил кенг қамровли жараёнларни кенг қамровли усул ва воситалар билан ўрганиш усули сифатида намоён бўлади.

Навбатдаги масала тизимли таҳлилнинг объектив зарурлиги, вужудга келиш ва ривожланиш тарихи, предмети, объекти, бугунги кун талабидан келиб чиқадиган вазифалари, методи ва методологик асослари, унинг бошқа фанлар билан алоқадорлиги кабилардан иборатдир.

Тизимли таҳлил тарихидан айрим фактларга эътиборни қаратадиган бўлсак, Унинг биринчи бор АҚШда ҳарбий соҳани комплекс режалаштириш ва такомиллаштириш учун пайдо бўлган. Шу туфайли илк бор АҚШда ҳарбий-саноат комплексида қўлланилган. Сўнгра давлат идораларида бошқариш тизимини такомиллаштиришда ҳам фойдаланилган. Тизимли таҳлил кейинчалик европага ва бошқа ривожланган мамлакатларга ҳам тарқалган.

Ўтган асрда социалистик тизимдаги давлатларга ҳам кириб келган. Уларда тизимли таҳлил халқ хўжалигини ривожлантириш, комплекс режалаштириш, прогнозлаштириш, тажриба-конструкторлик ва илмий-тадқиқот ишларида қўлланилди.

¹ Лопатников Л.И. Экономика-математический словарь. – М.: “Наука”, 1987. – 323 бет.

Комплекс ривожлантириш табиатан мураккаб тизим бўлганлиги туфайли тизимли таҳлил асосан ушбу масалани ҳал қилишда самарали қўлланилди.

Тизимли таҳлил билан узоқ хорижий олимлардан Хоффер Дж.А., Джордж Ж.Ф., Валаич Ж.С., Systems Thinking, Gibson, John E. кабилар¹ шуғулланган ва улар мазкур масала бўйича илмий асарларнинг илк муаллифлари ҳисобланади. XXI асрда тизимли таҳлил рус ва ўзбек тилларида ҳам нашрдан чиқа бошлади. Рус олимларидан А.В.Антонов, В.С.Анфилов, Ф.П.Тарасенко, А.А.Богданов, Л.И.Лопатников, кабилар² шуғулланган бўлса, Ўзбекистонлик олимлардан С.Отамурадов, В.А.Каримова, А. Худайназаров кабилар³ ҳам ушбу мавзуга оид асарларни нашрдан чиқаришга муваффақ бўлдилар. Бироқ уларнинг ҳаммаси турли соҳаларни ўрганишга қаратилганлигини инобатга олиш лозим.

Тизимли таҳлил қўлланилаётган умумий вазиятлар қуйидагилардан иборат:

- жуда катта ноаниқликлар мавжуд бўлганда турли муаммоларнинг аниқ ечимларини ишлаб чиқишда;
- илмий-тадқиқот ишларини амалга оширишда аниқ ишланмалар ва тадқиқотларнинг стратегиясини белгилашда;
- маълум тизимга кириш, чиқиш, унинг чегарасини аниқ белгилашда;
- тизимнинг ҳаётлигини, тараққиёти, ривожланиши ва амал қилишини аниқ белгилашда;
- тизим таркибида таҳлил қилинаётган тизимнинг ўрнини аниқлашда;
- тизимга кирган барча жараёнлар, объектлар, субъектлар фаолиятининг ҳаётлиги ва самарадорлигини оширишда тегишли бошқарув қарорларини қабул қилишда. Ушбу умумметодологик ёндашувга асосланган ҳолда, иқтисодий-ижтимоий жараёнларни ўз ичига олган мураккаб тизимни тадқиқ қилишда ҳам тизимли таҳлилдан фойдаланилади.

Тизимли таҳлил ҳамма соҳада ва ҳамма фанларда қўлланилади. Шу туфайли унинг умумий методологик асоси билан бирга, соҳалар бўйича ўзига хос хусусиятларга ҳам эгаллигини кузатиш мумкин. Мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий соҳасида қўлланиладиган тизимли таҳлил методологик жиҳатдан бошқа соҳалар билан бир хил бўлгани билан, жуда кўп ўзига хос жиҳатлари ҳам мавжуд..

Тизимли таҳлил қўлланиладиган иқтисодий-ижтимоий жараёнлар ҳам ушбу фанда чуқур ўрганилади. Шу туфайли уларнинг аниқ йўналишларини ва объектларини аниқ белгилаб олишни тақозо қилади. Тизимли таҳлил қўлланиладиган иқтисодиёт бўғинларига қуйидагилар киради:

- макро- иқтисодиёт даражаси (тизимга бир-бири билан узвий боғлиқ бўлган мураккаб бутун мамлакат иқтисодиёти киради);
- мезо- иқтисодиёт даражаси (тизимга алоҳида тармоқлар иқтисодиёти киради);
- микро- иқтисодиёт даражаси (ушбу тизимга турли мулк шаклида фаолият кўрсатадиган алоҳида хўжалик юритувчи субъектлар киради).

¹Хоффер Дж.А., Джордж Ж.Ф., Валаич Ж.С. Современный системный анализ и проектирование. – США.: Пиарсон эдукатион, 2002., Systems Thinking: Managing Chaos and Complexity, Jamshid Gharajedaghi, Butterworth Heinemann, Oxford, 1999., Gibson, John E. How to do systems analysis. - New Jersey: John Wiley & Sons, 2007.

²А.В.Антонов Системный анализ М.2002, Анфилов В.С. и др. Системный анализ в управлении: Учеб. пособие / М.: Финансы и статистика, 2002, Антонов А.В. Системный анализ: Учеб. для вузов.- 3-е изд., стер. — М.: Высш. шк., 2008. — 454 с., Богданов А. А. Тектология: (Всеобщая организационная наука. В 2х кн.) / Редкол. Л. И. Абалкин (отв. ред.) и др. – М.: Экономика, 1989. Книга 1. – 304 с. Книга 2. – 351 с., Тарасенко Ф.П. Прикладной системный анализ: учебное пособие.- М.: КНОРУС, 2010, 224 с., Лопатников Л.И. Экономика-математический словарь. – М.: “Наука”, 1987.

³Отамурадов С. Глобаллашув ва миллий – маънавий ҳавфсизлик. Т. “Ўзбекистон”, 2013., Каримова В.А. ва бошқалар. Тизимли таҳлил асослари. Дарслик. Т. Ўзбекистон файласуфлари миллий жамияти, 2014, Худайназаров А. Тизимли таҳлил асослари / Дарслик. – Т.: ТДЮ, 2016. – 160 б.

Ушбу бўғинда содир бўлаётган мураккаб жараёнлар бир-бири билан ўзаро боғлиқ ҳолда қаралади. Тизимли таҳлилнинг иқтисодий таҳлилга нисбатан ўзига хос хусусиятларидан бири шундаки, иқтисодий таҳлилда иқтисодий жараёнлар алоҳида-алоҳида ўрганилади ва ҳамма жиҳатлари ўрганилиб, сўнгра улар умумлаштирилади. Тизимли таҳлилда эса, ушбу жараёнлар бир вақтнинг ўзида комплекс ўрганилади. Шу туфайли тизимли таҳлилда математик усуллардан ва математик моделлардан кенг фойдаланилади.

М.Пардаев Теоретические вопросы предмета «Системный анализ»	M.Pardaev Theoretical issues of the subject "System Analysis"
Аннотация: в статье на основе анализа различных взглядов на теоретические вопросы системного анализа сформулировано авторское определение данного термина. В ней приведены история и место возникновения системного анализа, социально-экономические процессы, в которых применяется системный анализ. Ключевые слова: системный анализ, система, термин, социально-экономические процессы, сложные процессы, сложные системы, макроэкономика, мезоэкономика, микроэкономика.	Abstract: in the article based on the analysis of various views on the theoretical issues of system analysis, the author's definition of this term is formulated. It presents the history and place of origin of the system analysis, socio-economic processes in which the system analysis is applied. Keywords: system analysis, system, term, socio-economic processes, complex processes, complex systems, macroeconomics, mesoeconomics, microeconomics.

Х.К.Каршибаев – старший преподаватель СамИЭС,

З.Х.Хайдаров – ассистент СамИЭС,

С.И.Худойбердиев – ассистент СамИЭС,

Б.И.Ашуров – ассистент СамИЭС

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация: в данной статье рассмотрены математические методы анализа организаций массового обслуживания, оказывающие различные услуги населению для выявления эффективности деятельности и нахождения путей оптимизации. В качестве применения математического аппарата в обслуживании рассмотрен крупный супермаркет со столом заказов для которого и приведён анализ. Также показано на примере обслуживания рабочих инструментами из кладовой с неявными потерями, а именно необходимо ли содержать ещё одного кладового или текущее положение выгоднее, чем содержание нового кладового. Ключевые слова: теория массового обслуживания, математический аппарат, системы массового обслуживания, распределение вероятностей.

Теория массового обслуживания впервые применялась в телефонном обслуживании, а затем и в других областях хозяйственной деятельности.

Например, организация нормального процесса обслуживания покупателей связана с правильным определением следующих показателей: количества предприятий данного торгового профиля, численности продавцов в них (в том числе и «механических»), наличия соответствующих основных фондов, частоты завоза товаров, численности обслуживаемого населения, плотности обращаемости и потребности в

соответствующих товарах (по групповому и внутригрупповому ассортименту). Если предположить, что предприятие располагает необходимыми основными фондами, торгует товарами, имеющимися в достаточном количестве (при нормальной частоте завоза), то и тогда в процессе обслуживания остаются такие переменные величины, которые могут существенно повлиять на качество обслуживания. Надлежит, следовательно, выбрать такой оптимальный вариант организации торгового обслуживания населения, при котором время обслуживания будет минимальным, качество – высоким, не будет излишних народно-хозяйственных затрат. Математический аппарат теории массового обслуживания облегчает решение этой задачи. При этом различают две формы обслуживания: с неявными потерями и с явными потерями.

Систему массового обслуживания с неявными потерями (правило очередей) можно показать на примере обслуживания рабочих необходимым инструментом (из обособленных кладовых промышленного предприятия).

Допустим, что в инструментальной кладовой работают два кладовщика.

Требуется определить, в какой мере они своевременно обеспечивают заявки на обслуживание, поступающие от рабочих; в очереди за инструментом дороже, чем дополнительное содержание еще одного или двух кладовщиков?

Таблица 1

Расчет полного числа приходов рабочих в кладовую

Число приходов в единицу времени (за 15 мин)	Наблюдаемое число приходов, %	Наблюдаемая частота приходов, %	Полное число приходов рабочих (гр.1 x гр.2)	Число приходов в единицу времени (за 15 мин)	Наблюдаемая частота приходов, %	Наблюдаемая частота приходов, %	Полное число приходов рабочих (гр.1 x гр.2)
1	2	3	4	1	2	3	4
0	0	0	0	15	23	7,67	345
1	0	0	0	16	20	6,67	320
2	1	0,33	2	17	18	6,00	306
3	3	1,00	9	18	16	5,33	288
4	5	1,67	20	19	13	4,33	247
5	8	2,67	40	20	11	3,67	220
6	10	3,33	60	21	10	3,33	210
7	12	4,00	84	22	8	2,67	176
8	13	4,33	104	23	5	1,67	115
9	16	5,33	144	24	3	1,00	72
10	18	6,00	180	25	1	0,33	25
11	20	6,67	220	26	1	0,33	26
12	19	6,33	228				
13	21	7,00	273				
14	25	8,33	350				
					300	99,99	

Для решения данной задачи необходимы прежде всего хронометражные замеры о потоке требований на обслуживание единицу времени. Если хронометраж осуществлялся в течение дней каждый мин за смену (кроме начала и конца рабочего дня), то за этот отрезок времени было произведено

300 наблюдений (30 наблюдений, умноженное на 10). Время наблюдений (7) составит 4500мин (15 300). Причем таких промежутков, когда на склад никто не приходил или

приходил только один рабочий, не наблюдалось, приход двух рабочих отмечался один раз, трех - три раза и т.д.

Частота при 300 наблюдениях равна

$$0,33 \left(\frac{1}{300} \cdot 100 \right), \quad \text{трех} - 1 \left(\frac{3}{300} \cdot 100 \right) \quad \text{ит.д.}$$

Для определения среднего числа приходов в единицу времени (X) исчисляется полное число приходов (N) как сумма произведений числа приходов (количества пришедших в кладовую рабочих) на наблюдаемое число приходов.

