



ISSN 2091-5187

# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
ЖУРНАЛ

2023  
3-сон



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2023 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

**Таҳририят ижодий  
жамоаси:**

**Бош муҳаррир:**  
и.ф.д. **М.Э.Пўлатов**

**Бош муҳаррир  
ўринбосари:**  
профессор **Д.Х.Асланова**

**Масъул котиб:**  
профессор **М.Қ.Пардаев**

**Муҳаррирлар:**  
**Ф.А.Сафаров**  
**Ш.З.Ўрозов**

**Техник муҳаррир:**  
**А.Н.Холикулов**

**Корректор:**  
**С.А.Бабаназарова**

**Саҳифаловчи:**  
**Ҳ.Н.Очилова**

1 йилда 4 мартаба  
чоп этилади.

**Ўзбекистон худудида  
тарқатилади.**

**Таҳририят 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

**Таҳририят кенгаши раиси:**

**М.Э.Пўлатов** – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти  
ректори, иқтисод фанлари доктори, профессор

**Таҳририят кенгаши раиси ўринбосари:**

**Д.Х.Асланова** – СамИСИ илмий ишлар ва инновациялар  
бўйича проректори, иқтисод фанлари номзоди, профессор

**Таҳрир кенгаши аъзолари:**

**Б.А.Бегалов** – Ўзбекистон Республикаси Давлат Статис-  
тика қўмитаси раиси, иқтисод фанлари доктори, профессор

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

**Б.К.Ғоибназаров** – иқтисод фанлари доктори, профессор.

**Д.Р.Зайналов** – СамИСИ каф.мудир, профессор, и.ф.д.

**О.М.Муртазаев** – ТДИУ Самарқанд филиали директори,  
иқтисод фанлари доктори, профессор

**М.Р.Болтабаев** – Ўзбекистон Давлат жисмоний тарбия ва  
спорт университети ректори, иқтисод фанлари доктори

**Р.Х.Эргашев** – ҚарМШИ профессори, и.ф.д.

**И.С.Тўхлиев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**М.М.Мухаммедов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**К.Б.Уразов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Қ.Ж.Мирзаев** – СамИСИ каф. мудир, и.ф.д., профессор

**Б.И.Исроилов** – ТДИУ профессори, и.ф.д.

**Г.М.Шодиева** – СамИСИ профессори в.б., и.ф.д.

**Б.Абдукаримов** – СамИСИ профессори, и.ф.н.

**Р.Қобилов** – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

**С.Н.Тошназаров** – СамИСИ кафедра мудир, и.ф.д.

**Р.Н.Нормахматов** – СамИСИ профессори, т.ф.д.

**О.М.Пардаев** – СамИСИ декани, и.ф.д.

**М.Т.Алимова** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**З.Дж. Адилова** – ТДИУ профессори, и.ф.д.

**Ш.О.Қувондиқов** – СамИСИ доценти, и.ф.д.

## М У Н Д А Р И Ж А

| <b>НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ</b>                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Мурод Муҳаммедович Муҳаммедов</b><br>Иқтисодиёт – инсоннинг юксак тафаккур маҳсули                                                    | 5  |
| <b>Umar Xudayberdiyev, Sevara Abdinazarova Babanazarova</b><br>Aholi daromadlari va ularni ko'paytirish yo'llari.                                                      | 11 |
| <b>Shao Junling</b><br>Analysis of the role of institutional frameworks in promoting the qualitative development of the economy of the region " Belt and Road"         | 14 |
| <b>Kudratjon Bakhtiyorovich Dilmanov</b><br>Characteristics of human power                                                                                             | 17 |
| <b>Bekjon Shukurillayevich Musayev</b><br>Oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilishning nazariy asoslari                                                                 | 21 |
| <b>Ашур Али Рустам ўғли Латипов</b><br>Маҳаллада янги иш ўринларини яратиш ва бандликни оширишдаги қулайликлар ва имкониятлар                                          | 27 |
| <b>ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ</b>                                                                                                                                 |    |
| <b>Тимур Ибодуллаевич Ибрагимов</b><br>Инновацион товарларни бозорда силжитишнинг ўзига хос жиҳатлари                                                                  | 33 |
| <b>Шохрухбек Жаҳонгирович Расулов</b><br>Развитие нового содержания финансов в условиях инновационного развития экономики                                              | 36 |
| <b>САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ</b>                                                                                                                                       |    |
| <b>Отабек Джурабаевич Джурабаев</b><br>Определение направлений оптимизации операционной стратегии и повышения экономического потенциала хлопково-текстильных кластеров | 42 |
| <b>Умар Худайбердиев, Нилуфар Зиябаевна Юлдашова</b><br>Ўзбекистонда чорвачилик маҳсулотларини етиштиришдаги муаммолар                                                 | 46 |
| <b>Жамолиддин Ярашевич Нуриллаев</b><br>Влияние экономической либерализации на производство и эффективность продукции в мировом овцеводстве и каракулеводстве          | 49 |
| <b>Лариса Алишеровна Мусабаева</b><br>B2B маҳсулотларининг мижозлар капиталини таркибий-функционал таҳлил қилиш амалиёти                                               | 53 |
| <b>ХИЗМАТ КўРСАТИШ ВА СЕРВИС</b>                                                                                                                                       |    |
| <b>Shoxista Abdugapparovna Mamasoliyeva</b><br>Tibbiy xizmatlar ko'rsatuvchi muassasalar boshqarish tizimini samaradorligini oshirishni iqtisodiy mexanizmlari tahlili | 58 |
| <b>Машхур Исмоналиевич Акбаров, Кудрат Шухратович Искандаров</b><br>Темирйўл транспортида йўловчи ташиш сервис хизматларини баҳолаш ва такомиллаштириш йўллари         | 64 |
| <b>Мурод Мақсудович Паязов</b><br>Темир йўл транспорти хизматлар тизимидаги бошқарув механизмининг моҳияти ва ривожлантириш методологияси                              | 70 |
| <b>Зарина Муродовна Муҳаммедова</b><br>Хизматлар соҳасининг тармоқлар бўйича таркибий тузилишини такомиллаштириш асосида инвестицион ресурслар самарадорлигини ошириш  | 76 |

|                                                                                                                                                                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Шермухаммад Бекмурод ўғли Омонов</b><br>Хизмат кўрсатиш соҳасида давлат-хусусий шерикчилигининг ривожланиш хусусиятлари ва таъмоийллари                                                                                                     | 79  |
| <b>Mohira Asqarboy qizi Umurova</b><br>Хизмат кўрсатиш тармоқларининг иқтисодийотда тутган о‘рни ҳамда ривожлантириш истиқболлари                                                                                                              | 83  |
| <b>Ислом Исмоилович Эргашев</b><br>Хизмат кўрсатиш корхоналари инвестицион жозибадорлигини баҳолашнинг хусусиятлари                                                                                                                            | 86  |
| <b>Jahongir Aktamovich Haydarov</b><br>Transport xizmatlaridan foydalanish samaradorligini oshirish                                                                                                                                            | 91  |
| <b>ТУРИЗМ ВА МЕХМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ</b>                                                                                                                                                                                                           |     |
| <b>Илёс Султанович Абдуллаев, Шоҳижаҳон Худоёр ўғли Муҳитдинов</b><br>Минтақа туризмида соҳа корхоналарининг бошқариш сегментининг нисбий талаб-таклиф модели                                                                                  | 97  |
| <b>Dilmurod Abdullayevich Nasimov, Mohinur Ravshanbekovna Maxmudova</b><br>Turizm sohasini barqaror rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari                                                                                                    | 102 |
| <b>Ruxshona Shavkatovna Rofeyeva</b><br>Samarqand shahri turizm infratuzilmasini rivojlantirishda yashil zonalar va bog‘larning o‘rni                                                                                                          | 105 |
| <b>Shohista Bobobekovna Toyirova</b><br>Ekoturizm-global ekologik inqirozga qarshi innovatsion yechim                                                                                                                                          | 109 |
| <b>Дилшод Мураткулович Абдураимов</b><br>Туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятнинг ривожланиш хусусиятлари                                                                                                                                 | 113 |
| <b>Умиджон Рахимович Матякубов, Расулбек Кочкарбай ўғли Исаков</b><br>Хива ва Боғот туманларида туризмни ривожлантириш имкониятларидан самарали фойдаланиш йўллари                                                                             | 118 |
| <b>Дониёр Журакулович Абдуразаков</b><br>Қишлоқ туристик ресурсларини таснифлаш ва бошқаришнинг амалий масалалари таҳлили                                                                                                                      | 122 |
| <b>Dilrabo Shirinboyevna Mardonova</b><br>Mamlakatimizda mexmonxona biznesining rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilish va prognozlash                                                                                                      | 126 |
| <b>Амриддин Ҳамдам ўғли Ҳамдамов</b><br>Туризм соҳасида юқори сифатли хизмат кўрсатиш учун рақамли технологиялардан фойдаланишни баҳолашнинг услубий асослари                                                                                  | 131 |
| <b>Зебинисо Бахтиёровна Навруз-зода</b><br>“КРГ” воситасида муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплик даражасини баҳолаш                                                                                                                        | 135 |
| <b>Сирожиiddин Шерали ўғли Халилов</b><br>Миллий туризм тармоғида рақобат муҳити ва унинг таркибий элементлари                                                                                                                                 | 140 |
| <b>КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК</b>                                                                                                                                                                                                    |     |
| <b>Гулнора Мардиевна Шадиева, Шухрат Облокулович Кувандиков</b><br>Миллий иқтисодиётда оилавий тадбиркорликнинг ўзига хос функциялари                                                                                                          | 145 |
| <b>МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ</b>                                                                                                                                                                                                                  |     |
| <b>Raxmatillo Mirolimovich Egamov, Sherzod Norboyevich Jumanov, Alisher Zokirovich Saydirasulov</b><br>Innovatsion tadbirlar asosida qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun marketing tadqiqotlarini o‘tkazish usullari | 149 |

|                                                                                                                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Shoira Azimovna Musayeva, Difuza Ixomovna Usmonova</b><br>"Daka-Tex" MCHJ XKning faoliyatida marketingni boshqarishni takomillashtirish                                      | 153 |
| <b>Музаффар Шокиржонович Ахмедов</b><br>Глобаллашув шароитида бошқарувнинг мотивацион назарияларининг персонал билан ишлашдаги аҳамияти                                         | 157 |
| <b>МОЛИЯ, ПУЛ МУОМАЛАСИ ВА КРЕДИТ</b>                                                                                                                                           |     |
| <b>Нуриддин Эламонович Эрназаров</b><br>Акциз солиғини ҳисоблаш механизмини такомиллаштириш                                                                                     | 163 |
| <b>БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ</b>                                                                                                                            |     |
| <b>Мажит Жанызақович Бауетдинов</b><br>Дебитор қарздорликни камайитириш корхоналарнинг ликвидлилигини таъминлашнинг зарурий шарти сифатида                                      | 166 |
| <b>Тўлқин Исматулла ўғли Яхёев</b><br>Курилиш корхоналари молиявий ҳолатини рейтинг баҳолаш механизмлари.                                                                       | 172 |
| <b>Abdulaziz Abdullayevich Gulamov, Xurshidaxon Alisherovna Yegamberdiyeva</b><br>Vagon parkini aniqlashda omillar tahlilida ma'lumotlar taqsimotining bir xilligini tekshirish | 176 |
| <b>Олим Муртазаев, Гайрат Аблакулович Ибрагимов</b><br>Анализ агросервисных факторов, влияющих на прибыль при производстве основных сельскохозяйственных культур                | 180 |
| <b>Илҳом Сайиткулович Очилов</b><br>Кластерлар фаолиятида иқтисодий самарадорлик кўрсаткичлари таҳлили                                                                          | 185 |
| <b>Юсуф Ибрагимович Турдибеков</b><br>Автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматларининг харажат ёндашуви методикасини такомиллаштириш                                           | 191 |
| <b>Юлдуз Шарафиддиновна Рахмонова</b><br>Инвестициявий кўчмас мулкни халқаро стандартлар асосида тан олиш масалалари                                                            | 197 |
| <b>ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА</b>                                                                                                                                   |     |
| <b>Джаҳонгир Расулович Зайналов</b><br>Инновацион ғоялар замирида турли соҳалар учун кадрлар тайёрлашни мақсад қилиб олган олий таълим                                          | 201 |
| <b>Хилола Фармоновна Очилова</b><br>Отраслевая система подготовки кадров для индустрии туризма                                                                                  | 206 |
| <b>Хилола Нематовна Очилова</b><br>Олий таълим хизматларини ривожлантиришнинг ички имкониятлари таҳлили                                                                         | 209 |
| <b>ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР</b>                                                                                                                                                |     |
| <b>Сайдахрор Ғуломов, Мамаюнус Пардаев</b><br>Кексалик – буюк нѐмат, агар одам унинг қадрига етиб яшаса                                                                         | 215 |
| <b>ИБРАТЛИ БИТИКЛАР</b>                                                                                                                                                         |     |

# НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

**Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев** – СамИСИ профессори, иқтисодиёт фанлари доктори,  
**Мурод Мухаммедович Мухаммедов** – СамИСИ профессори, иқтисодиёт фанлари доктори

## ИҚТИСОДИЁТ – ИНСОННИНГ ЮКСАК ТАФАККУР МАҲСУЛИ

**Аннотация:** Мақола инсон ҳаёти ва унинг мазмунли, фаровон ўтишининг бош мезони – иқтисодиётнинг долзарб муаммоларини тадқиқ этишга бағишланган. Муаллифлар кишилик жамияти тарихида иқтисодий фаолиятнинг даставвал пайдо бўлиш сабаблари, унинг чуқур илдизлари, инсон ҳаёт тарзи эволюциясида тутган ўрни, такомиллашиш омили, ривожланиш истикболлари хусусида мантиқли баҳс ва фикр-мулоҳазалар юритган. Жаҳон миқёсида мамлакатлараро, мамлакат ичида эса аҳолининг турли гуруҳлари ва тоифалари ўртасида ўртача иш ҳақи, аҳолининг ҳаёт фаровонлиги даражасида кескин, жуда кескин тафовутларнинг мавжудлиги иқтисодий тафаккурнинг ҳосиласи эканлиги иқтисодиёт илми нуқтаи назаридан асослаб берилган.  
**Калит сўзлар:** иқтисодиёт, инсон, меҳнат қуроллари, табиат, эҳтиёж, ишлаб чиқариш, тақсимот, айрибошлаш, истеъмол.

**Кириш.** Ҳозирги кунда Ўзбекистонда ёшларда, умуман аҳолининг кенг қатламлари орасида иқтисодий тафаккурни ривожлантириш, иқтисодий фанларни чуқур ўрганишдек муҳим масалаларда жиддий камчиликлар борлиги, иқтисодий фанларни ўқитиш сифати пастлиги хусусида, уларни узил-кесил бартараф этиш ўткир заруратга айланганлиги иқтисодиёт фани қонун-қоидалари асосида моҳирлик билан очиб берилишини тақозо қилади. Ўзбекистонда аҳоли кенг қатламларининг, хусусан, касбий таълимга жалб этилган ёшларнинг иқтисодий саводхонлигини инновацион усул ва услубларни қўллаш асосида иқтисодий тафаккурини юксалтириш бўйича аниқ, илмий жиҳатдан асосланган тақлиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш ҳам бугунги кунда ўта долзарб масалалар сирасига киради. Ушбу мақсадда хорижнинг илғор тажрибаси, уни Ўзбекистонда қўллаш имкониятлари хусусида ҳам тегишли тадқиқотлар олиб бориш диққатга сазовордир. Шу туфайли иқтисодиёт тушунчасининг вужудга келишини исботлаш ҳам ўта долзарб масалалардан бири сифатида майдонга чиқмоқда.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Мазкур мавзу олимларимиз томонидан жуда кам ўрганилган. Ушбу мавзунинг айрим жиҳатлари А.Ўлмасовнинг “Иқтисодиёт” номли оммавий қўлланмада<sup>1</sup>, Мартынова Д.Э. “История возникновения терминов экономики: капитал, капиталоотдача, доход”<sup>2</sup> номли электрон китобида, М.М.Мухаммедов раҳбарлигида ёзилган қатор асарларда<sup>3</sup>, унинг “Ўзбекистон иқтисодиётининг тарихи: Амир Темур давридан то ҳозирги кунга қадар” номли асарида, 4 томлик “Экономическая Энциклопедия. Политическая экономия”да<sup>4</sup>, М.Қ.Пардаевнинг “Иқтисодиёт – инсон тафаккури маҳсули” номли мақоласида<sup>5</sup> каби манбаларда масаланинг у ёки бу жиҳатлари ёритилган. Аммо иқтисодиётнинг вужудга келиш тарихи тўлиқ ўрганилмаган.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқотда иқтисодиётнинг шаклланиш бевосита инсон тафаккури маҳсули эканлигини исботлаш учун мантиқий таҳлил, умумлаштириш, қиёсий таҳлил каби усуллардан фойдаланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Аллоҳ Одам Атони яратган даврларда, инсоннинг яшаши

<sup>1</sup> Ўлмасов А. Иқтисодиёт. Оммабоп қўлланма. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2017. – 224 бет.

<sup>2</sup> Мартынова Д.Э. История возникновения терминов экономики: капитал, капиталоотдача, доход. Интернет ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-vozniknoveniya-a-i-razvitiya-terminov-ekonomiki-kapital-kapitalootdacha-dohod/viewer>. Мурожаат этилган сана: 27.07.2023

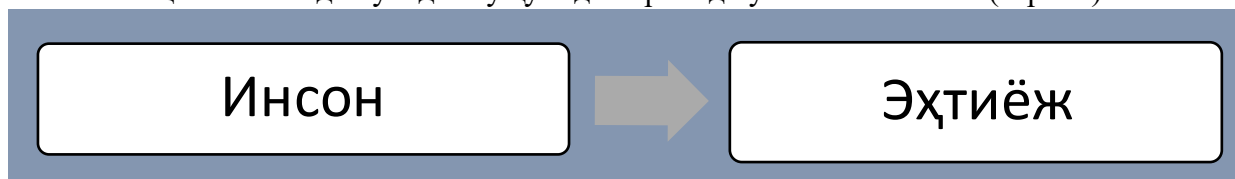
<sup>3</sup> Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Иқтисодиёт назарияси. Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти. Самарқанд, 2023 йил. Ўзбекистон иқтисодиётининг тарихи: Амир Темур давридан то ҳозирги кунга қадар. – Т.: “Фан ва технологиялар нашриёт матбаа уйи”, 2022. – 440 бет.

<sup>4</sup> Экономическая Энциклопедия. Политическая экономия (в 4 томах). – М. «Советская Энциклопедия», 1980, - 438 бет

<sup>5</sup> Мамаюнус Пардаев. Иқтисодиёт – инсон тафаккури маҳсули. SamTVR | MTRK <https://telegra.ph/I%D2%9Btisodiyot--inson-tafakkuri-ma%D2%B3suli-07-22> 2023 йил 22 июль. 571. 9:38

учун фақат табиат неъматлари мавжуд эди, холос. Шу туфайли инсон ўз эҳтиёжларини фақат табиат унга тайёр ҳолда инъом этган ноз-неъматлар ҳисобидангина қондиришга, демак, ўз эҳтиёжларини чеклашга мажбур эди. Чунки ўша даврларда инсоннинг табиат сахийлик билан унга инъом этган имкониятлардан ўзга ҳеч нарсага эҳтиёжининг йўқлигидан эмас, балки ушбу ҳаётий заруратни қондиришнинг ўзга чораси йўқлигидан бориға қаноат қилишга, яъни ўз эҳтиёжларини чеклашга, мажбур эди.

Лекин, Аллоҳ ўзининг суйган бандаларига табиатнинг барча ноз-неъматларидан, мўъжизаларидан унумли фойдаланиш қудратига эга бўлишни раво кўрди. Шу сабабли, Аллоҳ барча еру-осмонларни, сон-саноксиз тирик ҳайвон ва жониворларни яратиб, улар орасида фақат битта инсонгагина ақл, идрок этиш, тафаккур юритиш қобилиятини инъом этди. Яратганнинг айнан ана шу тухфаси инсонга табиатда тайёр ҳолда мавжуд имкониятлар доирасидан муайян даражада ташқарига чиқишга, яъни ўзининг ақлу-заковатига, тафаккурига таяниб, ҳаётий эҳтиёжларини қондириш устида тинимсиз бош қотириш имконини ҳам берди. Шу тариқа инсон яшаш учун яратилган ва бунинг учун унда истеъмол эҳтиёжи пайдо бўлади. Бу қуйидаги расмда ўз аксини топган (1-расм).



1-расм. Инсон ва эҳтиёжнинг ўзаро боғлиқлиги

Расмдан кўриниб турибдики, инсоннинг яшаш учун биринчи ундаги пайдо бўлган нарса унинг эҳтиёжидир. Табиийки, кишилиқ жамияти тараққиётининг дастлабки босқичларида яшаган инсонларда шоколадга ёки, айтайлик, мазали музқаймоққа ҳеч бир эҳтиёж бўлмаган. Чунки уларда бу ҳақда ҳеч қандай тушунча ҳам, ҳаттоки тасаввурнинг ўзи ҳам шаклланмаган. Лекин, ўша даврга хос, инсон ақли етган соҳаларда унинг дастлабки эҳтиёжлари пайдо бўлганлиги ҳақида ҳулоса қилиш – мантиққа мос. Бизнинг назаримизда, ўша даврларда инсон табиат тайёр ҳолда инъом этган ва у ўз эҳтиёжларини қондириш мақсадида истеъмол қилган ноз-неъматларни озгина бўлса-да, қулайроқ, енгилроқ, ишончлироқ шароитларда қўлга киритиш имконларини излаган бўлса керак.

Табиат инсонга тайёр ҳолда инъом этган эҳтиёжни қондириш учун ноз-неъматлар таркиби ёввойи ҳайвонлар, ёввойи ўсимлик ва мевалар, тоғ этақларида жойлашган ғорлардан иборат эди. Лекин ушбу неъматларни излаб топиш, овлаб, қўлга киритиш, улардан ўз эҳтиёжларини қондириш шарафига муяссар бўлиш инсонга жуда катта қийинчиликлар туғдирганлиги, табиий. Аксарият ҳолларда фақат тош ва таёқлар билан қуролланган инсон ўзидан кўра кучли баҳайбат йиртқичларни егиши, ўзидан тез чопар ҳайвонларни қувиб етиши, адир ва ўрмонларда яшириниб ётган ёввойи мева ва ўсимликларни излаб топиши унга жуда катта қийинчиликлар ва муаммолар туғдирар эди.

Инсоннинг тафаккури, ақлу-заковати, биринчидан, шу муаммоларини тушуниб етиш, иккинчидан эса, уларнинг ечимини излаб топиш заруратини (эҳтиёжини) юзага келтирди. Узоқ йиллар мобайнида шаклланиб, юзага келган ўткир зарурат инсонни иқтисодий фаолият олиб бориш томон етаклади. Ушбу иқтисодий фаолият дастлабки босқичларда ёввойи ҳайвонларни, дарахт ва ўсимликларни хонакилаштириш шаклида намоён бўлди. Шу тариқа, Ер қуралида иқтисодий фаолият юритиш, табиатга таъсир кўрсатиб, уни инсон манфаатлари йўлида ўзгартириш ва ўзлаштириш жараёни бошланиб кетди.

Шу тариқа инсон тафаккури билан жонли меҳнатга кўмак сифатида **меҳнат қуроллари** вужудга келди. Бунинг кейинчалик ишлаб чиқариш воситалари деб номланадиган бўлди. Шундай қилиб табиат, инсон, меҳнат қуролларининг биргаликдаги фаолияти натижасида истеъмолга мос маҳсулотлар табиатдан ўзлаштириладиган бўлди. Буларнинг ҳаммасида инсон тафаккури биринчи ўринда туради. Инсоннинг яратувчилик фазилати эвазига табиат неъматларини ўзлаштириш жараёнини ташкил қиладиган қуйидаги занжир шаклланди (2-расм).



2-расм. Табиат неъматларини истеъмолгача бўлган жараённинг ўзаро кетма-кетлик занжири

Расмдан кўриниб турибдики, биринчи ўринда табиат турибди. Бунда инсон истеъмоли учун барча неъматлар мавжуд. Шу туфайли табиат билан биринчи муносабатга киришадиган инсон саналади. Ҳаётнинг илк даврларида табиат неъматларини асл ҳолда қўл меҳнати билан иш қуролларисиз ўзлаштирилган. Аста-секинлик билан инсонлар кўпайиши, ушбу неъматларни ҳам кўпайтириш заруратига дуч келинган. Оқибатда иш қуролларини яратиш зарурати ҳам пайдо бўла бошлаган. Иш қуролларини яратувчиси – бу ҳам инсон ҳисобланади. Инсон табиатдан иш қуроллари ёрдамида эҳтиёжга мос маҳсулотлар ярата бошлаган ва уларни истеъмол қилган. Шу тариқа табиатдан истеъмолгача бўлган жараён занжири – иқтисодиёт вужудга келган. Ушбу жараёнда **иқтисодий муносабатлар** ҳам шаклланиган. Бу занжирнинг барча босқичларида инсон тафаккури муҳим роль ўйнайди. Ушбу ҳолатдан келиб чиқиб, **иқтисодиёт – инсон тафаккури маҳсули**, деган хулосага келдик. Инсон учун зарур бўлган истеъмол маҳсулотларини яратиш жараёнида жуда катта ва мураккаб муносабатлар тизими турибди. Бу муносабатларни **ишлаб чиқариш муносабатлари**, сўнгра **иқтисодий муносабатлар**, деб аталиши ҳам шу тариқа вужудга келган.

Мутахассисларнинг фикрига кўра, ушбу жараёнлар планетамизда тахминан 8,5 минг йиллар<sup>1</sup> илгари бошланган. Узоқ йиллар давомида эволюцион жараёнларнинг кучли таъсири остида инсоннинг иқтисодий тафаккури ривожланиб, бир томондан, ҳаётий тажрибаси ошиб бориб – иккинчи томондан, иқтисодий тараққиётда сезиларли ютуқларга эришди. Инсоннинг ақлу-заковати, фикрлаш қобилияти тош ва таёқлардан батамом воз кечиб, унинг ўрнига оддий, жуда содда бўлса-да, лекин ўзининг ақлий фаолияти, тафаккури билан яратилган меҳнат қуролларини яратиш, энг муҳими улардан унумли фойдаланиш имконини берди. Тўғри, ўша замонларда инсон ихтиро этган кетмон, болға, болта, курак, ўроқ, арқон ва ҳоказолар каби меҳнат қуроллари бугунги илму-фан ютуқлари нуктаи назаридан назар ташлаганда, жуда оддий туюлади. Лекин, инсон энди иқтисодий тафаккур юрита бошлаган кишилиқ жамияти тараққиётининг дастлабки босқичларида ушбу жараёнлар жаҳоншумул аҳамият касб этувчи чинакамига революцион ўзгаришлар эди, деб баҳоласак, айтиш ҳақиқатни айтган бўламиз.

Ҳозирги пайтда **иқтисодиёт** сўзининг луғавий маъноси “Ўзбек тилининг 5 томлик изоҳли луғати”да араб тилидан олинган бўлиб, “хўжалик масалалари; хўжалик”<sup>2</sup>, деган маъноларни англатиши қайд этилган. Давомида яна 3 та изоҳ берилган. “1. Ижтимоий тузумнинг базиси. 2. Халқ хўжалиги ишлаб чиқариш кучларининг ҳолатига мувофиқ келувчи ишлаб чиқариш муносабатлари. 3. Хўжалик тармоқларининг моддий ва молиявий томонларини ўрганадиган фан”<sup>3</sup>, дейилган. Кўриниб турибдики, иқтисодиёт сўзи тузумга ҳам, соҳага ҳам ва бевосита микро даражадаги хўжалик юритувчи субъектларга ҳам дахлдор. Том маънода қарайдиган бўлсак, иқтисодиёт инсонларнинг эҳтиёжини қондиришга қаратилганлиги билан аҳамиятлидир. Шу нуктаи назардан у фақат **ишлаб чиқариш** билан тўхтаб қолмайди. Ушбу неъматларни эҳтиёжни қондириш мақсадида истеъмол қилиш учун инсон ўзи яратиб истеъмол қилганда ҳеч қандай муаммо бўлмас эди. Аммо инсонларнинг бир қисми яратувчилик билан шуғулланса бошқа қисм истеъмол билан

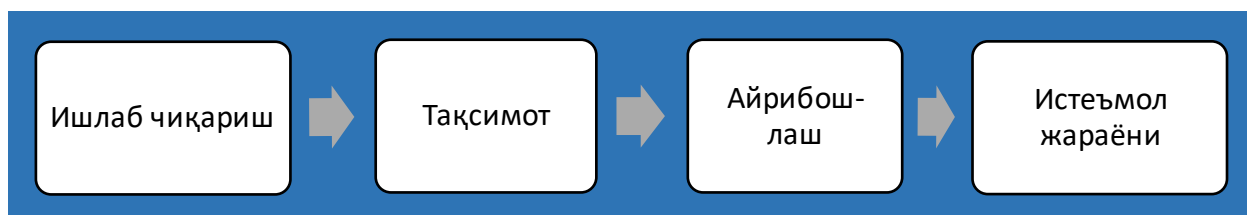
<sup>1</sup> Ҳазрат Алишер Навоий Пайғамбарлар тарихига бағишланган асарида Одам отадан Муҳаммад пайғамбаримиз (с.а.в.)гача даврни белгилаб чиққан. Шу бўйича ҳисоб-китоб қилинса ҳозирги давргача тахминан 8,5 йил вақт ўтган.

<sup>2</sup> Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмалари. Ж. П. Е – М. / Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 264 бет.

<sup>3</sup> Ўша жойда. – 264 бет.

шуғулланади. Шу тариқа ушбу яратилган неъматларнинг **тақсимоти** рўй беради. Адолатли тақсимотга эришиш учун навбатдаги босқичда **айрибошлаш** жараёни содир бўлади. Буларнинг ҳаммасида асосий иштирокчи инсон, унинг тафаккури ва меҳнати турибди. Шу жараёнларнинг ҳаммасининг пировард мақсади, истеъмол босқичларини ўзида ифода этадиган яратилган маҳсулотни **истеъмол** қилишга қаратилганлиги билан аҳамиятлидир.

Кўриниб турибдики, унинг охириги босқичи истеъмолга келиб тақалар экан. Агар ишлаб чиқарилган маҳсулот пировардида истеъмол қилинмаса, ҳеч кимга ва ҳеч нарсага керак бўлмайди. Натижада ушбу муносабатлар ҳам содир бўлмайди. Шу туфайли ҳар қандай фаолият истеъмол билан якун топади. Ишлаб чиқарилган ва бошқа (овчилик каби) йўллар билан қўлга киритилган неъматлар эҳтиёжга мос бўлса, албатта истеъмол қилинади. Хуллас, иқтисодиёт билан боғлиқ барча жараёнларнинг пировард натижаси эҳтиёжни қондириш учун истеъмолга келиб тақалар экан. Ушбу жараён ҳам маълум кетма-кетлик занжирини ташкил қилади (3-расм).



**3-расм. Иқтисодиётнинг ишлаб чиқаришдан истеъмолгача бўлган жараёнлари занжири**

Расмдан кўриниб турибдики, иқтисодиёт ўз ичига юқоридаги тўртта босқични қамраб олади. Ҳозирги хусусий мулкчилик, тадбиркорлик, мулкка эгалик, ёлланма меҳнат бор жойда уларнинг бирортасида узилиш бўлса, демак у тўлиқ иқтисодиёт эмас. Иқтисодиётнинг ишлаб чиқаришдан истеъмолгача бўлган жараёнларини бирлаштирувчи занжирининг шаклланишида инсон тафаккури муҳим роль ўйнайди. Бу ҳам **иқтисодиёт – инсон тафаккури маҳсули**, деган хулосага келиш учун асос бўлиб хизмат қилади.

Иқтисодиёт ишлаб чиқариш муносабатлари мажмуи сифатида, ҳар қандай жамиятда яхлит тизимни ташкил қилади. Бу тизим ўша маҳсулотни ишлаб чиқаришдан истеъмолгача бўлган босқични ўз ичига олади. Бунда ишлаб **чиқариш воситалари, предметлари ва меҳнатнинг ўзи** иштирок этади. Бу ҳолат иқтисодиётнинг дастлабки босқичларида ҳаммаси битта шахсга тегишли бўлган. Аста-секинлик билан унинг ривожланишида мулкка эгалик ҳуқуқлари юзага кела бошлаган ва ишлаб чиқариш воситалари мулкдорлар қўлига ўтган. Булар меҳнат предметларини харид қилиб ва меҳнатни ёллаб ишлаб чиқаришни йўлга қўя бошлаган. Шундай қилиб иқтисодиётда мулкчилик ва унга эгалик муносабатлари вужудга келган.

Ишлаб чиқариш кучлари мулкдор қўлида, меҳнат ёлланиб ишлайдиган ходимларда. Улар ўртасидаги муносабатлар натижасида ишлаб чиқариш жараёнлари содир бўлади. Шу тариқа **ишлаб чиқариш муносабатлари** юзага келади. Ушбу ишлаб чиқариш муносабатларининг ҳам ўзагида инсон ва унинг меҳнати турибди. Ушбу муносабатлар тизимида маҳсулотни кўпайтириш керак бўлса, уни қандай қилиб кўпайтириш кераклиги, бунинг учун ишлаб чиқариш воситаларини такомиллаштириш зарурлиги ва мос равишда бошқа жараёнларни ҳам такомиллаштириш кераклигининг барчасида инсон тафаккури муҳим роль ўйнайди. Ишлаб чиқаришни кўпайтириш учун ишлаб **чиқариш воситаларини** такомиллаштириш ва кўпайтириш лозим. Шу тариқа етарли даражадаги маҳсулотлар ишлаб чиқарилишига эришилади.

Навбатдаги босқичда тақсимот ва айрибошлаш жараёнлари ҳам инсон тафаккури орқали амалга оширилади. Буларнинг ўзаро боғлиқлик занжири 2-расмда ўз ифодасини топган. Буларнинг ҳаммаси, **иқтисодиёт – инсон тафаккури маҳсули**, деган хулосага келинганлигида, айти ҳақиқат борлиги кўриниб турибди.

Тарихдан маълумки, эраиздан олдинги VI-V асрларга келиб, инсон узоқ йиллик

изланиш ва тинимсиз меҳнати эвазига табиат инжиқликларидан, унинг оғир ва машаққатли синовларидан қисман бўлса-да, озод бўлишга эришди. Ёввойи ҳайвон, дарахт ва ўсимликларни хонакилаштириш натижасида унинг табиат оғир синовларидан қарамлик даражаси бироз пасайди. Чунки энди у ён-атрофида ўзи томонидан ташкил этилган ҳўжаликда хонакилаштирилган ҳайвон, мева дарахтлари, ҳар хил ўсимликлар ҳисобидан олинган ноз-неъматларни эҳтиёж туғилган заҳоти истеъмол қилиш, демак, яшаш имкониятига эга бўлди. Инсоннинг табиатдан тобелиги камайиб, унда кечаётган, лекин, объектив сабабларга кўра олдиндан кўра билиш қийин бўлган, тасодифларга тўла жараёнлардан, хавфу-хатарлардан инсон ўзини ишончли ҳимоя қилишга эришди.

Бу – кишилик жамияти тарихида инсон иқтисодий тафаккурининг жаҳоншумул аҳамиятга эга бўлган биринчи амалий натижаси, аниқроқ қилиб айтганда, табиат устидан назорат ўрнатиш, уни жиловлаш борасидаги катта ғалабаси эди. Инсон ўзининг иқтисодий тафаккурига таяниб, унинг чексиз имкониятларидан ўз моддий манфаатлари йўлида унумли фойдаланиб, барча жонли зотлар галасидан ажралиб чиқиш, табиат инжиқликларига чек қўйиш шарафига муяссар бўлди.

Юқорида баён этилган фикрларимизнинг исботи сифатида кишилик жамияти лексиконида илгари умуман мавжуд бўлмаган, шу сабабли, биз уни батамом янги деб номлаган “иқтисодиёт” тушунчасининг пайдо бўлиши тарихини келтирмоқчимиз. Манбаларнинг кафиллик беришича, уни эрамиздан олдинги VIII-VII асрларда яшаб, ижод қилган юнон шоири Гессииод ихтиро қилган. У “ойкос” (уй, ҳўжалик) ва “номос (биламан, қонун)” сўзларини ўзаро бириктириб, янги “ойкономия” иборасини яратди. Мазмунан ушбу сўзлар бирикмасида ҳўжаликни бошқариш қоидаларини, санъатини биламан, деган маъно мужассам эди.<sup>1</sup> Лекин кейинчалик юнон файласуфи Ксенофонт (эрамиздан олдинги 430-355 йиллар) “Экономиксе” номли асар ёзиб, дастлаб ушбу тушунчани илмий аҳамиятга молик тушунча сифатида илмий даражага кўтарди.<sup>2</sup>

Маълумки, иқтисодиёт сўзига турли тилларда изоҳ берилган. Хусусан, рус тилидаги 4 жилдлик “Иқтисодий Энциклопедия: Сиёсий иқтисод” китобида экономика (иқтисодиёт) сўзи грек тилидан олинган бўлиб, “уй ҳўжалигини бошқариш санъати”<sup>3</sup>, деган изоҳни келтирган (таржима бизники – М.П., М.М.). Бу ерда ҳам унга 3 та изоҳ берилган. “1. Тарихий аниқланган ишлаб чиқариш муносабатларининг ишлаб чиқариш усуллари мажмуи, жамиятнинг иқтисодий асоси. 2. Мамлакат халқ ҳўжалиги тармоқлар ва улар маълум қисмларининг жамланиши. 3. Иқтисодий муносабатларнинг ҳаракатини ва уларнинг соҳаларини ўргатувчи фан тармоғи”<sup>4</sup>. Бу ерда ҳам иқтисодиётга жамият нуқтаи назаридан, алоҳида соҳалар ва фан нуқтаи назаридан ҳам қаралган.

Мазкур қайд этилган далилларга асосланиб, инсон ҳаёт тарзини тубдан ўзгартирган, унга жуда катта қулайликлар яратиб берган иқтисодий тафаккурнинг ҳосиласи бўлмиш иқтисодий фаолият юнон шоири Гессииод, юнон файласуфи Ксенофонтлар яшаб, ижод этган даврлардан узоқ йиллар, ҳаттоки, бир неча юз йиллар илгари пайдо бўлганлиги хусусида ҳулоса чиқариш мумкин. Эрамиздан олдинги VIII-VII асрларга келиб эса, иқтисодий фаолият илму-амал аҳли жиддий эътибор қаратадиган даражада кенг қулоч ёйган эди.

Инсон ўз эҳтиёжига мос равишда маҳсулотларни кўпроқ ишлаб чиқариш учун ишлаб чиқариш воситаларини инсон тафаккури ёрдамида такомиллаштириб боради. Такомиллашган ишлаб чиқариш воситалари ишлаб чиқариш қучларининг, шу жумладан инсон капиталининг ҳам такомиллашувига олиб келади. Буларнинг пировард натижаси ишлаб чиқариш усуллари ҳам такомиллаштиришни тақозо қилади. Булар натижасида ишлаб чиқариш муносабатларини такомиллаштириш имконияти туғилади. Бу босқичнинг

<sup>1</sup> Мартынова Д.Э. История возникновения терминов экономики: капитал, капиталотдача, доход. Интернет ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya-terminov-ekonomiki-kapital-kapitalootdacha-dohod/viewer>. Мурожаат этилган сана: 27.07.2023

<sup>2</sup> Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Иқтисодиёт назарияси. Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти. Самарқанд, 2023 йил.

<sup>3</sup> Экономическая Энциклопедия. Политическая экономия (в 4 томах). – М. «Советская Энциклопедия», 1980, - 438 бет.

<sup>4</sup> Ўша жойда. – 438 бет.

барчасида инсон тафаккури ва унинг яратувчилик хусусияти асосий роль ўйнайди.

Маълумки ишлаб чиқариш икки йўналишда бўлади. Биринчиси, ишлаб чиқариш воситаларини ишлаб чиқаришга қаратилган бўлса, иккинчиси, истеъмол товарларини ишлаб чиқаришга қаратилгандир (4-расм).

|                                                 |                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ишлаб чиқариш воситаларини ишлаб чиқариш</b> | <b>Ишлаб чиқариш воситалари ҳам инсон тафаккури билан яратилган бўлиб, эҳтиёжга мос истеъмол товарларини ишлаб чиқаришга мўлжалланган.</b> |
| <b>Истеъмол товарларини ишлаб чиқариш</b>       | <b>Инсонларнинг эҳтиёжидан келиб чиқиб, ишлаб чиқариш воситалари ёрдамида истеъмол товарлари ишлаб чиқилади</b>                            |

**4-расм. Ишлаб чиқаришнинг инсон эҳтиёжга мос ҳолда икки йўналишга бўлиниши**

Ушбу расмда ифодаланган бўлиниш навбатида меҳнат тақсимотини юзага келиш заруриятининг ҳам пайдо бўлишига олиб келади. Бу эса, ҳудудларнинг ва тармоқларнинг шароитига мос равишда ривожланишини таъминлайди. Бу ўз навбатида, ишлаб чиқарилган маҳсулотларни бир жойдан иккинчи жойга олиб бориш заруриятини туғдиради. Шу тариқа маҳсулотлар тақсимооти ва реализацияси амалга оширилади. Буларнинг натижасида иқтисодиётнинг охириги босқичи истеъмол жараёни содир бўлади. Буларнинг ҳаммасини бошқаришда, маълум тартибга солишда инсон ва унинг тафаккури хизмат қилади. Бу ҳам кўрсатиб турибдики, иқтисодиётнинг барча босқичлари инсон тафаккури билан боғлиқдир.

**Хулоса ва таклифлар.** Тадқиқотларимиз кўрсатдики, ҳозирги дунё иқтисодиёти интеграциялашаётган пайтда, меҳнат тақсимотининг чуқурлашуви билан бирга, халқаро иқтисодий муносабатлар ҳам кенгайиб бормоқда. Булар ҳам маълум меъёрлар ва мезонлар асосида ташкил қилинмоғи лозим, деган хулосага келдик.

Барча тартибни бошқариб турувчилар асосан инсонлар ва уларнинг тафаккур маҳсули ҳисобланади. Ҳозирги пайтда бутун жараёни рақамлаштириш натижасида рақамли иқтисодиёт ҳам шаклланиб, ривожланиб бормоқда. Бундай шароитда иқтисодиёт ўзига хос замонавий мазмунга эга бўлмоқда.

Яна бир муҳим жиҳат, бугунги кунда қўл меҳнати қисқариб, бунда асосан ақлий меҳнатнинг улуши кескин ошиб бормоқда. Бу ҳам инсонларнинг интеллектуал салоҳиятининг ошиб бораётганлигидан далолатдир.

Хуллас иқтисодиёт қанчалик ривожланмасин, унинг назарий ва амалий жиҳатларини ҳам ҳаракатга келтирувчи куч – инсоннинг ақлий меҳнати эканлигига амин бўлмоқдамиз.

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

1. Мартынова Д.Э. История возникновения терминов экономики: капитал, капиталотдача, доход. Интернет ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya-terminov-ekonomiki-kapital-kapitalootdacha-dohod/viewer>. Мурожаат этилган сана: 27.07,2023
2. Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Иқтисодиёт назарияси. Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти. Самарқанд, 2023 йил. Ўзбекистон иқтисодиётининг тарихи: Амир Темур давридан то ҳозирги кунга қадар. – Т.: “Фан ва технологиялар нашриёт матбаа уйи”, 2022. – 440 бет.
3. Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Иқтисодиёт назарияси. Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти. Самарқанд, 2023 йил.
4. Мамаюнус Пардаев. Иқтисодиёт – инсон тафаккури маҳсули. SamTVR | MTRK <https://telegra.ph/I%D2%9Btisodiyot--inson-tafakkuri-ma%D2%B3suli-07-22> 2023 йил 22 июль. 571. 9:38
5. Ўлмасов А. Иқтисодиёт. Оммабон қўлланма. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2017. – 224 бет.
6. Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмалари. Ж. П. Е – М. / Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 264 бет.
7. Экономическая Энциклопедия. Политическая экономия (в 4 томах). – М. «Советская Энциклопедия», 1980, - 438 бет.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>М.Пардаев, М.Мухаммедов</b><br/><b>Экономика — продукт выдающегося человеческого мышления</b></p> <p><b>Аннотация:</b> Статья посвящена исследованию актуальных проблем экономики, главного критерия человеческой жизни и ее осмысленного и благополучного прохождения. Авторы приводят логические рассуждения и мнения о причинах появления экономической деятельности в истории человеческого общества, ее глубоких корнях, ее роли в эволюции образа жизни человека, факторах совершенствования, перспективах развития. С точки зрения экономической науки обосновано, что существование значительных и сверхзначительных различий в благосостоянии населения, средней заработной платой среди групп и категорий населения внутри страны, как и между странами на мировом уровне, является результатом экономического мышления.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> экономика, человек, орудия труда, природа, потребность, производство, распределение, обмен, потребление.</p> | <p style="text-align: center;"><b>M.Pardaev, M.Mukhammedov</b><br/><b>Economics is the product of great human thinking</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article is devoted to the study of current problems of economics, the main criterion of human life and its meaningful and successful passage. The authors provide logical reasoning and opinions about the reasons for the emergence of economic activity in the history of human society, its deep roots, its role in the evolution of human lifestyle, factors of improvement, and development prospects. From the point of view of economic science, it is substantiated that the existence of significant and extremely significant differences in the well-being of the population, average wages among groups and categories of the population within the country, as well as between countries at the global level, is the result of economic thinking.</p> <p><b>Keywords:</b> economy, human, tools, nature, demand, production, distribution, exchange, consumption.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Umar Xudayberdiyev** – SamISI dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi,

**Sevara Abdinazarovna Babanazarova** – SamISI katta o‘qituvchisi, PhD.

## AHOLI DAROMADLARI VA ULARNI KO‘PAYTIRISH YO‘LLARI

**Annotatsiya:** Maqolada aholi daromadlari mohiyati, ularning turlari va keyingi besh yildagi ko‘payishi bayon qilingan. Shu bilan birga aholi daromadlarini ko‘paytirish imkoniyatlari yoritib berilgan.

**Kalit so‘zlar:** aholi daromadlari, mehnat haqi, tadbirkorlik, mulk ijarasi, transfertlar, pensiya, nafaqa, kasanachilik, tomorqa, iqtisodiy rivojlanish.

**Kirish.** Bozor munosabatlari sharoitida aholi aql-zakovatini, tadbirkorligini, tajribasini namoyon etib, qonunda taqiqlanmagan (qonunda taqiqlanganlari: narkotik moddalar bilan shug‘ullanish, qurol-yaroq bilan savdo qilish va shu kabilar) barcha faoliyat turlari bilan shug‘ullanib, daromad topish imkoniyatini yaratdi. Hozirgi paytda aholi tadbirkorlik bilan shug‘ullanib; ishchi sifatida ishlab, mehnat haqi; hunarmandchilik bilan shug‘ullanib, foyda; tomorqada dehqonchilik qilib, daromad; mol-mulkni ijaraga berib, ijara haqi; tijorat banklariga omonatlar qo‘yib, foiz daromadlarini olmoqdalar. Bundan tashqari aholi chet mamlakatlarda ishlayotgan fuqoralardan (migrantlardan) ham pul o‘tkazmalari natijasida daromad oladilar. Pensionerlar pensiya oladilar, nogironlar, yosh bolalilar nafaqa oladilar, kam ta‘minlangan oilalarga turli moddiy yordam beriladi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlil.** Oila iqtisodiyoti, aholi daromadlari masalalari iqtisodchi olimlarning ilmiy izlanishlarining mavzusi bo‘lib kelgan. Bu borada akademiklar S.G‘ulomov, Q.Abdurahmonov, i.f.d., professorlar A.Ulmasov, M.Pardayev, Yo.Abdullayev, G.Shodiyeva, Sh.Quvandiqov va boshqa oila mulki xususida, oila daromadlarining turlari borasida muhim tavsiyalar berganlar. Lekin oila daromadlarini ko‘paytirish va aholi turmush darajasini yaxshilash hamma vaqt dolzarb bo‘lib kelgan. Ayniqsa bu mavzu Respublika Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2020-yil 24-yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida “Kambag‘allikdan chiqib ketish uchun eng muhim omil - bu insonning intilishi, o‘z kuchiga tayangan holda, aniq maqsad sari harakati bo‘lishi kerak. Shu maqsadda kelgusi yili mahallalarda aholini kasb-hunarga o‘qitish bo‘yicha mingdan ziyod markazlar tashkil etiladi. Bunda kasb-hunarga o‘qitilgan har bir shaxs uchun o‘quv

markazlariga 1 million so‘mgacha subsidiya berilib, buning uchun budjetdan 100 milliard so‘m ajratiladi. O‘quv kurslarini tamomlab, o‘z biznesini boshlamochi bo‘lgan fuqarolarga asbob-uskuna xarid qilish uchun 7 million so‘mgacha subsidiyalar beriladi. Shuningdek, har bir tuman-ning imkoniyati va rivojlanish yo‘nalishidan kelib chiqib, dehqonchilik bilan shug‘ullanadigan oilalarga 10 sotixdan 1 gektargacha yer maydonlari ajratiladi. Ehtiyojmand aholi bandligini ta‘minlashga Bandlikka ko‘maklashish hamda Jamoat ishlari jamg‘armalaridan 500 milliard so‘m yo‘naltiriladi.” hamda “...hisob-kitoblarga ko‘ra”<sup>1</sup> aholining 12-15 foizi kam ta‘minlangan ekanligi ta‘kidlanib, Prezidentning 2020-yil 26-martdagi PF-5975 – sonli “Iqtisodiyotni rivojlantirish va kambag‘allikni qisqartirishga oid davlat siyosatini tubdan yangilash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmonidan keyin yanada dolzarb va hozirgi zamonoviy muammo bo‘lib kelmoqda.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, analiz va sintez, statistik ma‘lumotlarni guruhlash usullaridan foydalanildi.

**Tahlil va natijalar.** Mamlakat Prezidenti va hukumati ko‘rilgan chora-tadbirlar natijasida aholi daromadlari yildan yilga ko‘payib bormoqda. Buni quyidagi statistik ma‘lumotlar tasdiqlaydi.

**O‘zbekiston aholisi 2018-2022-yillardagi umumiy daromadlari**

| t/r | Yillar                                          | 2018     | 2019     | 2020     | 2021     | 2022     | 2022 yil<br>2018 yilga<br>nisbatan<br>%da o‘shishi |
|-----|-------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------------------------------------------------|
|     | Ko‘rsatkichlar                                  |          |          |          |          |          |                                                    |
| 1   | Aholining umumiy daromadlari, mlrd.so‘m.        | 285553,1 | 365735,6 | 415085,0 | 521307,6 | 634800,0 | 222,3                                              |
| 2   | Aholi soni, ming kishi.                         | 32656,7  | 33255,5  | 33905,2  | 34558,9  | 35271,3  | 108,0                                              |
| 3   | Aholi jon boshiga umumiy daromadlar, ming so‘m. | 8744,1   | 10997,7  | 12242,5  | 15084,6  | 17997,6  | 205,8                                              |

Jadval ma‘lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, ushbu davrda, ya‘ni 5 yil ichida aholining umumiy daromadlari 2018-yilda 285553,1 mlrd. so‘mdan, 2022-yilga kelib, 634800,0 mlrd. so‘mga (2.2 barabar) oshgan. Mamlakat aholisi sonining ko‘payishini hisobga olgan holatda, aholi jon boshiga daromadlar, ushbu davrda 2 barabarga ko‘paygan. Aholi daromadlari tarkibini o‘rganar ekanmiz, ularning ishlab chiqarishdan olgan daromadlari, ya‘ni tadbirkorlikdan, yo‘llanma ishchilarning olgan daromadlari kata hissani tashkil etishi aniqlandi. Bunday daromadlar 2022-yil aholi umumiy daromadlarining 68,0 foizini tashkil etgan. Shaxsiy iste‘mol uchun o‘zida ishlab chiqarilgan mahsulotlardan olingan daromadlar – 6,3 foizni, mol-mulkdan olingan daromadlar – 2,3 foizni tashkil etgan. transfertlardan olingan daromadlar 2022-yil umumiy daromadlarning 29,8 foizini tashkil etib, o‘tgan yillarga nisbatan biroz hissasi ko‘tarilgan.

Hududlar bo‘yicha Toshkent shahri va viloyatida, hamda Navoiy viloyatida ishchilar daromadlarining hissasi yuqori, chunki bu viloyatlarda va Toshkent shahrida ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish ko‘proq rivojlangan. Surxondaryo va Xorazm viloyatlarida xodimlar mehnati orqali olinadigan daromadlar umumiy daromadlar hissasida kamdir.

Samarqand, Xorazm, Surxondaryo viloyatlarida aholi umumiy daromadlar hissasida chetdan (mamlakat tashqarisidan) kelib tushgan pul o‘tkazmalarining ulushi kattadir. Ular Samarqand aholisida 2022-yilda – 28,8 %ni, Xorazm viloyati aholisida – 31,1 %ni va Surxondaryo aholisi daromadlarida – 25,8 %ni tashkil etgan.

Statistik ma‘lumotlarga qaraganda, mamlakatimizga 2021-yilda chetdan – 8,1 mlrd. dollar, 2022-yilda rekord darajada ya‘ni, 16,9 mlrd. dollarlik mablag‘ kelib tushgan. Lekin shu bilan birga bu ma‘lumotlar yuqoridagi viloyatlarda ortiqcha ishchi kuchi mavjudligini va kelgusida bu hududlarda sharoit va imkoniyatlardan kelib chiqib, yangi korxonalar ochib, ish o‘rinlarini ko‘paytirish lozimligini ko‘rsatadi.

<sup>1</sup> <https://president.uz/oz/lists/view/4057>

Mamlakat Prezidenti Farmonlariga binoan ish haqi, pensiyalar va stipendiyalar miqdori har yili oshirilmoqda. Joriy yil (2023-yil) 1 apreldan pensiyalar, 1 maydan esa ish haqi 7,0%dan oshirildi.

Aholining umumiy daromadlarining tarkibida mehnat faoliyatidan olingan daromadlar katta salmoqqa ega.

**Aholining umumiy daromadlari tarkibi**

| t/r | Aholi daromadlari tarkibi                                                         | 2022-yil (yanvar-mart oylari) | 2023-yil (yanvar-mart oylari) |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 1   | Umumiy daromadlar – jami                                                          | 100%                          | 100%                          |
| 2   | Mehnat faoliyatidan olingan daromadlar                                            | 62,2%                         | 60,4%                         |
| 3   | Shaxsiy iste'mol uchun o'zida ishlab chiqarilgan xizmatlaridan olingan daromadlar | 8,5%                          | 8,3%                          |
| 4   | Mol-mulkdan olingan daromadlar                                                    | 3,0%                          | 3,4%                          |
| 5   | Transfertilardan olingan daromadlar                                               | 26,3%                         | 27,9%                         |

Aholining umumiy daromadlari hajmini sezilarli darajada o'sishi asosan umumiy daromadlar tarkibida 60,4 % ulushga ega bo'lgan mehnat faoliyatidan olingan daromadlar (yollanma ishchilarning daromadlari va mustaqil ravishda band bo'lishdan olingan daromadlar) va 27,9 % ni tashkil etuvchi transfertilardan olingan daromadlarning sezilarli o'zgarishi hisobiga yuzaga kelgan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev 2023-yil 8-may kuni Referendum yakunlariga bag'ishlangan chiqishda, “Biz O'zbekistonni ijtimoiy davlat deb e'lon qildik. Mamlakatimizda 2 million 200 mingdan ziyod ijtimoiy ko'makka muhtoj, davlatdan yordam olayotgan oilalar bor” deb, bundan keyin ham ish haqi, pensiyalar, nafaqa va stipendiyalar miqdori muntazam oshirilib borishini ta'kidladi. Mamlakatimizni iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar safiga olib chiqish uchun, hududlarda sharoitidan, tabiiy resurslar mavjudligidan kelib chiqib, ishlab chiqarishni ko'paytirish, xizmat turlarini kengaytirish zarur. Natijada yangi ish o'rinlari yaratilib, aholi daromadlari ko'payadi va turmush darajasi yaxshilanadi.

**Xulosa va takliflar.** Mamlakat iqtisodiyotini yuqori sur'atlar bilan rivojlantirish va aholi daromadini ko'paytirish uchun quyidagilarga ahamiyat berish lozim:

- Birinchidan, Yaponiya, Singapur tajribasidan foydalanib, yoshlarning intellektual salohiyatini rivojlantirib, fan-texnika va zamonaviy texnologiyalarni tezroq ishlab chiqarishga joriy qilish lozim. Buning uchun ishlab chiqarishda yaxshi, samarali natijalarga erishganlarni rag'batlantirish tizimini joriy etish kerak;

- Ikkinchidan, hududlarning tabiiy sharoiti, mavjud resurslarni hisobga olib, tayyor mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarni ko'paytirish lozim;

- Uchinchidan, xizmat ko'rsatish turlari juda ko'p bo'lib, uni amalga oshirish uchun juda katta mablag' talab qilmasligini inobatga olib, joylarda xizmat ko'rsatuvchi subyektlarni ko'paytirish lozim. Buning uchun kasb-hunar maktablarida, monomarkazlarda qisqa muddatli kurslarda talabga binoan hunarlarga o'rgatish lozim bo'ladi. Ayniqsa qishloq joylarda maishiy texnikalarni (televizor, muzlatkich, changyutgich kabilarni) ta'mirlash ustaxonalari, sartaroshxona va ayollar salonlari, transport vositalarini tuzatish kabi ishlarni ko'paytirish, qishloq aholisini ish bilan ta'minlab, daromadini ko'paytirishga sabab bo'ladi;

- To'rtinchidan, joylarda kasanachilikka katta ahamiyat berish zarur. Kasanachilik o'z uylarida biror ish bajarib, daromad olish imkoniyatini yaratadi. Ayniqsa kasanachilik xotin-qizlar uchun juda qulay. Ular ro'zg'or ishlaridan bo'sh paytida bemalol kasanachilik bilan shug'ullanishi mumkin;

- Beshinchidan, sug'oriladigan yerlarning katta qismi aholi tomorqasi hisoblanadi. Bundan tashqari ishsiz, kam ta'minlangan oilalarga imkoniyatidan kelib chiqib, yerlar taqsimlab berilmoqda. Bunda aholining yerdan samarali foydalanishi uchun urug'lik, ko'chatlar, mahsuldor navlar, mahsulotlarni sotish kabi ishlarda tashkiliy yordam ko'rsatuvchi uyushma tuzish;

- Oltinchidan, O'zbekistonda yarishin iqtisodiyot ancha hissani tashkil etadi. Ayniqsa, qurilish, savdo va umumiy ovqatlanish, transport xizmatlarida ko'p. Ularning sohalari bo'yicha uyushmalar tashkil etib, faoliyatlarini legallashtirish lozim. Yurudik maqomga ega bo'lgan bunday

uyushmalar, buyurtma asosida ishlab, sifatli binolar quradi, sifatli savdo, transport va boshqa xizmatlar ko'rsatadi. Xodimlariga vaqtida qonunga muvofiq mehnat haqi, davlat budjetiga esa soliqlar to'laydilar.

Xullas, mamlakat iqtisodiyoti yuqori sur'atlar bilan rivojlansa, aholi daromadlari ko'payib, boy bo'ladi, mamlakat qudratli bo'ladi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2021-yil 20-dekabrda qaratilgan "Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish va aholining daromad manbaini kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2023-yil 8-maydagi Konstitutsiyaviy Referendum yakunlariga bag'ishlangan chiqishi.
3. Pardayev M., Pardayev O. Kambag'allikni baholash va uni kamaytirish yo'llari. Ilmiy-uslubiy tavsiya. Samarqand, SamISI, 2020-y.
4. Shodiyeva G.M. Oila xo'jaligini oshirish: muammolar va ularning yechimlari. T.: "Fan", 2006-y.
5. [www.stat.uz](http://www.stat.uz).

| У.Худайбердиев, С.Бабаназарова<br>Доходы населения и пути их увеличения                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | U.Khudayberdiev, S.Babanazarova<br>Incomes of the population and ways to increase them                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В статье рассмотрены сущность доходов населения, их виды и прирост за последние пять лет. Наряду с этим, освещены возможности повышения доходов населения.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> доходы населения, заработная плата, предпринимательство, имущественная рента, трансферты, пенсия, пособие, домашнее хозяйство, имение, экономическое развитие.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article reveals the essence of the income of the population, their types and their growth over five years. At the same time, opportunities for increasing the income of the population were highlighted.</p> <p><b>Keywords:</b> income of the population, wages, entrepreneurship, property rent, transfers, pension, allowance, household, estate, economic development.</p> |

Shao Junling – Researcher, Tashkent State University of Economics

#### ANALYSIS OF THE ROLE OF INSTITUTIONAL FRAMEWORKS IN PROMOTING THE QUALITATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF THE REGION "BELT AND ROAD"

**Abstract:** The "Belt and Road Initiative" has entered a new stage and its main goal is to provide high-quality assistance to the development of the regional economy. Currently, international economic integration is identified as one of the main tasks. Based on the relevance of this issue, the article analyzes the mechanisms of cooperation in the direction of sustainable development of the One Belt, One Road initiative, as well as the possibility of creating a system to support sustainable development.

**Keywords:** "One Belt, One Road", high-quality development, institutionalized construction, regional economy.

**Introduction.** Chinese President Xi Jinping's interpretation of the connotation of high-quality development in the construction of the "Belt and Road" mainly comes from two fields: one is the official interpretation represented by officials (or former government officials) in competent departments; the other is the interpretation by the academic community.

Fan Hengshan, the former deputy secretary-general of the National Development and Reform Commission, summed up the high-quality development of the "Belt and Road" construction as follows: The principle of extensive consultation, joint contribution and shared benefits should continue to be adhered to, and more attention should be paid to the connection with relevant national development strategies and basic interests; the consciousness of a community of shared future with shared rights and responsibilities, and more emphasis on promoting the formation of an effective operating mechanism and a fair and just governance system. [1]

**Literature Review.** In contrast, the academic circles have less interpretation of the connotation of the high-quality development of the "Belt and Road Initiative" construction. A representative interpretation is that the direction of high-quality development of "Belt and Road Initiative" construction boils down to sustainability, which includes three points: first, the high quality of the development vision. The second is the high quality of the cooperation path. The third is the high quality of the construction mode. [2]

Although the official and academic circles have different expressions on the connotation of "Belt and Road Initiative" construction of high-quality development, its commonness is sustainability. For China, as an advocate of "Belt and Road Initiative", sustainability means first of all to be in line with its own interests. Although "Belt and Road Initiative" has the attribute of public goods, it will lose the value of its existence if it cannot meet its own development goals. For the relevant countries, when participating in the joint construction of "Belt and Road Initiative", it is necessary to ensure the debt sustainability, environmental sustainability and social development sustainability of these countries, and the most important thing is to benefit the people's livelihood and give them a real sense of achievement. [3]

**Methodology.** This paper adopts the dynamic analysis method, considers the time factor, regards the change of economic phenomenon as a continuous process. From the relevant economic phenomena and the historical development process of economic cooperation, trace the source and explore the development direction of economic development.

**Analysis and Research.** 1. The Necessity of Regional Economic Institutionalization Construction of the “Belt and Road”

Institutionalization is an inevitable requirement for the Belt and Road Initiative to respond to external challenges

While the “Belt and Road Initiative” has been widely recognized and participated by the international community in its first phase, it also faces increasing external challenges. These challenges include misunderstandings and suspicions from countries related to the "Belt and Road", as well as smears from some countries outside the region; there are both moral hazard behaviors from some countries along the "Belt and Road", and strategies of some major powers outside the region. Whether these challenges can be successfully addressed is related to the sustainability of the new stage of the Belt and Road Initiative. Of course, many efforts are needed to meet these challenges, but institutional construction is indispensable.

In addition, major countries outside the region that have not participated in the "Belt and Road" in recent years are also building and strengthening regional economic integration mechanisms. For example, the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) led by Japan will also be committed to For the expansion, India is committed to upgrading the existing Bay of Bengal Multisectoral Technical and Economic Cooperation (BIMSTEC) initiative into a free trade zone. These measures are objectively forming a hedge against the "Belt and Road". [4] Faced with these challenges, the only way out for the Belt and Road Initiative is to promote institutionalization.

Institutionalization is a prerequisite for the “Belt and Road” to connect with the current global governance system

To a certain extent, it is difficult for the Belt and Road Initiative to connect with any organizational form under the current global governance system, because they are all rule-oriented institutional arrangements, but the degree of institutionalization varies. Theoretically, a possible way to connect is to connect the “Belt and Road” with an initiative or concept of an international organization, such as the United Nations’ 2030 Sustainable Development Goals (SDGs). [5] In this sense, institutionalization is the precondition for the BRI to connect with the current global governance system.

2. Principles and methods for the institutionalized construction of the “Belt and Road” regional economy

Consultative, democratic and progressive principles

The "Belt and Road" is not a "solo" of China, but a "chorus" of the international community.

It is an inevitable requirement for the formulation of rules to follow the principles of consultation and democracy. No country can impose its will on other countries in the process of institutionalized construction. Economic cooperation under the framework of the "Belt and Road" is also a process of continuous deepening, and its institutionalization can only be carried out step by step.

#### Cooperation mechanism construction

As a development-oriented regional economic cooperation mechanism, the participants in the construction of the “Belt and Road” include at least six subjects in two categories: government and enterprises: the Chinese government and Chinese-funded enterprises, the host country government and host country enterprises, and the third-party country government with third-party state businesses. In addition, there are various forms of NGOs. There are theoretically more than ten cooperation mechanisms among these participants, and each participant has its own interests. Therefore, it is a complex task to construct a cooperative mechanism for sustainable development.

#### Benefit distribution mechanism

The concept of righteousness and interests is the basic principle guiding the distribution of benefits of the Belt and Road Initiative. Adhering to the correct concept of righteousness and interests requires coordinating the relationship between the government and enterprises, the relationship between long-term interests and short-term interests, the relationship between give and take, and the relationship between macro and micro goals. To coordinate these relations, China not only needs to build an institutional mechanism at the domestic level that meets the requirements of the concept of justice and interests, but also needs to carry out institutionalized cooperation at the international level. [6]

#### Support system construction

The sustainable development of the “Belt and Road” requires a comprehensive support system, which is also the main means for the government to guide enterprises to serve the national strategic goals.

#### Dispute Resolution Mechanism

With the deepening of "Belt and Road" cooperation, the dispute settlement mechanism is an indispensable institutional arrangement. In the current global governance system, the dispute settlement mechanism of the WTO has the greatest influence. But as we all know, the WTO's dispute settlement mechanism has been paralyzed due to the obstruction of the Trump administration. This reflects the necessity of promoting the dispute settlement mechanism under the framework of the "Belt and Road" from one aspect. [7]

**Conclusions and Suggestions.** The existing regional economic integration is rule-oriented, and the principles it pursues are de facto dominance by major powers, conditional openness and priority of rules. The development orientation determines that the institutionalized construction of the "Belt and Road" will not replicate the existing regional economic integration model. [8]

There is no ready-made template for the institutionalized construction of the "Belt and Road", so it will be a process of continuous exploration both in theory and in practice. At the same time, institutionalized construction is a systematic project involving many fields. Here we will focus on three areas of institutionalized construction according to the above logic: cooperation mechanism, benefit distribution mechanism and support system. The three together constitute an organic whole, which reflects the future development direction of the institutionalized construction of the "Belt and Road". The role of institutionalized construction in promoting the high-quality economic development of the "Belt and Road" region cannot be underestimated.

It is suggested that the construction of the "Belt and Road" should follow the principles of consultation, democracy and gradual progress, pay attention to the concept of sustainable development, and develop a reasonable and acceptable cooperation framework in cooperation mechanisms, benefit distribution mechanisms, investment and financing mechanisms, dispute settlement mechanisms and other aspects, so that the "the Belt and Road" can benefit countries along the Belt and Road and drive regional economic development.

# References:

1. Fan Hengshan: "Promoting the Transformation of the Belt and Road Initiative to High-Quality Development," People's Daily, October 29, 2018.
2. Wang Kai, Ni Jianjun: "The Path Selection for High-Quality Construction of the "Belt and Road", Modern International Relations, No. 10, 2019, pp. 28-34.
3. Li Xiangyang: "Assessment of the Research Status of the "Belt and Road", in Economics Trends, No. 12, 2019, pp. 27-37.
4. Li Xiangyang: "The Regional Cooperation Initiative of Great Powers and the Development Direction of the "Belt and Road", in "Research on Financial and Economic Issues", No. 10, 2018, pp. 9-13.
5. Jiao Yiqiang: "From Cognitive Divergence to Cooperation Consensus: Research on the Docking and Cooperation of China-Russia "One Belt One Alliance", in Contemporary Asia Pacific, Issue 4, 2018, pp. 51-85.
6. Li Xiangyang: "The View of Righteousness and Profit in the Construction of the "Belt and Road", World Economics and Politics, No. 9, 2017, pp. 4-14.
7. "The General Office of the Central Committee of the Communist Party of China and the General Office of the State Council issued the "Opinions on Establishing the "Belt and Road" International Commercial Dispute Settlement Mechanism and Institution", [http://www.gov.cn/xinwen/2018-06/27/content\\_5301657.html](http://www.gov.cn/xinwen/2018-06/27/content_5301657.html), accessed 25 September 2022.
8. Li Xiangyang: "The Regional Cooperation Initiative of Major Powers and the Development Direction of the "Belt and Road", in "Research on Financial Issues", Issue 10, 2018, pp. 9-13.

| Shao Junling                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Шао Жунлинг                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>“Bir makon bir yo‘l” mintaqasi iqtisodiyotini sifat jihatidan rivojlantirishga ko‘maklashishda institutsional asoslarining tahlili</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Анализ роли институциональных основ в содействии качественному развитию экономики региона «Один пояс – один путь»</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Annotatsiya:</b> “Bir makon, bir yo‘l” tashabbusi yangi bosqichga ko‘tarilganidan so‘ng uning asosiy maqsadi mintaqqa iqtisodiyotini sifat jihatidan rivojlantirishga ko‘maklashish sifatida belgilandi. Xalqaro darajadagi iqtisodiy integratsiya bugungi kunda asosiy masalalardan biri sifatida belgilanmoqda. Ushbu masalalarning muhimligidan kelib chiqib maqolada “Bir makon, bir yo‘l” tashabbusini barqaror rivojlantirish yo‘nalishida hamkorlik mexanizmlari, barqaror rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash tizimini barpo etish imkoniyatlari tahlil etilgan. | <b>Аннотация:</b> Инициатива «Один пояс, один путь» поднята на новый уровень и ее главной целью определено качественное содействие развитию региональной экономики. В настоящее время международная экономическая интеграция определена как одна из главных задач. Исходя из актуальности данного вопроса, в статье анализируются механизмы сотрудничества в направлении устойчивого развития инициативы «Один пояс, один путь», а также возможности создания системы поддержки устойчивого развития. |
| <b>Kalit so‘zlar:</b> "Bir makon, bir yo‘l", sifatli rivojlanish, institutsionallashtirilgan qurilish, mintaqaviy iqtisodiyot.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Ключевые слова:</b> «Один пояс, один путь», качественное развитие, институционализация, региональная экономика.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

**Kudratjon Bakhtiyorovich Dilmanov** – Bukhara State University teacher, independent researcher

## CHARACTERISTICS OF HUMAN POWER

**Abstract:** The article is devoted to the specific characteristics of human potential, and also affects the content of such concepts as potential, capital, human potential, human capital, labor force, intellectual capital, human resources, the axis of human potential in relation to them specific features are revealed.

**Keywords:** potential, capital, human potential, human capital, labor force, intellectual capital, human resources, cultural capital, social capital.

**Introduction.** Relevance of the topic. In the Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis on January 24, 2020: "Three years ago, we

started great work in order to raise the development of our country to a new level.