Таким образом, среднее число требований на обслуживание, т.е. среднее число приходов в единицу времени (X), составит

$$\lambda = \frac{N}{T} = \frac{4064}{4500} = 0,903 \quad \text{чел. - мин.}$$

Чтобы определить распределение вероятностей для длительности обслуживания при предположении, что закон распределения экспоненциальный, вычислим среднюю продолжительность одного обслуживания ($T_{\text{обл}}$); она равна 1,6 мин. После этого можно установить интенсивность обслуживания (μ):

$$\mu = \frac{1}{T_{\text{обл}}}; \mu = \frac{1}{1,6} = 0,625 \quad \text{чел. - мин.}$$

В случае, когда $X < \mu$, увеличение очереди не возникает, так как удовлетворение требований происходит не ранее их поступления. В нашем п Точно определить величину очереди как случайную нельзя. Можно вычислить вероятность того, что в момент времени (t) очередь будет характеризоваться числом требований $P_n(t)$:

$$P_n(t) = \sigma^n (1 - \sigma); \quad P_0(t) = (1 - \sigma); \quad \sigma = \frac{\lambda}{\mu},$$

где $P_0(t)$ – вероятность отсутствия требований.

В тех случаях, когда $a > 1$, вероятность отсутствия очереди (σ_0) обычно берется из графиков (в нашем случае $a = 1,445$).

Для построения таких графиков воспользуемся таблицей значений P_0 для различных значений σ и n (n - количество кладовщиков в инструментальной кладовой).

По данным табл. 2, в нашем случае рассматривается многолинейная система, когда $n > 1$ (количество кладовщиков превышает единицу).

Таблица 2

Значения P_n

σ^n	2	3	4	5	6	7	8
1	0,333	0,363	0,367	0,367	0,367	0,367	0,368
2		0,111	0,130	0,134	0,135	0,135	0,135
3			0,037	0,046	0,049	0,049	0,050
4				0,013	0,016	0,017	0,018

Определим среднее время ожидания (T_c), которое складывается из среднего времени ожидания обслуживания в очереди ($T_{\text{ож}}$) и среднего времени обслуживания ($T_{\text{обл}}$):

Предположим, что у рабочего потери от простоев составляют 5, а содержание кладовщика – 4 ден. ед. в единицу времени. За период времени T в систему поступает λ заявок, т.е. 1,445 T заявок.

Потери вследствие простоя рабочих при различном числе кладовщиков, расходы на заработную плату кладовщиков, а также суммарные затраты и потери приведены в табл. 3.

Таблица 3

Количество кладовщиков	Потери от простоя рабочих	Затраты на содержание кладовщиков	Суммарные затраты и потери
2	$3,213 \cdot 1,445 \cdot 5T = 23,214 T$	8T	$31,214 T$
3	$1,799 \cdot 1,445 \cdot 5T = 12,998 T$	12T	$24,998 T$
4	$1,635 \cdot 1,445 \cdot 5T = 11,813 T$	16T	$27,813 T$

Из данных табл. 3 следует, что экономически выгоднее в инструментальной кладовой иметь трех кладовщиков, поскольку суммарные затраты и потери будут наименьшими ($\min 24,9987$).

Порядок исчисления показателя качества обслуживания с явными потерями покажем далее для условий простейшего потока требований.

Стол заказов при крупном супермаркете оборудован четырьмя телефонами. Среднее число вызовов в течение часа составляет 96, среднее время, затрачиваемое на прием одного заказа, – 2 мин. Требуется определить, как полно загружены приемщики заказов, какова вероятность отказа в обслуживании.

Степень загруженности приемщиков определяется по формуле

$$\mu_1 = \sum_{k=1}^n KP_k = \sum_{k=1}^n \frac{1}{(k-1)!} \left(\frac{\lambda}{\gamma}\right)^k P_0$$

По условиям если $n = 4$ (4 телефона, 4 приемщика заказов), $X = 96$ (число вызовов в течение часа); среднее время, затрачиваемое на прием одного заказа, составляет 2 мин, или $\frac{2}{60} = \frac{1}{30}$ единицу времени; значение параметра $\gamma = 1 : \frac{1}{30} = 30$,

следовательно, $\frac{\lambda}{\gamma} = \frac{96}{30} = 3,2$. Величины вероятностей P_0, P_1, P_2, P_3, P_4 приведены в

табл. 4. Значение членов второго столбца найдено по формуле

$$\frac{P_k}{P_0} = \frac{1}{k!} \left(\frac{\lambda}{\gamma}\right)^k = \frac{(3,2)^k}{k!}$$

Как известно,

$$\sum_{k=1}^n P_k = 1,$$

Отсюда

$$\frac{P_k}{P_0} = \sum_{k=0}^4 \frac{P_k}{P_0} = \frac{1}{P_0} \text{ при } P_0 = \frac{1}{19,151} \approx 0,0522$$

Умножая каждое из значений $\frac{P_k}{P_0}$ на $P_0 = 0,0522$, получим величину P_k .

Затем, умножая значения членов третьего столбца на значения первого столбца (на 0),

второго (на 1) и т. д. и суммируя их, получим математическое ожидание числа занятых приемщиков:

$$\mu_1 = \sum_{k=0}^4 KP_k = 2,4693 .$$

Таблица 4

Число приемщиков	$\frac{P_k}{P_0}$	P_k	KP_k
0	1,0	0,0522	0
1	3,2	0,1670	0,1670
2	5,12	0,2673	0,5346
3	5,462	0,2851	0,8553
4	4,369	0,2281	0,9124
	19,151	0,9997	2,4693

Следовательно, каждый приемщик заказов будет занят в среднем 0,62 рабочего дня ($\frac{2,4693}{4}$).

Ответим на второй вопрос: какова вероятность отказа в обслуживании?

Для этого найдем вероятность того, что все приемщики будут заняты в момент обращения очередного клиента:

$$P_n = \frac{\left(\frac{\lambda}{\gamma}\right) \frac{1}{n!}}{\sum_{m=0}^n \frac{1}{m} \left(\frac{\lambda}{\gamma}\right)^m} ;$$

Подставляя значения - $n = 4$, найдем значение $P_n : P_4 = 0,23$.

Полученный результат показывает, что из 100 заказчиков в среднем 77 будут обслужены, а 23 – нет. Следовательно, обслуживающую систему нельзя признать достаточной (23% отказов); экономия на численности обслуживающего аппарата отрицательно влияет на качество обслуживания населения.

Число приемщиков отдела заказов целесообразно увеличить до пяти, тогда математическое ожидание числа не обслуженных заявок составит лишь 0,13. Иными словами, из 100 заказчиков будет обслужено 87, а 13 получают отказы. Таким образом, увеличение числа приемщиков на одного повысит качество обслуживания с 77 до 87.

Список использованной литературы:

1. М.И. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет. Теория экономического анализа. Учебник. / Под ред. М.И. Баканова. - М.: “Финансы и статистика”, 2007.
2. В.И. Колемаев и др. Теория вероятностей и математическая статистика. Учеб. пособия. –М.: «Высшая школа» 1991.
3. Экономическая теория: Учебник /Под ред. В.Д. Камаева. - М.: Владос, 2011.
4. И.Е.Гмурман. Теория вероятностей и математическая статистика. Учеб. пособия. –М.: «Высшая школа» 2009.

Х.Қ.Қаршибоев, З.Х.Хайдаров, С.И.Худойбердиев, Б.И.Ашуров Оммавий хизмат кўрсатишнинг математик интерпретацияси Аннотация: ушбу мақолада фаолият самарадорлигини ва оптималлаштириш йўллари аниқлаш мақсадида аҳолига турли хил хизмат кўрсатувчи ташкилотлар таҳлилининг математик усуллари кўрсатилган. Математик аппаратнинг қўлланилиши сифатида буюртмалар столи мавжуд бўлган йирик супермаркет мисол тариқасида қаралган ва унга таҳлил келтирилган. Шунингдек ишчиларнинг анжомлар билан таъминлаш иши сезиларсиз, юқотишларсиз ишлашига мисол келтирилган, яъни ҳозирги ҳолати фойдалироқми ёки яна бир ишчининг сақланиши фойдалироқчилиги кўрсатилган. Калитли сўзлар: оммавий хизмат кўрсатиш назарияси, математик аппарат, оммавий хизмат кўрсатиш тизими, эҳтимоллар тақсимооти.	Kh.K.Karshiboev, Z.Kh.Khaydarov S.I.Khudoyberdiyev, B.I.Ashurov Mathematical interpretation of a queuing Abstract: In this article the mathematical methods of the analysis of the organizations of a queuing rendering various services to the population for identification of effectiveness of activity and finding of paths of optimization are considered. As application of a mathematical apparatus in an upkeep the large supermarket with an advance orders section for which is considered the analysis is provided. It is also shown on the example of an upkeep of workers by tools from the storeroom with implicit losses namely whether it is necessary to support one more stockman or the current situation is more favorable, than contents new stockman. Key words: theory of a queuing, mathematical apparatus, systems of a queuing, probability distribution.
--	---

А.Н.Холиқулов – СамИСИ, “Менежмент ва статистика” кафедраси мудири, и.ф.н.,
Г.Т.Шарипова – СамИСИ магистранти

ЕНГИЛ САНОАТ КОРХОНАЛАРИДА ИШЛАБ ЧИҚАРИШ САМАРАДОРЛИГИГА ТАЪСИР ҚИЛУВЧИ ОМИЛЛАРНИ АНИҚЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада енгил саноат корхоналарида ишлаб чиқариш самарадорлигига таъсир қилувчи омиллар ва уларни аниқлаш йўллари ёритиб берилган. Унда ҳозирги кунда енгил саноат корхоналари самарадорлигига таъсир қилувчи омиллар, «AFROSIYOV JEANS» МЧЖнинг самарадорлигини ошириш бўйича ички имкониятлари йўллари кўрсатиб берилган. Калит сўзлар: енгил саноат корхоналари, самарадорлик, натижа кўрсаткичлари, соф тушум, омилли таҳлил, ходимлар сони, меҳнат унумдорлиги.
--

Енгил саноат корхоналарининг ҳар бири хўжалик юритувчи субъект сифатида маълум самарадорлик билан ишлаши лозим. Бунинг учун самарадорликни ифодаловчи барча кўрсаткичларга таъсир этувчи омиллар тизимини ишлаб чиқиш ва уларнинг таъсирини аниқлаш лозим бўлади. Бунда самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлар билан бирга уларнинг натижавий кўрсаткичларини ҳам алоҳида ўрганишга тўғри келади. Чунки натижа кўрсаткичлари юқори бўлсагина самарадорлик ҳам юқори бўлади.

Ушбу назарий хулосага таянадиган бўлсак, натижавий кўрсаткичлардан бири маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум бўлиб ҳисобланади. Ушбу кўрсаткичнинг ўзгаришига таъсир қилувчи омиллар иқтисодий адабиётларда деярли чоп қилинмаган. Буларни инобатга олиб ушбу кўрсаткичларга таъсир этувчи

омиллар тизимини ишлаб чиқдик. Бизнинг фикримизча ушбу кўрсаткичнинг ўзгаришига қуйидаги омиллар таъсир қилади:

- корхонадаги умумий ходимларнинг сони;
- корхона ходимларининг бир йилда ишлаган ўртача иш кунлари;
- ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатлари;
- битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлиги.

Уларнинг натижа кўрсаткичи билан боғлиқлигини қуйидаги формула билан ҳисоблашни тавсия қиламиз:

$$Y_T = X_c * K_n * I_c * M_y ; (1)$$

Бунда: Y_T – маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум;

M_y – корхонадаги умумий ходимларнинг сони;

K_n – корхона ходимларининг бир йилда ишлаган ўртача иш кунлари;

I_c – ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатлари;

M_y – битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлиги.