Relying on the intelligence, strength and potential of our people, we are achieving preliminary, but very important and significant results. Now we must strengthen these achievements and take bolder and bigger steps. "Because the process of reforms and changes in our country is entering a decisive phase, taking an irreversible turn."<sup>1</sup>

This issue has not fallen off the agenda over time. Perhaps its importance is increasing day by day. In his next address to the Oliy Majlis and the people of Uzbekistan on December 20, 2022, the head of state also spoke about human potential: "A social state means, first of all, equal opportunities to realize human potential, creating the necessary conditions for people to live a decent life, and reducing poverty. Therefore, first of all, we will focus on supporting education, which is the biggest investment for New Uzbekistan,"<sup>2</sup> he noted. It can be seen from these that the relevance of the problems related to the improvement of human potential is increasing day by day.

**Analysis of literature on the topic.** Issues related to human potential are being studied by world scientists. But in this place, human capital, labor force, intellectual capital, human resources and its content have been theoretically little researched by our scientists. Taking these into account, we found it an objective necessity to systematically look at the content of these concepts. Because the employment of the world's population in the fields, their scientific and professional potential directly depends on the professional directions of the population, the quality and efficiency of education. Taking these into account, several studies are being conducted in this direction. Among these are some studies by A. Abdurakhmanov, S.S. Gulomov, N. Arabov, M. M. Muhammedov, M. Q. Pardaev, G. M. Shodieva, O. M. Pardaeva, Sh. O. Kuvandikov. aimed at solving these problems.

**Research methodology.** In the process of research, logical, comparative and comparative analysis, analysis and synthesis, induction and deduction methods were used to reveal the essence of concepts such as human capital, labor force, intellectual capital, human resources.

Analysis and results. Clarification of the theoretical issues of human potential and capital is one of the most important problems. Because in current economic literature, the concept of human potential is called human capital, labor force, intellectual capital. If we analyze them theoretically, it will be possible to make the following theoretical conclusions. For this, first of all, let's look at the explanation of the concepts of "authority" and "capital".

In the explanatory dictionary of the Uzbek language, the concept of "authority" is explained as follows. This word comes from the Arabic language and expresses the concepts "(fitness; authority, rulership; full power) ability, talent".<sup>3</sup>

Related to the use of this word, the word "competent" means "competent, having great ability; it is noted that it consists of "talented" concepts. So, the concept of potential is expressed in our fiction literature in a unique way. For example, Odil Yaqubov, one of the famous writers of the Uzbek people, said: "God, who has blessed this breed with such potential, there is no knowledge in the field of medicine that he does not know."<sup>4</sup>

So, potential means a person who has great abilities, is knowledgeable and, accordingly, talented.

The dictionary that mentions the same name explains the concept of "capital" as follows. This word is of German origin and has three interpretations. "1. from the point of view of the economy, wealth used for self-reproduction, which brings profit and income to its owner (securities, money, material property, etc.). 2. A large amount, a lot of money, wealth. Accumulation of capital in the hands of certain persons. 3. It is said that someone has great wealth,

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январда Олий Мажлисига Мурожаатномаси. // “Халқ сўзи” газетаси. 2020 йил 25 январь. 19-сон. 1-4 бетлар.

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига 2022 йил 20 декабрдаги Мурожаатномаси. // <https://president.uz/uz/lists/view/5774>

<sup>3</sup> Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. 3-том. Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 432 бет.

<sup>4</sup> Ёкубов О. Кўхна дунё. Роман. – Т.: “Ғофур Ғулом нашриёти”, 2004.

value, something important, something important.”<sup>1</sup>

It seems that capital is not used at all in relation to man and all creatures. Because of this, calling a potential person "human capital" is somewhat controversial.

The theory of "human capital" calculates the amount of investments made in a person directly. It is appropriate to consider that this is not human capital, but an investment made to increase human potential. According to the current theory of the concept of human capital, there is an idea that investments in people lead to economic growth. This is a wrong view. An investment in a person does not pay off directly. No matter how much you invest in him, if he does not have the capacity to mobilize himself, the skills to perform the relevant work, the knowledge, such a theory may not be proven.

Some countries certainly spend money to produce more highly educated people for their people. The amount of these expenses is 2.0 billion. If so, the value of human capital cannot be estimated. These funds are used to increase the level of skills and knowledge of human potential, or rather, it is a directed investment. The amount of investment cannot be called human capital. Some theories use the term "human resources" instead of human capital. But this concept cannot be compared to human capital. It should be taken into account that in the current conditions all resources are sold, but human resources are not sold, and it is difficult to determine its value. Currently, employers hire and employ employees. He does not buy this with money, but receives a salary for working during his career. It is not the value of the employee, but a part of the value created due to his work is saved. If a person is skilled, educated and experienced, it will be of great benefit to the employers and the society as a whole. This benefit is not human capital, but the product of human labor with high potential.

There is a unique theory of K. Marx on human capital, which he calls human capital "labor power" and gives the meaning of human capital to the power of the worker. According to the theory of K. Marx, people in capitalist systems sell their labor power in exchange for income, i.e. wages. It is this sold labor power that is called human capital.<sup>2</sup>

There is one mistake here. The capital sold must pass from one person to another. But both the active employee and his potential, that is, the ability, remain with the employee himself. In this case, the selling process does not take place, but all the potential remains embodied in the person himself. If a person's skills and abilities were capital, capital could be sold like other capitals. But there is no way a person can sell it. These theoretical views also show that it is correct to call it human potential rather than human capital.

Many scientists have expressed their opinions on the theory of "human capital". In particular, according to the idea of Adam Smith, human capital was called "the acquired and useful abilities of all the inhabitants or members of society".<sup>3</sup>

Smith theorizes that wage differentials depend on the ability of the workers performing the tasks and suggests that they be evaluated based on the relative ease or difficulty of the tasks performed by them.<sup>4</sup>

It is worth noting that people (slaves) were sold during slavery. The price of these did not depend on his qualifications. If at that time people were called human capital, then the sale of people was stopped. With this, the human capital market was also ended. Now, after the sale of a human being is stopped, it is doubtful to call it capital. Therefore, the most correct interpretation, in our opinion, is the concept of "human potential".

In conclusion, it should be noted that, firstly, "human capital" does not fully express "Human potential". Instead of human capital, it is correct to use the phrase "human potential".

Second, each person creates something, performs work and provides services in the course of his activity. In this case, a person is not sold, but uses his potential and mobilizes himself. In this, a person does not sell himself, but only works.

<sup>1</sup> Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. 2-том. Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 316 бет.

<sup>2</sup> Маркс, Карл. Ишчи кучини сотиб олиш ва сотиш: 6-боб. Мархисц.орг

<sup>3</sup> Смит, Адам (1776). Халқлар бойлигининг табиати ва сабаблари тўғрисида сўров. Муаллифлик ҳуқуқи 2007 МетаЛибре.

<sup>4</sup> Ўша жойда.

Thirdly, due to the different potential of each person, the level of the products they create, the work they do, and the services they provide are also different. Due to this, the effectiveness of human potential is also different. Accordingly, he receives a salary from the employer. Wages are wages paid for work done, not the value of the worker.

Fourth, investment in education is currently called investment in "human capital". It is not an investment in human capital, but in the growth of human potential. The higher the potential of a person, the more a person can create a lot of quality things at the same time compared to a person without potential. It does not depend on the amount of value of the so-called "human capital".

One of the important features and characteristics of economics is to make more money by making money. To get something, you have to spend something. Those who claim to earn more will also have to spend more. In order for the spent funds to be more effective, the funds given to the workers should not only be wages, but should also be aimed at encouraging the development of the economy. This process, in turn, leads to the development of the field of business management. In this, along with "human capital", it is necessary to expand the management of "human resources". The theory of human resources, unlike human capital, is considered to be a controlled entity. However, this may vary in terms of resource capacity. This also cannot be equated with human capital or human potential.

Human resources can include the population of people who are able to work in the society. From the point of view of the enterprise, it includes employees who are employed in it. It is also natural that each of these has different potential. But from the point of view of purpose, all of them want to make a profit. To achieve this, workers really have to use their conscious abilities and their bodies (arms and legs). But their ability to do something varies in terms of volume, time and quality, they are not the same. The level of this depends on the scientific and professional potential of each person.

Human potential is used on the basis of a contract. For this, workers aim for a standard wage, while employers aim for a net profit from the process. In other words, workers spend their mental and physical labor while maintaining their labor potential, that is, labor power. They will need to work effectively for the result of this work to be at a high level. For this, it requires that its potential be high. The employer's expenses for wages should not exceed their income. If it is the opposite, the use of human capital will end in failure. This certainly does not allow to ensure sustainable progress and efficiency.

Conclusions and suggestions. In short, human potential is a unique concept, which differs from the concepts of human capital, labor force, intellectual capital, human resources, cultural capital, and social capital.

First of all, if we compare the human potential with the ordinary labor force, there are currently temporary unemployed people. They prefer to work temporarily for someone so that they do not waste their time. In this way they will have daily income. Such people do not sell their labor power, but do the assigned work and complete their work.

Second, in this process, they enter into mutually beneficial temporary contracts with employers to employ their skills in exchange for wages. Employers create products using the labor of employees. It is this product that can be sold. In the same way, farmers and other entrepreneurs sell their crops. In this sale, human potential is not sold, as it would be if it were capital.

Thirdly, one thing to note is that man was sold only during slavery. He could be evaluated as human capital only as a worker. Because they have become the property of people. Whoever put them in, owned and served him. To date, using the concept of human capital theoretically does not fully express its content. Therefore, it is appropriate to use the concept of human potential.

#### **List of references**

1. Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis on January 24, 2020. // "Khalk Sozi" newspaper. January 25, 2020. No. 19. Pages 1-4.
2. Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis and the people of Uzbekistan dated December 20, 2022. // <https://president.uz/uz/lists/view/5774>
3. An explanatory dictionary of the Uzbek language: more than 80,000 words and phrases. 3rd floor. T.: "National Encyclopedia of Uzbekistan" State Scientific Publishing House, 2006. - 432 pages.

4. Yakubov O. Old world. Roman. - T.: "Gafur Ghulam publishing house", 2004.
5. Explanatory dictionary of the Uzbek language: more than 80,000 words and phrases. Volume 2. T.: "National Encyclopedia of Uzbekistan" State Scientific Publishing House, 2006. - 316 pages.
6. Marx, Karl. Buying and Selling Labour: Chapter 6 Marxists.org
7. Smith, Adam (1776). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Copyright 2007 MetaLibre.

| Q.Dilmonov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | К.Дильмонов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Inson salohiyatining o‘ziga xos xususiyatlari                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Специфические характеристики человеческого потенциала                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Annotatsiya:</b> maqola inson salohiyatining o‘ziga xos xususiyatlariga bag‘ishlangan bo‘lib, unda salohiyat, kapital, inson salohiyati, inson kapitali, ishchi kuchi, intellektual kapital, inson resurslari kabi tushunchalarning mazmuniga ham to‘xtalib o‘tilgan, ularga nisbatan inson salohiyatining o‘ziga xos xususiyatlari ochib berilgan.</p> <p><b>Kalit so‘zlar:</b> salohiyat, kapital, inson salohiyati, inson kapitali, ishchi kuchi, intellektual kapital, inson resurslari, madaniy kapital, ijtimoiy kapital</p> | <p><b>Аннотация:</b> статья посвящена специфическим характеристикам человеческого потенциала, а также затрагивает содержание таких понятий, как потенциал, капитал, человеческий потенциал, человеческий капитал, рабочая сила, интеллектуальный капитал, человеческие ресурсы, ось человеческого потенциала и в их отношении выявлены специфические черты.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> потенциал, капитал, человеческий потенциал, человеческий капитал, рабочая сила, интеллектуальный капитал, человеческие ресурсы, культурный капитал, социальный капитал.</p> |

**Bekjon Shukurillayevich Musayev** – SamISI, “Marketing” kafedrası dotsenti

### OLIV TA'LIM XIZMATLARINI TARG'IB QILISHNING NAZARIY ASOSLARI

**Annotatsiya:** Ushbu maqola oliy ta'lim muassasalari o'rtasida yuzaga kelgan raqobat sabablari, oliy ta'lim xizmatlarini iste'molchilarga sotishda siljitiş va targ'ib qilishning ahamiyati, dolzarbligi va zaruriyati ilmiy asarlarda keltirilgan nazariy qarashlar asosida yoritib berilgan.

**Kalit so‘zlar:** Oliy ta'lim, ta'lim xizmatlari, marketing, marketing-miks, internet marketing, raqamli marketing, siljitiş va targ'ib qilish, marketing kommunikatsiyalari, abiturent, talaba, ularning ota-onalari, professor-o'qituvchilar.

**Kirish.** Mamlakatimizda so'nggi yillarda amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning ustuvor yo'nalishlari va mehnat bozori talablaridan kelib chiqib, OTMlari quyidagi muhim vazifalarni hal qilishga erishilmoqda. Jumladan:

- zaruriyattan kelib chiqib, qabul kvotalarini shakllantirishga va oshirishga;
- oliy ta'lim xizmatlarini raqamlashtirishga;
- OTMlarida ta'lim sifatini oshirishga;
- iqtisodiyot soha va tarmoqlari uchun yuqori malakali kadrlar tayyorlashga va h.k.

Davlat OTMlari keltirilgan vazifalarni hal qilishda quyidagi 4 ta asosiy ustuvor yo'nalishlarda faoliyat olib borayotganligini ko'rishimiz mumkin:

Birinchi yo'nalish – bosqichma-bosqich davlat oliy ta'lim muassasalari boshqaruv kengashlari rolini oshirish va kafedralar vakolatlarini kengaytirish.

Ikkinchi yo'nalish – o'quv jarayonini bozor talablariga moslashtirish, ishlab chiqarish bilan uzviyligini ta'minlash va talabalarning o'z ustida ishlashi uchun muhit yaratish.

Uchinchi yo'nalish – oliy ta'lim muassasalarining ilmiy salohiyatini oshirish, ilm-fan va innovatsiyani rivojlantirish.

To'rtinchi yo'nalish – professor-o'qituvchilar va talabalar uchun qog'ozbozlikni kamaytirish, sohani raqamlashtirish orqali byurokratiya va korrupsiyani keskin qisqartirishdir.

So'ngi yillarda mamlakatimizda mazkur yo'nalishlarda ahamiyatga molik ishlar natijasi sifatida ko'pgina davlat oliy ta'lim muassasalariga moliyaviy va akademik mustaqillik berilganligini, oliy ta'lim xizmatlari bozoriga xususiy sektorning kirib kelganligi natijasida oliy ta'lim muassasalari o'rtasida sog'lom raqobat yuzaga keldi. Bu esa, faoliyat yuritayotgan oliy

ta’lim muassasalarining raqobatbardoshligini oshirish masalasi kundan-kunga dolzarb bo’lib bormoqda. Bunday sharoitda asosan marketing imkoniyatlaridan hamda oliy ta’lim xizmatlarini o’z iste’molchilariga sotishda siljitish va targ’ib qilish vositalaridan samarali foydalanishga alohida e’tibor berish lozim.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.** Bugungi kunda, oliy ta’lim xizmatlarini targ’ib qilishga oid ko’plab ilmiy tadqiqot ishlari olib borilgan. Jumladan, O.S.Batalovanning “Специфика маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг” nomli ilmiy maqolasida [1], E.I.Булин-Соколованинг “Информационно - коммуникативные технологии в системе общего образования” nomli ilmiy maqolasida [2], Y.Vissemaning “Университет третьего поколения. Управление университетом в переходный период” nomli ilmiy asarida [3], S.S.Gulyamov, R.X.Ayubov, M.Q.Abdullayevlarning “Raqamli iqtisodiyot – kadrlar tayyorlashning dolzarb yo’nalishlari” nomli ilmiy maqolasida [4], G.Drummondning “Consumer confusion: reduction strategies in higher education, International Journal of Educational Management” nomli ilmiy maqolasida [5], Hanover Researchning “Trends in Higher Education Marketing, Recruitment, and Technology” nomli elektron kitobida [6], T.Hayesning “Delphy study of the future of marketing of higher education” nomli ilmiy maqolasida [7], F.Hewitt, M.Claytonlarning “Quality and complexity lessons from English higher education” nomli ilmiy maqolasida [8], Ph.Kotler va Foxlarning “Strategic Marketing for Educational Institutions” nomli ilmiy asarida [9], M.N.Krivsovaning “Специфика и виды информационно-рекламных источников в профориентационной работе вузов” nomli maqolasida [10] hamda C.Maslowskyning “Five Ways Higher Education Marketing Will Change in 10 Years” [11] ilmiy maqolalarida oliy ta’lim xizmatlarini targ’ib qilish bo’yicha nazariy ma’lumotlar berilgan.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqotning maqsadi oliy ta’lim xizmatlarini targ’ib qilishning nazariy asoslari bo’lganligi uchun, uni yoritish davomida bilish nazariyasining induksiya va deduksiya, monografik kuzatuv, mantiqiy tahlil, makon va zamon usullaridan keng foydalanilgan.

**Tahlil va natijalar.** Jahon tajribasidan bizga ma’lumki, ishlab chiqarish va xizmat ko’rsatishning barcha sohalarida raqobatbardoshlikni oshirishning birdan-bir yo’li marketing imkoniyatlaridan keng foydalanishdir. Hozirgi vaqtda ko’pgina oliy ta’lim muassasalari sog’lom raqobat yuzaga kelganligi sababli o’zlarining “Marketing” bo’limi faoliyatini qaytadan ko’rib chiqib, uni samarali tashkil etish zarurligini tushunib yetgan. Chunki, marketing bo’limi asosan, oliy ta’lim muassasalarini bozor bilan, ya’ni potensial iste’molchilar (abiturentlar, talabalar va ularning ota-onalari, ish beruvchilar, ilmiy ishlanmalar haridorlari va boshqalar) bilan doimiy o’zaro aloqasini ta’minlab turadigan asosiy bo’g’in hisoblanadi. Shu o’rinda oliy ta’limda marketing xizmati tushunchasining mazmun mohiyatiga batafsil to’xtab o’tsak va bu tushunchaga ta’rif bersak, maqsadga muvofiq bo’lar edi.

**Oliy ta’limda marketing xizmati** - bu mehnat bozorida ta’lim yo’nalishlariga va mutaxassisliklarga bo’lgan talabni o’rganish va bu ta’lim yo’nalishlariga va mutaxassisliklariga mos keladigan qabul kvotalarini shakllantirish, oliy ta’lim muassasalarining bozordagi mavqeini mustahkamlash va raqobatbardoshligini oshirish hamda ta’lim xizmatlarini siljitish, ya’ni targ’ib qilish kabi vazifalar bilan shug’illanuvchi maxsus organ hisoblanadi.

Umuman olganda, oliy ta’lim tizimida marketing va uning vositalaridan dastlab qachondan boshlab foydalanilganligiga e’tibor beradigan bo’lsak, 1980-yillarning o’rtalarida dastlabki nazariyalar xorijiy mutaxassis olim Tom Hayes tomonidan ilgari surilgan. Uning fikricha “... oliy ta’lim tizimida marketing 1980-yillarning o’rtalarida sog’liqni saqlash sohasidagi marketingning bir qismi sifatida qaralgan” [7]. Bu fikrga erishgan yutuqlari nuqtai nazaridan qo’shilsak bo’ladi. Chunki, sog’liqni saqlash sohasida yoki OTMlarida erishgan natijalariga, yutuqlariga qarab iste’molchilar o’z qarorlarini qabul qiladilar. Bunday vaziyatda boshqa marketingning elementlari masalan, xizmatlarning narxi, joylashgan joy ikkinchi darajali bo’lib qoladi. Ammo bugungi raqobat kuchaygan sharoit nuqtai nazaridan qaraydigan bo’lsak, berilgan ta’rif bugungi kun talabiga unchalik ham mos kelmaydi. Sababi, sog’liqni saqlash sohasidagi marketing bilan oliy ta’lim tizimidagi marketing va targ’ib qilish jarayoni bir-biridan farq qiladi. Masalan, sog’liqni saqlash sohasiga sog’lig’idan shikoyati bor mijozlar jalb qilinadi yoki sog’lig’i yaxshi kishiga dori

sotib, uni davolab bo‘lmaydi. Bunda targ‘ib qilish va reklama tadbirlarini o‘tkazish o‘ziga xos yondoshuvlarni talab qiladi. Agar mana shu yondoshuvdan ta’lim sohasida ham foydalanilsa kutilgan natijalarga erishib bo‘lmashligi mumkin.

Yana bir xorijiy mutaxassis Graeme Drummond “Oliy ta’lim muassasalarida marketing moliyalashtirish va ko‘proq talabalarni jalb qilish uchun raqobatlashishga majbur bo‘lgandan keyin zaruriy faoliyatga aylanadi” [5] degan fikrni ilgari so‘rgan. Umuman mantiqan olib qaraydigan bo‘lsak, har qanday biznes egasi ishlab chiqargan tovarini yoki ko‘rsatayotgan xizmatini qimmat narxga sotishni istaydi. Yoki hech qaysi OTMlari ajratilgan kvotalarini to‘lmay qolishini hohlamaydi. Shuning uchun bu berilgan ta’rif o‘rinlidir, lekin bu degani bugungi kunda OTMlaridagi marketing faoliyatiga to‘liq mos keladi degan fikrni anglatmaydi.

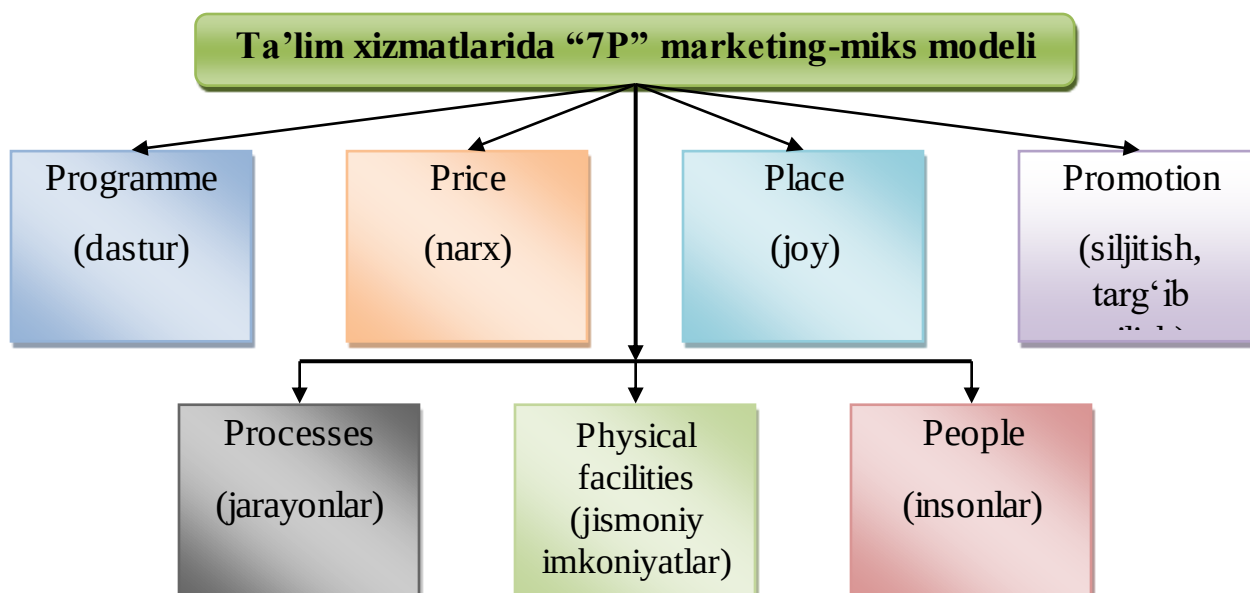
Marketing bo‘yicha yetakchi mutaxassis olim Filipp Kotler “oliy ta’lim tizimida marketing - bu maqsadli bozorlarning ehtiyojlari va istaklari uchun mo‘ljallab ishlab chiqilgan ta’lim dasturlarini tahlil qilish, rejalashtirish, uni amalga oshirish, nazorat qilish, potensial iste’molchilarni xabardor qilish va rag‘batlantirish, xizmat ko‘rsatish uchun samarali narx belgilash hamda marketing kommunikatsiyalaridan keng foydalanishdir” [9] deb ta’riflagan. Bu berilgan ta’rif bugungi kun talabiga mos bo‘lib, oliy ta’lim sohasidagi marketing faoliyatini aks ettirgan. Chunki, oliy ta’lim tizimidagi marketing faoliyati asosan ta’lim dasturlarini tahlil qilish, qabul qilish va tasdiqlash, uni amalga oshirish, nazorat qilish, potensial iste’molchilarni xabardor qilish va rag‘batlantirish, xizmat ko‘rsatish uchun samarali narx belgilash hamda marketing kommunikatsiyalaridan keng foydalanish kabi vazifalardan iboratdir.

Marketing-miks nazariyasi 1964 yil Nil Borden va Dj.Makkartilar tomonidan to‘rtta asosiy “P” ga bag‘ishlangan maqolasini e’lon qilgandan keyin juda mashhur bo‘lib ketdi. Bugungi kunda bular butun dunyo bo‘ylab marketingda “4P” bo‘lib tanilgan (product-mahsulot, price-narx, place-joy, promotion-siljitish va targ‘ib qilish).

Ta’lim xizmatlarining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda F.Kotler va Fokslar marketing-miks modelini ta’lim tizimiga moslab ishlab chiqqan va ularni “7P” marketing-miks modelini taklif qilish orqali moslashtirgan [9] (1-rasm). Bular: dastur (programme), narx (price), joy (place), siljitish, targ‘ib qilish (promotion), jarayonlar (processes), jismoniy imkoniyatlar (physical facilities) va insonlar (people).

Marketingni klassik marketing-miks modelida ham, ta’lim xizmatlari marketing-miks modelida ham asosiy elementlardan biri siljitish, targ‘ib qilish (promotion) hisoblanadi. Oliy ta’lim muassasalarida siljitish, targ‘ib qilish (promotion) abiturentlar, talabalar va ularning ota-onalari, ish beruvchilar, professor-o‘qituvchilar va boshqa manfaatdor tomonlar bilan doimiy kommunikatsiya jarayonini samarali tashkil etish uchun foydalaniladi. F.Kotler va Fokslar o‘z tadqiqotlarida oliy ta’lim muassasalarining manfaatdor tomonlarini, ya’ni aloqa o‘rnatish mumkin bo‘lgan auditoriya, jamaotchilikni quyidagi 16 ta turini keltirib o‘tgan [9]:

1. mavjud talabalar;
2. potensial (bo‘lajak) talabalar;
3. professor-o‘qituvchilar;
4. talabalarining ota-onalari;
5. ta’lim muassasasi ma’muriyati va xodimlar;
6. bitiruvchilar;
7. ta’minotchilar;
8. raqobatchilar;
9. davlat idoralari;
10. biznes hamkorlar;
11. ommaviy axborot vositalari;
12. turli moliyaviy fondlar;
13. ishonchli shaxslar;
14. akkreditatsiya tashkilotlari;
15. mahalliy hamjamiyatlar;
16. keng jamaotchilik.



1-rasm. Ta'lim xizmatlarida “7P” marketing-miks modeli.

V. Xyuit va Kleytonlar fikriga ko'ra, oliy ta'limning eng muhim manfaatdor tomonlari “ta'lim olayotganlar, kelgusida o'qishi mumkin bo'lganlar”dir [8]. Bu fikr haqiqatda o'rinni bo'lib, agar oliy ta'limda talaba va o'qishni hohlovchi bo'lajak talaba (abiturent)lar bo'lmasa, F.Kotler va Fokslar aytgan boshqa manfaatdor tomonlarining, ya'ni aloqa o'rnatish mumkin bo'lgan auditoriya (professor-o'qituvchilar, ta'lim muassasasi ma'muriyati va xodimlar, ta'minotchilar, raqobatchilar, davlat idoralari, biznes hamkorlar, turli moliyaviy fondlar, keng jamoatchilik va boshqalar) ham bo'lmaydi. Y.Vissemaning fikricha “ta'lim xizmatlarini siljitishda dastavval ta'lim xizmatlari mijozlarini, ya'ni maqsadli segmentni aniqlab olish lozim” [3]. Ta'lim xizmatlari iste'molchilariga nafaqat talabalar, ularning ota-onalari, professor-o'qituvchilar, ish beruvchilar kiradi, balki abiturentlar, ommaviy axborot vositalari, o'quv qurollarini ishlab chiqaruvchilar va yetkazib beruvchilar (nashriyotlar, konselyariya tovarlari, o'quv mebellari va boshqalar) ham kiradi. Ta'lim xizmatlarini siljitishda aynan shu iste'molchilarga ham mo'ljallangan ta'lim xizmatlarini targ'ib qilish lozim.

Muayyan maqsadli auditoriya e'tiborini o'ziga qaratish uchun oliy ta'lim muassasalari siljitish, targ'ib qilish (promotion)ning quyidagi to'rtta asosiy vositalaridan keng foydalanishi lozim:

- reklama;
- sotishni rag'batlantirish (oliy ta'lim tizimida talabalar, professor-o'qituvchilar, ish beruvchilarga nisbatan rag'batlantirish qo'llaniladi);
- jamoatchilik bilan aloqalar (PR);
- shaxsiy sotish.

Bugungi kunda OTMni muvaffaqiyatli targ'ib qilish uchun turli reklama texnologiyalarining aloqa resurslaridan keng foydalanish kerak. OTMni targ'ib qilish nuqtai nazaridan marketing kommunikatsiyalarining quyidagi elementlari eng muhim hisoblanadi: reklama, ommaviy maxsus tadbirlar (ish beruvchilar bilan uchrashuvlar, davra suhbatlari va h.k.), to'g'ridan-to'g'ri marketing, ko'rgazmalarda ishtirok etish, elektron korporativ aloqa imkoniyatlaridan foydalanish, kuchli brend yaratish, korporativ madaniyat va korporativ uslub, norasmiy kommunikatsiyalar.

OTM xizmatlarini targ'ib qilishda PR muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. PR - bu belgilangan kommunikatsiya maqsadlariga erishish uchun jamoatchilik bilan aloqalar o'rnatishda qo'llaniladigan vositalardir. Bu vositalariga ochiq eshiklar kunini yutkazish, ta'lim muassasalarining yubiley kunlarini nishonlash, ta'lim muassasalari haqidagi nashrlar to'plamini yaratish, matbuot uchun ochiq muammoli muhokamani tashkil etish, bellashuvlar, musobaqalar, turnirlar, davra suhbatlari, master-klasslar tashkil etish va yutkazish, jamoat

tashkilotlari yig'ilishlarida faol ishtirok etish, taqdimotlar (ta'lim dasturlari), matbuot anjumanlari, brifing, maxsus belgilangan mukofotlar topshiriq marosimlari, seminarlar, uchrashuvlar, onlayn konferensiyalar, telekonferensiyalar, ommaviy nutq, ta'lim muassasalari bo'ylab ekskursiya, eksperiment va uning ommaviy axborot vositalarida yoritilishi, mulohazalar va takliflar kitobi yuritilishi; maxsus tadbir (VIP-shaxslar va ommaviy axborot vositalari vakillarini bilan uchrashuv)lar yutkazish va boshqalarni kiritish mumkin.

Shuningdek, oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilish borasida ham ko'pgina tadqiqotchi o'z ilmiy tadqiqotlarini olib borgan. Jumladan, O.S.Batalova o'z tadqiqotlarida shunday fikrni ilgari surgan. “Ta'lim xizmatlari bozorining rivojlanishi natijasida oliy ta'lim muassasalari o'rtasida raqobat paydo bo'ladi va kuchayishda davom etadi. Iste'molchilarning talablari va maqsadli auditoriya har doim o'zgarib boradi. Bu esa, oliy ta'lim muassasalarida o'z xizmatlarini reklama va targ'ib qilish zaruriyatini yanada oshiradi” [1]. Haqiqatdan ham bu nazariya mamlakatimiz oliy ta'lim sohasida ham kuzatildi. 2016 yildan boshlab, ta'linga bo'lgan e'tiborning kuchayishi natijasida oliy ta'lim muassasalari o'rtasida sog'lom raqobat yuzaga keldi. Ta'lim oluvchilarning talablari kundan kunga o'zgarib bormoqda. Ya'ni, oldinlari qabul kvotalarining kamligi tufayli o'zlari qiziqqan ta'lim yo'nalishlariga hujjat topshirmasdan, o'qishga kirish imkoniyati yuqori bo'lgan ta'lim yo'nalishlariga hujjat topshirib, o'qishga kirgan bo'lsa, bugungi kundagi abiturentlar o'zlari qiziqqan, nufuzli va sifatli ta'lim beradigan OTMlarida o'qishni hohlashmoqdalar. Bu esa, oliy ta'lim muassasalarida o'z xizmatlarini siljitish va targ'ib qilishga bo'lgan zaruriyatni kuchaytirmoqda.

M.N.Krivsovaning fikricha “jahon bo'yicha ta'lim xizmatlari bozori jadal rivojlanmoqda va yildan-yilga o'sib bormoqda. Barcha ta'lim muassasalari, institutlar, universitetlar, akademiyalar bozor munosabatlarining bevosita ishtirokchilaridir. Ta'lim xizmatlari bozorida raqobatning kuchayib borishi reklamaga va PRga bo'lgan talabni oshirib yubormoqda. Chunki raqobatli sharoitda barqaror faoliyat yuritishi uchun har qanday oliy ta'lim muassasasi o'zining xizmatlariga bo'lgan ijobiy fikrlarni shakllantirishi lozim” [10]. Bu fikr bozor iqtisodiyoti nuqtai nazaridan o'rinli, qo'shilsa bo'ladi. Lekin, oliy ta'lim muassasalari o'zlarining xizmatlariga bo'lgan ijobiy fikrlarni shakllantirish uchun dastavval ular moliyaviy va akademik mustaqil bo'lishi kerak va OTMlaridagi marketing bo'limi faoliyatiga jiddiy e'tibor berishlari kerak. Chunki, OTMlarida marketing bo'limi faoliyatiga jiddiy e'tibor berilmasa va unga kerakli mablag' ajratilmasa, oliy ta'lim xizmatlari iste'molchilarida ijobiy fikrlarni shakllantirish hamda brend darajasiga olib chiqish imkoniyati yetarli bo'lmaydi.

Ayni paytda butun jahonda oliy ta'lim muassasalari o'z xizmatlarini targ'ib qilishga katta e'tibor qaratishmoqda. Chunki, bo'lajak talabalar oliy o'quv yurti va ta'lim yo'nalishini tanlashga e'tiborli bo'la boshladilar. Oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilishda, oliy ta'lim xizmatlarining ustun tomonlariga potensial iste'molchilarning e'tiborini qaratish hamda bundan yaxshigina manfaatdor bo'lishiga qaratilgan ma'lumotlarni yetkazish va targ'ibotini kuchaytirishga e'tibor berish lozim.

Oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilishda, F.Kotler va Fokslar aytib o'tgan oliy ta'lim muassasalarining manfaatdor tomonlarini, ya'ni aloqa o'rnatish mumkin bo'lgan auditoriyaga turli targ'ib qilishga qaratilgan tadbirlar orqali kommunikativ ta'sir ko'rsatib, sotish samaradorligini oshirishga jiddiy e'tibor berish lozim.

Oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilish masalasini Ye.I.Bulin-Sokolova o'z tadqiqotlarida “oliy ta'limdagi marketingning asosiy yutuqlari ta'lim xizmatlarini reklama qilish va targ'ibot ishlarini olib borishning zamonaviy texnologiyalaridan foydalanish bilan bog'liq ekanligidir” [2]. Hanover Research o'z izlanishlarida, “OTMlari yangi talabalarni jalb qilishda uchun ochiq eshik kunini va shunga o'xshash boshqa tadbirlarga katta ahamiyat berayotganiga qaramay, raqamli texnologiyalar orqali oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilish vositalari eng samarali ekanligini ko'rsatadi” [6]. Xorijiy mutaxassislardan yana biri C.Maslowskyning fikricha “veb-sayt oliy ta'lim muassasalari va ularning turli manfaatdor tomonlari o'rtasida marketing targ'ibotlari uchun juda muhim vosita bo'lib qolayotganligi, shu bilan birga ijtimoiy tarmoqlarda marketing (Social media marketing (SMM)) imkoniyatlaridan ham samarali foydalanishga e'tibor qaratishlari lozim” [11].

Bu tadqiqotchilarning fikrlaridan shunday xulosa qilish mumkinki, bugungi axborot kommunikatsiya texnologiyalari rivojlangan davrda oliy ta’lim xizmatlarini siljitish, targ’ib qilish (promotion)da raqamli texnologiyalardan ya’ni, internet marketing, raqamli marketing imkoniyatlarini keng foydalanish lozim.

Oliy ta’lim xizmatlarini raqamli texnologiyalar asosida targ’ib qilish hamda oliy ta’lim xizmatlarini raqamlashtirishning dolzarb masalalari bo’yicha mahalliy olimlarimiz, yosh mutaxassislar ham o’zlarining ilmiy tadqiqot ishlarini olib borishmoqda. Jumladan, S.S.Gulyamov, R.X.Ayupov, M.Q.Abdullayevlarning fikrlarga ko’ra, “...hozirgi davrda universitetlar va boshqa oliy ta’lim muassasalari oldida raqamli iqtisodiyotga o’tish davri vazifalari ko’ndalang bo’lib turibdi: oldindan ma’lum qilingan yo’nalishlar va ixtisosliklar bo’yicha bakalavr va magistrlar tayyorlash bilan birga dasturlar to’plamini kengaytirish va talabalar raqamli iqtisodiyot talab qiladigan ko’nikmalarni o’zlashtirishi va bilimlar olishi mumkin bo’lgan zarur sharoitlar yaratish eng dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi” [4]. Bundan shunday xulosa qilishimiz mumkinki, OTMlarini bitiruvchilari nafaqat o’z mutaxassisligi bo’yicha bilimlarni puxta egallagan bo’lishi, balki raqamli iqtisodiyot talab qiladigan ko’nikmalarni o’zlashtirishi va bilimlar olishi uchun oliy ta’lim muassasalari o’z e’tiborlarini qaratishlari lozimligi aytilgan.

**Xulosa va takliflar.** Xulosa qilib aytganda, ta’lim sohasida amalga oshirilgan islohotlar natijasida ular o’rtasida sog’lom raqobat sharoiti yuzaga keldi. Bunday sharoitda faoliyat yuritadigan har bir oliy ta’lim muassasalari o’zlarining “Marketing” bo’limi faoliyatini qaytadan ko’rib chiqib, uni samarali tashkil etish zarurligini tushunib yetgan. Chunki, marketing bo’limi asosan, oliy ta’lim muassasalarini bozor bilan, ya’ni potensial iste’molchilar (abiturentlar, talabalar va ularning ota-onalari, ish beruvchilar, ilmiy ishlanmalar haridorlari va boshqalar) bilan doimiy o’zaro aloqasini ta’minlab turadigan asosiy bo’g’in hisoblanadi. Shuningdek, oliy ta’lim xizmatlarini o’z iste’molchilari kutgan orzu-umidlarini ruyobga chiqarish masalalariga alohida e’tibor berib, siljitish va targ’ib qilish vositalaridan to’g’ri va o’z o’rnida foydalangan holda ko’p va qimmat sotishga erishish lozim.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, oliy ta’lim xizmatlarini targ’ib qilishning nazariy asoslari bo’yicha quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

- Respublikamizdagi OTMlari marketing xizmati faoliyatini vaqtni o’tkazmasdan isloh qilish zaruriyatini tushunib yetishlari lozim. Chunki raqobat sharoitida qaysi oliy ta’lim muassasasi iste’molchilar ishonchini qozongan bo’lsa, ya’ni kuchli brend yarata olgan bo’lsa kelajakda mana shu OTMlari raqobatbardosh bo’la oladi.
- Har bir oliy ta’lim muassasalari o’zlarining xizmatlarini samarali targ’ib qilishi uchun ta’lim muassasalarida mavjud bo’lgan bo’limlarning hamkorligi va muvofiqligi ta’minlangan alohida tashkiliy tuzilmaga birlashtirilgan bo’lishi lozim. Bunda marketing bo’limi, matbuot xizmati, axborot texnologiyalar markazi va xalqaro aloqalar bo’limlari faoliyatlari uyg’unlashgan bo’lishi kerak.
- Oliy ta’lim muassasalarida siljitish, targ’ib qilish mexanizmlari puxta ishlab chiqilishi lozim. Bunda reklama, sotishni rag’batlantirish, PR – jamoatchilik bilan aloqalar va shaxsiy sotish vositalarini qo’llashda quyidagi savollarga oldindan javob topish kerak: nima uchun qo’llash kerak, qachon qo’llash kerak, qanday qo’llash kerak va natijasi qanday bo’ladi?

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. Баталова О.С. Специфика маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг // Экономическая наука и практика: материалы Междунар. науч. конф. 2012. С.110-114.
2. Булин-Соколова Е.И. Информационно-коммуникативные технологии в системе общего образования [Текст] // М.: ФГНУ ИОО, 2004. 7,5 уч.-изд.
3. Виссема Й. Университет третьего поколения. Управление университетом в переходный период / -М.: Сбербанк, Олимп-Бизнес, 2016. 422 с.
4. Гулямов С.С., Аюбов Р.Х., Абдуллаев М.Қ. Рақамли иқтисодиёт – кадрлар тайёрлашнинг долзарб йўналишлари. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнал, №1, 2020 й. 186-198 бетлар.
5. Drummond, G. (2004). Consumer confusion: reduction strategies in higher education, International Journal of Educational Management, 18(5), 317-323.

6. Hanover Research (2014). Trends in Higher Education Marketing, Recruitment, and Technology. [ebook]
7. Hayes, T. (2007). Delphi study of the future of marketing of higher education. Journal of Business Research, 60, 927-931.
8. Hewitt, F., & Clayton, M. (1999). Quality and complexity lessons from English higher education. International Journal of Quality & Reliability Management, 16(9), 838-858.
9. Kotler, Ph., Fox, K.F.A. (1985), Strategic Marketing for Educational Institutions, Prentice Hall, 396 p.
10. Кривцова М.Н. Специфика и виды информационно-рекламных источников в профориентационной работе вузов // Молодой ученый. 2016. № 8. С. 1274-1276.
11. Maslowsky, C. (2013). Five Ways Higher Education Marketing Will Change in 10 Years. The EvoLLLution. Retrieved 20 July 2016.

| <p style="text-align: right;"><b>Б.Мусаев</b></p> <p><b>Теоретические основы продвижения услуг высшего образования</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p style="text-align: right;"><b>В.Мусаев</b></p> <p><b>Theoretical foundations for the promotion of higher education services</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье на основе теоретических представлений, изложенных в научных трудах, объясняются причины конкуренции между высшими учебными заведениями, важность, актуальность и необходимость продвижения услуг высшего образования среди потребителей.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> высшее образование, образовательные услуги, маркетинг, маркетинг-микс, интернет-маркетинг, цифровой маркетинг, продвижение, маркетинговые коммуникации, абитуриент, студент, родители, преподаватели.</p> | <p><b>Abstract:</b> This article, based on theoretical concepts set out in scientific works, explains the reasons for competition between higher education institutions, the importance, relevance and need to promote higher education services among consumers.</p> <p><b>Keywords:</b> higher education, educational services, marketing, marketing mix, internet marketing, digital marketing, promotion, marketing communications, applicant, student, parents, teachers.</p> |

Ашур Али Рустам ўғли Латипов – СамИСИ мақсадли таянч докторанти

## МАҲАЛЛАДА ЯНГИ ИШ ЎРИНЛАРИНИ ЯРАТИШ ВА БАНДЛИКНИ ОШИРИШДАГИ ҚУЛАЙЛИКЛАР ВА ИМКОНИЯТЛАР

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> мақолада маҳалладаги янги иш ўринларини яратиш ва бандликни оширишда яратилган қулайликлар ва имкониятлар қараб чиқилган. Шунингдек, Самарқанд вилоятида ҳар бир маҳаллада ҳафтанинг ҳар бир куни тизимли равишда бирор муаммони ўрганишга ва уни ҳал қилишга қаратилган ишларни амалга ошириш масаласи қараб чиқилган. Аниқ маълумотлар асосида Самарқанд шаҳридаги “Қуйи Хўжа соат” маҳалласида 2015-2022 йиллар давомида аҳоли бандлиги ва унинг таркибий тузилишидаги ўзгариш динамикаси бўйича таҳлилий материаллар берилган ва улардаги ҳолат ўрганилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> маҳалла, иш ўринлари, ўзини ўзи банд қилиш, имтиёзлар, солиқ, бандлик даражаси, аҳоли бандлиги.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Кириш.** Ҳозирги кунда мамлакатимизда Янги Ўзбекистонни шакллантириш дастури бўйича жуда катта ишлар амалга оширилмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг мамлакатимизда “2022–2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси” III йўналиши миллий иқтисодиётни жадал ривожлантириш ва юқори ўсиш суръатларини таъминлашга қаратилган 34-мақсад бўлиб, унда: “Худудларнинг муҳандислик-коммуникация ва ижтимоий инфратузилма тизимини ҳамда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаларини ривожлантириш” ҳамда VI. йўналиши миллий манфаатлардан келиб чиққан ҳолда умумбаشارий муаммоларга ёндашиш бўлимининг 85-мақсади: “Мамлакатда янги иш ўринлари яратиш, аҳоли даромадларини ошириш ва шу орқали 2026 йил якунига қадар камбағалликни камида 2 бараварга қисқартириш” масалалари қўйилган [1]. Булардан ҳам кўриниб турибдики, мазкур соҳани ривожлантириш мамлакатимиз иқтисодий-ижтимоий ҳаётида муҳим аҳамият касб этадиган объектив зарурият ушбу мавзунинг долзарблигини белгилайди.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасини назарий ва амалий жиҳатдан тадқиқ этиш, аҳолининг иш билан бандлик даражасини ошириш ва камбағалликнинг турли масалалари ва камбағалликни қисқартириш бўйича Қ.Х.Абдурахмонов, М.Қ.Пардаев [6], М.М.Мухаммедов, Н.К.Зокирова, Ш.Р.Холмўминов, Д.А.Артиқова, З.Я.Худойбердиев, К.З.Хомитов, Г.Қ.Абдурахмонова, Н.У.Арабов шуғулланиб келмоқдалар.

Аммо ушбу муаллифлар ишларида маҳаллалар кесимида хизмат кўрсатиш соҳасида ўзини-ўзи банд қилиш афзалликлари, қолаверса камбағалликни қисқартириш механизмлари тадқиқот объекти сифатида батафсил ўрганилмаган. Инновацион иқтисодиёт шароитида мамлакатимизда жамиятнинг бошланғич ўзаги бўлган маҳаллаларда хизмат кўрсатиш соҳасида ўзини-ўзи банд қилиш фаолияти ривожланиши бўйича методологик ва концептуал ёндашувларнинг етарлича асосланмаганлиги ва тизимлаштирилмаганлиги тадқиқот мавзусининг долзарблигини ифодалайди ҳамда унинг мақсади ва вазифаларини тўғри аниқлашга ҳам имкон беради.

**Тадқиқот методологияси.** Мақолани тайёрлаш ва тегишли хулосаларни шакллантиришда мантикий, иқтисодий ва қиёсий таҳлил, макон ва замон, тизимли ёндашув каби усуллардан фойдаланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Маҳаллада янги иш ўринларини яратиш ва аҳолининг бандлигини таъминлашда ёшларнинг ўрнини оширилишига ҳам тегишли шароитлар яратилди. Ҳозирги кунда ҳар бир маҳаллада маҳалла раиси, сектор раҳбари, профилактика инспекторлари билан биргаликда ёшлар етакчиси, ҳоким ёрдамчиси, хотин-қизлар фаоли, ёшлардан кўча сардорлари биргаликда маҳалланинг истиқболи учун бир жон, бир тан бўлиб фаолият кўрсатмоқда. Буларга яна таълим муассасаси директори ва унинг ўринбосари ҳам масъул қилиб белгиланганлар.

Ҳар бир маҳаллада ҳафтанинг ҳар бир куни тизимли равишда бирор муаммони ўрганишга ёки бирорта хайрли тадбирларни ўтказишга мўлжалланган. Жумладан, Самарқанд шаҳрида жойлашган маҳаллалардаги ёшлар етакчисининг ҳафталик иш режаси тасдиқланган бўлиб, булар қуйидагича тақсимланган (1-жадвал).

1-жадвал

**Самарқанд шаҳридаги маҳаллаларнинг ҳафталик иш тартиби**

| Ҳафта-<br>нинг<br>кунлари | Ҳар бир кунга<br>белгиланган<br>тадбирлар         | Масъуллар ва тадбирлар амалга ошириладиган<br>жойлар                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ДУШАН-<br>БА              | Ёшлар<br>муаммоларини<br>ўрганиш ва ҳал<br>қилиш  | Маҳалла раиси, ҳоким ёрдамчиси, хотин-қизлар фаоли ва профилактика инспектори билан бирга ҳафта давомида амалга ошириладиган ишларни келишиб олинади ва шу ҳафтада қандай муаммоларни ҳал қилиш чора-тадбирлари белгиланади.                                                  |
| СЕШАН-<br>БА              | Китобхонликни<br>тарғиб қилиш ва<br>амалга ошириш | Беш ташаббус доирасидаги китобхонликни давом эттириш ва белгиланган тартибда китобхонлик мусобақаларига ёшларни жалб этиш. Доимий равишда <a href="http://5tashabbus.uz">5tashabbus.uz</a> сайти орқали ахборотлар билан танишиб туриш ва ундаги янги вазифаларни ҳам бажариш |
| ЧОР-<br>ШАНБА             | Тадбиркорлик ва<br>бандлик масалалари<br>куни     | “Бандлик дастури”га киритилган ёшларни иш билан таъминлаш мақсадида ҳоким ёрдамчиси билан ҳамкорликда ишлаш ва кунлик ҳисобот юритиш.                                                                                                                                         |
| ПАЙ-<br>ШАНБА             | Профилактика<br>тадбирларини олиб<br>бориш        | Маҳаллада вояга етмаганлар ва ёшлар ўртасида ҳуқуқбузарлик ва жиноятчиликни олдини олишнинг самарали тизимини яратишга қаратилган “Харакатлар режаси”га киритиладиган ёшлар рўйхатини шакллантириш ва улар билан тизимли ишларни олиб бориш                                   |
| ЖУМА                      | Ҳарбий<br>ватанпарварлик ва                       | Туман (шаҳар) ёшлар ишлари бўлимидан ушбу масала бўйича берилган топшириқларнинг ижроси билан                                                                                                                                                                                 |

|          |                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | Заковатга тарғиб қилиш ва амалга ошириш                                 | шуғулланиш ҳамда кун давомида амалга оширилган ишлар юзасидан туман (шаҳар) бўлимига ҳисобот топширишда янги иш ўринларини яратиш бўйича таклиф ва тавсияларни ҳам мунатзам бериб туриш                                                                                           |
| ШАНБА    | Маданий тадбирлар кунни бўлиб турли йўналишларда амалга оширилади.      | Ўқув марказлари билан ҳамкорликда ёшлар, айниқса уюлмаган ёшларни хорижий тилларни ўрганишга жалб этиш “Ибрат фарзандлари” лойиҳасини тарғибот қилиш. Ҳафта давомида амалга оширилган ишларини ОАВ ва ижтимоий тармоқларда доимий ёритиб боришни ҳам тизимли равишда ташкил қилиш |
| ЯКШАН-БА | Дам олиш кунни, бироқ кимнинг имконияти бўлса ўша тадбирлар давом этади | Маҳалладаги ёшларнинг қизиқишлари ва маҳалла инфра-структурасига қараб, мазкур тадбирлар режасининг кунлари ёки вақтларини ўзгариши ва зарур ҳолларда ушбу кунни ҳам мазмунли ўтказиш учун ёшларнинг ташаббуслари билан турли тадбирларни ташкил қилиш                            |

Маҳалла мутасаддилари тегишли идоралар билан ҳамкорликда фаолият олиб боришини таъминлаш учун маҳалладаги вазият бўйича туман (шаҳар) шўъба мудирига тизимли равишда ахборот бериб ва янги топшириқларни олиб туришлари белгиланган. Ҳар ҳафтанинг бошида маҳалла раиси, ҳоким ёрдамчиси, хотин-қизлар фаоли ва профилактика инспектори билан бирга ҳафта давомида амалга ошириладиган ишларни келишиб олинади. Бу тадбирлар таркибида асосий эътибор, янги иш ўринларини яратиш, бандлик масаласи, айниқса ўзини ўзи иш билан таъминлаш масаласи мутасаддиларнинг доимий диққат марказида бўлади. Бу ишда “Ёшлар баланси”, “Ёшлар дафтари” ва “Ёшлар портали” электрон платформаларидаги маълумотларни янгилаб, таҳлил қилиб борилади. Бунда ҳам ўзини ўзи иш билан банд қилиш масаласи эътиборда бўлади [5].

Маҳаллада эътибор қаратиладиган муҳим масалалардан бири Президентимиз қўйган беш ташаббуснинг барча йўналишлари бўйича қандай ишлар олиб борилаётганлигига эътиборни қаратиш вазифаси ҳам юклатилган. Ушбу ташаббуснинг барча йўналишлари бўйича мусобақаларга ёшларни жалб этиш (Stashabbus.uz сайти орқали рўйхатдан ўтказиш) каби масалалар ҳам аниқ дастурлар асосида амалга оширилиб борилади. Маҳаллада электрон платформалар орқали келиб тушган ҳамда “оғир” тоифадаги ёшларнинг мурожаатларини манзилли хонадонбай бориб ўрганишга ҳам тегишли мутасаддилар вақт ажратиб, бу борада ҳам тизимли ишлар олиб борилади. “Оғир” тоифадаги ёшлар билан ишлаш ва бириктирилган ташкилотлар билан ижроси бўйича сектор раҳбарига ахборот бериб, улар билан ҳам мулоқот майдони ташкил қилинган бўлиши лозим.

Ҳар бир иш ижросини назорат қилиб боришни ҳам йўлга қўйилган. Ўтган ҳафта берилган топшириққа асосан кўча кесимида шаклланган сардорлар рўйхати бўйича туман бўлимига бажарилган ишлар ҳақидаги маълумотлар ҳам тақдим этиб борилади. Бунинг ижроси бўйича расм (фото), турли жадвал маълумотлари ва объективка шаклидаги ҳисоботлар ҳам олиб борилади. Маҳалладаги таълим муассасасининг инфратузилмасидан келиб чиққан ҳолда ёшларнинг бўш вақтини мазмунли ташкил этиш мақсадида тадбирлар ташкил этиш ҳам кун тартибидаги муҳим масалалардан бири сифатида ҳамиша маҳалла мутасаддилари эътиборида бўлади [4].

Ушбу ишларни амалга оширишда маҳалладаги аҳвол юзасидан маҳаллага мутасаддилар тўлиқ маълумотга эга бўлишлари лозим. Шу мақсадда Самарқанд шаҳридаги “Қуйи Хўжа соат” маҳалласида 2015-2022 йиллар давомида аҳоли бандлиги ва унинг таркибий тузилишидаги ўзгариш динамикаси бўйича таҳлилий материалларни тайёрладик. Бу маълумотлар ушбу жадвалда келтирилган (2-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотлари битта ҳудуд мисолида аҳолининг бутун аҳволини таҳлил қилиш имкониятини яратади. Маҳаллада расмий иш билан банд бўлмаса-да, ўзини ишсиз ҳисобламайдиган меҳнатга қобилиятли аҳоли анча. Аммо улар ҳамон ўзини ўзи иш билан таъминлаш масаласидаги имконият ва имтиёزلарни тўлиқ тушуниб етмаяпти. Шу туфайли маҳаллада 2021 йилгача қайд этилмаган.

**Самарқанд шаҳридаги “Қуйи Хўжа соат” маҳалласида 2015-2022 йиллар давомида  
аҳоли бандлиги ва унинг таркибий тузилишидаги ўзгариш динамикаси бўйича  
таҳлилий материаллар**

| <b>Кўрсаткичлар</b>                                                     | <b>2015<br/>йил</b> | <b>2016<br/>йил</b> | <b>2017<br/>йил</b> | <b>2018<br/>йил</b> | <b>2019<br/>йил</b> | <b>2020<br/>йил</b> | <b>2021<br/>йил</b> | <b>2022<br/>йил</b> |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Аҳолининг сони, жами, киши                                           | 2611                | 2869                | 2904                | 2983                | 3020                | 3130                | 3180                | 3265                |
| 2. Жумладан аёллар сони, киши                                           | 1303                | 1413                | 1428                | 1457                | 1475                | 1519                | 1527                | 1489                |
| 3. Пенсиялар сони                                                       | 240                 | 268                 | 260                 | 253                 | 234                 | 248                 | 260                 | 285                 |
| 4. 16 ёшгача бўлган болалар сони, киши                                  | 318                 | 362                 | 328                 | 301                 | 351                 | 364                 | 396                 | 308                 |
| 5. Бола парвариши билан банд бўлганлар сони, киши                       | 198                 | 211                 | 249                 | 278                 | 297                 | 306                 | 325                 | 280                 |
| 6. Меҳнатга қобилиятли аҳоли сони (1к-(3қ+4қ+5қ))                       | 1855                | 2028                | 2067                | 2151                | 2075                | 2212                | 2199                | 2392                |
| 7. Аҳоли бандлиги жумладан                                              | 618                 | 605                 | 518                 | 579                 | 662                 | 755                 | 807                 | 948                 |
| 7.1. Бандлик даражаси, % (7қ*100/6қ)                                    | 33,3                | 29,5                | 25,1                | 26,9                | 31,9                | 34,1                | 36,7                | 39,6                |
| 8. Тадбиркорлик билан банд бўлганлар, киши                              | 2                   | 3                   | 6                   | 9                   | 10                  | 15                  | 24                  | 122                 |
| 9. Касаначилик билан банд бўлганлар сони, киши                          | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   |
| 10. Миллий ҳунармандчилик билан шуғулланув-чилар сони, киши             | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   |
| 11. Савдо-сотиқ билан шуғулланувчилар сони, киши                        | 24                  | 39                  | 42                  | 48                  | 56                  | 69                  | 80                  | 320                 |
| 12. Чорвачилик, паррандачилик ва асаларичилик билан банд бўлганлар сони | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 4                   | 0                   |
| 13. Тадбиркорликнинг бошқа соҳаларида банд бўлганлар сони, киши         | 0                   | 1                   | 4                   | 5                   | 9                   | 10                  | 12                  | 32                  |
| 14. Мавсумий ишлар билан банд бўлганлар сони, киши                      | 163                 | 147                 | 168                 | 191                 | 279                 | 367                 | 365                 | 185                 |
| 15. Узоқ муддат хорижий давлатларга иш излаб кетганлар сони, киши       | 416                 | 397                 | 341                 | 307                 | 291                 | 274                 | 285                 | 254                 |
| 16. Талабалар сони, киши                                                | 2                   | 4                   | 4                   | 7                   | 9                   | 11                  | 16                  | 8                   |
| 17. Ишловчи пенсионерлар сони, киши                                     | 11                  | 14                  | 16                  | 12                  | 8                   | 9                   | 7                   | 15                  |
| 18. Ишсизлар сони                                                       | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 4                   | 12                  |
| 19. Қишлоқ хўжалиги билан боғлиқ кўрсаткичлар (рақами борлари олинди)   | -                   | -                   | -                   | -                   | -                   | -                   | -                   | -                   |
| 20. Томорқаси бор хонадонлар сони                                       | 160                 | 191                 | 203                 | 216                 | 239                 | 264                 | 270                 | 220                 |
| 21. Томорқасида иссиқхона ташкил этган хонадонлар сони                  | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 1                   | 4                   | 3                   |
| 22. Томорқадан фойдаланаётган оилалар сони                              | 78                  | 79                  | 84                  | 88                  | 96                  | 114                 | 130                 | 130                 |
| 23. Уй ҳайвонлари мавжуд хонадонлар сони                                | 147                 | 159                 | 167                 | 147                 | 143                 | 139                 | 132                 | 209                 |
| 24. Йирик шохли қорамоллар, бош                                         | 19                  | 26                  | 24                  | 43                  | 49                  | 57                  | 73                  | 210                 |
| 25. Қўй ва эчкилар, бош                                                 | 104                 | 97                  | 82                  | 128                 | 131                 | 149                 | 154                 | 320                 |
| 26. Отлар, бош                                                          | 1                   | 1                   | 1                   | 2                   | 2                   | 3                   | 5                   | 21                  |
| 27. Қуёнлар, бош                                                        | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 12                  |
| 28. Уй паррандалари бор оилалар сони                                    | 42                  | 48                  | 54                  | 61                  | 66                  | 74                  | 80                  | 132                 |
| 29. Жами уй паррандалари, бош                                           | 186                 | 227                 | 254                 | 297                 | 364                 | 413                 | 500                 | 680                 |

Бугунги кунда ўзини ўзи банд қилганлар, якка тартибдаги тадбиркорлар (ЯТТ) ва оилавий корхоналарга аҳолининг бандлигини таъминлашда муҳим роль ўйнамоқда. Шу туфайли Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2020 йил 8 июнь куни бизнес ва ўзини ўзи банд қилишни давлат томонидан тартибга солишни соддалаштириш бўйича қарори имзоланди. Мазкур қарор билан ўзини ўзи банд қилганларга – 1 июлдан бошлаб бир қанча имтиёзлар берилган.

Муҳими 2020 йил 1 июлдан бошлаб барча ҳудудларда ўзини ўзи банд қилган шахслар шуғулланиши мумкин бўлган фаолият (ишлар, хизматлар) турлари ҳудуднинг имкониятларидан келиб чиқиб, уларнинг рўйхати кенгайтирилади. Умумий рўйхатга мазкур қарор бўйича бир йўла 43 та йўналиш, асосан онлайн ва медиа хизматлар қўшилди. Бу ўзини ўзи банд қиладиган аҳолига катта қулайликлар ва имкониятларни очиб берди.

Яна бир қулайлик айнан шу 1 июлдан бошлаб уларга бериладиган вақтинчалик меҳнат гувоҳномалари бекор қилинади. Бу ўз навбатида ўзини ўзи банд қилганлар учун ортиқча ташвиш камайди. Булар энди хабар бериш тартибида махсус мобиль илова ёхуд солиқ тўловчининг шахсий кабинети орқали рўйхатдан ўтишлари мумкин. Қарорда қайд этилганидек, энди рўйхатга олиш далили матрицали штрих код (QR-код) билан тасдиқланади ва барча муносабатлар шу орқали амалга оширилади.

Шуни қайд этиш жоизки, ўзини ўзи банд қилганлар 2020 йилдан бошлаб ҳар йили бир йил учун ижтимоий солиқни ҳақиқатда ишлаган вақтидан қатъи назар, базавий ҳисоблаш миқдорининг камида 50%и ҳажмида тўлайди. Бу 165,0 минг сўмни (330,0/2) ташкил қилади. Ушбу сумма тўлиқлигича бюджетдан ташқари Пенсия жамғармасига йўналтирилади ва ундан келиб чиққан ҳолда ЯТТлар учун пенсия миқдори белгиланади. Ўзини ўзи банд қилганлар учун қулайликлардан бири, ушбу соҳага илгаригидек ёлланма ишчиларни жалб қила олмайди, иш берувчига эга бўла олмайди. Буларнинг ҳар бири ўз тақдирини ўзлари ҳал қилади.

Интернет орқали хизматлар кўрсатувчи ёки ишлар бажарувчи ўзини ўзи банд қилганлар-фрилансерлар энди қуйидаги ҳуқуқларга эга бўлди. Биринчидан, кўрсатилган хизматлар (бажарилган ишлар) учун чет элдаги норезидентлардан хорижий валютадаги тўловларни ТСОЯЭАТга тегишли маълумотларни киритмаган ҳолда Ўзбекистон банкларидаги ҳисоб рақамларига қабул қилиш имконияти яратилди.

Иккинчидан, контракт тузмасдан, келишув тўғрисидаги оммавий таклифни (оферта) қабул қилиш ёки электрон ёзишмалар алмашиш ёхуд ҳисобварақ-фактураларни (инвойс), шу жумладан, электрон шаклда тақдим қилиш йўли билан чет эллик жисмоний ва юридик шахсларга хизматлар кўрсатиш ва ишлар бажариш имкониятига ҳам эга бўлди.

Муҳим жиҳатлардан бири, давлатнинг бизнес вакиллари билан ўзаро муносабатларида бюрократия анча камайиш имконияти ҳам яратилди. Биргина мисол, олдингидек юридик шахсларнинг жойлашган жойи (почта манзили) ўзгарганда қайта рўйхатдан ўтказиш талаб этилмайди. Фақат унинг катта миқдорларда солиқ қарздорлиги мавжуд бўлмаган тақдирда. Агар ҳаммаси меъёр даражасида бўлса, фақат хабар бериш тартиби жорий этилади, холос.

Мазкур Қарор билан якка тартибдаги тадбиркорлар учун яна иккита қулайлик яратилди [2]. Булар, биринчидан, уларни солиқ органларида ҳисобга қўйиш уларни давлат томонидан рўйхатдан ўтказилаётганда (қайта рўйхатга олинаётганда) тадбиркорлик фаолиятини олиб бориш жойи бўйича амалга ошириладиган бўлди ва иккинчидан, давлат рўйхатидан ўтказилганлиги тўғрисидаги гувоҳномада эгасининг фотосурати акс эттирилиши ҳам кўзда тутилган бўлди.

Оилавий корхоналарга берилган имтиёзлар ҳам эътиборга молик. Энди улар ўзини ўзи банд қилганлар учун назарда тутилган фаолият турлари билан шуғулланса ва иштирокчилари сони камида 3 нафар бўлса уларнинг айланмадан тўлайдиган солиқлари белгиланган миқдордан 50 %га камайтирилган ставкада тўлашга ҳақли эканлиги ҳам белгилаб қўйилди.

**Хулоса ва таклифлар.** Тадқиқот натижасида ўзини ўзи иш билан банд қилиш тизи-

мининг жорий қилиниши ва якка тартибдаги тадбиркорларга бир қанча имтиёз ва енгилликлар берилганлигига гувоҳ бўлдик.

Биринчидан, ўзини ўзи банд қилиш натижасида тадбиркорлик фаолиятининг тегишли ҳудуддаги рақобатбардош турини эркин танлаш ҳуқуқи қўлга киритилди.

Иккинчидан, кредит олиш учун зарур бўлган бизнес-режа лойиҳаси ва ҳужжатлар тўпламини шакллантириш, тегишли тадбиркорлик фаолияти учун тақдим этилган имтиёз ва преференциялар тўғрисида маълумот олиш масалалари ҳам бюрократик тўсиқларсиз амалга ошириладиган бўлди.

Учинчидан, ўзини ўзи банд қилган ва ЯТТ учун тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш жараёнида кўчмас мулк объектларини танлаш имкониятлари ҳам яратилди. Ушбу имтиёз ва қулайликлар оилавий тадбиркорларлик билан шуғулланадиганлар учун ҳам мўлжалланган.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022 — 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60-сон Фармони.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 24 декабрдаги “Ўзбекистон Республикаси иқтисодий тараққиёт ва камбағалликни қисқартириш вазирлиги ҳамда унинг тизим ташкилотлари фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ-62-сон Қарори.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 26 мартдаги “Иқтисодиётни ривожлантириш ва камбағалликни қисқартиришга оид давлат сиёсатини тубдан янгилаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5975-сонли Фармони.

4. Mamayunus Parдаev, Ozoda Parдаeva, Obid Parдаev. Innovative models of Synergistic efficiency. LAMBERT academic Publishing, 2022. – 109 p.

5. Пардаев М.Қ., Олтаев Ш., Пардаева О.М., Тагирова Н.Б. Ҳар бир оилада тадбиркорлик – ўзини-ўзи банд қилиш имконияти. Амалий тавсия. Самарқанд, СамИСИ. 2018. – 214 бет.

6. Пардаев М.Қ., Пардаева О.М. Камбағалликни баҳолаш ва уни камайтириш йўллари. Илмий-услубий тавсия. Самарқанд, СамИСИ. 2020. – 68 бет.

7. Пардаев М.Қ. Пардаева О.М., Пардаев О.М. Иқтисодиётни стратегик ривожлантиришнинг инновацион моделлари. Монография. / – Т.: “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2022. – 228 бет.

| А. Латипов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | A. Latipov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Потенциальные возможности для создания новых рабочих мест и увеличения занятости в махалле</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной научной статье исследуется проблематика создания новых рабочих мест и повышения уровня занятости в махалле. Анализируются средства и возможности, связанные с разработкой таких мероприятий. Дополнительно, в Самаркандской области проводилось ежедневное систематическое изучение и решение проблем в каждой махалле. В статье представлены аналитические материалы о динамике изменения занятости и структуры населения в махалле «Куйи Хужасахат» города Самарканда за период с 2015 по 2022 годы. Данные основаны на точных фактах и подробно исследуют положение в данной области.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> махалля, рабочие места, самозанятость, льготы, налог, уровень занятости, занятость населения.</p> | <p><b>Potential opportunities for creating new jobs and increasing employment in the mahalla</b></p> <p><b>Abstract:</b> This scientific article examines the issues of creating new jobs and increasing the level of employment in the mahalla. The facilities and possibilities associated with the development of such events are analyzed. Additionally, in the Samarkand region, a daily systematic study and solution of problems was carried out in each mahalla. The article presents analytical materials on the dynamics of changes in employment and population structure in the Kuyi Hojasakhat mahalla of the city of Samarkand for the period from 2015 to 2022. The data is based on accurate facts and explores the situation in this area in detail.</p> <p><b>Keywords:</b> mahalla, workplaces, self employment, privileges, tax, employment rate, population employment.</p> |

# ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ

Тимур Ибодуллаевич Ибрагимов – СамДУ тадқиқотчиси

## ИННОВАЦИОН ТОВАРЛАРНИ БОЗОРДА СИЛЖИТИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИХАТЛАРИ

**Аннотация:** Мақолада инновация товарлари бозорида силжйтишнинг маркетинг технологияларини қўллаш хусусиятлари муҳокама қилинади. Ушбу хусусиятлар бозорнинг ўзига хослиги ва инновацион маҳсулотларнинг товар сифатидаги истеъмол хоссалари билан белгиланиши кўрсатилган. Маркетинг тадқиқотларининг алоҳида элементлари ва инновацион маҳсулотларни илгари суриш тизимида алоҳида ёндашув зарурлиги очиқ берилган.

**Калит сўзлар:** инновацион маркетинг, инновацион бозор, инновацион товар, инновацион бозорни ўрганиш, инновацион товарларни силжйтиш.

**Кириш.** Жаҳон иқтисодий ҳамжамиятидаги глобал рақобат шароитлари давлатимиз томонидан кейинги йилларда иқтисодиёт соҳаларни инновацион ривожлантириш йўлига ўтиш зарурлигидан келиб чиққан ҳолда бир қатор ҳуқуқий, маъмурий ва ташкилий чора-тадбирларни амалга ошириб келинмоқда. Мамлакат иқтисодиётини инновацион ривожланиш йўлига ўтказишнинг стратегик мақсади туфайли инновацияларни бошқариш ва маркетинг билан боғлиқ масалаларга қизиқиш ортди, ушбу мавзу бўйича хориж ва маҳаллий нашрларда кўплаб илмий тадқиқот ишланмалари пайдо бўлмоқда, аммо ушбу инновацион ислохотлар жараёнида ишлаб чиқариладиган инновацион ёндашувлар асосида яратиладиган товарларни ички ва ташқи бозорда силжйтиш ва сотишда ўта муҳим аҳамият касб этадиган маркетингнинг ўзига хос хусусиятлари масаласи очиқ қолмоқда.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Инновацион ривожланиш ва уни амалга ошириш сиёсати назарияси бўйича тадқиқотлар XX асрнинг 70-80-йилларидан бошлаб кучайди. Инновацион ривожланиш назариясининг яратилишида Фельдман М.П., Кантвел Дж., Ямарино С., Фурман Дж.Л., Портер М.Е., Стерн С., Сонн Дж.В., Сторпер М. каби олимларнинг ишлари муҳим роль ўйнади. Ўзбекистонда инновацион ривожланиш масалалари Р.Г. Абдуллаева, Х.П. Абулкасимов, С.С. Ғуломов, А.В.Вахабов, Т.С. Расулов, М.М Мухаммедов, М.Қ. Пардаев ва бошқаларнинг илмий асарларида ёритилган. Иновацион маркетинг масалаларига замонавий ёндашув бўйича Ш.Э. Эргашхўжаева, Ш.А. Мусаева, Д.Х. Асланова, М.Т. Алимоваларнинг илмий тадқиқот ишланмаларини таъкидлаш мумкин.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот методологияси илмий абстракция, анализ ва синтез, сифат ва миқдорий таҳлил усуллари, қиёсий таҳлил, кузатиш ва таққослаш каби иқтисодий-статистик методлар ташкил этади.