Таҳлилнинг асосий вазифаси мазкур омилларнинг натижага таъсирини аниқлашдан иборат. Бунинг учун, энг аввало, уларнинг фарқини аниқлаш лозим. Ушбу фарқни аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$\Delta Y_T = (X_c^x * K_n^x * I_c^x * M_y^x) - (X_c^p * K_n^p * I_c^p * M_y^p); (2)$$

Натижа кўрсаткичининг, яъни маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажмининг ўзгаришига биринчи омилнинг, яъни корхонадаги умумий ходимларнинг сонининг таъсирини аниқлаш учун, натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади $(X_c^x * K_n^p * I_c^p * M_y^p)$ ва ушбу миқдордан натижанинг режадаги миқдори $(X_c^p * K_n^p * I_c^p * M_y^p)$ айрилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta Y_{T_{X_c}} = (X_c^x * K_n^p * I_c^p * M_y^p) - (X_c^p * K_n^p * I_c^p * M_y^p); (3)$$

Маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушумнинг ўзгаришига иккинчи омилнинг, яъни корхона ходимларининг бир йилда ишлаган ўртача иш кунлари кўрсаткичи таъсирини аниқлаш учун, натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади $(X_c^x * K_n^x * I_c^p * M_y^p)$ ва ушбу миқдордан натижанинг биринчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори $(X_c^p * K_n^p * I_c^p * M_y^p)$ айрилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta Y_{T_{K_n}} = (X_c^x * K_n^x * I_c^p * M_y^p) - (X_c^p * K_n^p * I_c^p * M_y^p); (4)$$

Натижа кўрсаткичининг, яъни маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажмининг ўзгаришига учинчи омилнинг, яъни ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатларининг таъсирини аниқлаш учун, натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади $(X_c^x * K_n^x * I_c^x * M_y^p)$ ва ушбу миқдордан натижанинг иккинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори $(X_c^p * K_n^p * I_c^p * M_y^p)$ айрилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta Y_{T_{I_c}} = (X_c^x * K_n^x * I_c^x * M_y^p) - (X_c^p * K_n^p * I_c^p * M_y^p); (5)$$

Натижа кўрсаткичининг, яъни маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушумнинг ўзгаришига тўртинчи омилнинг, яъни битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлигининг таъсирини аниқлаш учун, натижани ҳақиқий миқдоридан $(X_c^x * K_n^x * I_c^x * M_y^x)$ ва ушбу миқдордан натижанинг учинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори $(X_c^x * K_n^x * I_c^p * M_y^p)$ айрилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$K_n^x * I_c^x * M_y^p$) айрилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$DU_{TM_y} = (X_c^x * K_n^x * I_c^x * M_y^x) - (X_c^x * K_n^x * I_c^x * M_y^p); \quad (6)$$

Барча омиллар таъсири натижанинг умумий фарқига тенг бўлиши лозим. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$DU_T = DU_{TX_c} \pm DU_{TK_n} \pm DU_{TI_c} \pm U_{TM_y}; \quad (7)$$

Ушбу формулага амалий маълумотларни қўллаб ечиладиган бўлса натижа ўзгаришига омиллар таъсирини аниқлаш билан бирга уни яхшилашнинг ички имкониятлари ҳам ахтариб топилади.

Ушбу назарий усулнинг бевосита амалиётда қўлланилишини кўриб чиқиш учун қуйидаги «AFROSIYOB JEANS» МЧЖнинг маълумотларини келтирамиз (1-жадвал).

1-жадвал

«AFROSIYOB JEANS» МЧЖнинг 2016 ва 2017 йилдаги натижавий кўрсаткичлари¹

№	Кўрсаткичлар	2016 йил	2017 йил	Фарқи (+,-)
1	Маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум, Ут. (минг сўм)	8764414.67	30549478.31	+21785063,64
2	Корхонадаги умумий ходимларнинг сони, Хс	950	970	+20
3	Корхона ходимларининг бир йилда ишлаган ўртача иш кунлари, Ки	300	290	-10
4	Ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатлари, Ис	7,5	7,8	+0,3
5	Битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлиги, Му (минг сўм) $(1к / (2к*3к*4к))$	4,1	13,9	9,8

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, ҳисобот даврида Енгил саноат корхонасидаги умумий ходимлар сони ўтган йилга нисбатан 20 кишига ортган, шу билан бирга Ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатлари 0,3 соатга, битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлиги 9,8 минг сўмга кўпайган. Аммо, ҳисобот даврида ўртача иш куни 10 кунга камайган. Оқибатда маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум суммаси 21785063,64 минг сўмга ошган. Бироқ, ушбу жадвал маълумотлари енгил саноат корхонаси маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушумнинг ўзгаришига қайси омиллар қай даражада таъсир қилганлигини тасвирлай олмайди. Шу туфайли омилли таҳлил учун қуйидаги жадвалдан фойдаланишни тавсия қиламиз (2-жадвал).

Юқоридаги биз тавсия қилган усулдан, яъни занжирли алмаштириш усулидан ҳар бир омилнинг натижа ўзгаришига таъсирини амалий маълумотларни қўллаган ҳолда аниқлаш йўллари кўриб чиқамиз.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, ҳисобот йилида маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум 21785063,64 (30549478.31 - 8764414.67) минг сўмга ошган. Бу ўзгариш қуйидаги омиллар таъсирида рўй берган.

¹«AFROSIYOB JEANS» корхонасининг 2016-2017 йиллардаги ҳисоботларида келтирилган маълумотлари асосида муаллифнинг ҳисоб-китоби.

2- жадвал

**«AFROSIYOB JEANS» МЧЖга туристлардан келадиган
умумий тушумга алоҳида омиллар таъсирини ҳисоблаш**

Кўрсаткичлар	Ўтган йили	Ҳисобот йили	Занжирли алмаштириш			
			М _ж	Ў _б	Т _{1м}	Ў _{ик}
Корхонадаги умумий ходимлар сони, Хс	950	970	970	970	970	970
Корхона ходимларининг йиллик ишлаган ўртача иш кунлари, Ки	300	290	300	290	290	290
Ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатлари, Ис	7,5	7,8	7,5	7,5	7,8	7,8
Битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлиги, Му(минг сўм) (1к / (2к*3к*4к))	4,10031	13,92321	4,10031	4,10031	4,10031	13,92321
Маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум, Ут. (минг сўм)	8764414,67	30549478,31	8948926,57	8650629,02	8996654,18	30549478,31

1. Корхонадаги умумий ходимларнинг сонининг таъсирини маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушумга таъсирини топиш учун қуйидаги ҳисоб китобни амалга оширамиз:

$$Д У_{ТХс} = (970 * 300 * 7,5 * 4,10031) - (950 * 300 * 7,5 * 4,10031) = \\ = 8948926,575 - 8764414,67 = 184511,905$$

Корхонадаги умумий ходимларнинг сонининг 20 кишига кўпайганлиги маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум ҳажмини 184511,905 минг сўмга кўпайтирган.

2. Корхона ходимларининг бир йилда ишлаган ўртача иш кунлари кўрсаткичининг натижа кўрсаткичига таъсирини қуйидагича ҳисоблаймиз:

$$Д У_{ТКи} = (970 * 290 * 7,5 * 4,10031) - (970 * 300 * 7,5 * 4,10031) = \\ = 8650629,023 - 8948926,575 = - 298297,553$$

Корхона ходимларининг бир йилда ишлаган ўртача иш кунлари кўрсаткичининг 10 кунга камайганлиги маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум ҳажмини 298297,553 минг сўмга (8650629,023 – 8948926,575) камайтирган.

3. Ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатлари маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум ҳажмига таъсирини қуйидаги ҳисоб-китоблар билан топамиз:

$$Д У_{ТИс} = (970 * 290 * 7,8 * 13,92321) - (970 * 290 * 7,5 * 4,10031) = \\ = 8996654,183 - 8650629,023 = 346025,160$$

Кўриниб турибдики, Ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатлари 0.3 соатга ошганлиги натижа кўрсаткичининг 346025,160 минг сўмга (8996654,183 – 8650629,023) кўпайишига сабаб бўлган.

4. Ҳисобот даврида битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлиги кўрсаткичи натижа ўзгаришига таъсири қандай бўлганлигини қуйидагича ҳисоблаб топамиз:

$$\begin{aligned} \text{ДУ}_{\text{тм}} &= (970 * 290 * 7,8 * 4,10031) - (970 * 290 * 7,8 * 4,10031) = \\ &= 30549478.31 - 8996654,183 = 21552824,127 \end{aligned}$$

Бундан аёнки, ҳисобот даврида битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлигининг 9.8229 кунга кўпайиши сабабли маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум ҳажми **21552824,127** минг сўмга (**30549478.31 - 8996654,183**) кўпайган.

Юқоридаги ҳисоб китоблардан кўриниб турибдики, маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум ўтган йилдагига нисбатан **21785063,64** минг сўмга (**30549478.31 - 8764414.67**) кўпайган. Бу ўз навбатида тўртта омил таъсири остида рўй берган:

$$\text{ДУ}_{\text{т}} = 184511,905 - 298297,553 + 346025,160 + 21552824,127 = 21785063,64$$

Бу ҳисоб китоблардан кўриниб турибдики, корхонадаги умумий ходимларнинг сони, ходимларнинг ўртача бир кунда ишлаган иш соатлари, битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум, яъни ходимнинг бир соатлик меҳнат унумдорлиги натижа кўрсаткичига ижобий таъсир қилган ва аксинча корхона ходимларининг бир йилда ишлаган ўртача иш кунлари омили таъсири эвазига эса маҳсулотларни сотишдан соф тушум ҳажми, яъни умумий тушум 298297,553 минг сўмга камайган.

Умумий хулоса қилиб айтадиган бўлсак, «AFROSIYOB JEANS» МЧЖ ишлаб чиқариш самарадорлиги ижобий томонга ўзгараётганлигини кўришимиз мумкин. Лекин омилли таҳлил ўтказиш натижасида шу нарса аён бўлдики, корхона ходимларининг бир йилда ишлаган ўртача иш кунлари омили таъсири умумий тушум камайишига сабаб бўлганлигини кўришимиз мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. Тошкент, 2017 йил -592 бет.
2. Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Молиявий ва бошқарув таҳлили. Ўқув қўлланма – Тошкент, Чулпон номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2012 йил 47-71 бетлар.
3. Падаев М.Қ., Исроилов Ж.И., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил. Ўқув қўлланма – Тошкент, “Print Line Group” ХК босмахонаси, 2017 йил – 67-73 бетлар.

А.Холикулов, Г.Шарипова Факторы влияющие на эффективность производства и пути их определения на предприятиях легкой промышленности Аннотация: в статье описаны факторы влияющие на эффективность производства на предприятиях легкой промышленности и пути их определения. В ней приведены факторы влияющие на эффективность производства и внутренние возможности увеличения эффективности ООО «AFROSIYOB JEANS». Ключевые слова: предприятия легкой промышленности, эффективность, итоговые показатели, чистая выручка, факторный анализ, число сотрудников, трудовая производительность.	A.Kholikulov, G.Sharipova Factors affecting on productive efficiency in light industrial enterprises and ways of their identification Abstract: the article describes factors affecting on productive efficiency in light industrial enterprises and ways of their identification. It contains information about factors affecting on productive efficiency in light industrial enterprises and internal opportunities of its increasing in «AFROSIYOB JEANS» LLC. Keywords: light industrial enterprises, efficiency, indicators of total results, net income, factor analysis, number of employees, labor efficiency.
---	--

КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ

Л.А. Мусабоева – преподаватель кафедры «Профессиональное образование» СамИЭС

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

Аннотация: в статье рассмотрено становление и дальнейшее развитие туристской системы непрерывного обучения. Требуют необходимости объединения усилий и координации, а в отдельных случаях – непосредственной кооперации существующих организаций, учебных центров, высших учебных заведений, институтов повышения квалификации как главных учебно-методических центров, сети курсов по подготовке и переподготовке организаторов и функционеров.

Ключевые слова: специализированная профессиональная подготовка, образовательные уровни, принципы многоуровневого и непрерывного образования.

Современная динамика роста туристической отрасли подтверждает необходимость модернизации системы подготовки кадров для нее с учетом существующих реалий и перспектив. Созданию ряда учебных заведений для подготовки квалифицированных специалистов в данной сфере способствовали Указ Президента страны «О подготовке квалифицированных кадров для сферы туризма в Узбекистане» от 30 июня 1999 года и Постановление Кабинета Министров «О мерах по дальнейшей поддержке и развитию сферы туризма в Республике Узбекистан» от 10 октября 2012 года, а также Указ Президента от 2 декабря 2016 года "О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан".

На сегодняшний день в стране действуют 5 высших учебных заведений, выпускающих специалистов в данной сфере: Самаркандский институт экономики и сервиса, Ташкентский государственный экономический университет, Бухарский и Ургенчский государственные университеты, а также Сингапурский институт развития менеджмента в Ташкенте. Ежегодно более 500 студентов, окончивших вузы по данной специальности, получают дипломы бакалавров, а свыше 40 – магистров. Кроме того, более 3,5 тысячи кадров выпускают 12 специализированных профессиональных колледжей.

Курсовая подготовка, переподготовка и повышение квалификации специалистов для системы Госкомтуризма осуществляется Республиканским центром по повышению квалификации и переподготовки кадров в сфере туризма (РЦПКПКТ) при Государственном Комитете Республики Узбекистан по развитию туризма.

Основные критерии эффективной организации профессиональной подготовки менеджеров сферы туризма представлены в таблице 1.

Подготовка специалистов для туризма в разных странах ведется по-разному и отражает влияние конкретных исторических, политических, социально-экономических и других факторов. В реалиях развития туризма в Узбекистане целесообразно применить кадровую схему, включающую две системы подготовки:

- специализированная профессиональная подготовка для предприятий, непосредственно принимающих участие в производстве туристского продукта;
- подготовка специалистов массовых профессий для смежных отраслей национальной экономики.

При этом каждая из этих систем имеет образовательные уровни.

1. Высший (институционально-управленческий) уровень. Он предполагает подготовку менеджеров, которые определяют направления и задачи работы, стратегию,

Таблица 1.