**Таҳлил ва натижалар.** Инновация товарлари бозорида силжйтишнинг маркетинг технологияларини қўллаш хусусиятларини ҳамда бозорнинг ўзига хослиги ва инновацион маҳсулотларнинг товар сифатидаги истеъмол хоссаларини аниқлашни назарда тутди. Ушбу йўналишда маркетинг тадқиқотларининг алоҳида элементлари ва инновацион маҳсулотларни илгари суриш тизимида алоҳида ёндашув зарурлиги очиқ беришдан иборат.

**Инновацион бозорнинг хусусиятлари.** Фикримизча, инновацион бозор алмашинувни рағбатлантирадиган ёки инновацион маҳсулотлар сотувчилари ва харидорларини бирлаштирадиган жамоат институти сифатида қуйидаги хусусиятларга эга:

- ўз табиатига кўра, бу “сотувчи бозори” бўлиб, унда таклиф талабдан сезиларли даражада ошади, мос равишда сотувчи харидорни инновацион маҳсулотни сотиб олишнинг мақсадга мувофиқлиги (рентабеллиги)га ишонтириши керак;

- юқори тўсиқлар ушбу бозорга хосдир, аммо бу бозорга кириш учун тўсиқлар эмас, балки потенциал истеъмолчилар томонидан янги маҳсулотларни идрок этишдаги тўсиқлар устун саналади (бу инсонга объектив равишда хос бўлган психологик тўсиқлар);

- бозор сифими сезиларли даражада иқтисодиётнинг макро ва микро даражадаги инновацион фаоллигига боғлиқ;

- бу бозор глобал характерга эга;
- бозорнинг ўзига хос хусусияти товар бозорлари терминологиясида инновацион маҳсулотлар ёки савдо каналлари тақдим этиладиган маълум бир “жой” нинг йўқлиги;

- инновацион маҳсулотларни харидорлари (оммавий бозор товарлари бундан мустасно) коммуникация жараёнида мулоқот тили муҳим бўлган мутахассислардир;

- ушбу бозорда жуда кўп турли хил маҳсулотлар мавжуд, шунингдек, натижалардан биргаликда тижорат мақсадларида фойдаланишга сотишнинг ўзига хос шакллари ва усуллари қўлланилади;

- инновацион бозорнинг фаолияти, бошқа ҳар қандай бозор сингари, маълум бир бозор инфратузилмаси (молиявий, ахборот, ташкилий ва бошқалар) томонидан қўллаб-қувватланади. Инновацион бозор инфратузилмасининг ривожланмаганлиги коммуникация, инвестицияларни жалб қилиш, янги бозорларни шакллантириш муаммоларини мураккаб-лаштиради ва ушбу бозор субъектлари (илмий институтлар, технопарк тузилмалари ва корхоналари) уларга хос бўлмаган функцияларни бажариш зарурлигига олиб келади.

*Товар сифатида инновацияларнинг хусусиятлари.* Инновацион бозорда айрибошлаш объекти ўзига хос товарга айланадиган инновацион маҳсулотлардир. Бундай товарларнинг ўзига хос хусусиятлари янгилик билан бирга қуйидагиларни ўз ичига олади:

- товар сифатини сезишнинг паст даражаси, чунки инновацион маҳсулотлардан амалда фойдаланилгунга қадар уларга хос бўлган хусусият ва афзалликларни тўлиқ ҳис қилиш мумкин эмас. Инновацион маҳсулотларнинг ўзига хослиги билан тўлдириладиган паст даражадаги аниқлик таклиф этилаётган янгиликларнинг жозибадорлиги ва самарадорлигини, шунингдек уларнинг ўзига хос хавф даражасини баҳолашни қийинлаштиради;

- муаллифлик (интеллектуал, саноат мулки) мавжудлигида намоён бўладиган инновацион фаолият субъектларига, уларнинг билимига, тажрибасига, истеъдодига боғлиқ бўлган инновацион маҳсулотларни персонафикацияланганлиги;

- кўп ҳолларда-чекланмаган алмаша олишлик ва сотишдан даромаднинг мультипликативлик қобилияти, масалан, лицензиялар сотишда;

- инновацион маҳсулотлар потенциал истеъмолчилар томонидан дарҳол тан олинмайдиган ва қабул қилинмайдиган янги эҳтиёжларни шакллантириши мумкин (кўпинча улар томонидан рад этилади). Янгиликлар, одатда, битта компания томонидан тузилиши мумкин бўлмаган янги бозорларнинг пайдо бўлишига олиб келиши мумкин (шериклик, иттифоқ ва ҳамкорликнинг бошқа шакллари, шу жумладан рақобатчилар билан).

*Инновацион бозорда маркетинг тадқиқотлари.* Инновацион маркетингнинг муҳим жиҳати, айниқса, янги маҳсулотларни “силжитиш-суриш” стратегияси (“push” strategy) мамлакатимизда кенг тарқалганда, янги маҳсулотларни қўллаш соҳаларини излашдир. Бу эса, мукамал ташкил этилмаган ижодий жараён бўлиб, унда фойдаланиш мумкин бўлган ақлий ҳужум усуллари, қиёслаш усули (benchmarking), кенг тармоқ қидируви, истиқболли соҳаларда бизнес тизимларини таҳлил қилиш ва бошқалар қўлланилади.

*Ғоянинг моддийлашуви ва тижоратлашув босқичи.* Янгиликнинг тижорат муваффақияти эҳтимолини ошириш учун уни яратиш жараёни интенсив тадқиқотлар ва тест-синовлари билан бирга бўлиши керак. Синовнинг бир нечта турлари мумкин:

- концептуал тест-янгилик концепциясини текширишни таъминлаш учун мўлжалланган;

- фойдаланувчилар томонидан маҳсулотни дала синови (лаборатория алфа-тестдан сўнг ўтказиладиган бета-тест);

- бозорни тестлаш синовлари (танлама маркетинг тести) — истеъмолчиларнинг реакциясини баҳолаш ва маҳсулотни ишга тушириш режасини баҳолаш.

Маҳаллий компаниялар ва янги маҳсулотларни ишлаб чиқувчилар ушбу синовларнинг барчасини ўтказишлари даргумон, аммо тижорат хавфини камайитириш учун истеъмолчиларнинг янги маҳсулот ҳақидаги фикрини ўрганиш керак. Таъкидлаш керакки, бу ерда турли хил, кўпинча ностандарт усуллардан фойдаланиш керак—кузатиш, истеъмолчиларни янги маҳсулотларни яратиш жараёнига жалб қилиш, эрта танишиш ва бошқалар.

*Инновация товарларини силжйтиш.* Янги ишланмаларни, айниқса янги эҳтиёжларни шакллантирадиган ёки мавжуд товарлар ва технологияларни алмаштирадиган қийинчиликларни идрок этишдаги қийинчиликлар потенциал истеъмолчилар билан нормал коммуникация жараёнини дарҳол ташкил этишга имкон бермайди. Бу асосан, енгиб ўтишнинг махсус усуллари талаб қиладиган янги маҳсулотларни идрок этишда истеъмолчилар тўсиқларининг шаклланиши билан боғлиқ. Америкалик тадқиқотчилар янгиликни виртуал истеъмол қилиш босқичида ҳақиқий истеъмолга тайёргарлик қўрилайётганини аниқладилар ва агар маҳсулот тан олинмаса, номаълум деб тан олинса, инсон онги ундан кейинги фойдаланишни тақиқлаши мумкин. “Фундаментал билимларнинг етишмаслиги” деб номланган бундай тўсиқнинг пайдо бўлиши эҳтиёж шаклланмаган ёки амалга оширилмаганлигини англатади. Шунга кўра, ушбу тўсиқни енгиб ўтишнинг ҳаракатлари ва ностандарт усуллари зарур. Идрокнинг психологик тўсиқларидан ташқари, ҳар қандай инновацион маҳсулот йўлида анъанавий тўсиқлар ҳам пайдо бўлади: муваффақиятсиз позицияни аниқлаш, нарх тўсиғи, маъмурий тўсиқлар, истеъмолчиларнинг соғлом консерватив қарашлари, янгилик киритилган компания ходимларининг қаршилиги (“технологик кўркүв” синдроми) ва бошқалар.

*Бозорга силжйтишнинг дастлабки босқичи.* Бозорга инновацияларни илгари суриш учун энг муваффақиятли маркетинг усуллари мисоллар:

- намуналарни бепул тарқатиш (Американинг 3М компанияси ҳозирда кенг тарқалган маҳсулотларга — пост-ит ёпиштирувчи варақларга талабни шундай шакллантирди);
- асосий маҳсулотни янгилашга мажбур қиладиган дастурларни ишлаб чиқиш (янги дастурий маҳсулотлар, компьютер ўйинлари);
- янги маҳсулотларни ишлаб чиқишда потенциал фойдаланувчиларни жалб қилиш;
- таассурот иқтисодиёти даврида айниқса муҳим бўлган янги маҳсулот учун афсонани яратиш, янгиликка қизиқиш уйғотиш (саргузаштлар ҳақидаги китоблар, iPod смартфон).

Умуман олганда, инновацион жараён доирасидаги маркетинг фаолияти ишланманинг қайси ривожланиш босқичида эканлигига боғлиқ; ишланма конкретлаштирилгач, зарурий тадбирларни танлаш жараёни ҳам тобора аниқроқ бўлиб боради. Агар дастлабки босқичларда “янгилик” тушунчаси истеъмолчи ва фойдаланишнинг мумкин бўлган соҳалари нуктаи назаридан баҳоланса, кейинги босқичларда янгилик истеъмолчиларнинг талаб ва истакларига “мослаштирилади”.

**Хулоса ва таклифлар.** Юқорида ўрганилган хусусиятлар, шаклланиш моҳияти ва амалиёти инновацион маҳсулотларнинг инновацион тизимдаги истеъмол бозорининг таркиби муаллиф нуктаи назаридан қуйидагича тақдим этилиши мумкин:

- тармоқдаги корхона ва хўжалик юритувчи субъектларнинг консолидацияланган мижоз базаларини яратиш (масалан, суғурта, молия ва консалтинг компаниялари, ахборот ва компьютер фирмалари, давлат тузилмалари);
- ҳамкорлик шартномалари, коммуникациялар доирасида минтақадаги инновацион жараён ишгирикчиларининг бошқа минтақалар ва давлатлар билан алоқаси ва ўзаро таъсирини ошириш;
- коммуникацион алоқаларни ривожлантириш учун форумлар, минтақавий кўргазмалар, ихтиролар салонлари, инновациялар ва инвестициялар ва бошқаларда фаол ишгирик этиш каби тадбирлар корхоналарнинг ишлаб чиқараётган инновацион лойиҳаларининг бозорда самарали силжишига ижобий таъсир кўрсатади.
- технопарклар, бизнес-инкубаторлар, инновациялар, илмий ва ўқув мажмуалари доирасида илмий-техник ва инновацион фаолиятни ва уларнинг ахборот ресурсларини, алоқа ва ўзаро алоқаларни ривожлантириш мақсадида фан ва ишлаб чиқариш ўртасидаги ўзаро муносабатларни ташкил этиш.

**Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Абдуллаева Р.Г., Абулкасимов Х.П., и др.. Совершенствование инновационного развития национальной экономики в условиях глобализации. Монография. Т.: «Университет», 2021. 700 с.
2. Абрамов О.К. Маркетинг инноваций: учебный курс [Электронный ресурс]/О.К.Абрамов.–Режим доступа: [http://ich.tsu.tomsk.su/Learning\\_program](http://ich.tsu.tomsk.su/Learning_program)
3. Ибрагимов И.Х. “Поведение потребителей”. Учебное пособие. СамИЭС.: 2022. – 300 с.
4. Комаров В. М. Основные положения теории инноваций/—М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2012.— 190 с.—(Инновационная экономика: теория). – 2012.
5. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. М.: Поколение, 2007. 368 с.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм, демократия. М.: Эксмо, 2007.

**Интернет ресурслар:**

7. <http://www.e-xecutive.ru> - Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу
8. <http://www.marketing.spb.ru> - Энциклопедия маркетинга, представлены маркетинговые исследования товарных рынков, рынков промышленных товаров, услуг, книги и статьи по маркетингу и др.

| <p><b>Т.Ибрагимов</b><br/><b>Особенности продвижения инновационных товаров на рынке</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p><b>T.Ibragimov</b><br/><b>Features of the promotion of innovative products on the market</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В статье рассматриваются особенности применения маркетинговых технологий для продвижения на рынке инновационных товаров. Выявлены отдельные элементы маркетинговых исследований и необходимость отдельного подхода к системе продвижения инновационного продукта.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> инновационный маркетинг, инновационный рынок, инновационный бренд, исследование инновационного рынка, продвижение инновационных товаров.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article discusses the features of the use of marketing technologies to promote innovative products on the market. The individual elements of marketing research and the need for a separate approach to the system of promoting an innovative product are identified.</p> <p><b>Keywords:</b> innovation marketing, innovation market, innovation brand, innovation market research, innovation goods shift.</p> |

**Шохрухбек Жахонгирович Расулов** – базовый докторант СамИЭС

**РАЗВИТИЕ НОВОГО СОДЕРЖАНИЯ ФИНАНСОВ В УСЛОВИЯХ  
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье исследуются вопросы, связанные с развитием нового содержания финансов в контексте развития финансовой науки, взаимосвязи государства и финансов в процессе зарождения и развития финансовых отношений в рамках требования Нового Узбекистана и стратегии инновационного развития экономики. В статье также системно изложены современные подходы к управлению финансами и их элементами, особый упор делается на стимулирующие элементы и показывается их роль и сущностное значение в обеспечении конечных результатов при одновременном снижении затрат (издержек).</p> <p><b>Ключевые слова:</b> прибыль, модификация финансовых отношений, ситуация, парадоксальное мышление, затраты, издержки, доход, стимуляторы, инновационное развитие, экономические выгоды, заинтересованность.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Введение.** Нынешний обмен мнениями может развернуться в обстановке радикальной экономической реформы. В предшествовавшей ей период, когда экономика развивалась, главным образом, на основе экстенсивного роста, сохраняющиеся при административно-командной системе финансовые отношения использовались по следующей «традиционной» схеме: общество стремится заинтересовать предприятия

разностью между возмещаемыми финансово-денежными затратами и фактически сложившимися издержками – прибылью; хозяйственным единицам возмещались не любые, а усредненные затраты и т.п. Прибыль в этом случае действовала как работающий на уровне предприятий стимулятор производства.

Однако наука обязана вести свой анализ с позиции не только настоящего, но и будущего – того преимущественно динамичного развития воспроизводства, к которому стремительно двигаются рыночно развивающиеся страны. Проблема настоящей статьи: не высвечивает ли интенсификация наличие и развитие в товарно-денежных отношениях существенно новых, специфичных именно для рынка моментов, без признания и надлежащего использования которых она может затормозиться? Для ответа рассмотрим объективно возникающие между процессами модификации финансовых отношений противоречия, а также возможные формы их разрешения.

**Методология исследования.** В исследовании были использованы: метод критической оценки и анализа, экспертный метод.

**Литературный обзор.** *Первое парадоксальное мышление экономистов.* Чтобы интенсивный рост был реальным, предприятия обязаны добиваться стабилизации или уменьшения вновь созданной стоимости<sup>1</sup> как выражения затрат рабочего времени [4]. Увеличение валового дохода может сопровождаться финансовой стабильностью или даже уменьшением ее реальной величины. Иначе говоря, двигаясь направо, надо по компасу рыночно-финансовых отношений упорно идти налево.

В условиях Нового Узбекистана становится более актуальной задача регулирования механизма финансового обеспечения инновационного развития предприятий, безусловно, профессиональными методами финансового стимулирования инновационного развития, включая методы выявления и «расшивки узких мест», разработки и реализации приоритетных направлений инновационной деятельности предприятий.

*Второй парадоксальный подход и его сущностные аспекты* в определенной степени взаимосвязаны с первым. Он связан с тем, что согласно этой теоретической версии сущностные аспекты прибыли выражают в широком смысле слова затраты производства. Она – денежное выражение затрат добавленной стоимости [7; 8].

В традиционной теории экономическое мышление представляет нам ту известную истину, что стоимостные показатели – это и есть денежные выражения не столько результатов, сколько затрат предприятий, непосредственно обусловленных, дающих возможность продвигать идею о признании затратного характера «вала», где неотъемлемой частью является прибыль, косвенно заключено признание затратной сущности прибыли. Но прямо об этом почти не говорят.

*Третьи парадоксальные взгляды* выражают возможность и значимость сущности и формы проявления экономии ресурсов или в узком смысле – издержек. На сущностном уровне абсолютная экономия материальных затрат при этом может оставаться без изменений, а экономия непосредственно на оплате труда даже способствует уменьшению ее размера. Но экономия материальных затрат и зарплаты зачастую может оборачиваться увеличением прибыли. Последняя также может изменяться в направлении, противоположном своей сущности, – экономии затрат труда.

Хотя вышеуказанные подходы ощутимы уже сейчас, пока еще, при преобладании экстенсивного развития, их можно игнорировать. Со временем они могут создать противоречие, особенно при использовании финансовых ресурсов, даже при интенсивном росте показателей предприятий. Если финансовые отношения понимать традиционно (так, чтобы из года в год в меру роста производства росли валовой доход и прибыль), «показания» рыночных форм хозяйствования могут на 180° разойтись с сущностными процессами инновационного развития. В таком отрыве от глубинных процессов исполь-

<sup>1</sup> Мы отвлекаемся от увеличения стоимости вследствие роста интенсивности, сложности труда, создания большей стоимости трудом исключительной производительности: все это не перечеркивает рассматриваемого парадокса.

зование рыночных отношений будет, по меньшей мере, создавать трудности.

Нам могут возразить: прибыль – стимулятор инновационного развития, других стимулов искать незачем, и надо настраиваться на деятельность в условиях рассмотренных выше версий. Поэтому присмотримся к прибыли уже не как к денежному выражению части затрат, а как к показателю стимулирования инноваций.

Допустим, в прошлом году предприятие имело 15 млн. долл. прибыли, а в нынешнем получает 16 млн. Вся ли прибыль нынешнего года – итог усилий предприятия по выпуску инновационной продукции в данном году? Разумеется, нет. «Львиную» часть прибыли предприятие получит фактически за повторение объемов производства, показателей предшествующих лет. Выходит, прибыль предприятия как бы «экстенсивно-объемная», причитающаяся предприятию на основе уже достигнутого в прошлом уровня «вала». В нашем примере лишь 1 млн. долл. прибыли может быть связан с успехом инновации на предприятии в данном году.

Главные экономические выгоды инноваций для страны определяются в сфере потребления. Именно здесь инновация высвобождает ресурсы и удешевляет производство. Чем больше такое удешевление, тем выше доход, ресурсы для увеличения производства товаров, осуществления экономических и социальных программ общества. Однако, если придерживаться реалий, приходится признать: при традиционном использовании финансовых отношений получить в должной мере главные выгоды интенсификации вряд ли возможно.

Обычно считается, что прибыль всегда побуждает товаропроизводителя всемерно снижать затраты. Но при этом упускается из виду, что прибыль в рыночно развитых странах воздействует на инновационное развитие не изолированно, а вместе с другими факторами, в числе которых – конкуренция, безработица и т.д., которых нет при социализме. Главную роль среди этих факторов играет стихийно устанавливающаяся цена. Неизвестно, какой она будет завтра, послезавтра. Вследствие этого владельцы капитала сориентированы на то, чтобы получить от одних лишь сегодняшних успехов от инновационного развития сразу всю прибыль, а не какую-то ее часть.

Положение с ценами у нас и других рыночно развивающихся стран принципиально иное. Безусловно, традиционно используя опыт зарубежных стран, ценообразование является «свободным» на рынке без тяжких для себя последствий. Альтернативы здесь нет. Однако с позиций будущего, всесторонней модернизации это, казалось бы, единственно верное решение ограничивает ее стимулирование. Сохраняются моменты заинтересованности предприятий не только в высоких ценах (товаропроизводитель всегда готов продать по более высокой цене), но и в высоких затратах.

Обеспечение эффективности инновационно развивающихся предприятий является архиважным. Эффективность предприятий должна повышаться также при помощи минимизации упущенной выгоды.

**Анализ и результаты.** Одна из причин – малопрятный, но упрямый факт: в нашем хозяйстве прибыль устанавливается, исходя из фактических затрат предприятий и плюс прибыль. Однако многие экономисты выступали против такого установления цен, прибыли. Несмотря на это, ценообразование, по общему признанию, осуществлялось именно указанным образом. Есть авторы, считающие, что с этим отныне покончено. Руководство Министерства экономики и финансов (в который раз!) ярко провозгласило решительный отказ от построения цен на базе фактически складывающихся затрат. Но добиться этого никак не удастся. Основной массе предприятий (как и при прежних пересмотрах цен) придется легализовать их фактические затраты, сформировавшиеся за долгие годы затратно-экстенсивного развития, и добавить к этим затратам прибыль, позволяющую осуществлять самофинансирование. При этом органы власти вряд ли можно винить или вносить в сферу обсуждения: они не вправе лишать возможности самофинансирования значительный круг предприятий. Им (и нам всем вместе с ним) деться некуда. «Виноваты» объективные отношения – неизбежность следования наших цен за,

увы, фактическими затратами. Они, как бы, на «потом», после того, как предприятия будут иметь новые цены, санкционировавшие фактически сложившиеся затраты. Исчислять новую цену на основе учета увеличения затрат ресурсов – значит дать в этой цене и более высокую прибыль (для налоговых платежей, самофинансирования и т.п.).

Во-первых, эта зависимость сохраняется в договорных ценах, применение которых будет расширяться. Смысл данных цен именно в опоре на индивидуальные затраты (в зависимости от которых предприятие и получает прибыль). На практике затраты часто берутся «с запасом» – пресса изобилует примерами завышенных, а то и вымогательских договорных цен. Во-вторых, по мере углубления модернизации деятельности предприятий все больше товаров производится двумя-тремя, а то и одним предприятием. В-третьих, происходящая сейчас индивидуализация по определению экономического размера прибыли и ее распределения между обществом и предприятием тоже приводит к расширению индивидуальной базы цен. Когда цена едина для отрасли или группы предприятий, предприятие с менее благоприятными условиями может получить льготный стимул, адекватный нормативам (напр., при создании ему условий для самофинансирования). Но при этом нам нельзя отрицать, что получается приспособление нормативов к фактическим условиям. Оно теоретически осуждено, но фактически имеет место на практике: Идет подгонка нормативов. И стирается грань между слабым и сильным, замазываются просчеты в организации дела [3]. Об этом даже говорили или высказывали свое мнение экономисты еще до переходного периода [5]. В экономической литературе, однако, отдельные экономисты обращают внимание на возможность нормативного распределения прибыли [2], другие экономисты относятся к нормативному распределению прибыли сомнительно, считают, что введение нормативного метода распределения означает административного метода управления вероятности, может привести к неконкурентоспособности предприятий. Сторонники этой акции забывают о хозяйственной сбалансированности. Разве ликвидация нерентабельных предприятий спасает экономику от общей несбалансированности? Давно установлено: достичь ее на основе действия закона стоимости невозможно. Для сбалансированности (т.е. надлежащего обеспечения общественных потребностей), напр., в добывающей промышленности, сельском хозяйстве, необходимы и далеко не самые эффективные предприятия. В определенной мере это относится и к другим отраслям, и в интересах общества – помогать необходимым для народного хозяйства предприятиям, в том числе – индивидуальными нормативами.

Но при индивидуализации нормативов, которой, как мы полагаем, не избежать, сохранится «борьба» за благоприятные нормативы, будут «выигравшие», получившие часть прибыли в свое распоряжение, в зависимости от уровня индивидуальных затрат. Тогда, заинтересованность в высоких затратах дополняется известной незаинтересованностью в их снижении.

**Противоречие стимулирования и инновации.** Современная инновация предлагает производству новшества с уменьшением производственных затрат иной раз в сотни и тысячи раз. Как могут предприятия принять такие новшества? Это же в перспективе снижение договорной цены, поскольку при ее установлении предприятие должно руководствоваться определенными правилами, т.е. это – снижение прибыли. Между тем, при самофинансировании достигнутый уровень прибыли важнее, чем когда бы то ни было: она уже задействована в росте затрат на социальные нужды, в инвестиции и т.д. Предприятие никак не может ее терять! И чем эффективнее новшество, чем больше затрат оно сэкономит, т.е. чем выгодней оно обществу, тем резче его будет отторгать предприятие.

Итак, уровень прибыли слабо связан с инновацией: сохраняются моменты заинтересованности в высоких затратах; присутствует незаинтересованность в снижении затрат. Сочетание этих факторов есть тенденция «дорогой» инновации, в соответствии с которой предприятия стремятся переходить к все более дорогим изделиям – во что бы то ни

стало и независимо от действительной хозяйственной эффективности.<sup>1</sup>

Стимулирование инновации оказывается внутренне противоречивым: цена, прибыль вместе с другими формами рыночно-финансовых отношений одновременно и стимулируют инновации, и дестимулируют ее. Противоречие выглядит безысходным, ибо, казалось бы, для развернутого использования рыночных отношений сделано все. Отменить индивидуальное установление цен и полностью перейти к рыночной экономике представляется невозможным. Но противоречие должно быть разрешено, инновационная стратегия непримирима с какими бы то ни было тормозящими факторами.

**Заключение и предложения.** Как можно разрешить противоречия? Противоречие системы «инновации и рыночные отношения» исследует признание, что новому содержанию финансовых отношений соответствует новая соподчиненность цены, прибыли и других форм отношений, их, можно сказать, иная, нетрадиционная логика. Сначала на примере покажем решающее звено этой логики, а затем сделаем общие выводы.

Предприятие «А» получало от своей деятельности огромную прибыль: самый дешевое в стране сырье бралось с поверхности. Но общество терпело урон: погоня за максимальной прибылью, за тоннами снижала качество сырья, электростанции не могли нормально работать, их дорогое оборудование выходило из строя и т.д. В условиях современной экономики у работающих в подобной «цепке» предприятий главный источник экономии – это снижение затрат на электроэнергию, произведенную в соответствии с заданием. Но как «нацелить» на этот ресурс финансовые отношения?

*Во-первых*, и энергетики, и сырьевики должны получать все фонды экономического стимулирования исключительно за снижение затрат на производство электроэнергии, т.е. за сверхприбыль данного рода. В отличие от традиционной валовой прибыли, сверхприбыль целиком определяется успехами инновации в рассматриваемом году.

*Во-вторых*, приоритетный теоретический и практический вопрос заключается в том, как экономически зафиксировать и выразить сверхприбыль от инновации. Необходимо выразить сверхприбыль таким образом, чтобы снижению затрат на оплату труда соответствовало уменьшение их денежного выражения (иначе со временем наступит «Зазеркалье»); чтобы общество получило удешевление производительного потребления и увеличение дохода. Все вышесказанное фокусируется в решении: энергетики обращают сверхприбыль в снижение отпускных цен на свою продукцию.

*В-третьих*, сырьевики должны получать от энергетиков заверенную банком квитанцию о размерах экономически подтвержденной сверхприбыли (если вклад в экономию внесло несколько поставщиков, предприятие, получившее сверхприбыль, в пределах ее суммы представляет квитанции каждому из них). В соответствии с «ценой» квитанции сырьевикам могут определяться (по нормативам) объемы денежных средств, направляемых на стимулирование.

*В-четвертых*, снижение отпускных цен должно производиться предприятиями не за счет уменьшения прибыли. Валовая прибыль может перестать быть или служить стимулятором инновационного развития, а, замещать эту роль может только сверхприбыль, но она тоже необходима не менее, чем раньше. Важно, чтобы прибыль перестала быть дестимулятором инновации, чтобы предприятия ради ее уровня не препятствовали снижению затрат. Чтобы эта проблема была снята, уровень прибыли в цене должен фиксироваться государством и, более того, ему должна быть подчинена и сама прибыль. «Заработав» инновацией средства стимулирования, предприятие получает их от собственника прибыли.

Мы не будем останавливаться на других составляющих новой соподчиненности рыночных отношений, обусловленных потребностями инноваций. Смысл новой логики – в отказе от стимулирования разности между более высокими возмещаемыми (через цены) и фактическими затратами, ибо при этом в центре внимания предприятий неизбежно

<sup>1</sup> В условиях рыночного самофинансирования ... разнорядность инновационного продукта побуждает избавляться от дешевых в пользу дорогих. Пробуждать интерес человека к труду.

находится уровень возмещаемых затрат, так что предприятия всячески стремятся «приподнять» этот уровень и достигают этого в ущерб инновациям. Новая логика – в прямом стимулировании уменьшения индивидуальных фактических затрат, причем, таким способом, который согласует действия предприятия с сущностью инновации и передает ее достижения стране.

Конечно же, взаимодополняемость непосредственно государственных и рыночных отношений будет усиливаться на обоих полюсах противоречия между ними. Всесторонняя модернизация и инновационное развитие требуют качественных изменений не только в непосредственно общественных, но и в товарно-денежных отношениях. Только с учетом данного обстоятельства можно «заставить» последние эффективно работать в условиях инновационной экономики, на их действительное обновление. Неучет же этого, уверен, обрекает особую теоретическую дискуссию (в том числе ведущуюся ныне на страницах финансовых изданий) на бесплодие, с точки зрения выработки практически значимых выводов и рекомендаций.

### Список использованной литературы:

1. Закон Республики Узбекистан «Об инновационной деятельности» от 24 июля 2020 г. № ЗРУ-630.
2. Алиева СС. Совершенствование формирования и распределения прибыли предприятий в условиях модернизации экономики. Ташкент: Банковско-финансовая академия–2011.–28 с.
3. Аппакова Д.А. О некоторых вопросах распределения прибыли в корпорациях // Законность и правопорядок в современном обществе. 2016. №29. – С. 113-117.
4. Годунова А.О. Прибыль как экономическая категория, ее виды и характеристика // Экономика и социум. 2014. №4-2 (13). – С. 530-537
5. Кадилов А., Ахмедиева А., Алимова Н. Национальные инновационные системы в условиях глобализации. // Рынок, деньги и кредит. - №11(186). – 2012. – С. 23-27.
6. Концепция стратегии развития Республики Узбекистан до 2035 г. от 29 декабря 2018 года // Материалы для обсуждения № 90.- 67 с.
7. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Инфра-М, 2017. – С. 386.
8. Толпегина О.А., Толпегина Н.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Юрайт. 2013. – С. 96.

| <p style="text-align: right;"><b>Sh.Rasulov</b></p> <p><b>Iqtisodiyotning innovatsion rivojlanish sharoitida moliyaning yangicha mazmunini rivojlantirish</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p style="text-align: right;"><b>Sh.Rasulov</b></p> <p><b>New content development of the finance in the conditions of innovative development of the economy</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Annotatsiya:</b> Ushbu maqolada moliya fanining rivojlanishi sharoitida moliyaning yangi mazmunini rivojlantirish masalalari, moliyaviy munosabatlarning paydo bo'lishi va rivojlanishi jarayonida davlat va moliya o'rtasidagi munosabatlar Yangi O'zbekiston va innovatsion iqtisodiy rivojlanish strategiyasi talablari doirasida yoritilgan. Maqolada, shuningdek, moliyaviy boshqaruv va uning elementlariga zamonaviy yondashuvlar, rag'batlantirish elementlariga alohida e'tibor qaratilib, tizimli ravishda tavsiflanadi va ularning yakuniy natijalarni ta'minlash va bir vaqtning o'zida xarajatlarni kamaytirishdagi roli va muhim ahamiyati ko'rsatilgan.</p> <p><b>Kalit so'zlar:</b> foyda, moliyaviy munosabatlarning o'zgarishi, vaziyat, paradoksal fikrlash, xarajatlar, chiqimlar, daromadlar, stimulyatorlar, innovatsion rivojlanish, iqtisodiy foyda, qiziqish.</p> | <p><b>Abstract:</b> This paper examines issues related to the development of new content of finance in the context of the development of financial science, the relationship between the state and finance in the process of the emergence and development of financial relations within the framework of the requirements of New Uzbekistan and the strategy for innovative economic development. The article also systematically outlines modern approaches to financial management and its elements, with special emphasis placed on incentive elements and shows their role and essential importance in ensuring final results while simultaneously reducing costs.</p> <p><b>Keywords:</b> profit, modification of financial relations, situation, paradoxical thinking, costs, expenses, income, stimulants, innovative development, economic benefits, interest</p> |

# САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ

Отабек Джурабаевич Джурабаев – ТГЭУ, доцент кафедры «Менеджмент»

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ОПТИМИЗАЦИИ ОПЕРАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ И ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ХЛОПКОВО-ТЕКСТИЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ

**Аннотация:** В данной статье представлена информация по оптимизации операционной стратегии хлопково-текстильных кластеров и определению основных направлений повышения их экономического потенциала. Анализ в области разработки и внедрения операционной стратегии также упоминается в качестве основного производственного процесса.

**Ключевые слова:** операционная стратегия, производство, кластеры, аграрное производство, прогнозирование экономических процессов, цифровая экономика.

**Введение.** Во многих развитых странах Европы стратегия выпуска экспортоориентированной продукции связана с политикой развития сильных и эффективных кластеров, укреплении сотрудничества между государственным и частным секторами, а также содействием инновациям. На развитие международного рынка текстиля все сильнее оказывают влияние инновационные технологии, цифровые технологии, автоматизированное производство, широкое применение электронной коммерции.

Узбекистан является одним из крупнейших в мире производителей хлопка-сырца. Однако, проблемой текстильной промышленности страны долгое время являлось избыточное стимулирование экспорта хлопка-волокна и продукции из него с низкой долей добавленной стоимости. Для решения этой проблемы были созданы хлопково-текстильные кластеры, и выпускаемая ими продукция уже поступает на внешний и внутренний рынки. Однако, предприятия хлопково-текстильных кластеров сталкиваются с такими проблемами, быстрый износ основных производственных фондов, нехватки оборотных средств, высокий уровень трудоемкости производственных процессов, дефицита квалифицированных работников, нехватки инвестиционных ресурсов. В 2023 году Международная организация труда (МОТ) и Международная финансовая корпорация (IFC) готовятся к запуску новую программу поддержки текстильной и швейной промышленности Узбекистана. В Республике Узбекистан развитию кластеров хлопково-текстильной промышленности как одного из важнейших направлений структурных преобразований и диверсификации национальной экономики, повышению экономического потенциала предприятий путем полноценного формирования цепочки добавленной стоимости в отрасли, обеспечения занятости, повышения доходов и качества жизни населения уделяется особое внимание.

**Обзор литературы.** В странах Содружества Независимых Государств (СНГ) исследования по разработке операционной стратегии текстильных предприятий рассмотрены в работах О.И. Салминой, Ю.Н. Кулаковой, А.Б. Кулакова, В.А. Агафонова, И.В. Уриш<sup>1</sup>.

Методологические основы разработки операционной стратегии хлопково-текстильного кластера были рассмотрены в трудах отечественных ученых З. М. Мирзаахмадовой, Г.Д. Халматжановой, Л.Т. Абужаббаровой, М. К. Аллаяровой, М. О. Бозорова, Ф.М. Махмудовой<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Салмина О.И. Операционная стратегия промышленного предприятия в условиях неопределенности и риска: дисс. на соискание ученой степени канд. экон. наук, Белгород, 2013; Кулакова Ю.Н., Кулаков А.Б. Теоретические основы формирования стратегии операционной деятельности промышленного предприятия//Экономический анализ. Теория и практика. 2018; Агафонов В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: Монография / В.А. Агафонов. - М.: Инфра-М, 2019; Уриш, И.В. Теоретико-методологические аспекты развития экспортного потенциала Республики Беларусь / И.В. Уриш. – Минск: Современные знания, 2007

<sup>2</sup> Халматжанова Г.Д., Мирзаахмадова З.М. Хлопково-текстильный кластер – приоритетное направление развития нашей страны//Евразийский союз ученых. 2021. № 3-3 (84) с. 20; Абужаббарова Л.Т. Историческое формирование швейных фабрик в Узбекистане//Символ науки. - 2017. - №7. – с. 95 Аллаярова, М. К. Необходимость развития инновационного маркетинга в экономике Узбекистана / М. К. Аллаярова, М. О. Бозоров. // Вопросы экономики и управления. — 2018. — №

Методические обоснования обеспечения конкурентоспособности и повышения экспортного потенциала кластеров рассмотрены в трудах таких современных ученых как: Д. П. Барсуков, Д. М. Бегов, М. Хайдарзода, П. А. Мухсинова, И. Н. Горетов<sup>1</sup>.

Данному вопросу уделяли внимание в своих трудах отечественные ученые С. Н. Хамраева, Г. Н. Халматжанова, Б. А. Хамидов, М. А. Жуманиёзова<sup>2</sup>.

**Методы исследования.** В процессе подготовки статьи использованы такие методы, как общенаучные, формально-логические, специфические методы исследования ситуации, системного анализа, классификации, обобщения, горизонтального и вертикального анализа, эконометрическое моделирование, факторного анализа, корреляционного анализа.

**Анализ и результаты.** Для целей оценки факторов, оказывающих влияние на экспортный потенциал хлопково-текстильных кластеров в разрезе регионов Узбекистана и осуществления среднесрочного прогноза, проведем эконометрический анализ зависимости объемов экспортируемой хлопково-текстильными кластерами продукции от экономических показателей развития регионов республики.

В качестве объясняемой переменной (регрессанта) были выбраны экспорт хлопково-текстильной продукции по регионам Узбекистана (тыс. дол. США) в разрезе регионов как показатель регионального экспортного потенциала. Объясняемые и объясняющие переменные представлены в таблице 1.

**Таблица 1**

**Описание переменных экономико-математической модели<sup>3</sup>**

| №                                          | Переменные                                                 | Единица измерения | Переменная                                      | Обозначение |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------|-------------|
| <b>Объясняемая переменная (регрессант)</b> |                                                            |                   |                                                 |             |
|                                            | Экспорт хлопково-текстильной продукции по регионам         | Тыс. дол. США     | Export of cotton and textile products           | EXP         |
| <b>Объясняющие переменные (регрессоры)</b> |                                                            |                   |                                                 |             |
| 1.                                         | Инвестиции в основной капитал региона                      | Млн. сум          | Investments in the fixed capital                | INV         |
| 2.                                         | Количество работников в хлопково-текстильных кластерах     | Ед.               | Number of employees                             | NEMP        |
| 3.                                         | Заработная плата работников хлопково-текстильных кластеров | Млрд. сум         | Wages of workers of cotton and textile clusters | WAGES       |

В работе проводится анализ по панельным данным за период с 2018 по 2022 гг. по Республике Каракалпакстан, двенадцати областям и г. Ташкенту.

Всего в модели заимствовано три объясняющих переменных, общее количество наблюдений - 280 (сведения представлены в приложениях 6-9). В целях обеспечения стабильности регрессоров и уменьшения выбросов все переменные прологарифмированы. Все

2 (13). — С. 15-16. Махмудова Ф.М. Оценка качества посадки одежды с использованием современных информационных технологий // Образование и наука в современных реалиях. — 2019. — № 3. — С. 32-36.

<sup>1</sup> Барсуков Д. П. Формирование промышленного кластера: теоретические и методические аспекты: монография/ Д. П. Барсуков, В. С. Кудряшов: под общ. ред. Д. П. Барсукова. - СПб.: СПбГУКиТ, 2014. - 170 с. 12 Бегов Д.М. Эффективность формирования регионального хлопково-текстильного кластера (на материалах Согдийской области). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Душанбе, 2020. - 162 с. Хайдарзода М. Формирование и развитие региональных текстильно-швейных кластеров (на материалах Центрального Таджикистана) // Автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Душанбе, 2018. - 26 с. Мухсинова П.А. Развитие легкой промышленности региона на основе кластерного подхода (на материалах Согдийской области Республики Таджикистан) // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Душанбе, 2020; Горетов И.Н. Кластерные технологии в управлении АПК // Вестник ЧГУ. 2009. №1.

<sup>2</sup> Хамраева С.Н. Формирование инновационных структур в сельском хозяйстве Узбекистана Ташкент, 2020. — 152 с. . Халматжанова Г. Инновации, модернизация, инвестиции в экономике Узбекистана // Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество. 2020. №3-1. Хамидов Б., Жуманиёзова М. Мультипликативный эффект сельского хозяйства // Экономическое обозрение №6 (246) 2020

<sup>3</sup> Составлено автором.

стоимостные показатели с учетом ИПЦ приведены к сопоставимому виду (к ценам 2022 г.).

Описательная статистика позволяет определить среднее, медианное, максимальное и минимальное значения, а также стандартное отклонение каждого фактора от среднего значения (Standard Deviation) и коэффициент асимметрии (Skewness). Последний показывает, что наиболее симметричное распределение наблюдается по объемам инвестиций в основной капитал регионов на душу населения, наиболее асимметричны объемы экспорта ХТК, что означает сдвиги в динамике изучаемых факторов: в случае первого показателя - более равномерное распределение инвестиционных ресурсов, наблюдаемое в регионах республики в последние годы, связанное с проводимой инвестиционной политикой в Узбекистане, в случае второго показателя - несоответствие уровня производства и наличием возможностей выхода отдельных регионов на зарубежные рынки.

В соответствии с критерием согласия Жака-Бера (Jarque-Bera test), данные по INV имеют асимметрию и эксцесс, соответствующие нормальному распределению. По всем показателям наблюдаются почти совпадающие значения средних и медиан, благодаря чему, а также куртозису можем сделать предположение об относительно нормальном распределении остатков всех переменных.

В соответствии с результатами проведенного корреляционного анализа, все переменные действуют на экспорт в положительном направлении. Наиболее существенно влияет на объемы экспортируемой регионами хлопково-текстильной продукции заработная плата работников хлопково-текстильных кластеров (WAGES) ( $r = 0,44$ ), а также количество работников в хлопково-текстильных кластерах (NEMP) ( $r = 0,43$ ). Инвестиции в основной капитал региона оказывают менее заметное влияние. Кроме того, корреляционная матрица показала, что между объясняющими переменными WAGES и NEMP имеется мультиколлинеарность, что представляется вполне логичным - чем выше заработная плата работников ХТК, тем их численность выше.

Проверка ряда объясняемой переменной Y на стационарность, проведенная при помощи Panel unit root test, позволила с высокой вероятностью отклонить нулевую гипотезу о наличии единичного корня (табл.2).

Таблица 2

Panel unit root test on LNEXP <sup>1</sup>

| Panel unit root test: Summary                                                                                                            |           |         |                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|----------------|-----|
| Series: LNEXP                                                                                                                            |           |         |                |     |
| Sample: 2018 2022                                                                                                                        |           |         |                |     |
| Exogenous variables: Individual effects                                                                                                  |           |         |                |     |
| Automatic selection of maximum lags                                                                                                      |           |         |                |     |
| Automatic lag length selection based on SIC: 0                                                                                           |           |         |                |     |
| Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel                                                                             |           |         |                |     |
| Balanced observations for each test                                                                                                      |           |         |                |     |
| Method                                                                                                                                   | Statistic | Prob.** | Cross-sections | Obs |
| Null: Unit root (assumes common unit root process)                                                                                       |           |         |                |     |
| Levin, Lin & Chu t*                                                                                                                      | -29.3831  | 0.0000  | 14             | 56  |
| Null: Unit root (assumes individual unit root process)                                                                                   |           |         |                |     |
| Im, Pesaran and Shin W-stat                                                                                                              | -6.94173  | 0.0000  | 14             | 56  |
| ADF - Fisher Chi-square                                                                                                                  | 53.5718   | 0.0025  | 14             | 56  |
| PP - Fisher Chi-square                                                                                                                   | 66.1064   | 0.0001  | 14             | 56  |
| ** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality. |           |         |                |     |

<sup>1</sup> Построено автором с использованием программного продукта Eviews.

При помощи теста спецификации Дарбина-Ву-Хаусмана проверим гипотезу об отсутствии корреляции между индивидуальными эффектами и регрессорами и сделаем выбор в пользу модели со случайными эффектами либо в пользу модели с фиксированными эффектами.

Проверим FEM модель на качество и адекватность. Коэффициент детерминации  $R\text{-square} = 0,62$ , что говорит о наличии тесной связи между  $y$  и факторами, влияющими на него и о том, что 62% вариации зависимой переменной объясняется включенными в модель тремя объясняющими переменными, остальные 38% обусловлены влиянием неучтенных в модели или случайных факторов. В соответствии с критерием Фишера-Снедекора при  $F_{\text{набл.}} > F_{\text{крит}}$  мы можем признать модель адекватной. В нашем случае  $F_{\text{набл.}} = 5,35$ , а  $F_{\text{табл.}} = 2,76$  при степенях свободы  $f_1 = m = 3$ ,  $f_2 = n - m - 1 = 70 - 3 - 1 = 66$ , что подтверждает возможность отклонения нулевой гипотезы и, тем самым, надежность регрессионной модели на уровне значимости 0,05. Согласно критерию Фишера, данная модель адекватна [2,3].

Табличное значение критерия Стьюдента, соответствующее доверительной вероятности  $\gamma = 0,95$  и заданному числу степеней свободы  $t_{\text{крит}} = t_{0,05;3} = 3,18$ . Сравнивая расчетную  $t$ -статистику коэффициентов уравнения с табличным значением, заключаем, что наиболее статистически значимыми являются коэффициенты при NEMP и WAGES.

Используем критерий Дарбина-Уотсона (DW) для проверки автокорреляции результирующих остатков факторов модели, для это рассчитанное значение DW сравним с  $DW_L$  и  $DW_U$  в таблице. Если  $DW_{\text{расчет}} < DW_L$  меньше, то считается, что в остатках имеется автокорреляция. Если  $DW_{\text{расчет}} > DW_L$  больше, считается, что нет автокорреляции в остатках. Нижнее предельное значение критерия Дарбина-Ватсона составляет  $DW_L = 0,767$ , а верхнее предельное значение -  $DW_U = 1,779$ ,  $DW_{\text{расчет}} = 1,875$ . Следовательно, поскольку  $DW_{\text{расчет}} > DW_L$ , то делаем вывод об отсутствии автокорреляции в остатках результирующего фактора (объемы экспорта хлопково-текстильных кластеров в стране) [1].

Модель с фиксированными эффектами FEM (табл. 3.18) подтверждает факт наибольшей статистической значимости переменных NEMP - количество работников в хлопково-текстильных кластерах и WAGES - заработная плата работников хлопково-текстильных кластеров, подчеркивая наличие зависимости объемов экспорта хлопково-текстильных кластеров от кадрового потенциала.

При прогнозировании результата на будущие периоды необходимо для построенной модели рассчитать коэффициент MAPE (Mean absolute percent error - средняя абсолютная ошибка в процентах). Если значение рассчитанного коэффициента MAPE меньше 15,0 процента, модель можно использовать для прогнозирования фактора результата, в противном случае ее нельзя использовать.

Заключение и рекомендации. Исследование показало, что внедрение кластерных систем в хлопково-текстильной отрасли Узбекистана имело преимущественно позитивный результат - увеличение объемов производства и рост урожайности хлопка, значительное улучшение качества текстильной продукции, увеличение объемов привлекаемых инвестиционных ресурсов и внедрение в аграрный сектор инновационных технологий, рост занятости и доходов населения, интеграция и гармонизация промышленности с аграрным сектором, что в целом привело к значительному повышению уровня конкурентоспособности национальной экономики. Однако, существует ряд проблем, создающих препоны в развитии хлопково-текстильных кластеров, в том числе правового и организационного характера (недостаточно развитая нормативно-правовая база деятельности кластеров, взаимоотношения между кластерами и фермерскими хозяйствами, рост монополии регионов, занимающих лидирующие позиции в производстве, экспорте и импорте продукции хлопково-текстильных кластеров и др.). Но в целом кластерные системы за счет рационального размещения производительных сил и значительного увеличения добавленной стоимости в аграрном секторе показали свою эффективность и целесообразность [5,6].

Не перестает быть ключевым вопрос совершенствования экономических механизмов

повышения экспортного потенциала в хлопково-текстильных кластерах, для чего особенно важно, чтобы регионы переключились с пассивной стратегии на стратегию развития. Необходимо проведение системной работы по внедрению современных и инновационных технологий в хлопково-текстильное производство, конечная цель которых - увеличение объемов экспорта, повышение результативности производственной деятельности, что призвано повысить конкурентоспособность отрасли и национальной экономики в целом.

#### Список использованной литературы

1. DJURABAEV O. Formation of model beekeeping facilities and modernized interindustrial communications in human bearing management //Архив научных исследований. – 2020. – №. 11.
2. Djurabaev O. Methods of the process approach in management and determination of the criterion of technological efficiency of beekeeping farms: methods of the process approach in management and determination of the criterion of technological efficiency of beekeeping farms // Archive of scientific research. - 2021. - Т. 1. - No. 1.
3. Saidov M. Increasing Management Efficiency in The Electricity Sector of Uzbekistan //The 5th International Conference on Future Networks & Distributed Systems. – 2021. – С. 343-347.
4. Saidov M. S. Analysis of the economic activities of natural monopoly organizations //Инвестиции, градостроительство, недвижимость как драйверы социально-экономического развития территории и повышения качества жизни населения. – 2022. – С. 74-79.
5. Shanazarova G. Features of innovative management strategy of the automotive industry of Uzbekistan //Архив научных исследований. – 2019.\
6. Ҳаҳуаева И. Енгил саноат корхоналарида маҳсулот рақобатбардошлигини ошириш йўналишлари //Архив научных исследований. – 2019.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>О.Джурабоев</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Пахта-тўқимачилик кластерларининг<br/>операцион стратегиясини оптималлаштириш ва<br/>иқтисодий салоҳиятини ошириш<br/>йўналишларини аниқлаш</b></p> <p><b>Аннотация:</b> Мазкур мақолада пахта-тўқимачилик кластерларининг операцион стратегиясини оптималлаштириш ва иқтисодий салоҳиятини оширишнинг асосий йўналишларини аниқлаш бўйича маълумотлар берилган. Шунингдек, асосий ишлаб чиқариш жараёни сифатида операцион стратегияни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш соҳасидаги таҳлиллар келтирилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> операцион стратегия, ишлаб чиқариш, кластерлар, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши, иқтисодий жараёнларни прогнозлаш, рақамли иқтисодиёт.</p> | <p style="text-align: center;"><b>O.Dzhurabaev</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Optimization of the operational strategy<br/>of cotton-textile clusters and<br/>determination of directions for increasing<br/>their economic potential</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article provides information on optimizing the operational strategy of cotton-textile clusters and identifying key areas of economic capacity building. Analysis in the field of development and implementation of an operationalist strategy is also cited as the main production process.</p> <p><b>Keywords:</b> operational strategy, production, clusters, agricultural production, forecasting of economic processes, digital economy.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Умар Худайбердиев** – СамИСИ, “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси и.ф.н.,  
доцент

**Нилуфар Зиябаевна Юлдашова** – СамИСИ, “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси  
ассистенти

#### ЎЗБЕКИСТОНДА ЧОРВАЧИЛИК МАҲСУЛОТЛАРИНИ ЕТИШТИРИШДАГИ МУАММОЛАР

**Аннотация:** Мақолада чорвачилик маҳсулотлари етиштириш ҳажмининг кўпайиши, аҳолини озиқ-овқат маҳсулотлари билан таъминлашда чорвачиликнинг аҳамияти, чорва маҳсулотларини кўпайтиришдаги муаммолар ва уларнинг ечими ёритилган.

**Калит сўзлар:** қишлоқ хўжалиги, чорвачилик маҳсулотлари, ем-хашак, деҳқон ва оила хўжаликлари, наслчилик, гўшт, сут, чорвачилик комплекслари.

**Кириш.** Қишлоқ хўжалиги иқтисодийнинг устувор соҳаси ҳисобланади. Чунки қишлоқ хўжалигининг асосий тармоқлари бўлган деҳқончилик ва чорвачилик аҳоли учун зарурий озиқ-овқат маҳсулотларини етиштириб беради. Бу тармоқларда етиштирилган маҳсулотлар саноатнинг озиқ-овқат ва енгил саноат тармоқларида истеъмол товарлари ишлаб чиқаришда асосий хомашё сифатида фойдаланилади. Қишлоқ хўжалигида маҳсулот етиштириш бир мунча мушкул бўлиб, унинг ҳажмига нафақат инсон омиллари, балки табиий омиллар ҳам таъсир қилади. Қишнинг ўта совуқ келиши, совуққа чидамсиз мевали дарахтларнинг (анор, хурмо, анжир кабилар) қуриб қолишига, ёмғирнинг вақтида бўлмаслиги лалмига экилган маҳсулотларнинг (буғдой, арпа, кунжут, нўхат ва шу кабилар) ҳосили бўлмаслигига, ёзнинг иссиқ келиши ҳосилдорликнинг камайишига олиб келади.

Табиатнинг бундай инжиқликларига қарамасдан, мамлакат қишлоқ хўжалиги маҳсулотлар етиштиришда йилдан-йилга яхши натижаларга эришиб келмоқда.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Қишлоқ хўжалиги қадимий соҳа бўлганлиги сабабли, жуда кўп хорижий ва мамлакатимиз олимлари турли йўналишлар бўйича илмий изланишлар олиб борганлар. Қишлоқ хўжалиги иқтисодиёти бўйича мамлакатимиз олимларидан С.С.Ғуломов, Қ.Х.Абдурахмонов, Б.Т.Салимов, Ф.Жураев, Р.Х.Эргашев, Қ.Д.Мирзаев, О.Муртазаев, Ғ.Ҳ.Қудратов, С.Н.Хамраеваларнинг илмий ишларини таҳлили шуни кўрсатдики, улар қишлоқ хўжалигини ривожлантириш, уруғ навларини яхшилаш, ер ва сув ресурсларидан самарали фойдаланиш, ҳосилдорликни ошириш каби масалаларни ёритишган. Шу билан бир вақтда қишлоқ хўжалигининг чорвачилик тармоғидаги муаммолар етарли даражада ўрганилмаганлиги, бу соҳада ем-хашак муаммолари, маҳсулотларнинг таннарҳини пасайтириш, чорвачилик маҳсулдорлигини оширишда ташкилий-иқтисодий камчиликлар мавжудлиги маълум. Агарда чорвачилик маҳсулотларининг катта қисми деҳқон ва аҳоли хўжаликларида етиштириляётганлигини инобатга олганда бу камчилик ва муаммоларни ҳал қилиш муҳим аҳамият касб этади.

**Тадқиқот методологияси.** Мавзу бўйича илмий изланишлар олиб боришда кузатиш, таққослаш, сабаб ва оқибат усулларида фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Мамлакатимизда Республика Президенти ва Ҳукумати томонидан қишлоқ хўжалигини ривожлантириш бўйича қўрилган чора-тадбирлар натижасида бу соҳада маҳсулот етиштириш йилдан-йилга кўпайиб бормоқда. 2022 йил қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг умумий ҳажми – 347,6 трлн.сўмни ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 2018 йилги етиштирилган маҳсулот ҳажмидан 185,5 фоизга (2018-187,4 трлн сўмлик маҳсулот етиштирилган) яъни қарийиб 2 бараварига кўпдир. Бу борада аҳолини сифатли гўшг-сут маҳсулотлари билан таъминлашга ҳам катта эътибор қаратилди. Чорвачилик умумий маҳсулотлари 2018 йилги 89019,2 млрд сўмдан 2021 йилга 151285,1 млрд сўмга, яъни 170,0 фоизга кўпайди. Чорвачилик маҳсулотларини кўпайтиришда мамлакат Президенти Ш.Мирзиёевнинг 2020 йил 29 январдаги “Чорвачилик тармоғини давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг кўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги муҳим аҳамият молик бўлди. Бу қарорда моллар зотини яхшилаш, чорва озукасини кўпайтириш, чорвадорларга давлат бюджетидан субсидия ажратиш кўзда тутилди.

1-жадвал

Ўзбекистонда 2018-2022 йилларда чорвачилик маҳсулотларини етиштириш (минг тоннада)

| № | Йиллар                      | 2018<br>йил | 2019<br>йил | 2020<br>йил | 2021<br>йил | 2022 йил | 2022 йил<br>2018 йилга<br>нисбатан % |
|---|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|--------------------------------------|
|   | Кўрсат-<br>кичлар           |             |             |             |             |          |                                      |
| 1 | Гўшг (тирик вазнда)         | 2430,5      | 2473,6      | 2519,6      | 2635,1      | 2726,0   | 112,2                                |
| 2 | Сут                         | 10466,4     | 10714,3     | 10976,9     | 11274,2     | 11629,4  | 111,2                                |
| 3 | Тухум (млн дона)            | 7459,3      | 7771,2      | 7781,2      | 7788,4      | 8129,3   | 109,0                                |
| 4 | Жун                         | 34,6        | 35,1        | 35,4        | 36,3        | 37,3     | 107,8                                |
| 5 | Қорақўл тери (минг<br>дона) | 1085,2      | 1150,7      | 1152,1      | 1252,4      | 1302,3   | 120,0                                |
| 6 | Балиқ                       | 17,9        | 21,4        | 20,9        | 22,8        | 23,5     | 131,3                                |

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, чорвачилик маҳсулотларининг барча турлари бўйича ушбу йилларда кўпайишга эришилган. Асосий чорвачилик маҳсулотлари 5 йил давомида (2018-2022 йилгача) асосан 10 фоиздан кўпроққа ўсган. Балиқ етиштириш эса ушбу даврда 17,9 минг тоннадан (2018 йил) 23,5 минг тоннага (2022 йил), яъни 131,3 фоизга кўпайган. Бу аҳолини тўйимли, тез ҳазм бўладиган, витаминларга бой балиқ маҳсулотлари билан таъминлаш бўйича олиб борилаётган ишлар натижасидир.

Шуни ҳам таъкидлаш керакки, статистик маълумотларга қараганда чорвачилик маҳсулотларининг асосий, энг катта қисми деҳқон ва оила хўжаликларида етиштирилади. 2022 йилда тайёрланган гўштнинг (тирик вазнда) 87,9%, сутнинг – 93,4%, тухумнинг – 62,0%, жуннинг – 83,3%, олинган қорақўл терининг – 80,4% деҳқон ва оила хўжаликларида тўғри келган. Демак, бу деҳқон ва оила хўжаликларида чорва маҳсулотларини етиштиришда, чорва молларининг маҳсулдор турларини яратишда, озуқа етиштиришда, ветеринария хизматларини кўрсатишда, етиштирилган маҳсулотларини харид қилишда ва бошқа ишларда мутахассислар ёрдами керак. Бунинг учун жойларда мутахассисларни бирлаштирган “Агрохизматлар” ташкилоти тузилмоқда. Деҳқон ва оилавий хўжаликлар етиштирган чорва маҳсулотларини харид қилиб олиш ва уларни қайта ишлашни ташкил этиш мақсадида оилавий кооперациялар ташкил этилмоқда.

Чорва маҳсулотларини етиштиришни ҳудудлар бўйича таҳлил қилганимизда, энг кўп миқдори Самарқанд (2022 й - 19112,0 млрд сўм), Қашқадарё (2022 й - 19099,4 млрд сўм) ва Тошкент (2022 й - 16623,9 млрд сўм) вилоятлари тайёрлаган. Аксинча, энг кам миқдордаги чорва маҳсулотларини Сирдарё (2022 й - 4646,5 млрд сўм), Навоий (2022 й - 9847,2 млрд сўм) вилоятлари ва Қорақалпоғистон Республикаси (2022 й 6757,2 млрд сўм) етиштирган. Чорва маҳсулотларини кўп миқдорда етиштирган вилоятларда ҳудудлар ҳам катта, аҳоли ҳам кўп яшайди, шароитлар ҳам мавжуд. Сирдарё вилояти ҳудуди текислик бўлиб, ҳам нисбатан кичик, ҳам деҳқончиликка мослашган. Навоий вилояти ва Қорақалпоғистон Республикаси ҳудудлари жуда катта бўлиб, чорва сонларини кўпайтириб, маҳсулотлар ҳажминини кўпайтириш йўллари аниқлаш лозим бўлади.

**Хулоса ва таклифлар.** Мамлакатимизда чорвачилик маҳсулотларини етиштириш йилдан йилга кўпаймоқда. Лекин кўпайиб бораётган аҳолини узлуксиз етарли миқдорда чорва маҳсулотлари билан таъминлаш, озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш учун қуйидагиларни амалга ошириш керак:

- чорва молларининг озуқасини, ем-хашагини кўпайтириш лозим бўлади. Бунинг учун беда, маккажўхори каби экинлар майдонини кўпайтириш, ҳосилдорлигини ошириш керак. Алмашлаб экишни қатъий йўлга қўйиш керак бўлади;

- қурғокчилик, сув танқислигини ҳисобга олиб, сувсизликка чидамли, кўп йиллик ўсимликлар кўпайтиришни тизимли йўлга қўйиш лозим. Айниқса тоғ олди ва дашт, чўл ҳудудларида бу самара беради;

- чорва маҳсулотлари етиштиришда таркибини такомиллаштириш лозим. Айниқса, гўшт етиштиришда пархезбоп қуён ва парранда гўшпларини, балиқни янада кўпайтириш, бундай гўшпларнинг шифобахшлигини тарғиб қилишни кучайтириш лозим;

- бурдоқчилик ва сутчилик йўналишдаги чорвачилик комплексларини янада кўпайтириш. Чорва ем-хашакларини кўпайтириш, уларнинг таннархини, сотиш баҳосини камайитириш йўллари аниқлаш лозим;

- деҳқон ва оила хўжаликларини маҳсулдор, наслии чорва моллари билан таъминлаш, чорва маҳсулотларини харид қилиш, ем-хашак билан таъминлаш, ветеринария хизматини кўрсатиш, маҳсулотларни санитария-гигиена талаблари бўйича ташиш ва қайта ишлашни амалга ошириш ишларини йўлга қўйиш лозим бўлади.

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

- 1.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 январдаги “Чорвачилик тармоғини давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг кўшимча чора-тадбирлари тўғрисида” ПҚ-4576-сонли Қарори.
- 2.Всемирный банк (2021) Отчёт по анализу исходного состояния сектора животноводства в Узбекистане.

З.Ильчук М.М. Экономическое состояние развития молочного скотоводства/Экономика АПК.-2003.- №5-с.73

4.www.stat.uz

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>У.Худайбердиев, Н.Юлдашова</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Проблемы производства продукции животноводства в Узбекистане</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье рассмотрено увеличение производства продукции животноводства, значение животноводства в обеспечении населения продовольственными товарами, а также проблемы племенной продукции животноводства и пути их решения.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> сельское хозяйство, продукция животноводства, кормопроизводство, дехканские и семейные хозяйства, мясо-молочные, животноводческие комплексы.</p> | <p style="text-align: center;"><b>U.Khudayberdiev, N.Yuldashova</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Problems of livestock production in Uzbekistan</b></p> <p><b>Abstract:</b> the article considers the increase in livestock production, the importance of livestock in providing the population with food products, as well as the problems of breeding livestock products and ways to solve them.</p> <p><b>Keywords:</b> agriculture, livestock products, fodder production, dehqan and family farms, meat and dairy, livestock complexes.</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Жамолиддин Ярашевич Нуриллаев** – Докторант Международного центра стратегических развития и исследований в сфере продовольствия и сельского хозяйства, к.э.н., доцент

## ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ НА ПРОИЗВОДСТВО И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОДУКЦИИ В МИРОВОМ ОВЦЕВОДСТВЕ И КАРАКУЛЕВОДСТВЕ

**Аннотация:** В данной статье рассматривается влияние процесса либерализации овцеводства во многих странах, особенно на производительность и эффективность сектора. В ней анализируются преимущества и недостатки либерализации и то, как она влияет на различные заинтересованные стороны, такие как фермеры, потребители и правительство. В статье также рассматриваются некоторые проблемы, возникающие в результате либерализации, и пути их решения.

**Ключевые слова:** либерализация, овцеводство, каракулеводство, субсидирование, эффективность, снижение государственного вмешательства, рыночные отношения, маркетинг.

**Введение.** Овцеводство является важной отраслью сельского хозяйства во всем мире, обеспечивающей население мясом, кожей, шерстью и молоком. В последние годы в сельскохозяйственном секторе произошли значительные изменения, и многие страны проводят политику либерализации для содействия свободной торговле, сокращения субсидий и поощрения конкуренции. Одной из стратегий решения этих проблем является либерализация овцеводческого хозяйства, которая включает устранение государственного вмешательства и продвижение рыночной политики.

**Анализ литературы по теме.** В Узбекистане вопросы либерализации каракулеводства очень мало освещаются в экономической литературе. Однако можно выделить научные исследования, проведенные узбекскими учеными Т.Фармоновым, К.Чориевым, Н.Хушматовым и другими. Влияние экономической либерализации на эффективность производства и продукции в мировом овцеводстве и каракулеводстве изучалось в научных исследованиях многих зарубежных ученых [1,3,4,5]. Зарубежные ученые исследователи отмечают, что либерализация овцеводства которая проводилась во многих странах, и они достигли разных результатов.

**Методология исследования.** В процессе изучения влияния процесса либерализации отрасли животноводства и овцеводства на производство продукции и эффективность отрасли применялись методы индукции и дедукции, анализа и синтеза, систематического анализа, наблюдения-анкетирования.

**Анализ и результаты.** Почти все страны мира имеют овцеводческую сеть, а более 50 стран имеют развитую каракулеводческую сеть. Однако в последующие годы

большинство стран мира начали либерализацию своей экономики, в том числе и каракулеводства. Это привело к переходу от государственного контроля к рыночному подходу. Правительства сократили субсидии, отменили регулирование цен и разрешили больше частных инвестиций в сельское хозяйство. Целью этих реформ является повышение эффективности и конкурентоспособности, содействие росту и развитию сельского хозяйства. Либерализация каракулеводческого хозяйства предполагает не только сокращение государственного вмешательства, но и продвижение рыночной политики. Цель либерализации – создание более эффективной и конкурентоспособной продукции, повышение продуктивности и улучшение качества продукции каракулеводства.

В большинстве государствах либерализация экономики овцеводства и каракулеводства также привела к повышению эффективности сектора. Введение рыночной конкуренции дало новый стимул к развитию более качественных продуктов, перерабатывающих и сбытовых сетей, что привело к увеличению количества и качества продукции. Конкуренция также привела к улучшению качества продукции сектора, поскольку производители стремятся улучшить качество продукции, чтобы конкурировать на рынке.

Эффективность сети также относится к способности производителей и поставщиков эффективно общаться с покупателями и потребителями. Кроме того, политика либерализации помогает снизить транзакционные издержки, повысить конкуренцию и улучшить поток информации, которые являются факторами, влияющими на эффективность сети. Когда мы изучаем влияние либерализации в каракулеводстве, мы видим, что этот процесс отражает разные ситуации в разных странах. В некоторых странах либерализация привела к значительному повышению производительности и эффективности промышленности, в то время как в других ее влияние было минимальным или отрицательным. Ниже рассматривается влияние либерализации каракулеводческой и овцеводческой экономики на объем производства и эффективность сектора в Бангладеш, Эфиопии, Австралии, Тунисе, Пакистане, Сенегале, Индонезии, Иране, Казахстане и Иордании.

Одним из последствий либерализации является увеличение объема производства. Исследования показывают, что либерализация приводит к увеличению производства овец и улучшению качества продукции. Исследование каракулеводства в Бангладеш показало, что политика либерализации привела к увеличению количества ферм на 26 процентов, увеличению поголовья овец на 14 процентов и увеличению среднего веса овец. Процесс либерализации привел к увеличению производства каракуля, шерсти и мяса. Исследование овцеводства в Бангладеш, показало, что политика либерализации привела к повышению эффективности сектора. Политика либерализации привела к увеличению количества посредников, занимающихся реализацией продукции овцеводства, что привело к повышению эффективности сбытовой сети. Либерализация также привела к более широкому использованию мобильных телефонов для получения рыночной информации, что улучшило обмен информацией между производителями и покупателями<sup>1</sup>.

В результате либерализации отрасли было обеспечено выведение новых пород овец с более высоким уровнем продуктивности по сравнению с традиционными породами. В результате в последующие годы производство продукции овцеводства, шерсти и мяса значительно увеличилось. Однако эффективность сети по-прежнему низка из-за недостаточной инфраструктуры, маркетинговых каналов и внедрения технологий.

В советский период животноводство считалось динамично развивающейся отраслью в Республике Казахстан. В 1980-е годы поголовье каракульских овец в Казахстане достигло 6,5 млн, а годовое производство каракульских шкур достигло 2,5 млн.

После обретения Казахстаном независимости каракулеводческий сектор пришел в упадок, а поголовье племенных овец сократилось с 6,5 млн до 100 тыс. голов. По мнению академика Хисемидулы Укбоева, государственная поддержка должна быть оказана для сохранения каракулеводческого сектора<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Sheep farming in Bangladesh, Sheep breeds <https://www.asiafarming.com/sheep-farming-in-bangladesh-sheep-breeds>

<sup>2</sup> Почему сегодня казахстанский каракуль остается не востребованным? | AgroLife <https://www.youtube.com/watch?v=ZMmlR5paZsw>

В Тунисе и Эфиопии либерализация каракулеводческой экономики ограничена. Правительство по-прежнему контролирует большую часть сектора, а частные инвестиции минимальны. Это привело к низкой производительности и низкому качеству продукции. Однако недавно правительство ввело политику, направленную на поощрение частных инвестиций в этот сектор, что привело к некоторому повышению производительности и эффективности сектора. Однако либерализация овцеводческого сектора привела к увеличению числа крупных производителей и сокращению числа мелких производителей, что уменьшило разнообразие продукции овцеводства, доступной на рынке.

Изучение влияния либерализации торговли на овцеводческий сектор Туниса показало, что либерализация положительно повлияла на эффективность сектора, особенно на объемы производства и экспорта. Авторы утверждают, что либерализация привела к усилению рыночной конкуренции, что способствовало инновациям, снижению операционных издержек, повышению производительности и улучшению качества продукции<sup>1</sup>.

Аналогичным образом, исследование развития сектора животноводства в Иордании показало, что политика либерализации привела к повышению эффективности сектора. Согласно исследованиям, политика либерализации привела к более широкому использованию платформ электронного маркетинга, которые помогли более эффективно связать производителей с покупателями. По результатам исследования отмечено, что либерализация привела к повышению эффективности транспортировки и хранения продукции каракулеводства<sup>2</sup>.

Было проведено исследование для изучения влияния либерализации на овцеводство в Сенегале. Исследование показало, что процесс либерализации оказал положительное влияние на сектор, что привело к увеличению производства, занятости и доходов заинтересованных сторон. Авторы также отметили, что либерализация помогла повысить эффективность цепочки поставок баранины, что привело к снижению цен и повышению удобства для потребителей<sup>3</sup>.

Либерализация экономики овцеводства в Сенегале продолжается уже несколько лет. Это привело к расширению участия частного сектора и инвестиций в этот сектор. В результате либерализации отрасли было обеспечено выведение новых пород овец с более высоким уровнем продуктивности по сравнению с традиционными породами. В результате в последующие годы на смену каракульским овцам приходит практика содержания овец в основном для производства мяса. За счет развития эффективных сетей сбыта значительно возросла и экономическая эффективность овцеводства.