Критерии эффективной организации подготовки менеджеров туризма

Критерии эффективной организации профессиональной подготовки менеджеров сферы туризма	Основные показатели
Привлекательность содержания обучения с учетом специализации	Успеваемость, частота выбора курсовых работ в области природной рекреации, посещаемость, проявление интереса к дополнительной литературе
Эффективность действия методов и форм обучения на формирование профессионально значимых качеств личности	Мотивация в выборе специализации, проявление поведенческих аспектов в экстремальной среде, самостоятельное руководство походами, качество знаний
Адаптация в реальной профессиональной деятельности	Самостоятельное развитие туристского бизнеса в природной рекреации, карьера, исполнительная деятельность в туристских организациях

тактику отрасли, отдельного предприятия (менеджер туризма, менеджер гостиницы, менеджер маркетинговой деятельности в туризме и др.). Специализированная подготовка персонала такого уровня проводится в ведущих учебных заведениях (университетах, школах туризма, учреждениях повышения квалификации) по программам магистра и бакалавра.

2. Средний уровень (управленческо-технологический). Управленческо-технологическая деятельность характерна для персонала, который обеспечивает технологическую последовательность обслуживания, согласовывает взаимодействие с другими технологическими звеньями (турагент, менеджер по резервированию мест, метрдотель ресторана). Этот уровень обеспечивают высшие и средние специальные учебные заведения, колледжи, которые готовят специалистов по менеджменту определенных технологических процессов бакалаврского уровня.

3. Начальный или низший уровень (технологическо - исполнительный). Он представлен персоналом, который выполняет конкретные задания и обеспечивает удовлетворение отдельных потребностей туриста либо реализацию отдельного вида обслуживания. Этот уровень обеспечивают учебные заведения (центры, школы, курсы, колледжи) широкого профиля и специализации, которые готовят работников массовых профессий: официантов, поваров, инструкторов и т.д.

Приведенная схема позволяет проводить многовариантную подготовку специалистов туристской отрасли в условиях динамичных изменений на рынке туристских услуг. Также она подчеркивает отличительную черту современной образовательной ситуации, признаком которой является переход от государственного формирования содержания образования к объединению усилий заинтересованных сторон в решении многофакторных проблем образования, предоставляющему педагогам, студентам, работодателям возможность выбора содержания, форм и методов организации учебного процесса и типа образовательного учреждения. В этих условиях содержание профессионального туристского образования обеспечивается его корпоративностью, когда уже на стадии обучения закладываются будущие корпоративные связи (технологические стандарты гостиничных и туристских цепей; франшизные отношения; нормы лицензирования и сертификации и пр.).

Для решения этой задачи необходимы совместные усилия всех заинтересованных сторон:

- государственных органов управления;
- вузов, занимающихся подготовкой кадров для туристской индустрии;
- предприятий, работающих в туризме;
- специалистов по психологии и педагогике;
- сотрудников научно-исследовательских институтов, изучающих профессиональное становление личности.

Кадровый резерв должен поддерживать темпы развития туризма в нашей стране. Поэтому в целях форсированного развития качества подготовки кадров в туристской отрасли нашей республики необходимо внедрить в процесс подготовки кадров принципы непрерывного образования. Непрерывное образование в сфере подготовки туристских кадров включает в себя несколько образовательных уровней (табл. 2).

Таблица 2.

Процесс непрерывного образования

Образовательный уровень	Характеристика
Первый уровень	Реализуется уже в средней школе на базе 9 - 11 классов, где ученики параллельно с общеобразовательными дисциплинами овладевают основами специальности социальной анимации, спортивно-оздоровительного и экскурсионного туризма, которые преподаются как комплекс дисциплин начального туристского образования. Выпускники получают первичные специальные знания по туризму.
Второй уровень	Приобретение профессиональных квалификаций осуществляется в колледжах, в которые все чаще поступают выпускники школ с целью продолжения своего профессионального образования и овладения профессией по социальному туристскому профилю. Фактически это есть система среднего специального образования с получением степени и квалификации бакалавра по туризму.
Третий уровень	Высшее образование различных образовательно-квалификационных уровней, в системе которого все более широкий размах приобретает сертификационное и интерактивное обучение, которое расширяет профессиональную мобильность специалиста. По программам высшей школы реализуются уровни профессионального образования, а также уровень туристской квалификации - бакалавр со средним специальным образованием.
Четвертый уровень	Последипломное обучение является четвертым уровнем профессионального образования, где большое значения приобретает система дополнительного образования, повышение квалификации, приобретение второй специальности, отечественная и зарубежная стажировки и работа по найму, в частности, за границей.

Принципы многоуровневого и непрерывного образования конкретизируют программы стационарного и последиplomного обучения: школа - лицей - колледж - ВУЗ - переподготовка, повышение квалификации, приобретение второй специальности, отечественная и зарубежная стажировки и работа по найму, в частности, за границей.

Становление и дальнейшее развитие туристской системы непрерывного обучения закономерно требуют объединения усилий и координации, а в отдельных случаях - непосредственной кооперации существующих организаций, учебных центров,

высших учебных заведений, институтов повышения квалификации как главных учебно-методических центров, сети курсов по подготовке и переподготовке организаторов и функционеров, школ, семинаров, учебных групп.

В ходе развития происходит отраслевая интеграция всех видов туристской деятельности между собой, а также с другими видами экономической деятельности (межотраслевая интеграция). Эти взаимодополняющие процессы находят отражение в содержании профессионального туристского образования, поскольку приводят к изменению характера и содержания труда, профессионально-квалификационной структуры туризма.

Интеграция как ведущая тенденция требует перехода от узкопрофильных профессиональных учебных заведений к многопрофильным, в идеале - к образовательным комплексам, гарантирующим целостность и последовательность профессионального образования в условиях его вариативности. С одной стороны, это превращение образования в сложную специализированную систему, имеющую свои собственные закономерности функционирования и развития; а также универсализация образования, вызванная потребностями личности в постоянном обновлении знаний в условиях возрастающего динамизма общественной жизни.

Быстрые темпы развития мировой экономики и требования повышения эффективности учебно-методической базы туристского образования выдвигают также проблему обеспечения опережающих темпов и углубления содержания квалификационной структуры кадрового потенциала. Это требует от системы подготовки и повышения квалификации кадров реализации таких функций:

- определение несоответствия между фактической квалификацией кадров и квалификационными требованиями эффективного и качественного осуществления деятельности на каждом рабочем месте, стимулирование каждого исполнителя к поиску путей устранения этого несоответствия; - отбора кадров для повышения квалификации в тех формах обучения, которые обеспечивают профессиональную пригодность и перспективность; - обеспечение экономической заинтересованности организаций в своевременной подготовке и переподготовке кадров;

- создание необходимых организационных условий для эффективной согласованности действий всех сторон, которые принимают участие в процессе повышения квалификации.

На современном этапе развития туризма в Узбекистане существует потребность в разработке модели универсального специалиста в сфере туризма.

Несомненным поводом введения инновационного подхода в решение данной проблемы послужит тот факт, что во всем мире в подготовке кадров для туристской индустрии приоритетное внимание уделяется дисциплинам, связанным с психологией общения, психологией влияния, менеджментом и экономикой туристских организаций, а также методикам разрешения конфликтов.

В ситуации, когда туризм все более принимает рыночные формы функционирования, на рынке труда требуются профессионалы, владеющие специфическими технологиями и программными продуктами, знающие основы продвижения туристских услуг, коммуникативно-психологические особенности общения с клиентами и т. д. Анализ опыта современных педагогов-новаторов показывает, что наиболее эффективным направлением повышения качества любого образовательно-воспитательного процесса является создание таких психолого-педагогических условий, в которых обучающийся сможет занять активную личностную позицию и полной мерой раскрыться не только как объект воспитания, но и как субъект, способный к творческому самоусовершенствованию.

По нашему мнению, необходимо именно на современном этапе развития туризма, когда он развивается уверенными темпами уделить особое внимание

подготовке высококвалифицированных кадров. Внедрение в учебный процесс инновационных форм обучения содействует тому, что для решения учебных задач студенты сами начинают использовать наряду с традиционными нетрадиционные формы обучения. Тем самым они становятся не объектами, а субъектами коммуникативного общения с преподавателем. Результаты учебной деятельности находятся в прямой зависимости от соотношения уровней теоретической и практической подготовки.

Список использованной литературы

1. Указ Президента РУз. от 30. 06. 1999 г. УП №2332 “О подготовке квалифицированных кадров для сферы туризма в Узбекистане”. Народное слово, 1 июля 1999 года.
2. Указ Президента от 2 декабря 2016 года УП - № 2666 "О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан". Народное слово, 7 декабря 2016 г.
3. Указ Президента Республики Узбекистана от 7 февраля 2017 года “Об утверждении Национальной программы «Стратегия Действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан 2017-2021 годы». Народное слово, 8 февраля 2017 года.
4. Постановление Кабмина РУз. от 05.06. 2017 г. №315 «О мерах по дальнейшему укреплению материально-технической базы Госкомитета РУз. по развитию туризма.» Народное слово, 06.06. 2017 г.
5. Постановление Президента РУз. от 06.02. 2018 года ПП № 3510 «О мерах совершенствованию деятельности Государственного комитета Республики Узбекистана по развитию туризма» Народное слово, 7 февраля 2018 года.
6. Ишмухаммедов Р. Таълимда инновация. – Тошкент: «Фан», 2010.
7. Хрипко В.В. Горизонты интенсификации и инновационности обучения в вузе // Альма Матер. – 2011 № 9.

Электронные ресурсы

1. <http://dissers.ru/avt oreferati-dissertatsii-ekonomika/1/83.php>.
2. <http://www.coolreferat.com>

Л.Мусабаева Мамлакат иқтисодиёти ривожланишининг ҳозирги босқичида туризм соҳасида кадрларни тайёрлаш тизимини такомиллаштириш Аннотация: мақолада мамлакатнинг ҳозирги инновацион ривожланиш босқичида туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш ва уларнинг малакасини узлуксиз ошириб бориш мақсадида ташкилотлар ва ўқув муассасалари фаолияти кооперацияси асосида такомиллаштириб бориш зарурлиги ёритилган. Калит сўзлар: махсус профессионал тайёргарлик, таълим даражалари, кўп даражали ва узлуксиз ўқитиш принциплари.	L.Musabayeva Perfection of the personnel training system in the sphere of tourism at the present stage of economic development Abstract:the article outlines the need to improve the country’s current stage of innovation development through collaboration with organizations and academy for the tourism industry’s personnel training and professional development. Keywords: special professional training, education levels, principles of multidisciplinary and continuous education.
---	--

Л.Н Холиқова – СамИСИ доценти,
З.Ф Муртазаева – СамИСИ талабаси

ТАЪЛИМ ЖАРАЁНИДА ИННОВАЦИОН ПЕДАГОГИК ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация: мақолада инновацион педагогик технологиялардан таълим жараёнида фойдаланишнинг аҳамияти, ноанъанавий таълимнинг афзаллик ва камчиликлари кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: анъанавий таълим, таълим жараёни, инновацион технологиялар, интерфаол услублар, ноанъанавий таълим, ўқув-тарбиявий жараён.

Педагог кадрлар тайёрлаш сифатини ошириш масаласи республикаимиз ва жаҳон миқёсида тадқиқотчиларнинг диққат марказида бўлиб келмоқда. Мазкур муаммо таълим мазмунини модернизациялаш, таълим жараёнини ташкил қилиш технологиялари ва усуллари оптималлаштириш билан чамбарчас боғланган. Уларнинг тўлақонли ҳал этилишига эса педагогик тадқиқотларни амалга оширишда янада мослашувчан ва тараққийпарвар ёндашувларни кенг жорий этиш орқалигина эришиш мумкин. Ўз навбатида педагогика фани бошқа фанлар каби янги-янги фактлар, юқори натижаларга эришиш имконини берувчи технологиялар асосида ривожланиб боради. Бу борада Президентимиз Ш.М.Мирзиёевнинг қуйидаги фикрларини келтириб ўтишни ўринли деб биламиз: “Барчамизга аёнки, Ўзбекистон бой қазилма ва табиий ресурсларга, қудратли иқтисодий ва инсоний салоҳиятга эга. Бироқ бизнинг энг катта бойлигимиз – бу халқимизнинг улкан интеллектуал ва маънавий салоҳиятидир. Бу салоҳиятни яратиш ва янада кўпайтиришда ҳурматли зиёлиларимиз – илм-фан ва техника намоёндалари, биринчи навбатда кадрли ва ҳурматли академикларимиз, маданият, адабиёт ва санъат, спорт соҳаларининг вакиллари бутун вужудини бериб, фидокорона меҳнат қилаётганларини биз яхши биламиз ва юксак қадрлаймиз. Ана шу заҳматкаш инсонларнинг илмий ва ижодий изланишларини ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш, улар учун зарур шарт-шароитлар яратишни биз ўзимизнинг бирламчи вазифамиз сифатида кўришимиз даркор. Ёшларимизнинг мустақил фикрлайдиган, юксак интеллектуал ва маънавий салоҳиятга эга бўлиб, дунё миқёсида ўз тенгдошларига ҳеч қайси соҳада бўш келмайдиган инсонлар бўлиб камол топиши, бахтли бўлиши учун давлатимиз ва жамиятимизнинг бор куч ва имкониятларини сафарбар этамиз”¹.

Мамлакатимизда ижтимоий-иқтисодий, сиёсий, маданий соҳаларда бўлаётган тезкор ўзгаришлар таълим тизимини ҳам тубдан ислоҳ қилишни тақозо этмоқда, чунки мукамал таълим тизими орқали республикаимизнинг келажак интеллектуал имкониятларини ва уни гуллаб яшнаши ҳамда ривожланишини белгилаб берувчи ёшларни ҳар томонлама ижодкор, мустақил фаолият юритадиган қилиб тарбиялашда асосий омил бўлиб хизмат қилади. Шунинг учун таълимда энг муҳим стратегик йўналиш таълим муассасаларининг инновацион фаолияти ҳисобланади. Бу эса барча таълим муассасаларида, айниқса ижодкор, юқори салоҳиятли мутахассис кадрларни тайёрловчи олий таълим масканларида инновацион технология кўринишида фаолият олиб бориш долзарб масалалардан бири бўлиб келган. Хусусан, ҳозирги кунда таълим жараёнида инновацион технологиялар, педагогик ва ахборот технологияларини ўқув жараёнида қўллашга бўлган қизиқиш, эътибор кучайган.

¹ Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон демократик давлатини биргаликда барпо этамиз. Т.: «Ўзбекистон», 2016 йил.

Таълимнинг самарадорлигини ошириш ўз ўрнида ёшларнинг таълим марказида бўлишини ва уларнинг мустақил билим олишларини таъминлашга хизмат қилади. Бу йўлда таълим муассасаларига яхши тайёргарлик кўрган ва ўз соҳасидаги билимларни мустаҳкам эгаллаган кадрлар талаб этилиши билан бир қаторда уларнинг замонавий педагогик технологияларни ва интерфаол усулларни биладиган, улардан ўқув ва тарбиявий машғулотларни ташкил этишда фойдалана оладиган мутахассислар зарур. Бунинг учун барча фан ўқитувчиларини янги педагогик технологиялар ва интерфаол усуллар билан қуроллантириш ва олган билимларини ўқув-тарбиявий машғулотларда қўллаш малакаларини узлуксиз ошириб бориш кенг йўлга қўйилмоқда.

Замонавий технологиялар қўлланилган машғулотлар ўқувчилар эгаллаётган билимларни ўзлари қидириб топишларига, мустақил ўрганиб, таҳлил қилишларига, хатто хулосаларни ҳам ўзлари келтириб чиқаришларига қаратилган. Ўқитувчи бу жараёнда шахс ва жамоанинг ривожланиши, шаклланиши, билим олиши ва тарбияланишига шароит яратади, шу билан бир қаторда, бошқарувчилик, йўналтирувчилик вазифасини бажаради.¹

Ҳозирги даврда содир бўлаётган инновацион жараёнларда таълим тизими олдидаги муаммоларни ҳал этиш учун янги ахборотни ўзлаштириш ва ўзлаштирилган билимларни ўзлари томонидан баҳолашга қодир, зарур қарорлар қабул қилувчи, мустақил ва эркин фикрлайдиган шахслар керак.

Шунинг учун ҳам, таълим муассасаларининг ўқув-тарбиявий жараёнида замонавий ўқитиш услублари – интерфаол услублар, инновацион технологияларнинг ўрни ва аҳамияти бекиёсдир. Педагогик технология ва уларнинг таълимда қўлланилишига оид билимлар, тажриба ўқувчиларни билимли ва етук малакага эга бўлишларини таъминлайди.

Педагогик технология масалалари, муаммоларини ўрганаётган ўқитувчилар, илмий тадқиқотчилар, амалиётчиларнинг фикрича, педагогик технология бу фақат ахборот технологияси билан боғлиқ, ҳамда ўқитиш жараёнида қўлланилиши зарур бўлган компьютер, масофали ўқитиш, ёки турли техникалардан фойдаланиш деб белгиланади. Педагогик технологиянинг энг асосий негизи бу ўқитувчи ва ўқувчининг белгиланган мақсадидан кафолатланган натижага ҳамкорликда эришишлари танланган технологияларга боғлиқ деб ҳисоблаймиз, яъни ўқитиш жараёнида, мақсад бўйича кафолатланган натижага эришишда қўлланиладиган ҳар бир технология ўқитувчи ва ўқувчи ўртасида ҳамкорлик фаолиятини ташкил эта олса, ҳар иккаласи ижобий натижага эриша олса, ўқув жараёнида ўқувчилар мустақил фикрлай олсалар, ижодий ишлай олсалар, излансалар, таҳлил эта олсалар, ўзлари хулоса қила олсалар, ўқитувчи эса уларнинг бундай фаолиятлари учун имконият ва шароит ярата олса, бизнинг фикримизча, ана шу ўқитиш жараёнининг асоси ҳисобланади.

Педагогик технология таълим мақсадларига эришиш ва шахсни ривожланишига қаратилган педагогик фаолиятни муттасил равишда ривожлантириш тизими лойиҳасидир.

Анъанавий таълим технологиясида қуйидагича афзаллик томонларини кўрсатиш мумкин: Маълум кўникмаларга эга бўлган ва аниқ маълум тушунчаларни, фанни ўрганишга фойдалилиги, ўқитувчи томонидан ўқитиш жараёнини ва ўқитиш муҳитини юқори даражада назорат қилиши, вақтдан унумли фойдаланиши ва аниқ илмий билимларга таяниши.

Камчиликларига тўхталадиган бўлсак: ўқувчилар пассив иштирокчи бўлиб қоладилар, ўқитувчининг тўла назорати барча ўқувчилар учун мотивацияни вужудга келтирмайди, ўқувчилар ўқитувчи билан бевосита мулоқотга кириша олмайди, еслаб қолиш даражаси ҳамма ўқувчиларда бир хил бўлмаганлиги сабабли, гуруҳ бўйича

¹Эшмухамедов Р., Абдуқодиров А. «Таълимда инновацион технологиялар». Т., 2008 йил.

ўзлаштириш даражаси паст бўлиб қолиши мумкин, мустақил ўрганиш ва ечимлар қабул қилиш учун шароитлар яратилмайди.

Ноанъанавий таълим технологиясининг афзаллик томонларига тўхталиб ўтадиган бўлсак: ўқитиш мазмунини яхши ўзлаштиришга олиб келиши, ўз вақтида алоқаларнинг таъминланиши, тушунчаларни амалиётда қўллаш учун шароитлар яратилиши, ўқитиш усуллариининг турли хил кўринишларини таклиф этилиши, мотивациянинг юқори даражада бўлиши, ўтилган материалнинг яхши еслаб қолиниши, мулоқотга киришиш кўникмасининг такомиллашиши, ўз – ўзини баҳолашнинг ўсиши, ўқувчиларнинг предметнинг мазмунига, ўқитиш жараёнига бўлган ижобий муносабати, мустақил фикрлай оладиган ўқувчининг шаклланишига ёрдам бериш, нафақат мазмунини ўзлаштиришга, балки танқидий ва мантикий фикрлашни ривожлантиришга ёрдам бериши, муаммоларни ечиш кўникмаларининг шаклланиши.

Камчилик томонлари эса: Кўп вақт талаб этилиши, ўқувчиларни ҳар доим ҳам тўлиқ назорат қилиш имкониятининг пастлиги, жуда мураккаб мазмундаги материал ўрганилаётганда ҳам ўқитувчи ролининг паст бўлиши, кучсиз ўқувчилар бўлганлиги сабабли кучли ўқувчиларнинг паст баҳо олиши, ўқитувчиларнинг ўзи ҳам яхши ривожланган фикрлаш қобилиятига ва муаммолар ечиш кўникмаларига эга бўлишининг талаб этилиши ва ҳ.к.

Хулоса қилиб шуни таъкидлаш лозимки, ноанъанавий таълим технологияси қуйидагиларга имкон яратади: ўз нуқтаи назари ва фикр – мулоҳазаларини аниқ, ишончли тарзда баён қилишга ўргатади, мустақил фикрлаш қобилиятини ривожлантиради, ахборот ва унинг манбаларини тадқиқ қилиш ва баҳолашга ўргатади, юзага келган вазиятларнинг сабаб-оқибатли муносабатларини топиш, таҳлил қилиш, алоқаларини аниқлашга ўргатади, муаммоларни қўйиш ва уларнинг ечимини топиш қобилиятларини ривожлантиради, шахслараро мулоқот ва мунозаралар юритиш малакаларини ривожлантиради, ўқитувчи ва ўқувчиларни ижодий изланишга ундайди.

Илғор педагогик технология таълим жараёнида бир бутунликдаги ёндашиш, юқори натижаларга эришиш борасидаги илмий-амалий асосланган лойиҳаларни таҳлилдан ўтказиб, уларни қўллаш мақсадида ташвиқот ишларини мунтазам олиб боришини таъминлайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати :

1. Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон демократик давлатини биргаликда барпо этамиз. Т.: «Ўзбекистон», 2016 йил.
2. Эшмухамедов Р., Абдуқодиров А. «Таълимда инновацион технологиялар». Т., 2008 йил.
3. Йўлдошев Ж. “Замонавий педагогик технологияларни амалиётга жорий қилиш”- Т., 2008 й, 130 б.
4. Зиёмухаммедов.Б. “Педагогик технология” Т.: “Турон-Иқбол” 2006 й, 88 б.

Л.Халикова, З.Муртазаева Актуальность применения инновационных педагогических технологий в процессе образования Аннотация: в статье рассмотрена важность применения новых инновационных педагогических технологий в образовании, рассмотрены преимущества нетрадиционного образования. Ключевые слова: традиционное обучение, процесс обучения, инновационные технологии, интерактивные методы, нетрадиционное обучение, учебно-составной процесс.	L.Khalikova, Z. Murtazaeva Importance of innovative pedagogical technologies in contemporary education Abstract: importance of use of innovative pedagogical technologies during educational teachings, advantages and disadvantages of unusual education have been reviewed in an article. Keywords: traditional, educational process, innovative technologies, interactive styles, untraditional education, learning process.
--	---

Д.А.Уринов – Фарғона давлат университети, “Иқтисодиёт назарияси” кафедраси ўқитувчиси

ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИДА ИННОВАЦИЯЛАР ТРАНСФЕРИ ЖАРАЁНИНИ АКС ЭТТИРУВЧИ КЎРСАТКИЧЛАР ТИЗИМИ

Аннотация: республикамиз корхоналарининг рақобатбардошлигини ошириш ва иқтисодиётни янги технология ва ишланмалар негизда ривожлантириш ҳамда илмий тадқиқот натижаларини амалиётга жорий этишда инновациялар трансфери жараёни катта аҳамиятга эга. Мақолада олий таълим муассасаларида инновациялар трансфери жараёнини рационал ташкил этишда қўлланилиши лозим бўлган кўрсаткичлар тизими ҳақида фикрлар билдирилган.

Калит сўзлар: инновациялар трансфери, инновациялар трансфери жараёнини бошқариш, инновациялар трансфери жараёнининг кўрсаткичлари, патентларга ариза, патент, лицензия шартномалари, роялти, старт-ап корхоналар.

Мамлакатимиз иқтисодиётининг барқарор ўсишни таъминлаш мақсадида ички ва жаҳон бозорларида рақобатбардош бўлган юқори қўшилган қийматга эга маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича замонавий, юксак технологияли ишлаб чиқаришларни барпо этиш, ишлаб чиқариш ва ресурс салоҳиятидан комплекс ва самарали фойдаланишни таъминлаш, ушбу жараёнларга мамлакатимиз олий таълим муассасалари (ОТМ) ва илмий текшириш институтлари илмий ходимлари ва иқтидорли ёшларни жалб этиш, олиб борилаётган илмий-тадқиқот натижаларини ишлаб чиқаришга жорий этиш, фан, таълим ва ишлаб чиқариш интеграциясини янада ривожлантириш устувор вазифалардан бири сифатида белгиланган. Барқарор иқтисодий ўсишнинг инновацион усулига ўтишни таъминлашда ОТМлари энг муҳим тузилма сифатида баҳоланиб, амалга оширилаётган илмий-тадқиқот ютуқларининг ижтимоий-иқтисодий таъсирини янада ошириш мақсадида уларни ишлаб чиқаришга жорий этиш ҳамда трансфери билан боғлиқ бўлган фаолиятини янада такомиллаштиришга зарурат туғилмоқда. Ушбу соҳада амалга оширилаётган ислохотларнинг самарадорлигини аниқлашда трансфер жараёнини миқдор ва сифат жиҳатдан баҳолаш имкониятини берувчи турли кўрсаткичлардан фойдаланилмоқда. Фойдаланилаётган кўрсаткичлар илмий-тадқиқот учун ажратилган маблағлар самарадорлигини аниқлаш, илмий-тадқиқотлар ва уларнинг натижалари трансферини амалга ошириш билан боғлиқ бўлган тадбирларни ишлаб чиқиш, ушбу соҳада устувор йўналишларни белгилаш учун хизмат қилмоқда. Шу билан бирга, инновациялар трансфери соҳасида мамлакатда фаолият юритувчи муассасаларнинг ўзаро ва халқаро миқёсда солиштирма таҳлилини амалга ошириш имкониятини яратмоқда. ОТМларининг инновациялар трансфери соҳасидаги кўрсаткичлари солиштирма таҳлили инновациялар трансфери соҳасидаги энг яхши тажрибаларни аниқлаш, уларни бошқа ОТМларда қўллаш ва янада ривожлантириш бўйича турли таклифларни ишлаб чиқиш учун хизмат қилади.