В Австралии отмена субсидий и торговых барьеров в овцеводстве привела к увеличению экспорта, особенно баранины. Это, в свою очередь, привело к увеличению производства, поскольку фермеры получили доступ к более широким рынкам и смогли получать большую прибыль. Либерализация австралийского овцеводства также привела к повышению эффективности сектора, поскольку фермеры и переработчики были вынуждены повышать эффективность, чтобы оставаться конкурентоспособными<sup>4</sup>.

Согласно исследованию, либерализация сектора овцеводства в Пакистане привела к увеличению количества мелких и средних производителей, что, в свою очередь, привело к увеличению производства высококачественной продукции<sup>5</sup>.

Либерализация каракулеводческого хозяйства в Иране продолжается уже несколько лет. Он отмечает, что инвестиции в сеть привели к более широкому использованию новых

<sup>1</sup> Sheep farming system under Tunisian semiarid conditions Typical case of Siliana Hajer Ammar <http://www.secheresse.info/spip.php?article91499>

<sup>2</sup> Economic Analysis of Bedouin Sheep Farming in Jordan and the Palestinian Territories Raid Al Baqain and A Valle Zárate Livestock Research for Rural Development 23 (12) 2011

<sup>3</sup> Counting Sheep in Senegal <https://berkeleycenter.georgetown.edu/posts/counting-sheep-in-senegal>

<sup>4</sup> MLA Market Information Report – How are global and Australian sheepmeat producers performing? [https://www.mla.eu/globalassets/mla-corporate/prices--markets/documents/trends--analysis/agri-enchmark/mla\\_agribenchmark-sheep-results-report\\_jan-2018.pdf](https://www.mla.eu/globalassets/mla-corporate/prices--markets/documents/trends--analysis/agri-enchmark/mla_agribenchmark-sheep-results-report_jan-2018.pdf)

<sup>5</sup> Sero-Epidemiological Investigation of Abortifacient Bacteria in Goats and Sheep in Three Districts of Sindh Province of Pakistan. Pakistan J. Zool., pp 1-8, 2022. DOI: <https://dx.doi.org/10.17582/journal.pjz/20211209141205>

технологий, таких как искусственное осеменение и улучшенные методы разведения. Он считает, что это привело к увеличению производства высококачественной продукции каракулеводства<sup>1</sup>. Опять же, эта ситуация привела к увеличению участия частного сектора и инвестиций в сеть. В результате либерализации отрасли было обеспечено выведение новых пород овец с более высоким уровнем продуктивности по сравнению с традиционными породами. В результате в последующие годы производство продукции овцеводства, шерсти и мяса значительно увеличилось. Благодаря развитию эффективных маркетинговых сетей эффективность сети в сети также значительно возросла.

Вопрос воздействия либерализации на окружающую среду является одним из негативных последствий либерализации. Политика либерализации может привести к увеличению производства, что может привести к неблагоприятному воздействию на окружающую среду и проблемам с правами животных. Отмечено, что либерализация овцеводства в Аргентине привела к увеличению поголовья овец у фермеров, специализирующихся на производстве мяса, что привело к увеличению использования агрохимикатов и снижению качества пастбищ.

**Выводы и предложения.** Одним из основных последствий либерализации является усиление конкуренции на рынке. Политика либерализации, такая как устранение субсидий, торговых барьеров и контроль над ценами, приводит к увеличению числа производителей и импортеров на рынке. Это приводит к конкурентному рынку, что приводит к повышению качества продукции и эффективности.

В то же время либерализация каракулеводческой экономики может негативно сказаться и на развитии ряда отраслей. Одна из проблем заключается в том, что либерализация может затруднить усиление конкуренции для мелких производителей. Сокращая количество мелких фермерских хозяйств, на рынке начинают доминировать крупные аграрные компании. Это может привести к концентрации рыночной власти и сокращению ассортимента продукции.

Еще одним эффектом либерализации является повышение эффективности сектора. Политика либерализации может привести к устранению недостатков в цепочке поставок, что приведет к снижению операционных издержек и повышению эффективности производства. Обнаружили, что политика либерализации в овцеводстве Индонезии привела к повышению эффективности производства и снижению операционных издержек. Это будет связано со снятием торговых барьеров, внедрением новых технологий, делающих производство и продажи более эффективными.

Либерализация экономики также приводит к увеличению объема иностранных инвестиций в каракулеводстве. В результате могут быть внедрены новые технологии и улучшенные методы производства, что может привести к повышению производительности и эффективности. Но в исследованиях Г.Литовченко подчеркивается, что «процветание и упадок овцеводства зависит от процветания и упадка государства<sup>2</sup>».

В целом, что либерализация каракулеводческого хозяйства в Узбекистане может оказать положительное влияние на производство и эффективность сектора, а также может привести к улучшению инноваций, производительности и качества. Однако эффективность процесса либерализации зависит от различных факторов, таких как экономическая структура страны, институциональная структура и рыночные условия. Как мы уже упоминали выше, в процессе либерализации отрасли каракулеводства в нашей стране, изучив опыт стран, прошедших этот процесс, необходимо всесторонне и всесторонне проанализировать допущенные ими ошибки и недостатки.

#### Список использованной литературы:

1. Ahmed, F., & Molla, R. I. (2017). Impact of economic liberalization on livestock sector in Bangladesh. *International Journal of Livestock Research*, 7(2), 69-78.

<sup>1</sup> Edea. Z.: Dessie. T.: Dadi. H.: Do. K.-T.: Kim. K.-S. Genetic Diversity and Population Structure of Ethiopian Sheep Populations Revealed by High-Density SNP Markers. *Front. Genet.* 2017, 8, 218.

<sup>2</sup> Литовченко, Г.Р. Овцеводство: Т. 1. / Г.Р. Литовченко, П.А. Есаулов.- Москва: Колос, 1972.-607 с.

2. FAO. (2018). The State of Food and Agriculture 2018: Migration, agriculture and rural development. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
3. Gao, G. (2016). Economic liberalization and structural change in China's livestock industry. China Agricultural Economic Review, 8(3), 475-489.
4. Roe, T. L., & Sheldon, I. M. (2017). Agricultural policy in perspective: Recent developments and future prospects. Oxford Review of Economic Policy, 33(4), 559-579.
5. Литовченко, Г.Р. Овцеводство: Т. 1. / Г.Р. Литовченко, П.А. Есаулов. - Москва: Колос, 1972. - 607 с.
6. Фармонов Т.Х. Фермер хўжаликлари ривожлантириш истиқболлари. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2004. – 30 б.
7. Чориев Қ.А. Қишлоқ хўжалигини инновациялар асосида модернизациялаш самарадорлигини ошириш бўйича услубий тавсиялар. - Тошкент, 2013.
8. Н.Хушматов, С Абдуллаева, Материалы конференции Актуальные вопросы развития аграрной науки в современных экономических условиях 2015, 81-83 стр

| <p style="text-align: center;"><b>Ж.Нуриллаев</b><br/> <b>Жаҳонда қўйчилик ва қорақўлчилик тармоқларида иқтисодий тармоқларида либераллаштиришнинг маҳсулот ишлаб чиқариш ва самарадорлигига таъсири</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p style="text-align: center;"><b>J.Nurillaev</b><br/> <b>Impact of economic liberalization on production and product efficiency in the world sheep and karakul breeding</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> Ушбу мақолада қўйчилик давлатларда қорақўлчилик тармоғини либераллаштириш жараёнининг маҳсулот ишлаб чиқариш ва тармоқ самарадорлигига таъсирини ўрганилган. Унда либераллаштиришнинг афзалликлари ва камчиликлари ҳамда унинг фермерлар, истеъмолчилар ва ҳукумат каби турли манфаатдор томонларга қандай таъсир этиши таҳлил қилинади. Мақолада либераллаштиришдан келиб чиқадиган баъзи муаммолар ва уларни қандай ҳал қилиш мумкинлиги ҳам кўриб чиқилади.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> либераллаштириш, қўйчилик, қорақўлчилик, субсидия, самарадорлик, давлат аралашувини камайтириш, бозор муносабатлари, маркетинг.</p> | <p><b>Abstract:</b> This article examines the impact of the process of liberalization of sheep production in many countries, especially on the productivity and efficiency of the sector. It analyzes the advantages and disadvantages of liberalization and how it affects various stakeholders such as farmers, consumers and government. The article also discusses some of the problems that arise as a result of liberalization and ways to solve them.</p> <p><b>Keywords:</b> liberalization, sheep breeding, cattle breeding, subsidizing, efficiency, reduction of state interference, market relations, marketing.</p> |

Лариса Алишеровна Мусабаева – СамИСи, “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси ўқитувчиси

## B2B МАҲСУЛОТЛАРИНИНГ МИЖОЗЛАР КАПИТАЛИНИ ТАРКИБИЙ-ФУНКЦИОНАЛ ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ АМАЛИЁТИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация.</b> Мақолада замонавий ташкилотнинг самарали фаолият олиб бориши ва унинг ривожланишини таъминлашда “мижоз капитали” муҳим категория эканлиги асосланган. Мижозлар билан узок муддатли, мустаҳкам муносабатларни шакллантириш энг муҳим стратегик вазифалардан бири эканлиги ва ушбу муаммони ҳал қилиш учун мижоз капиталини ҳисобга олиш ва баҳолашнинг самарали тизимини такомиллаштиришнинг мумкин бўлган йўналишлари кўриб чиқилади.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> компаниянинг бозор қиймати, интеллектуал, таркибий ва инсон капитали, мижозлар капитали, мижозлар билан муносабатлар, номоддий активлар, мижознинг даромадлиги, қиймат капиталлари, бренд, муносабатлар, маҳсулотларнинг истеъмол қиймати, мижозларнинг содиқлиги ва хабардорлиги, бренд.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Кириш.** Компаниянинг активлари таркибида капиталнинг мижозлар билан муносабатлари, ходимларнинг лаёқатлари, корпоратив билимлари, янги технологиялар каби номоддий шакллари алоҳида рол ўйнайди. Пул оқимининг катта қисми мижозларнинг тўловларидан келиб чиқади, шунинг учун стратегик мижозлар билан индивидуал муносабатларни ўрнатиш (мижоз капиталини бошқариш) саноат компанияси учун рақобатдош устунлиқнинг

муҳим манбаи ҳисобланади. Мижоз капитали деганда мижозлар базасининг узоқ муддатда қиймат яратиш қобилияти тушунилади, яъни пул оқимларининг барқарорлиги, давомийлиги, доимийлиги ва юқори ҳажмини таъминлаш назарда тутилади [2].

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Тадқиқотда маҳаллий ва хорижий олимларнинг мижоз капитали назарияси, уни сифат ва миқдорий баҳолаш, мижоз капиталини шакллантириш ва ривожлантириш жараёнларини бошқариш соҳасидаги ишлари, даврий нашрларда ўрганилаётган муаммо бўйича нашрлар, халқаро ва республика, халқаро илмий-амалий конференциялар, семинарлар ва бошқа материаллар ташкил этди.

Мижоз капитали назариясининг ривожланишига Ч. Амстронг, Р. Блэттберг, Дж. Вилануевал, Г. Гетц, С. Гупта, Ф. Котлер, Д. Лемон, К. К. Прахалад, Э. Пэйн, Р. Руст, Й. Руус, Х. Сент-Онж, Ж. Томас, В. Цайтхмал, Д. Ханссенс, Л. Эдвинсон, К. Ж. Келлер, Ф. Котлер, П. Криг, К. Кленси, К. Ловелок, Ж.-Ж. Ламбен, К. Лимон, Е. Пейне каби хорижий олимлар салмоқли ҳисса қўшдилар.

Маҳаллий илмий адабиётларда мижоз капитали назариясини ривожлантириш муаммолари етарли даражада ўрганилмаган. Ушбу туркум интеллектуал капитал назарияси доирасида М.М. Мухаммедов, М.Қ. Пардаев, Ж.Р.Зайналов, М.Т. Алимова, И.Х. Ибрагимов, М.Л.Шарипов каби олимлар томонидан кўриб чиқилган.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот жараёнида илмий абстракция, таҳлил ва синтез, тарихий ва мантикий, таққослаш ва умумлаштириш, тизим ва таркибий таҳлил, шунингдек статистик, иқтисодий ва математик, социологик, маркетинг тадқиқотлари (эксперт баҳолаш, кузатиш, сўров, анкета) усуллари каби умумий илмий ва махсус усуллардан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Мижоз капитали интеллектуал капиталнинг таркибий элементи сифатида мажбуриятлар активлари билан бир қаторда қуйидаги факт билан изоҳланади. Масалан, бухгалтерия ҳисоби учун “капитал” категорияси соф активлар деб аталадиган барча мажбуриятлари чегириб ташланганидан кейин ташкилот активларининг қолдиқ улуши сифатида талқин этилади. Шунинг учун интеллектуал капитал деганда қарама-қарши белги билан, яъни салбий қиймат билан олинган активлар ва мажбуриятлар тўплами тушунилиши керак.

Ушбу йўналишдаги илмий тадқиқотлар натижаси сифатида “мижоз капитали” тушунчаси 1993 йилда Герберт Сент-Онж томонидан илмий муомалага киритилган[7].

Компания маҳсулотларининг ишончлилиги, хавфсизлиги ва юқори сифати саноат корхонаси томонидан мижозларга тақдим этиладиган асосий қийматдир. Қийматларни яратиш, шунингдек, харидорлар учун бозор томонидан талаб қилинадиган маҳсулотларнинг кенг ассортиментини чиқариш орқали амалга оширилади.

“Uztelmash” ОАЖнинг маҳсулотлари давлат мижозлари ва хусусий мижозлар учун катта аҳамиятга эга. Компаниянинг маҳсулот портфелида учта асосий маҳсулот гуруҳида тақдим этиладиган 100 дан ортиқ маҳсулот номлари мавжуд: электр двигателлари билан бирга ярим ўтказгичли қурилмалар, электр ускуналари ва мосламалар, ёритиш техник маҳсулотлари ва ҳоказолар.

АБС таҳлили ёрдамида биз “UZTELMASH” ОАЖнинг энг фойдали ва тежамкор маҳсулотларини аниқладик. АБС таҳлилининг натижалари 1-жадвалда келтирилган.

**1-жадвал**

**“UZTELMASH” ОАЖ маҳсулотларининг АБС таҳлили**

| т/р | Маҳсулот номи                                        | Маҳсулот со-<br>тишдан тушум,<br>млн. сўм | Маҳсулотнинг<br>тушумдаги<br>улуши, % | Маҳсулот<br>улушининг<br>ўсиши,% | АБС<br>гуруҳлар<br>и |
|-----|------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|----------------------|
| 1   | Электродвигатель тельфер<br>учун КГ2011-6, г/п 3,2 т | 309 170                                   | 27,18                                 | 27,18                            | А                    |
| 2   | Узлуксиз таъминловчи<br>агрегатлар                   | 107 690                                   | 9,47                                  | 36,65                            | А                    |
| 3   | Тяговые электродвигатели                             | 89 270                                    | 7,85                                  | 44,5                             | А                    |

|    | сери ДТРН                                                                                         |        |      |       |   |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------|-------|---|
| 4  | Шахта электровозлари учун<br>4, 7, 10, 14тонн,                                                    | 87 920 | 7,73 | 52,23 | A |
| 5  | Электродвигателлар учун<br>стабилизаторлар                                                        | 86 980 | 7,65 | 59,88 | A |
| 6  | Ёнғинга чидамли ДРТВ<br>серияли аккумуляторли<br>шахта 4, 5, 7, 8 тонналик<br>электровозлари учун | 78 520 | 6,9  | 66,78 | A |
| 7  | Пайвандловчи жиҳозлар<br>учун трансформаторлар                                                    | 62 130 | 5,46 | 72,24 | A |
| 8  | Станоклар учун<br>электродвигателлар                                                              | 57 990 | 5,1  | 77,34 | A |
| 9  | Асинхрон электродвигатель<br>АИР90L-4 2.2кВт<br>1500об/мин                                        | 54 810 | 4,82 | 82,16 | B |
| 10 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР250S-4 75кВт<br>1500об/мин                                        | 39 010 | 3,43 | 85,59 | B |
| 11 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР315 S6 110кВт<br>1000об/мин                                       | 37 280 | 3,28 | 88,87 | B |
| 12 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР100 L8 1.5кВт<br>750об/мин                                        | 28 760 | 2,53 | 91,4  | B |
| 13 | Токар станоклари учун<br>электродвигателлар                                                       | 24 850 | 2,18 | 93,58 | B |
| 14 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР132 S6 5.5кВт<br>1000об/мин                                       | 24 380 | 2,14 | 95,72 | B |
| 15 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР225M-4 55кВт<br>1500об/мин                                        | 12 430 | 1,09 | 96,81 | C |
| 16 | Электродвигатель 0,37 квт,<br>тормозли                                                            | 12 430 | 1,09 | 97,9  | C |
| 17 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР355 МА8 200кВт<br>750об/мин                                       | 12 430 | 1,09 | 98,99 | C |
| 18 | Уй-жой хўжаликлари учун<br>сув насослари                                                          | 6 030  | 0,53 | 99,52 | C |
| 19 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР160S-4 15кВт<br>1500об/мин                                        | 2 390  | 0,21 | 99,73 | C |
| 20 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР80B-4 1.5кВт<br>1500об/мин                                        | 2 400  | 0,21 | 99,94 | C |
| 21 | Асинхрон электродвигатель<br>АИР63 А4 0.25кВт<br>1500об/мин                                       | 570    | 0,05 | 100   | C |

Изоҳ: жадвалда келтирилган маълумотлар “UZTELMASH” ОАЖнинг очиқ интернет тақдимотларидан олинди.

Жадвалдан маълум бўлишича, А маҳсулотлар гуруҳига ОАЖнинг жами маҳсулотлар ассортиментидаги улуши 38,1% ни ташкил этган. Жами тушумнинг 77,34% тўғри келади.

Жами ассортимент таркибида В гуруҳ маҳсулотлари- 28,57% ни, тушум таркибида эса 18,38%ни ташкил этган. С гуруҳ маҳсулотлар гуруҳи - 33,33% ни, жами тушумдаги улуши - 4,28%ни ташкил этмоқда.

Яна бир муҳим капитал қиймати - бу нарх-компаниянинг рақобатбардошлигининг асосий омили. Бу миқозлар учун маҳсулотларнинг жозибадорлиги ва мавжудлигига таъсир қилади. “UZTELMASH” ОАЖ нархлари миллий ва жаҳон бозорларида рақобатбардошдир. Бироқ, уларнинг корхонада ташкил этилиши асосий воситаларнинг юқори даражада эскириши, Осиё мамлакатлари ишлаб чиқарувчиларига нисбатан ишлаб чиқариш ходимлари учун юқори меҳнат харажатлари, маҳаллий ишлаб чиқаришнинг юқори сифатли материалларнинг етишмаслиги, юқори қўшимча харажатлар билан мураккаблашмоқда.

“Uztelmash” ОАЖ капитал қийматидаги асосий улуш ишлаб чиқарилган электротехника маҳсулотларининг истеъмол қиймати, ноёб ассортимент, шунингдек инновацион маҳсулотларнинг юқори улушидир (26,6%). Таҳлиллар истеъмолчилари корхона маҳсулотлари нархига “бефарқ”лигини кўрсатмоқда, уларни етказиб берувчи томонидан тақдим этиладиган хизматлар тўплами кўпроқ қизиқтиради, шунинг учун нарх омили “Uztelmash” ОАЖ қийматини капитал шакллантириш жараёнларига унчалик таъсир қилмайди. Компанияда хизмат кўрсатиш хизматлари кам ривожланган. Шу муносабат билан қиймат капиталининг ушбу компоненти унинг таркибида кичик улушни эгаллайди.

Компания миқоз капиталининг иккинчи компоненти компаниядаги бренд капиталидир. Унга корхона бренди, миқозларнинг бу ҳақда хабардорлиги, уларнинг бренд билан алоқалари, унга содиқлик, компаниянинг корпоратив идентификатори элементлари киради. Компания брендининг мустаҳкамлигини баҳолаш учун компания хусусида хабардорлиги, брендни визуал тасвирлаш шакллари (корпоратив идентификация элементлари), бренд ассоциативлиги, брендга содиқлик каби таркибий қисмларини ўрганиш керак.

Компаниянинг корпоратив идентификатори (логотип, корпоратив ранглар, корпоратив услубдаги сувенирлар), ОАЖнинг визуал элементларини миқозлар томонидан ҳиссий идрок этиш каби элементларнинг мавжудлиги қўшимча фойда келтирадиган компания брендини унинг активи сифатида аниқлашга имкон беради.

“Ташселмаш” логотипи унга боғлиқ ташкилотларнинг ассоциацияси ярим асрдан қўп давр давомида мустаҳкам шаклланганлиги истеъмол бозорида тармоқда кириб келаётган рақобатчиларга нисбатан устунлик бериши муқаррардир.

2-жадвал

**“UZTELMASH” ОАЖ миқозлар базасининг “миқозлар содиқлиги ва уларнинг истеъмол салоҳиятига кўра” таркибий тузилиши**

| Миқозлар хайрхоҳлик даражаси | Миқозларнинг потенциал эҳтиёжи |        |        |
|------------------------------|--------------------------------|--------|--------|
|                              | А                              | В      | С      |
| 1 max                        | 2%/40%                         | 7%/9%  | 10%/7% |
| 2                            | 5%/10%                         | 8%/11% | 13%/6% |
| 3 min                        | 6%/8%                          | 15/5   | 34%/4% |

Агар корхона томонидан ишлаб чиқариладиган маҳсулот истеъмол бозорлари сегментларига эътибор берадиган бўлсак, булар асосан кенг истеъмол бозори билан бир қаторда Б2Б ҳамда Б2Д секторлари бўлиб, уларнинг улуши кейинги йилларда ўсиш тенденцияси кузатишмоқда.

**Хулосалар ва таклифлар.** Миқоз капитали миқдори Б2Б бозорларида фаолият юритувчи компанияларнинг рақобатдош устунлиги ва унинг муҳим активлари ўсишининг асосий манбаларидан биридир. Ўрганилган муайян маҳаллий саноат корхонасининг миқозлар капитали доирасида таҳлиллар натижасида қуйидагиларни хулоса қилиш мумкин:

1. Миқозларнинг қиймати компания ва унинг миқозлари ўртасида қийматлар алмашинуви натижасида барқарор ва узок муддатли муносабатларни ўрнатишга қаратилган тизим яратиш;

2. Миқоз капиталининг қиймат капитали, товар капитали, муносабатлар капитали каби саноат компаниясининг миқоз капитали миқдoriga таъсир қилувчи омилларнинг

таркибий қисмларини қатъий белгилаш;

3. Ўрганилаётган Б2Б сектори компанияларининг мижоз капиталини шакллантириш ва ривожлантиришдаги муаммоли соҳалар унинг таркибий қисмларини таркибий ва функционал таҳлил натижалари асосида аниқлаб бориш учун CRM, xRM ва ERP технологияларини жорий этиш;

4. Саноат компаниясининг мижоз капиталини баҳолашда маркетинг аудитини ўрнатиш ҳамда шу соҳада ходимлар малакасини ошириш.

Билвосита савдо каналларининг ривожланган тармоғи компания, йирик кўргазмаларда мунтазам иштирок этиш, корхона фаолияти тўғрисида илмий нашрларда ҳамда матбуотда ихтисослашган журналлардаги мақолалар кенг жойлаштириш юқори даражага кўтаришни назарда тутади. Марказий Осиё, МДХ, шунингдек, хорижий мамлакатларда (Ҳиндистон, Италия, Германия, Полша ва бошқалар) ўз брендини танитиш мақсадида мавжуд имкониятларни сафарбар этиш керак.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Андриссен Д., Тиссен Р. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. — С. 36.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999
3. Забродин А. Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе: справочное пособие. М.: Экономика, 2008.
4. Ибрагимов И.Х. “Поведение потребителей”. Учебное пособие. СамИЭС.: 2022. — 300 с.
5. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: учеб. пособие М.: Логос, 2000. URL: <http://lib.ru/ECONOMY/inozemcew.txt>.
6. Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник для магистрантов / О. К. Ойнер. - М. : Издательство Юрайт, 2013. - 343 с.
7. Saint-Onge, H. The Coductive Organization / H. Saint-Onge, C. Armstrong // Oxford, Elsevier Inc. — 2004. — Р. 37.[schema type=»book» name
8. Стьюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. М.: Поколение, 2007. 368 с.
9. Шарипов М. Инсон капитали моҳияти, унинг давлат ва жамият тараққиётидаги аҳамияти. «Academic research in educational sciences». (2021). Volume 2. Issue 4. 1259-1268.
10. Эдвинсон Л. Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанной на знаниях - М. : ИНФРА , 2005. - 218 с.
11. Официальный сайт ОАО «Uztelmash» [Электронный ресурс].
12. Driving Customer Equity / T. Roland, R. Rust, A. V. Zeithaml,
13. Katherine Lemon. // New York : Free Press - 2000 - №8 - С. 34.
14. МСФО: точка зрения КПМГ. Практическое руководство по международным стандартам финансовой отчетности, подготовленное КПМГ. 2007/8: В 2 ч. / пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

Л.Мусабаева

#### Практика структурно-функционального анализа потребительского капитала продуктов B2B

**Аннотация:** Клиентский капитал является основой, которая во многом обеспечивает функционирование и развитие современной организации. Формирование долгосрочных, крепких отношений с клиентами, покупателями является одной из важнейших стратегических задач. Для решения данной задачи необходимо создать эффективную систему учета и оценки клиентского капитала.

**Ключевые слова:** рыночная стоимость компании, интеллектуальный капитал, структурный капитал, человеческий капитал, клиентский капитал, отношения с клиентами, капитал ценности, капитал бренда, капитал отношений, потребительская ценность продукции, лояльность и осведомленность клиентов, бренд.

L.Musabayeva

#### The practice of structural and functional analysis of consumer capital of B2B products

**Abstract:** Client capital is the foundation that largely ensures the functioning and development of a modern organization. The formation of long-term, strong relationships with customers and buyers is one of the most important strategic tasks. To solve this problem, it is necessary to create an effective system of accounting and evaluation of client capital.

**Keywords:** market value of the company, intellectual capital, structural capital, human capital, customer capital, customer relationships, value capital, brand capital, relationship capital, customer value of products, customer loyalty and awareness, brand.

## ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС

**Shoxista Abdugapparovna Mamasoliyeva** – SamDTU, Jamoat salomatligi va sogʻliqni saqlash menejmenti kafedrasida katta oʻqituvchisi

### TIBBIY XIZMATLAR KOʻRSATUVCHI MUASSASALAR BOSHQARISH TIZIMINI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNI IQTISODIY MEXANIZMLARI TAHLILI

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada tibbiy xizmat koʻrsatishni boshqarish tizimini rivojlantirish, uning samaradorligini oshirish va shakllantirish bilan bogʻliq boʻlgan amaliy savollarning yechimini topish uchun yetarlicha ikki va undan ortiq bir biriga qarama qarshi muammolarni tahlil qilishda tibbiy xizmatlar sohasi boshqarilishi samaradorligini oshirish mexanizmlariga oid takliflar berildi.

**Kalitli soʻzlar:** iqtisodiyot, tibbiy xizmatlar, boshqarish, strategiya, sogʻliqni saqlash tizimi, bozor, tendensiyalar, ilmiy-texnikaviy jarayon, iqtisodiy omillar.

**Kirish.** Bugungi kunda butun dunyo boʻyicha, shu jumladan Oʻzbekiston Respublikasi iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy qonuniyatlaridan biri milliy iqtisodiyotni samaradorligini oʻsishini taʼminlash uchun barcha sohalarida xizmat koʻrsatishni oʻrni va sifatini oshirishdan iborat. Bu esa oʻz navbatida xizmat koʻrsatish sohasidagi asosiy iqtisodiy, mehnat, moddiy hamda moliyaviy resursning ulushi oshishida aks etadi. Hozirda barcha xizmat koʻrsatish sohalarini, shu oʻrinda tibbiy xizmatlar koʻrsatishni rivojlantirish hamda shakllantirishda turli xil holatlar, jumladan, xizmat koʻrsatish turlarini kengayishi va oshishi, yangi soha va ixtisosliklarni vujudga kelishi, moddiy texnik baza taʼminoti, yangi mehnat bazasini shakllanishi, texnik jihozlar bilan taʼminlanganlik darajasini oʻsishi, shuningdek zamonaviy oʻta yangidan yangi usullarni tatbiq etilishi kuzatilmoqda. Bu esa xizmat koʻrsatish sohasini boshqarilishini iqtisodiy jihatdan yanada takomillashtirish va rivojlantirishning asosiy omillaridan biridir. Xizmat koʻrsatish sohalari tasnifi aynan jamiyatimizda koʻrsatilayotgan turli xil xizmatlar doirasida yangiliklarni juda yuqori tezlikda kirib kelishi va ularni takomillashtirilishi bilan tasniflanadi. Masalan: aholi salomatligini yaxshilashda sogʻliqni saqlash sohasida koʻrsatilayotgan tibbiy xizmatlarda olib borilayotgan chuqur islohotlar, ilmiy izlanishlar, tibbiy texnika hamda asbob uskunlarni zamonaviy turlarning kirib kelishi, xususiyl tibbiy xizmat koʻrsatishni yangidan yangi turlarini shakllanishi bunga yaqqol misol boʻla oladi.

Bugungi kun zamonaviy dunyo miqyosida juda ham katta kuchga ega boʻlgan modernizatsiyalash, globallashtirish hamda xalqarolashtirish jarayonlari bilan tavsiflanadi. Markazga ilmiy-texnikaviy, ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy, etnik va shu kabi u bu jarayonlarni tan olingan barcha dunyo amaliyoti jalb qilinadi. Bunda rejani amalga oshirishda barcha tarmoqlar kabi jamoat salomatligini tashkillashtiruvchi – sogʻliqni saqlash sohasi ham xoli emas.

Hozirda dunyo miqyosida globallashtirish jarayoni kengaymoqda, shu sababdan u butun insoniyat hayotida, jamoat salomatligi bilan bogʻliq boʻlgan moddiy, maʼnaviy, energetik, moliyaviy, iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va boshqa oqimlar sohasidagi kuchli siljishlarga katta taʼsir koʻrsatib kelmoqda. Yangilash, yangilikga kiritilishi, integratsiya ijobiy yoki salbiy natijalarni beruvchi yangidan yangi tarkibiy tuzilmalar, yangi oqimlarni va aksincha boʻlgan xolatlarni vujudga keltiradi.

Yuqorida aytib oʻtilgan integratsion almashinuv jarayonlari barcha sohalarni parchalanishi, yangidan vujudga kelishi bilan birgalikda yonma yon turadi. Buning oqibatida barcha tarmoqlar sihasida boʻlgani kabi sogʻliqni saqlash tarmogʻida yaʼni aholi salomatligini taʼminlashda qoʻllaniladigan tibbiy xizmatlar koʻrsatish sohasida kuchli oʻzgarishlar amalga oshishi kuzatilmoqda. Yaʼni tibbiyotda ilmiy izlanishlar, ilmiy goʻyalar targʻiboti, yangidan yangi zamonaviy tibbiy texnika vositalari hamda soʻgʻlikni saqlash tizimini boshqarish va uni iqtisodiyot bilan bogʻliq boʻlgan yangiliklar bunga yaqqol dalil boʻla oladi. Internalizatsiyalash jarayoni oʻz ichiga mamlakatni turli davlatlar bilan hamkorlik qilishi natijasida olingan milliy qadriyatlarni imkoniyatlarini va yutuqlari bilan jahon tsivilizatsiyasini boyitish imkoniyatini qamrab oladi.

Mamlakatimizda yuqorida ta’kidlab o’tilgan yutuqlar va ijobiy natijalar hamda yangiliklarning ko’p qirrali jihatlarini sog’liqni saqlash jarayoniga tatbiq etilishiga qaramasdan, asosan tibbiyot sodir bo’layotgan o’zgarishlar va rivojlanishdan qat’iy nazar, unda hali hanuzgacha kamchiliklar uchraydi hamda bugungi kungacha dolzarb bo’lib kelayotgan muammolar muntazam ravishda o’sib bormoqda. Davlatimizda aholi salomatligi bilan bog’liq bo’lgan jarayonlarni yaxshilanishi, zamonaviy rivojlangan sog’lom jamiyatni yaratilishi, bugungacha asrlar mobaynida erishilgan ilm-fan va texnika yutuqlari - salomatlikka bo’lgan talablar hamda faol sog’lom umr davomiyligi, sog’lom turmush tarzini shakllantirish bilan bog’liq jarayonlar orqada qolmoqda.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.** Tibbiy xizmatlar sohasida muassasa boshqarish tizimini samaradorligini oshirishni iqtisodiy mexanizmlari tahlili bo’yicha bir qancha sog’liqni saqlash tizimini boshqarish va undagi moliyalashtirish tizimini isloh qilishi, tibbiy sug’urta mexanizmlarini joriy etish va shunga o’xshash Prezident Qarorlari ishlab chiqilgan, shuningdek, mamlakatimiz olimlaridan K.Shadmanov va bir qancha MDH olimlari B.B. Uyba, V.M. Chernishev, O.V.Pushkaryov, O.V. Strel’chenko, A.I. Klevasov, Y.V.Bakalskaya, Y.B. Brilyayeva, I.B.Polyakov. A.B.Maksimov, T.X. Savinov, A.I.Sagov, R.Sh. Sungatov, O.Skobolin. A.I.Diryabin, I.V.Vengerova va Z.Ziganshina kabi olimlar bir qancha ilmiy ishlar olib borgan va ilmiy yangiliklar yaratgan.