Бугунги кунда турли мамлакатларда инновациялар трансфери билан боғлиқ турли кўрсаткичлардан фойдаланилади. ОТМларининг инновациялар трансферининг умумий кўрсаткичларига бағишланган илмий ишлар[1-5] таҳлил қилинганда, патент олиш учун аризалар, олинган патентлар, лицензия шартномалари, лицензия шартномаларидан олинган маблағлар, спин-офф корхоналари ва улар фаолияти билан боғлиқ кўрсаткичлар (пул маблағлари айланмаси, ишчилар сони ва ҳ.к.), инновациялар трансфери офислари кўрсаткичлари, ишлаб чиқариш корхоналари томонидан илмий-тадқиқот ишлари учун олий ўқув юртларига йўналтирилган маблағлар кабилардан кенг фойдаланилаётганлиги ва улар атрофлича ўрганилганлигини кўриш мумкин. Бу кўрсаткичлар турли мамлакатларда ОТМлари, шунингдек, турли ташкилотлар томонидан ОТМларда инновациялар трансфери жараёни тўғрисида ахборотлар йиғиш, уларни таҳлил этиш ва ушбу жараённи такомиллаштириш, фаолият иштирокчиларини

ҳар томонлама рағбатлантириш билан боғлиқ бўлган таклифларни ишлаб чиқишда фойдаланилади. Турли ОТМлар ўзларининг инновациялар трансфери билан боғлиқ жараёнларини акс эттирадиган ҳисоботларида турли кўрсаткичлардан фойдаланишади ва буни улар ўзлари ишлаб чиққан усулда амалга оширишади. Бундан кўринадики, жаҳон миқёсида инновациялар трансфери жараёнини акс эттириш учун муайян кўрсаткичлар тизими ва уларни ҳисоблашнинг аниқ усуллари қатъий белгиланмаган.

Мазкур соҳадаги изланишларнинг заиф жиҳати инновациялар кўрсаткичларининг аниқ ва тўла бўлмаслиги ва уларни талқин қилиш ва баҳолашдаги низо ва тортишувлар мавжудлигидир. Шу туфайли ушбу муаммони бартараф этиш мақсадида биз илмий изланишлар олиб бордик. Шунингдек, мамлакатимизда инновациялар трансфери жараёнининг ташкил этилиши тўғрисидаги ахборотга эга бўлиш, таҳлил этиш ва уни ушбу жараёни такомиллаштириш билан боғлиқ ҳулоса ва таклифларни ишлаб чиқиш мақсадида трансфер кўрсаткичларини ҳисоблашга ҳаракат қилдик. Шу билан бирга, ҳукумат томонидан ОТМларига илмий-тадқиқот натижаларини амалиётга жорий этиш бўйича яратилган имкониятларни назарда тутиб, мавжуд кўрсаткичларга қўшимча тарзда янгилари ҳам ҳисобланилди.

ОТМлари инновациялар трансфери функциясининг энг асосий мақсади ушбу ташкилотларда яратилган ихтироларни лицензиялаш ва тижоратлаштириш-дир. Бу борада ОТМларининг мажбурияти тижорийлаштириш имконияти юқори бўлган интеллектуал мулк объектларининг (ИМО) тижорийлашувини таъминлов-чи шарт-шароитни яратиш ҳисобланади. Инновациялар трансфери соҳасидаги энг асосий кўрсаткичларидан бири ИМОларига патент учун аризалар сони ва олинган патентлар сони ҳисобланади. ИМОларига патент учун аризалар ёки олинган патентлар сони бу ҳали уларнинг трансфери амалга ошди, дегани эмас. Олимлар томонидан яратилган ИМОларини ҳуқуқий жиҳатдан ҳимоя қилиш зарур, лекин катта миқдордаги лицензияланмаган патентларга эга бўлиш бу ҳали инновациялар трансфери жараёни самарали ташкил этилганидан далолат бермайди. Шундай бўлсада, ушбу кўрсаткич олимларининг илмий-тадқиқот соҳасидаги фаолияти ижобий эканлигини, уларнинг ихтирочилик фаолияти қўллаб-қувватланаётганлиги ва ихтирочилик муҳити шаклланганлигини кўрсатади. Шу билан бирга, юқори потенциалга эга бўлган ИМОларининг ҳуқуқий жиҳатдан ҳимоя қилиниши уларнинг трансфери учун дастлабки муҳим қадам ҳисобланади.

ИМОлари учун патентларга ариза бериш ва улар учун патент олиш, одатда, маълум бир харажатларни талаб қилади. Лекин, ОТМлар бу пайтда келгусида ушбу патент бўйича ҳуқуқни лицензиялашдан олинadиган даромадлар патент олиш билан боғлиқ харажатларни қоплай олиши тўғрисида аниқ бир маълумотга эга бўлмайди. ОТМларнинг интеллектуал мулкни ҳимоя қилиш билан боғлиқ хатарни ўз зиммаларига олиши уларнинг ушбу инновацияларни трансфер қилишга тайёр эканлигини билдиради.

2008 йилдан бошлаб мамлакатимизда ўтказилаётган “Инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳалар Республика ярмаркаси” фан билан ишлаб чиқариш ўртасида янада узвийликни таъминлаш, илмий-тадқиқот муассасалари ҳамда реал иқтисодиёт тармоқлари корхоналари ўртасида кооперацион алоқаларни ўрнатишда муҳим ўрин тутмоқда. Ярмаркада ОТМлар томонидан таклиф этилган инновациялар уларнинг ишлаб чиқаришга бевосита трансферини амалга оширмасда, илмий-тадқиқот натижаларига олинган патентлар каби уларнинг трансферини амалга ошириш учун имконият яратади. Шу сабабли, мамлакатимизда бу кўрсаткични ҳам таълим даргоҳларида инновациялар трансфери жараёнини акс эттирувчи муҳим кўрсаткичлардан бири сифатида қабул қилиш мумкин.

ОТМларнинг ўтказилаётган ярмаркаларда фаол иштирок этмаслиги ушбу таълим муассасаларда илмий-тадқиқот ишлари етарли даражада ташкил этилмаганлиги,

Ишлаб чиқариш корхоналарининг нисбатан тор, яхши шакллантирилган савол ва муаммоларига жавоб олиш мақсадида ОТМлари ходимлари хизматидан ёки ОТМлар ихтиёрида бўлган илмий-тадқиқот лабораториялари асбоб-ускуналаридан текширув, синов ва баҳолаш ишларини ўтказиш учун фойдаланишлари инновациялар трансфери жараёнининг техник жиҳатдан ёрдам йўналиши таркибига киради. Шу сабабли, ОТМларининг ишлаб чиқариш корхоналарида ташкил этган кафедралари, илмий-тадқиқот

лабораториялари ҳамда ишлаб чиқариш корхоналарининг ОТМларда ташкил этган лабораториялари сонини ҳам трансфер кўрсаткичлари сифатида қабул қилиш мумкин.

Инновациялар трансферининг кўрсаткичларидан яна бири бу ишлаб чиқариш корхоналари ва ОТМлари ҳамкорлигида чоп этилган илмий мақолалар сонидир. Ушбу кўрсаткич трансфер жараёнини тўла акс эттирмаслиги мумкин. Лекин, ундан ОТМлари ва ишлаб чиқариш корхоналари ўртасида илмий-тадқиқот йўналишидаги ҳамкорликни кўрсатувчи индикатор сифатида фойдаланилади.

Хулоса қилиб айтганда, ОТМлари инновациялар трансфери жараёнини тавсифлаш учун фойдаланиладиган кўрсаткичлар ушбу жараённи тўлалигича қамраб олиш ва баҳолаш имкониятини бермайди. Улар трансфер жараёнининг фақатгина айрим жиҳатларини ўзида акс эттира олади, холос. Шу билан бирга, миқдор кўрсаткичлари ушбу жараённинг сифат кўрсаткичларини тўғридан-тўғри ифодаламайди. У ёки бу кўрсаткичнинг аниқланган миқдори жорий вақтдаги ҳолатни акс эттириб, келгусидаги натижаларни баҳолай олмаслиги мумкин. Инновациялар трансфери жараёнини акс эттирувчи кўрсаткичларни ҳисоблаш ва таҳлил қилишдан асосий мақсад ОТМларда инновациялар трансферини янада такомиллаштириш билан боғлиқ бошқарув қарорларини қабул қилишдан иборат бўлиши лозим. Агар ушбу кўрсаткичлар қарорлар қабул қилиш билан боғланмас экан, бу кўрсаткичлар фақатгина маълумот бўлиб қолади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2008 йил 15 июлдаги ПФ-916-сонли “Инновацион лойиҳалар ва технологияларни ишлаб чиқаришга татбиқ этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори (манба: www.uzscience.uz/images/norm.acts/PP-916.doc).
2. Перегудов Л.В., Саидов М.Х. Олий таълим менежменти ва иқтисодиёти. Т.: “Молия”, 2002.
3. Magnus Gulbrandsen and Einar Rasmussen. Indicators for the commercialization of research: what do they tell us? The case of Norway. [Электрон манба] http://www.prime-noe.org/spip.php?action=acceder_document&arg=458&cle=bea0508e08a39326d0c14ca00d3d7aa6b5ed5aeb&file=pdf%2Fgulbrandsen.pdf (мурожаат вақти-10.12.2014)
4. Darrell M. West. Improving University Technology Transfer and Commercialization. [Электрон манба] http://www.insidepolitics.org/brookingsreports/University_Tech_Transfer.pdf (мурожаат вақти-10.12.2014)
5. Подходы к оценке эффективности трансфера технологий. Информационно-аналитические материалы. Нижний новгород. 2011. [Электрон манба] <http://www.int.unn.ru/files/2013/08/09.pdf> (мурожаат вақти- 10.12.2014).

Д.Уринов Система показателей, отражающая процесс трансфера инноваций в высших учебных заведениях	D.Urinov The system of indicators, reflecting the process of innovations transfer in higher educational institutions
Аннотация: трансфер инноваций имеет большое значение для повышения конкурентоспособности предприятий республики и развития экономики на основе новых технологий и разработок, а также внедрения результатов научных исследований. В статье отражены идеи о системе показателей, необходимой для организации рационального процесса трансфера инноваций в высших учебных заведениях. Ключевые слова: трансфер инноваций, управление процессом трансфера инноваций, показатели процесса трансфера инноваций, заявление на патент, патент, лицензионные договоры, роялти, стартап компании.	Abstract: the transfer of innovations has a great importance for increasing the competitiveness of the Republic's enterprises and development of the economy on the basis of new technologies and developments, as well as the introduction of research results. The article reflects the idea of a system of indicators necessary for organizing a rational process of innovations transfer in higher educational institutions. Keywords: innovations transfer, innovations transfer process management, indicators of the innovations transfer process, application for a patent, patent, licensing agreements, royalties, start-up companies.

ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР

ҲАЁТНИНГ 10 ОЛТИН ҚОИДАСИ

1. Қўнғироқ қилишга ваъда бердингизми, албатта, бажаринг!
 2. Кечикяпсизми? Бу ҳақида огоҳлантиришни унутманг.
 3. Ўзгаларнинг орзусини кулгу қилиш ярамайди!
 4. Сизга хоинлик қилган одамлар даврасига асло қайтманг!
 5. Доимо ота-онангиз дуосини олишга ошиқинг.
 6. Ширинсўз бўлинг! Ишонинг, бу атрофдагилардан кўра, сизга кўпроқ фойда олиб келади.
 7. Ўз хатоларингизни тан олишни ўрганинг.
 8. Шикоят қилиш одатини тарк этинг.
 9. Ҳаттоки энг жиддий келишмовчилик юзага келганда ҳам қаршингиздаги инсоннинг нозик томонига зарба берманг.
 10. Фақат рост гапиринг! Агар рост гапиришнинг иложи бўлмаса, ёлғон гапирманг!
- mehrob.uz матбуот хизмати.**

Ота-онага яхшилик қилиш фарзанд учун саодатдир

1. Ота-онасига яхшилик қилиш туфайли фарзанднинг бошига тушган кулфатлари аритилади.
2. Ота-онага яхшилик қилиш фарзанднинг гуноҳи кабираларига каффорот бўлади.
3. Ота-онага яхшилик қилиш фарзанднинг ризқи кенг ва умри узун бўлишига сабаб бўлади.
4. Ота-онанинг дуосини олиш фарзанднинг дунё ва охирати обод бўлишига сабаб бўлади.
5. Ота-онага яхшилик қилиш фарзанднинг қилган амаллари қабул бўлишига ва гуноҳлари кечирилиб жаннатга киришига сабаб бўлади.

ОТА-ОНАГА ЯХШИЛИК ҚИЛИШ

асосан қуйидаги ишларни адо этиш билан бўлади:

1. Ота-онага холис ният билан яхшилик қилиш; Яъни улар дунёга келишларига сабаб бўлганлари учунгина эмас, балки Аллоҳ таоло буюргани учун яхшилик қилиш.
2. Ота-онани яхши кўриб улуғлаш;
3. Аллоҳга маъсият бўлмайдиган ўринларда уларга итоат этиш;
4. Ота-онага тавозеъли бўлиш;
5. Ота-она хурсанд бўладиган ишларни қилиш;
6. Ота-онадан олдин овқатланмаслик;
7. Ота-онанинг ҳузурига киришда ҳам, чиқишда ҳам салом бериш;
8. Ота-онанинг олдида овозини баландлатмаслик;
9. Ота-она учун молини сарфлаш;
10. Ота-она яхши кўрадиган кишиларга ҳам яхшилик қилиш;
11. Сафарга ота-онанинг дуоларини олиб чиқиш;
12. Ота-она шариатга мувофиқ қасам ичган бўлсалар уни адо этиш учун ҳаракат қилиш;
13. Ота-онанинг жаҳллари чиқадиган ишларни қилмаслик;
14. Ота-онани исмлири билан чақирмаслик;
15. Ота-онани камситадиган ишлардан сақланиш;
16. Ота-она вафот этганларидан сўнг ҳам уларнинг ҳақларини сақлаш.

Манба: <https://telegram.me/joinchat/Amxt4j-ZGmfdTyqsyl79Cw>

М.Қ.Пардаев тайёрлади.

АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ

Э.Ф.Годаев – Ўзбекистон Республикаси Солиқ академияси ректори, и.ф.н., доцент
Б.И.Исроилов – Солиқ академияси кафедра мудири, и.ф.д., профессор

КОРРУПЦИЯ ВА УНГА ҚАРШИ КУРАШ ЧОРАЛАРИГА БАҒИШЛАНГАН АТАМАЛАР ЛУҒАТИ (2-мақола)

КОРРУПЦИЯ— шахсининг ўз мансаб ёки хизмат мавқеидан шахсий манфаатларини ёхуд ўзга шахсларнинг манфаатларини кўзлаб моддий ёки номоддий наф олиш мақсадида қонунга хилоф равишда фойдаланиши, худди шунингдек бундай нафни қонунга хилоф равишда тақдим этиш;

КОРРУПЦИЯГА ОИД ҲУҚУҚБУЗАРЛИК — коррупция аломатларига эга бўлган, содир этилганлиги учун қонун ҳужжатларида жавобгарлик назарда тутилган қилмиш;

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШИШ ТАМОЙИЛЛАРИ – коррупцияга қарши курашишни ташкил этиш ва амалга оширишда юридик ва жисмоний шахслар манфаатларини бузмаслик бўйича қонун ҳужжатларида белгиланган ҳамда мажбурий тартибда амал қилинадиган қоидалар. Ўзбекистон Республикасида коррупцияга қарши курашишнинг асосий тамойиллари сифатида фуқаролар ҳуқуқлари, эркинликлари ва қонуний манфаатларининг устуворлиги, очиқлик ва шаффофлик, тизимлилик, давлат ва фуқаролик жамиятининг ҳамкорлиги, коррупциянинг олдини олишга доир чора-тадбирлар устуворлиги, жавобгарликнинг муқаррарлиги белгилаб қўйилган.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШИШ БЎЙИЧА ИДОРАЛАРАРО КОМИССИЯ – коррупцияга қарши курашиш соҳасидаги давлат дастурлари, жамиятда коррупцияга нисбатан муросасиз муносабатни шакллантиришга доир чора-тадбирларни ишлаб чиқиш, коррупцияга оид ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш, уларни аниқлаш, уларга чек қўйиш, уларнинг оқибатларини, шунингдек уларга имкон берувчи сабаблар ва шарт-шароитларни бартараф этишга доир чора-тадбирлар самарадорлиги оширилишини таъминлаш, коррупция ҳолати ва тенденциялари тўғрисидаги ахборотни йиғиш ҳамда таҳлил қилиш, коррупцияга қарши курашиш бўйича чора-тадбирларни амалга оширилиши юзасидан мониторингни олиб бориш, ушбу соҳадаги мавжуд ташкилий-амалий ва ҳуқуқий механизмларнинг самарадорлигини баҳолаш ҳамда соҳага оид қонун ҳужжатларини такомиллаштириш юзасидан таклифлар тайёрлаш ва коррупцияга қарши курашиш бўйича фаолиятни амалга оширувчи, унда иштирок этувчи органлар ҳамда ташкилотларнинг фаолиятини мувофиқлаштириш мақсадида қонун ҳужжатларига мувофиқ давлат томонидан ташкил этиладиган комиссия.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ТАРҒИБОТ – оғзаки нутқ, тарқатма материаллар ва оммавий ахборот воситаларидан фойдаланиш орқали аҳолининг онгига, кайфиятига ва ҳуқ-атворига 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 ҚАРШИДАВЛАТ СИЁСАТИ – коррупцияни келтириб чиқарадиган ва бартараф этадиган сабаб ва шароитларни бартараф этиш (камайтириш, бартараф этиш) мақсадида давлат томонидан доимий равишда қабул қилинадиган (амалга ошириладиган) давлат ва жамиятнинг бир марталик ҳамда кўп марталик турли чора-тадбирларини ишлаб чиқиш ва доимий амалга ошириш фаолиятидир. Коррупцияга қарши курашиш соҳасидаги давлат сиёсатининг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат:

аҳолининг ҳуқуқий онги ва ҳуқуқий маданиятини юксалтириш, жамиятда коррупцияга нисбатан муросасиз муносабатни шакллантириш;

давлат ва жамият ҳаётининг барча соҳаларида коррупциянинг олдини олишга доир чора-тадбирларни амалга ошириш;

коррупцияга оид ҳуқуқбузарликларни ўз вақтида аниқлаш, уларга чек қўйиш, уларнинг оқибатларини, уларга имкон берувчи сабаблар ва шарт-шароитларни бартараф этиш, коррупцияга оид ҳуқуқбузарликларни содир этганлик учун жавобгарликнинг муқаррарлиги принципини таъминлаш.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИПСИХОЛОГИЯ – коррупцияга қарши фаолият субъектларининг ҳуқуқий онгининг структуравий қатлами бўлиб, у ўзида ҳиссиётлар, кайфиятлар, ҳаёжонлар, ироқа, сезги ва тасаввурларининг руҳий мажмуасидир. Бу давлатнинг коррупцияга қарши курашиш бўйича сиёсатининг чуқур манбаларини белгилайди.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИДАСТУР – турли даражадаги ҳокимиятларда коррупцияни олдини олишга қаратилган маълум даврда амалга ошириладиган ҳуқуқий, иқтисодий, ташкилий, бошқарув, таълим, тарбиявий ва бошқа чораларни мувофиқлаштиришни таъминлайдиган вазифалар, улар ижрочилари, ижро муддатларини белгиланадиган ҳуқуқий ҳужжатдир. Коррупцияга қарши дастурлар халқаро, миллий ёки идоралар шаклларида бўлиши мумкин.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ПРОФИЛАКТИКА – коррупцияни келтириб чиқарадиган сабаблар ва шарт-шароитларни бартараф этиш (олдини олиш) учун давлат органлари ва жамоат ташкилотларининг коррупциянинг ижтимоий, иқтисодий ва ҳуқуқий оқибатларини аҳолига тушунтириш тўғрисидаги фаолияти.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ИСЛОҲОТ – давлат томонидан амалга ошириладиган коррупция содир бўлган, бўладиган, шароитларни олдини олиш, ўзгартириш ва бартараф этишга қаратилган, уни тарқалишга ёрдам берадиган омиллар таъсирини чекловчи қонун ҳужжатлари билан мустаҳкамланган чора тадбирлар мажмуидир.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ТЕЛЕФОН ЛИНЕЯСИ – коррупцияга оид маълумотларни қабул қилиш, таҳлил қилиш ва ваколатли органларга жўнатиш бўйича ташкил этилган махсус алоқа тизими. Ушбу тартиб Чехия давлатида қўлланилади. Чехия Молия вазирлигининг таркибида коррупция тўғрисидаги маълумотларни қабул қилиш, ишлов бериш ва ваколатли органларга жўнатиш билан шуғулланадиган махсус ахборот-таҳлилий бўлинмаси мавжуд.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ФУНКЦИЯ – бу жамиятнинг барча аъзолари учун энг қулай ва фойдали технологияларга кўра ташкил этилган давлат аппаратининг ишини оптималлаштириш ҳисобига оммавийлашган коррупциянинг келиб чиқиш сабабларини ва ҳолатини бартараф этиш бўйича амалга ошириладиган мураккаб иш. Коррупцияга қарши кураш функцияси таркибига коррупцияга қарши сиёсат, коррупцияга қарши қонунчилик, коррупцияга қарши кураш бўйича давлат органлари, коррупцияга қарши кураш ишларини расмий ва норасмий тартибда кўриб чиқиш масалалари киради.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ҲУҚУҚИЙ ҲУЖЖАТЛАРНИ ЖАМОАТЧИЛИК ЭКСПЕРТИЗИЯСИ – нодавлат жамоат ташкилотлари (муассасалари) мутахассислари томонидан ўз ташаббуси билан ёки бошқа шахсларнинг ташаббуси билан қонун ҳужжатлари ва уларнинг лойиҳаларини амалга ошириш; бундай омилларни бартараф этиш (олдини олиш) ёки фаолиятини чеклаш бўйича тавсияларни бегараз тарзда коррупцияга боғлиқ омилларни аниқлаш, таснифлаш ва тасвирлаш бўйича таклифлар ишлаб чиқиш.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ТАРБИЯ – бу шахснинг коррупцияга қарши курашиш ва коррупцияга қарши кураш тадбирларини тайёрлаш қобилиятларини шакллантириш ва ривожлантириш мақсадига қаратилган маънавий фаолият.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ҚОНУНЧИЛИК – бу коррупция хатти-ҳаракатларига қарши курашиш ёки давлат ва жамиятда ушбу ҳолатларни олдини олишга (бартараф этиш) қаратилган қонунчилик ҳужжатлари тизими.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ДУНЁҚАРАШ – бу коррупцияга қарши нуқтаи-назар, ғоялар, тамойиллар, кадриятлар йўналишларининг барқарор тизими, шунингдек, одамларнинг коррупцияга қарши муносиб ҳаракати.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ТАЪЛИМ – малакали таълим муассасалари томонидан коррупция ҳолатлари ва коррупция фаолиятига қарши курашишга йўналтирилган тарбиялаш ва ўқитиш оид тадбирларнинг мақсадли жараёнидир.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ХУЛҚ-АТВОР – бу коррупцияга боғлиқ омиллар ва коррупциянинг шаклланишига тўсқинлик қилувчи одамлар (амалдорлар, фуқаролар ва юридик шахслар) муносабати, хатти-ҳаракати.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ҲУҚУҚИЙ ОНГ – бу коррупция ҳатти-ҳаракати ва унга қарши чоралар тўғрисида мафкуравий ҳамда психологик жиҳатдан аниқ, тан олинган, ҳуқуқий ва умум эътироф этилган ғоялар, қарашлар, фикрлар, эътиқодлар, ҳис-туйғулар ҳамда кайфиятларнинг шаклланиши.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ҲУҚУҚ ИЖОДКОРЛИГИ – бу меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда коррупцияга қарши курашиш сиёсатининг асосий ғоялари ва тамойилларини акс эттириш ва мустаҳкамлашга қаратилган коррупцияга қарши сиёсатни амалга оширишнинг ўзига хос шакли.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШИШ ДАРАЖАСИ ПРОГНОЗИ – коррупция, коррупцияга қарши сиёсат ва унинг натижаларини муайян вақт давомида ривожланиш тенденциялари ва қонуниятларининг (сифат ва миқдорий кўрсаткичлар) эҳтимолдаги (келажакдаги) ўзгаришлар даражасининг режаси.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ АХБОРОТЛАРНИ ТАРҚАТИШ – бу давлат ва жамиятнинг коррупцияни бартараф этиш (олдини олиш) бўйича олиб борилаётган фаолияти ҳақида ишончли ва холис билимларни оммага етказишдир.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ТАШВИҚОТ МАТЕРИАЛЛАРИ – коррупцияни олдини ҳамда унга қарши курашиш бўйича тарғибот-ташвиқотнинг белгилари бўлган оммавий тарзда фойдаланиш ва тарқатишга мўлжалланган босма, аудио, видео ва бошқаматериаллар.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ ҲУҚУҚИЙ МЕЪЁРЛАР – коррупцияга қарши кураш, коррупцияга қарши сиёсат ва жамиятда коррупцияга қарши курашиш тўғрисидаги муносабатларни шакллантиришни таъминлашга қаратилган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШУВЧИ ДАВЛАТ ОРГАНИ – қонун ҳужжатларига асосан фаолияти коррупцияга қарши курашиш ва уни олдини олишга қаратилган давлатнинг махсус ваколатли органи. Ўзбекистон Республикасининг “Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида”ги Қонунига кўра коррупцияга қарши курашиш бўйича фаолиятни бевосита амалга оширувчи давлат органлари:

Ўзбекистон Республикаси Бош прокуратураси;

Ўзбекистон Республикаси Миллий хавфсизлик хизмати;

Ўзбекистон Республикаси Ички ишлар вазирлиги;

Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги;

Ўзбекистон Республикаси Бош прокуратураси ҳузуридаги Солиқ, валютага оид жиноятларга ва жиноий даромадларни легаллаштиришга қарши курашиш департаменти ҳисобланади. Коррупцияга қарши курашиш бўйича фаолиятни қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа давлат органлари ҳам амалга оширади.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ МОНИТОРИНГ – коррупцияга қарши кураш, коррупция омиллари, шунингдек, коррупцияга қарши сиёсатни амалга ошириш бўйича умумий ва махсус чоралар кўриш, таҳлил қилиш, баҳолаш ва прогнозлаш ишлари. Коррупцияга қарши курашни мониторинг қилиш махсус ваколатли коррупцияга қарши орган ёки бошқа ихтисослаштирилган муассасалар ёки ташкилотлар томонидан амалга оширилади.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШИШ ПРОГНОЗИ – маълум бир келажак вақтдан кейин коррупция ҳолати, сабаблари ва унга қарши курашиш сиёсатнинг ўзгариш эҳтимоли, шу

жумладан кутилаётган ўзгаришларнинг сифат ва миқдор жиҳатдан баҳоланиши ва уларнинг тахминий муддатини кўрсатиш эҳтимолий ҳолати режаси.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ СУД – коррупцияга оид жиноятлар бўйича жиноий ишлар билан шуғулланадиган махсус суд. Филиппин давлатида коррупция жиноятларини кўрадиган махсус суд мавжуд.

КОРРУПЦИЯ АНТРОПОЛОГИЯСИ – коррупция муносабатлари иштирокчилари бўлган жисмоний шахслар тўғрисидаги маълумотларни илмий-психологик жиҳатдан ўрганиш.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШИШ – жамият ва давлатнинг доимий равишда коррупцияни олдини олиш ва тугатишга қаратилган мақсадли, кўп босқичли тизимли фаолияти.

КОРРУПЦИЯ ТЕРГОВИ БЮРОСИ – 1952 йилда ташкил этилган ва Сингапурда коррупцияга қарши курашиш учун махсус ихтисослаштирилган ҳуқуқни муҳофаза қилувчи орган.

КОРРУПЦИЯ ЖИНОЯТЛАРИ ТУРИ – коррупция жиноятлар мажмуини турли асослар (мезонлар) бўйича гуруҳларга ажратиш жараёнини акс эттирувчи тушунчадир. Коррупция жиноятлари сиёсий, иқтисодий, экологик, маъмурий, халқаро, партия, сайлов, трансмиллий, мансабдорлик ички идоравий, корпоратив каби турларига бўлинади.

КОРРУПЦИЯ ҚУРБОНИ – жисмоний ёки юридик шахснинг мослашувчанлиги ёки мойиллиги сабабли муайян хусусиятлар (сифатлар, хулқ-атвор ва камчиликлар) таъсири туфайли коррупция жиноятининг бевосита ёки билвосита жабрланувчиси ёки иштирокчиси бўлиши.

КОРРУПЦИЯ ҚУРБОНИ ХАВФСИЗЛИГИ – коррупция қурбони бўлган жисмоний ёки юридик шахсни яна коррупция қурбонига айланишни олди олинишини таъминлаш.

КОРРУПЦИЯНИНГ ГЕОГРАФИЯСИ – жамиятдаги коррупция тарқалиши ҳудуди ва муаммоларини ўрганиш назарияси.

КОРРУПЦИЯ ГЕРОНТОЛОГИЯСИ – 60 ва ундан катта ёшли шахслар томонидан ёшга боғлиқ мезонларга кўра содир этилган, илмий билиш объекти сифатида эътироф этиладиган коррупция тури.

КОРРУПЦИЯЖИНОЯТИ ДЕТЕРМИНАНТЛАРИ – коррупцияда жиноятчилигини келтириб чиқарадиган, унинг мавжудлигини, такрорланишини ва жамиятда тақсимланишини аниқловчи ўзига хос омиллар (шартлар).

КОРРУПЦИЯНИ ДИТЕРМИНАЦИЯЛАШ – фактлар пайдо бўлишини изоҳлайдиган омилларни аниқлашнинг умумий илмий усули бўлиб, детерминациялаш принциплари асосида коррупциянинг келиб чиқиш сабаб-оқибатларини тушунтиришга оид концепция.

КОРРУПЦИЯ ЖИНОЯТЛАРИ ДИНАМИКАСИ – коррупция жиноятларининг маълум бир вақт оралиғидаги ўзгаришлари барча жиҳатлари ва ҳолатларини тавсифловчи кўрсаткич.

"КЕЛИШУВ" – сайлов коррупциясининг тури бўлиб, сайловчиларни оммавий равишда “ҳақ”эвазига ўзи ёки унинг номзодига овоз беришга жалб қилиш усули. Ушбу усулда номзод ёки унинг вакили сайловчилар, сайлов участкаси, округларида ишлайдиган фуқаролар билан пул эвазига ўз номзоди ёки унинг вакилига овоз бериш учун ҳамда сайловолди ташвиқотлари ўтказиш, варақаларни тарқатиш ва ҳ.к. каби вазифаларни бажариш учун ўзаро оғзаки тузилган битим.

КОРРУПЦИЯ ЖИНОЯТИ ҚУРБОНИ – коррупция жинояти оқибатида мулкӣ (моддий) ёки маънавий зарар кўрган шахс.

КОРРУПЦИЯ ҚУРБОНИ БЎЛГАН ЮРИДИК ШАХС – коррупцияга оид ҳатти-ҳаракатлар оқибатида бевосита ёки билвосита мулкӣ (моддий) ёки маънавий зарар кўрадиган (кўрган) юридик шахс.

КОРРУПЦИЯНИНГ КРИМИНАЛЛАШГАН ҚУРБОНИ – ўз хоҳиш-иродасига боғлиқ бўлмаган (ёлғон, алдов, кўркитиш каби) ҳолатларда коррупция жиноятини содир этишда иштирок этган жисмоний шахс.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ СИЁСАТ – давлатнинг мамлакатда фуқаролар ва юридик шахслар манфаатларини ҳимоя қилишни таъминлаш ҳамда коррупция ҳолатларини олдини олиш мақсадида яқин муддатда бажариши зарур бўлган вазифалари ижросига қаратилган чора-тадбирлар мажмуаси.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИКУРАШИШГА ОИД ХАЛҚАРО СИЁСАТ – халқаро ҳамжамият ёки халқаро ташкилотлар ваколатли органи томонидан барча соҳалар ёки муайян соҳаларга салбий таъсир кўрсатадиган коррупциянинг жамиятдаги фаоллигини қисқартириш бўйича ишлаб чиқилган коррупцияга қарши сиёсат.

КОРРУПЦИЯГА ОИД ҲУҚУҚИЙ ҲУЖЖАТГА ЭКСПЕРТ ХУЛОСАСИ – коррупцияга қарши ҳуқуқий ҳужжат ёки унинг лойиҳасини ўрганиш ҳолати ва унинг натижаларини акс эттирган эксперт, эксперт гуруҳи (комиссия) ёки эксперт агентлиги томонидан тақдим этиладиган ёзма ҳужжат.

КОРРУПЦИЯ ДАРАЖАСИ ИНДЕКСИ (CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX, CPI) – Коррупцияга қарши Халқаро жамоат ташкилоти (Transparency International - The Global Anti-Corruption Coalition) томонидан турли мамлакатлардаги коррупция ҳолати даражасини ифодалаш мақсадида ишлаб чиқилган интеграл кўрсаткич.

КОРРУПЦИЯ ИНДЕКСИ – давлатлар ва улар ҳудудларида порахўрлик даражасига баҳо бериш мақсадида аниқланадиган кўрсаткич.

КОРРУПЦИЯ ДАРАЖАСИ МАХСУС ИНДЕКСИ (IC) – ҳудудда маълум бир вақт оралиғида давлат органлари мансабдор ва маъмурий ходимлари томонидан содир этилган коррупцияга оид ҳукубузарликларни ҳудуддаги умумий давлат хизматчилари сонига тўғри келадиган коррупция даражасини ифодаловчи кўрсаткич. Ушбу кўрсаткич қуйидаги формула ёрдамида аниқланади.

$$IC = \frac{m_c}{n};$$

Бунда, m_c - маълум бир вақт оралиғида ҳудудда коррупцияга оид ҳукубузарлик содир этган давлат органлари мансабдор ва маъмурий ходимлари сони;

n - ҳудуддаги давлат хизматчилари умумий сони.

КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШИШ ТЎҒРИСИДАГИ ҚОНУНЧИЛИК ИЖРОСИ – коррупцияга қарши курашиш тўғрисидаги қонунчилик ижросини таъминлашнинг шакли бўлиб, ваколатли органлар ҳамда мансабдор шахсларнинг жамиятда коррупцияни олдини олиш ва уни бартараф этиш бўйича ўз зиммасига юклатилган вазифалар ижросини таъминлашга қаратилган фаол ҳаракатларни амалга ошириши.

"КАРУСЕЛ" – сайловда коррупцияси шаклларида бири бўлиб, давлат ҳокимияти ва бошқарув органларига сайловларда сайловчиларни пора бериш эвазига ўзига оғдириш шаклида намоён бўлади. Ушбу ноқонуний "сайлов технологияси"да сайлов участкаси атрофида сайлов бюллетенларини йиғиш "пункт"и ташкил этилади ва сайловчи маълум бир "ҳақ" ёки "тўлов" эвазига "пункт"дан сайлов бюллетенини олиб, сайлов участкасидан ўзига берилган бюллетенга алмаштиради ва ўз бюллетенини "пункт"га олиб келиб беради.

КОРРУПЦИЯ ЖИНОЯТЛАРИНИ ТАСНИФЛАШ – коррупцияга оид жиноятлар содир этган шахсларнинг жиноятнинг белгилари, ўзига хос хусусиятларига кўра тоифа, гуруҳ, тур ва бошқаларга ажратилиши. Коррупцияга оид жиноятлар содир этган шахсларни таснифлаш жиноят сабаблари, унинг хусусиятларини аниқлаш ва олдини олиш чора-тадбирларини белгилаш ҳамда илмий изланишлари учун амалга оширилади.

КОРРУПЦИЯ ДАРАЖАСИ КОЭФФИЦИЕНТИ – муайян даврда белгиланган ҳудудда ҳар 1000 кишига тўғри келадиган коррупция жиноятлари миқдорини ифодаловчи ва жамиятнинг коррупциялашиш ҳолатини тавсифлайдиган кўрсаткич. Бу аниқланшда қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$KD = \frac{Kh * 100}{A};$$

Kh - муайян ҳудуддаги ҳисобот даврида рўйхатга олинган коррупция жиноятлари сони;

A - ушбу ҳудудда яшовчи аҳоли сони;

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 таклиф 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 вариантига 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 қисқартириш, 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 қўлёзмалар муаллифларга қайтарилмайди. Журналдан кўчириб босилаётган материалларни шу журналдан олинган, деб кўрсатилиши шарт.

❧ “СЕРВИС” ❧

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят бўлимида
нашрга тайёрланди.

Гувоҳнома № 18-2464

7.09.2018 йилда теришга берилди. 28.09.2018 йилда босишга рухсат
этилди. Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси.
Офсет босма усули. Шартли босма табағи 10,0. Ҳисоб-нашриёт табағи
10,4. Адади 100 нусха. Буюртма № 140.

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти босмахонасида чоп
этилди.

Манзил: 140100, Самарқанд шаҳри, Амир Темур кўчаси, 9.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2018