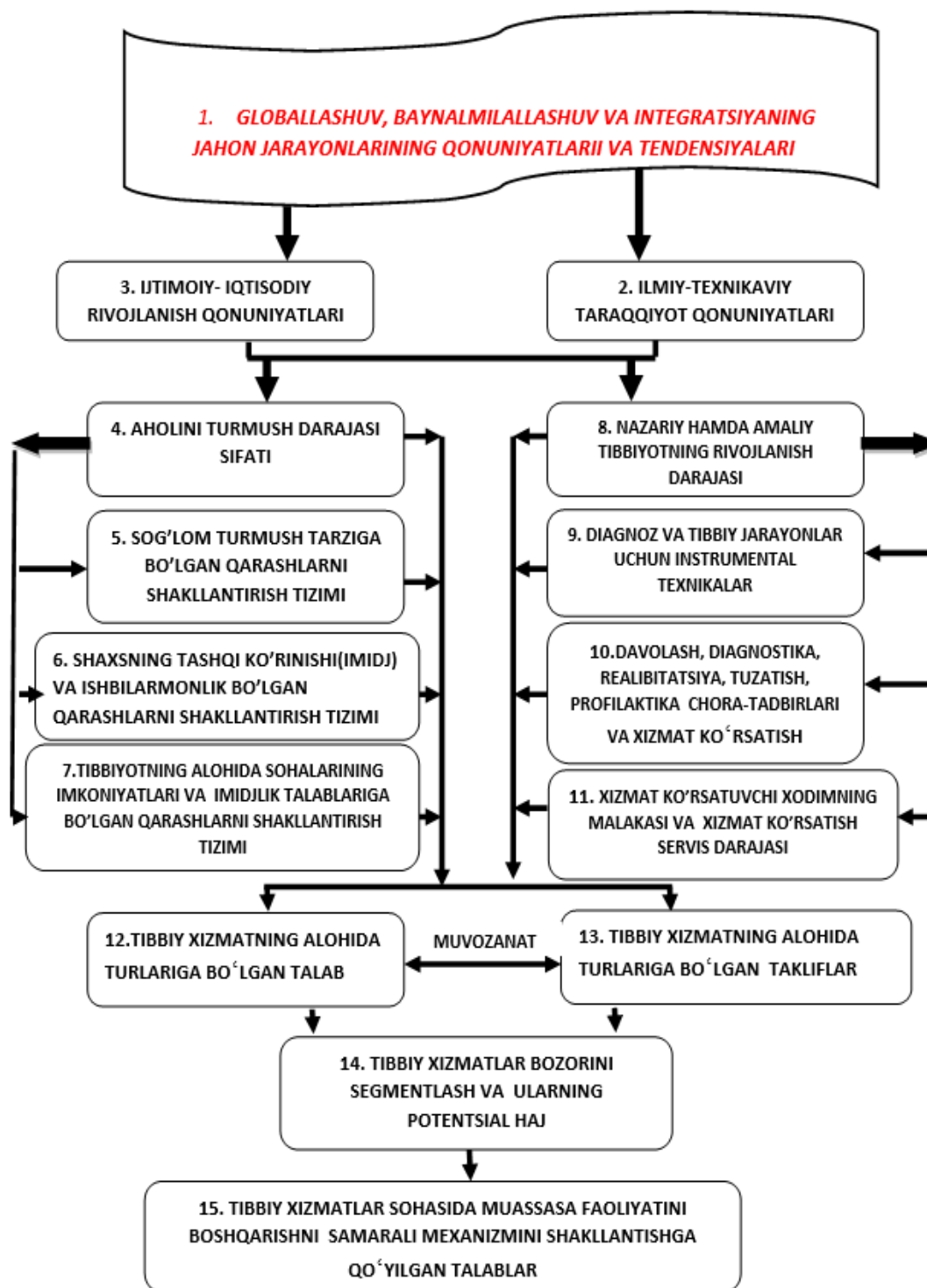
**Tadqiqot metodologiyasi.** Kuzatuv davomida tibbiy xizmatlar sohasida muassasa boshqarish tizimini samaradorligini oshirishga qaratilgan iqtisodiy mexanizmlari tahlili o’rganilgan hamda tibbiy xizmat ko’rsatuvchi muassasa faoliyatini samarali boshqarish mexanizmini shakllantirish borasidagi induksiya, deduksiya, tahlil va sintez, tizimli va qiyosiy tahlil kabi usullardan foydalanilgan

**Tahlil va natijalar.** Tibbiy xizmat ko’rsatishni boshqarish tizimini rivojlantirish, uning samaradorligini oshirish va shakllantirish bilan bog’liq bo’lgan amaliy savollarni yechimini topish uchun etarlicha ikkita yoki undan ortiq bir biriga qarama qarshi muammolarni tahlil qilishni talab etadi hamda ularni o’rganish lozim bo’ladi. Ulardan **birinchisi**, ko’pincha, tez-tez bozor iqtisodiyoti sharoitida xizmat ko’rsatish sohasida, jumladan tibbiy xizmatlar ko’rsatish va ularni boshqarish tizimida global jarayonlar, muammolar togrisidagi strategik fikrlash yoki tassavurga ega bo’maslik, yoki u haqida tushunchaning yetarlicha emasligidir. Bunda nafaqat nazariy va amaliy tibbiyotga oid fan yo’nalishlaridagi rivojlanishlar, undagi yangiliklar, ilmiy-texnika taraqqiyoti yutuqlari, balki shuningdek, iqtisodiy omillar ham muhim ahamiyatga egadir va’ni - bugungi kunda nafaqat tibbiy xizmatlar qo’yilgan narx-navoning ancha qimmatligiga, balki ba’zan yuzaga kelayotgan individual xavf omillarining ko’payishi bilan bog’liq eksklyuziv xususiyatga egadir.

**Ikkinchidan** esa, kuzatuvlar natijasida dunyo bo’yicha, shuningdek mamlakatimizda ham bozor munosabatlarini shakllanishi bilan bog’liq ravishda aholiga ko’rsatilayotgan tibbiy xizmatlar, xususan, xususiy tibbiy xizmatlar borasidagi raqobatning kuchayishi, ular orasida keskin kurashuvlarni yuzaga keltirmoqda. Buning oqibatida ko’rsatilayotgan tibbiy xizmatlar sifati, boshqaruv tizimi, tashkiliy jihatlar, shart sharoitlar, bajaruvchilarning javobgarligi, undagi xavf xatarlar, axloqiy hamda etnik bilan bog’liq muammolarni keskinligi va ularni kuchayishi bilan tasniflanadi. Boshqa davlatlarda kuzatilgandek, mamlakatimizda sog’likni saqlash tizimi borasida olib borilayotgan islohatlar hamda sog’lom turmush tarzini shakllantirish davolovchi yoki tuzatuvchi tibbiyotga alohida umid bog’lanadi va ba’zan sarflanadi Inson qadri deganda, biz har bir fuqaro uchun munosib turmush sharoiti va zamonaviy infratuzilma tashkil etishni, malakali tibbiy xizmat ko’rsatish, sifatli ta’lim, ijtimoiy himoya tizimi, sog’lom ekologik muhit yaratib berishni tushunamiz 1.

Hayotimizda kuzatilayotgan tashqi va ichki ta’sirlar, endogen va ekzogen omillarni hisobga olib o’tkazilgan kompleks tadbirlar aynan tibbiy xizmatlar sohasidagi boshqarish faoliyati bilan bog’liq vazifalarga oid bir biri bilan uzviy ketma-ketlikda ifodalanuvchi bir qator bloklarni namoyon etuvchi boshqarish mexanizmlari shakllantirishni talab qiladi. Bu esa rasmda ifoda etilgan (Rasm-1).

<sup>1</sup> <https://daryo.uz/2021/11/06/shavkat-mirziyoyevning-inauguratsiya-marosimida-sozlagan-nutqi/>



**1-Rasm. Tibbiy xizmat ko'rsatuvchi muassasa faoliyatini samarali boshqarish mexanizmini shakllantirish, tahlil qilish omillaridagi bloklar ketma ketligi**

Ilm-fanga boy, yangiliklar bilan boyitilgan, ilmiy texnik jihatdan asoslangan zamonaviy tibbiy xizmat ko'rsatish sohasini muvaffaqiyatli faoliyatini strategik boshqaruv rejasi shakllantirishni boshlang'ich nuqtasi ko'proq uchinchi sektori – xizmat ko'rsatish iqtisodiyotning hisobga olgan holdagi dunyodagi globallashuv, integratsiya va har bir davlart o'ziga xos aynan shu sohani rivojlantirish bilan bog'liq jarayonlarni, tendensiyalar va qonuniyatlarni muntazam ravishda tahlil qilish (Monitoring o'tkazish) tarafdoridir.

Bu borada mamalakatimizda bir qancha qonunlar ishlab chiqilgan va chora tadbirlar o'tkazilmoqda. Bular jumlasiga "Aholiga tibbiy xizmatlar ko'rsatish sifatini yaxshilash va sog'liqni saqlash sohasida kadrlar salohiyatini yanada oshirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risi-

da”gi Qarori<sup>1</sup>, 2022-yil 18-mart kuni o’tkazilgan O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining sog‘liqni saqlash sohasi vakillari bilan “Tibbiyotdagi islohotlar — inson qadri uchun” mavzusidagi ochiq muloqoti doirasida belgilangan vazifalar ijrosini ta’minlash maqsadida ichlab chiqilgan “Birlamchi tibbiy-sanitariya yordamini aholiga yaqinlashtirish va tibbiy xizmatlar samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori<sup>2</sup> shular jumlasiga kiradi. Yana shuni aytish lozimki, yalpi ichki mahsulot(YaIM) ning eng ko‘proq ulushi aynan tibbiy sohasiga ajratilib yaratiladi, sanoati rivojlangan mamlakatlarda bu holat ko‘proqdir. (60-70%gacha). 2022-yilda O‘zbekiston Respublikasida bu ko‘rsatkich va‘ni yalpi ichki mahsulot (YaIM) hajmi joriy narxlarda 888,3 trln so‘mni tashkil etdi. O‘tgan yil davomida yalpi ichki mahsulot hajmi 5,7 foizga o‘sd<sup>3</sup>.

Sog‘likni saqlash sohasi boshqa sohalarga tibbiyotga xos nisbatan ilm fan yutuqlari, kompyuter tizimi va unga xos jihozlari, lazer texnologiyasi va bilimlari, transplantologiya, farmatsevtika, genetika, operativ jarroxlik aralashuvlar hamda konservativ davoash uslublari shu kabi boshqa yangi yo‘nalishlar ixtisoslashtirish va xalqaro hamkorlik imkoniyatlaridan keng foydalanishi bilan ajralib turadi. Bu xususiyatlar asosiy birinchi (1)blokka xosdir(1-rasm ).

Kuzatuvimizdagi kevingi bosqichlarda iikkinchi(2) hamda ushunchi (3) blokklar va‘ni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish va ilmiy texnikaviy taraqqiyotining o‘zaro bog‘liqlik tahlilini o‘rganish lozim. Aynan bu ikki blok bir-biriga chambarchas bog‘liqdir va shu bilan birga alohida rivojlanuvchi, kuchli mustaqil fikrlovchi, etarlicha mantiqqa ega bo‘lgan yo‘nalishlari filiallari mavjuddir. Bunda kuzatuvlarni nafaqat texnikaviy jarayonni rivojlantirish, balki yuzaga keluvchi qarama-qarshiliklarni ham ob‘ektiv ravishda olib borish lozim. Zamonaviy tibbiy texnikalarning qo‘llanishi, kompyuter texnologiyasi vositalari va tizimi<sup>4</sup>, tibbiy xodimlar xizmat ko‘rsatuvchi tomonidan ularni tavsiva etilishi bugungi kunda haqqoniv hech qandav shaxsiv manfaatni ko‘zlamasdan, aynan salomatlikni yaxshilash borasida olib borilayotgan hamda tashxis qo‘yishda foydalinalayotganligini, ishchilarning bilimlarni rasmiylashtirishning etarli darajasiga ega bo‘lgan holda bu tizimga qullik holatiga tushib qolayotganligi ayniqsa xavflidir.

Hozirda tibbiyotning ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan rivojlanishi ham aynan ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning ko‘p tomonlama bog‘liqligi asosiy omillardan biri bo‘lib qolmoqda. Yuqori texnologik apparatlar qiymati, ularning bozor iqtisodiyotidan kelib chiqqan holdagi xizmat narxi, tavsiyanomalarni ishlab chiqilishi, tadbiiq etilishi, tasdiqlanishi, ular bilan bog‘liq sarf-xarajatlar, kadrlar malakasini muntazam ravishda oshirish va yangilash hamda tashkillashtirish bilan bog‘liq muammolar, ularni bartaf etish chora-tadbirlar, dunyo iqtisodiyotida bo‘yicha, jumladan O‘zbekistonda ham kuzatilayotgan iflyatsiya holatlari ijtimoiy iqtisodiy rivojlanishning mavjud bo‘lgan muhim xususiyatlaridan biridir.

Ilmiy-texnikaviy hamda ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot davlatning bozor iqtisodiyoti sharoitida murakkab kompleksli tashkiliy shakl va munosabatlar yuzaga kelishiga sabab bo‘ladi. Buning negizida aholining alohida qatlamlarida sog‘lom turmush tarzini sifatini yaxshilash darajasi hamda amaliy va nazariy tibbiyotni holatini o‘rganish hamda ularni yanada takomillashtirish kategoriyalari yotibdi. Chunku, bu holatni qanchalik chuqur tahlil qilmaylik, ijtimoiy iqtisodiy jarayonning rivojlanishi o‘zgaruvchan holatdir. Bunda tibbiy xizmatlar ko‘rsatishni alohida guruhlariga ajratish nafaqat ularning olayotgan daromadiga, iqtisodiy holatiga, balki ijtimoiy darajasi, demagragik o‘rni axborot texnologiyasi bilan ta‘minlanganligi, etarlicha kasbiy malakaga egaligiga ham bog‘liqlik darajasida yanada rivojlantirish hamda istiqbolini belgilashdan iboradir. Bu borada Prezidentimizning 2021 yil 25 maydagi “Sog‘liqni saqlash sohasini kompleks rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” PQ-5124-sonli Qarorning 11-bandi hamda 2021-yil 28-iyuldagi “Sog‘liqni saqlash sohasida ixtisoslashtirilgan tibbiy yordam ko‘rsatish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-5199-sonli Qarorlari bunga yaqqol misoldir.

Yurtimizda oxirgi yillarda barcha xizmat ko‘rsatish sohalarda bo‘lganidek, sog‘liqni

<sup>1</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 11.11.2021 yildagi PQ-6-son. <https://lex.uz/docs/-5723701>

<sup>2</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 25.04.2022 yildagi PQ-215-son. <https://lex.uz/en/docs/-5979130>

<sup>3</sup> <https://kun.uz/news/2023/01/27/2022-yilda-ozbekistonda-yalpi-ichki-mahsulot-57-foizga-osdi>

<sup>4</sup> Колпаков Е.И. Медицинская техника и современные технологии. [Электронный ресурс]. -Режим доступа: [www.ptechology.ru](http://www.ptechology.ru)

saqlash tizimida ham to‘xtovsiz muntazam ravishda hozirgacha bosqishma-bosqich islohotlar amalga oshirilib, modernizatsiyalash ishlari olib borilmoqda. Aholi salomatligini saqlash va uni yomonlashuviga yo‘l qo‘ymaslik borasida ichlab chiqilgan ustuvor vazifalar ijrosini ta‘minlash, respublika aholisiga yuqori malakali ixtisoslashtirilgan tibbiy yordam ko‘rsatish, kasalliklarni hududlar bo‘yicha chuqur o‘rganib tahlil qilish va hududlarning o‘z xususiyatlaridan kelib chiqqan holda kasalliklar profilaktikasi, diagnostikasi va davolashning zamonaviy va ilg‘or usullarini amaliyotga tatbiq etish, shifoxonalarni zamonaviy tibbiy asbob – uskunalar bilan ta‘minlanib, aholiga tibbiy xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish maqsadida kadrlar kasbiy bilim va ko‘nikmalarini oshirish, operativ mahoratini boyitish borasida viloyat sog‘liqni saqlash tizimida muayyan natijalarga erishilmoqda. Jahon sog‘liqni saqlash tashkilotining ma‘lumotiga ko‘ra, dunyo aholisining deyarli yarmi eng kerakli tibbiy xizmatlar bilan to‘liq qamrab olinmagan. 800 milliondan ortiq aholi yoxud dunyo aholisining 12 foizi daromadlarining kamida 10 foizini sog‘liqni saqlash xarajatlariga sarflashadi<sup>1</sup>. Yuqoridagi tahlildan kelib chiqib shuni aytish joizki, ilmiy-texnikaviy hamda ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotni rivojlantirishi va sog‘liqni saqlash tizimini takomillashtirilishi kengayishi hududlardagi aholiga yanada barcha darajadagi sifatli tibbiy xizmatdan foydalanish va iqtisodiy jihatdan hamyonbopligi va barcha imkoniyatlardan foydalanish ruxsatini beradi.

Shuni aytish lozimki, zamonaviy tibbiy xizmatlardan foydalanish natijalari aholiga, aynan bemorlarga nazariy o‘rinda izohlangani kabi amaliyotda kuzatilayotgan holatlarga umid qilib qolmasliklarini hisobga olib, ularni ham asosan zamonay ilm-fanni rivojlanish bir qancha asosiy tendentsiyalarga bog‘liqligini ogohlantirilishi kerak. Bular quyidagilardir:

- Tibbiyotga oid bo‘lgan ma‘lumotlarni juda tezlik bilan ortib borishi va ularni keskin ravishda hali qollanishga ulgurmasdan eskirishi (asosan diagnostik va davolash usullari);
- Tibbiyotning boshqa fanlar bilan integratsiyalashuvi yaxshi yo‘lga qo‘yilmaganligi (bu o‘rinda matematik hisoblash usul-uslublari va tibbiy ma‘lumotlarga ishlov berishdagi uning ahamiyati, diagnostik va davolash jarayonlarga qayta ishlov berish hisob-kitoblar);
- Diagnostika hamda davolash ishlarini barcha qirralarda yuqoriteknologik usullar va kompyuterlashtirish o‘rmini oshirish;
- Fundamental va nazariy ilmiy tadqiqotlar ulushini oshirish, dastlab, kashfiyotlar va ularni tatbiq etilishi orasidagi oraliqni kamaytirish, so‘ngra tajriba natijasini amaliyotga qo‘llanilishini ta‘minlash hamda uni shakllanishini yana jadallashtirish;

Yuqorida aytib o‘tilgan jarayonlarni tashkillashtirish va boshqarishni samaradorligini oshirishni iqtisodiy mexanizmlarini shakllantirish bugungi kunda muhim ahamiyatga ega.

Tibbiyotda bugungi kungacha kengayib borayotgan global bo‘lib kelayotgan muammolar aynan ijtimoiy-iqtisodiy hamda ilmiy-texnikaviy omillarga bog‘liqdir. Bular jumlasiga:

- dastlab xizmat ko‘rsatiluvchi ixtisoslik bilan amalda tibbiy yordam orasidagi qarama-qarshiliklar;
- talab va taklif o‘rtasidagi nomutanosibliklar;
- malakali diagnostika va amaliy terapiya imkoniyatlarning orasidagi tafovutining kuchayib borishi;
- tibbiy xizmatlar narxining oshib borishi, asosan ixtisoslashgan tibbiy xizmatlar qiymati;
- tor yo‘nalishdagi tibbiy xizmat ko‘rsatuvchi shifokorlar dunyoqarashini pasayib borishi kiradi.

Sog‘liqni saqlash tizimida olib borilgan islohatlar va erishilgan yutuqlarga qaramasdan ijtimoiy-iqtisodiy tasnifga ega bir qator omillar hali hanuzgacha mavjuddir, ular:

- bir qator demofrafik joylashuv va aholini o‘rtacha umr davomiyligi, qarish jarayoni;
- kasallikni kechish jarayonidagi o‘zgarishlar (patologik jarayon) va unga ta‘sir etuvchi omillar;
- allergiyani kuchayishi, mavsumiy holatlar ta‘siri;
- yuqumli kasalliklarni yuzaga keltiruvchi tub negiz-o‘choq chegaralarni kengayishi;
- aholi orasida profilaktikaning muhim ahamiyatini shakllantirish borasidagi muammolar;
- asab kasalliklar ko‘rsatkichini ortib borishi va hokazolardir.

**Xulosa va takliflar.** Yuqorida qayd etilgan barcha (5,6,7)bloklarda asosan aholi salomatligini yaxshilash, sog‘lom turmush tarzi va turmush darajasi, hayot uslubi bo‘lgan qarashlarni yanada

1 Sifatli tibbiy xizmat — sog‘lom hayot omili. - <https://dtsj.uz/sifatli-tibbiy-xizmat-soglom-hayot-omili/>

kengaytirish hamda tibbiy xizmat ko'rsatish sohasi(9,10,11-bloklar)da aynan diagnostikani zamonaviy instrumental ulullari, davolash va realitatsiya kabi samarali usullarni shakllantirish lozimligi nazarda tutiladi. 12-13 bloklarda boshqarishni samaradorligini oshirish uchun doimiy ravishda tibbiy xizmatlarga bo'lgan talab va taklifni o'rganish, uni tahlil qilish, shuningdek ko'rsatilayotgan tibbiy xizmatlarni mijoz foydasini ko'zlagan holda shakllantirishi kerak.

Tibbiy xizmatlar bozorini muvaffaqiyatli faoliyati uchun bozorni samarali segmentlash va uni potensial hajmini aniqlash va oshirish lozim. Xulosa qilib aytganda, yuqorida tahlil qilingan barcha bloklar aynan tibbiy xizmatlar sohasi boshqarilishini samaradorligini oshirish mexanizmlari hisoblanadi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Kushmatova D. SOME ASPECTS OF FORMING A HEALTHY LIFESTYLE FOR STUDENTS //Eurasian Journal of Medical and Natural Sciences. – 2022. – T. 2. – №. 7. – С. 101-103.
2. Мамасолиева С.А., Каримов А.А. НАУЧНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА МЕДИЦИНСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ //Восточный ренессанс: инновационные, образовательные, естественные и социальные науки. – 2022. – Т. 2. – №. 3. – С. 484-490.
3. Мадаханов А. С., Мамасолиева Ш. А. Инновационные подходы к использованию рекреационных ресурсов в малых городах //Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні. – Київський національний університет технологій та дизайну, 2019.
4. Ergashevna K. D. Difference Between Public Health And Healthcare Management //JournalNX. – 2021. – Т. 7. – №. 05. – С. 74-76.
5. Мамасолиева Ш. АҲОЛИГА КЎРСАТИЛАЁТГАН ТИББИЙ ХИЗМАТЛАРНИНГ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМИ ТАШКИЛИЙ ЖИҲАТЛАРИ //Involta Scientific Journal. – 2022. – Т. 1. – №. 4. – С. 419-428.
6. Mamasolieva S. A., Karimov A. A. SCIENTIFIC ASPECTS OF FORMATION OF THE SOCIO-ECONOMIC MECHANISM OF MEDICAL SERVICES //Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2022. – Т. 2. – №. 3. – С. 484-490.
7. Ergashevna K. D. et al. The Level and Structure of the Incidence of Malignant Tumors of the Oral Cavity Among the Population of the Republic of Uzbekistan //International Journal on Integrated Education. – Т. 3. – №. 12. – С. 177-180.
8. Ergashevna K. D. et al. The Level and Structure of the Incidence of Malignant Tumors of the Oral Cavity Among the Population of the Republic of Uzbekistan //International Journal on Integrated Education. – Т. 3. – №. 12. – С. 177-180.
9. Мамасолиева, Шохиста Абдугаппаровна, Абдусодик Болгаевич Болгаев, and Феруза Саломовна Саидова. "Обобщение теоретических положений по оценке социально-экономической эффективности медицинских услуг и их качества." Молодой ученый 4 (2020): 199-203.
10. Жасур Р., Шахноза Ю., Шокиса М. Формирование и совершенствование здорового образа жизни у студентов высших учебных заведений //Журнал биомедицины и практики. – 2022. – Т. 7. – №. 3. – С. 181-189.

| Ш. Мамасолиева                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Sh. Mamasolieva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Анализ экономических механизмов повышения эффективности системы управления учреждением в области медицинских услуг</b></p>                                                                                                                                                                                                              | <p><b>Analysis of economic mechanisms for increasing the efficiency of the management system of an institution in the field of medical services</b></p>                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье с целью поиска решения практических вопросов, связанных с развитием системы управления медицинской службой, ее эффективностью и формированием, сделаны предложения относительно механизмов повышения эффективности управления медицинской службой при анализе двух или более противоречивых проблем.</p> | <p><b>Abstract:</b> In this article, in order to find solutions to practical issues related to the development of a medical service management system, its effectiveness and formation, proposals are made regarding mechanisms for increasing the efficiency of medical service management when analyzing two or more conflicting problems.</p> |
| <p><b>Ключевые слова:</b> экономика, медицинские услуги, управление, стратегия, система здравоохранения, рынок, тенденция, научно-технический процесс, экономические факторы.</p>                                                                                                                                                             | <p><b>Keywords:</b> economics, medical services, management, strategy, healthcare system, market, trend, scientific and technical process, economic factors.</p>                                                                                                                                                                                 |

УДК 388.465.2

**Машхур Исмоналиевич Акбаров** – Тошкент давлат транспорт университети доценти**Кудрат Шухратович Искандаров** – Тошкент давлат транспорт университети таянч докторанти

### ТЕМИРЙЎЛ ТРАНСПОРТИДА ЙЎЛОВЧИ ТАШИШ СЕРВИС ХИЗМАТЛАРИНИ БАҲОЛАШ ВА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

**Аннотация:** Ушбу мақолада темир йўл транспортида йўловчи ташиш сервис хизматлари моҳияти, бугунги ҳолати ва муаммолари таҳлил қилинди. Темир йўл транспортида йўловчиларга кўрсатилаётган сервис хизматларини баҳолаш мезонлари ва бу сервис хизматларидан йўловчиларни қаноатланиш даражаси таҳлил қилинди. Хизмат кўрсатишнинг индекслари кўрсатиб ўтилди. Йўловчи ташиш сервис хизматларини такомиллаштириш йўллари ишлаб чиқилган.

**Калит сўзлар:** темир йўл вокзали, йўловчи поезде, темир йўл сервис хизматлари, транспорт хизмати, хизмат кўрсатиш индекси, темир йўл чиптаси.

**Кириш.** Сўнгги йилларда аҳолига хизмат кўрсатувчи транспорт хизматлари бозорида транспорт турлари ўртасидаги рақобат кучайиб бормоқда. Бу эса ўз навбатида темир йўлларда йўловчиларга хизмат кўрсатиш сифатини янада яхшилашни тақозо этмоқда. Муайян транспорт тури танлови бўйича истеъмолчиларга кўпроқ нарх билан бирга нархга боғлиқ бўлмаган омиллар ҳам катта таъсирга эга. Масалан, социологик сўров натижаларига кўра, йўловчилар қулайлик ва юқори хизмат кўрсатиш сифати даражасининг мавжудлигини, транспорт хавфсизлигини, ҳаракатланиш тезлигини, ҳаракат жадвалнинг қулайлигини жуда муҳим деб билишади. Йўловчилар ўз манзилларига чипта сотиб олиб йўловчи поездга чиқишдан, борадиган манзилига етиб олгунига қадар: яъни, ҳаракат вақтининг барча босқичларида хизмат сифати ва йўловчиларнинг эҳтиёжлари ўртасида ўзаро мувофиқликка эришиш зарурати пайдо бўлади. Сўнгги йилларда темир йўл транспортида анъанавий хизмат турлари бўлмиш йўл ҳужжатларини расмийлаштириш ва етказиб бериш, портер хизмати, транзит йўловчилар учун дам олиш хоналари, она ва бола, багаж сақлаш ва бошқаларни ривожлантириш асосий вазифалардан бири этиб белгиланди.

Темир йўл транспортида йўловчиларга хизмат кўрсатиш вокзалларда, станцияларда, платформаларда, поездларда амалга оширилади. “Ўзбекистон темир йўллари” АЖ “Ўзтемирйўлийўловчи” АЖ нинг олдида йўловчилар ташишда сервис хизматларини такомиллаштириш, ташишнинг янги сервис хизматларини жорий қилиш, йўловчиларнинг эҳтиёжларини қондириш, амалдаги хизмат турларини сақлаб қолиш орқали йўловчилар оқим зичлигини янада ошириш вазифалари мавжуд. Шу ўринда Ўзбекистон Республикаси ҳудудида темир йўл транспортида йўловчи ташиш функциясини бажарувчи Ўзтемирйўлийўловчи АЖ фаолиятига тўхталиб ўтамиз. «Ўзтемирйўлийўловчи» АЖ юридик шахс бўлиб, ҳўжалик ҳисоби асосида фаолият юритади, ҳўжалик бошқаруви ҳуқуқи бўйича алоҳида мулкка эга. 01.11.2021 йил ҳолатига кўра 782 та йўловчи вагонлари мавжуд бўлиб, шундан 303 та вагон бевосита йўловчи поездларда ҳаракатланади. Жамиятнинг барча вилоят марказлари ва мамлакатнинг йирик шаҳарларида етарли даражада ривожланган 32 та темир йўл вокзаллари мавжуд. 2012 йилдан 2021 йилгача Урганч, Жиззах, Навоий, Қарши, Нукус вокзаллари реконструкция қилиниб, Каттақўрғон вокзали қурилди.[1]

**Мавзуга оид адабиётлар шарҳи.** Темир йўл транспорт йўловчи ташиш хизматлари ва бу хизматларнинг жозибдорлигини оширишнинг назарий-услубий асослари бир қатор маҳаллий ва хорижлик олимларининг илмий тадқиқотларида ўз аксини топган. Америкалик маркетинг бўйича мутахассис Ф.Котлернинг фикрича, хизмат бир томон бошқасига таклиф қилиши мумкин бўлган ҳар қандай ҳодисадир. У транспорт хизматларининг сифати ўз вақтида етказиб бериш тезлиги, вақти ва ишончлилиги, хавфсизлик даражаси, товарлар ва йўловчиларнинг хавфсизлиги, тариф нархи, тегишли хизматларнинг кўплиги ва бошқалар билан белгиланади деб ҳисоблаган.

Темир йўл транспорти хизматлар бозоридаги бошқарув самарадорлигини баҳолаш услубиёти илмий менежмент мактаби вакиллари ҳисобланган Р.Акофф, Ф.Тейлор, М.Мес-

кон, П.Друкер, А.Файоль ва Л.Берталанфи каби етук олимларнинг илмий ишларида умумий бошқарув муаммолари фундаментал характер касб этиб, масалага умумий ёндашилган.

Рус олими Т.А.Тультаевнинг фикрига кўра хизмат инсоннинг ҳар қандай эҳтиёжларини қондирадиган фойдали эффект бўлган меҳнат фаолияти натижаси. Хизмат - бу фаолият, иш тури бўлиб, унинг давомида янги, илгари мавжуд бўлмаган моддий маҳсулот яратилмайди, лекин мавжуднинг сифати, ушбу маҳсулотни яратиш ўзгаради. Бошқача айтганда, бу моддий шаклда эмас, балки фаолият шаклида бериладиган имтиёздир. Булар хизматлар кўрсатишнинг ўзи керакли натижани яратади.[2]

Ю.В.Чечнева транспорт хизматлари одамларнинг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган ва зарур технологик, иқтисодий, ахборот, ҳуқуқий ва ресурс таъминоти мавжудлиги билан тавсифланган транспорт фаолиятининг кичик тури дея таъриф берган. Демак, хизмат деганда нафақат йўловчиларни ҳақиқий ташиш, балки ташиш жараёнининг бир қисми бўлмаган, балки уни тайёрлаш ва амалга ошириш билан боғлиқ бўлган ҳар қандай операция ҳам тушунилади.[3]

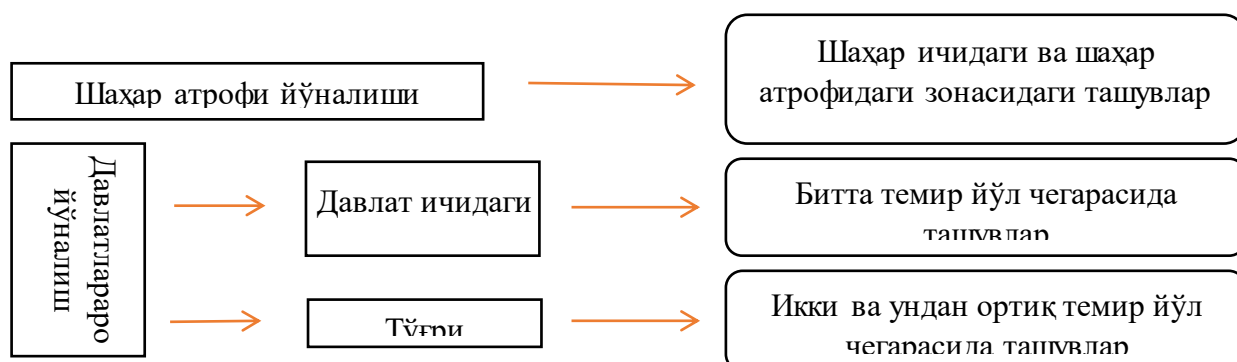
Н.В.Мордовченков транспорт хизматлари бозорида маркетинг тадқиқотларининг ўзига хос хусусияти транспорт корхонасининг ҳақиқий рақобатдош афзалликларини аниқлаш ва унинг хизматларини ушбу афзалликларни энг яхши амалга ошириш мумкин бўлган бозор сегментларида жойлаштиришди дея ўз фикларини тадқиқотларида намоён қилган.[4]

Ўзбекистон Республикаси транспорт тизимини ривожлантириш муаммоларини Я.Қориева, З.Ахмаджанов, М.Икрамов, К.Зиядуллаев, Ғ.Қосимов, К.Аҳмедов, Т.Қодиров, К.Рашидов, Ў.Мавлонов, И.Акбаров, Б.Ходжаев, С.Примбетовлар, Р.Саматов ва Ш.А.Холбутаевалар ўзларининг тадқиқот ишларида ўрганиб чиққанлар.

МДХ давлатларидан эса Б.Балчи, А.Сычёв, А.Гранберг, И.Рунов, С.Жуков, М.Бекмагамбетов, Ж.Курганбаев, А.Колесников, Т.Станкович, Ч.Сяньпин, Р.Мирзаев, М.Алибоева, В.Бережной, Я.Бронштейн, Е.Калиев, С.Панов, Д.Ходжаев, К.Зоидов ва А.Медковлар минтақа транспорт инфратузилмаси муаммолари юзасидан илмий тадқиқот ишларида транспорт муаммоларини алоҳида давлатлар мисолида ўрганган ёки транспорт омилини бошқа омиллар қаторида тадқиқ этганликларини кўриш мумкин.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот ўтказишда адабиётлар шарҳи, кўрсаткичларни солиштириш, таққослаш, индукция, дедукция, сўровномалар, натижаларни танланмадан популяцияга қараб умумлаштириш, свод таҳлили ва бошқа усуллардан фойдаланилади.

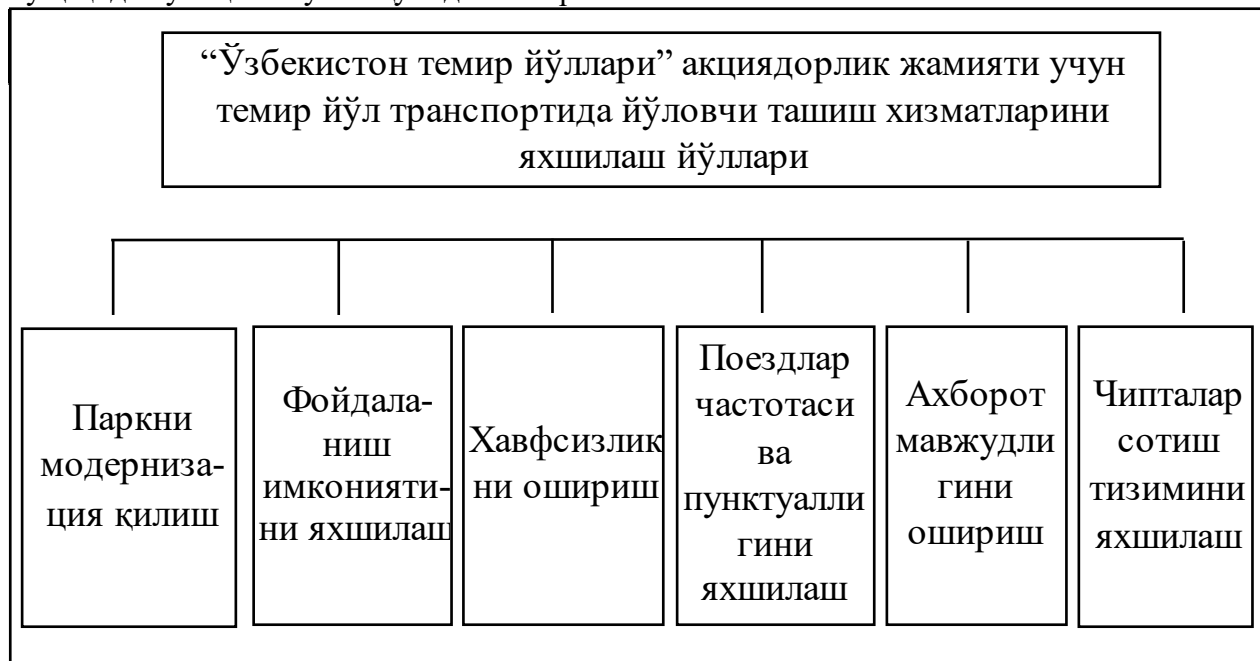
**Таҳлил ва натижалар.** Ҳар куни минглаб одамлар доимий ва сифатли хизмат кўрсатишни талаб қиладиган шаҳарлараро, маҳаллий ва шаҳар атрофи саёҳатларини амалга оширадilar. Корхона томонидан йўловчиларга кўрсатилаётган хизматлар кўлами, бир томондан, меҳнат, тадбиркорлик, дам олиш, ўқиш, даволаниш ва ҳоказолар учун қулай шарт-шароитлар яратади, бу эса пировардида мамлакатимизнинг турли тармоқларида банд бўлган ишчиларнинг меҳнат унумдорлигига таъсир қиладди. Иқтисодиёт, уларнинг маданий даражаси ва аҳоли турмуш сифатини оширади. Бошқа томондан, темир йўл транспорти аҳолига кўрсатилаётган хизматлар турларини кўпайтириш орқали қўшимча миқдорларни жалб қилиш ва уларга хизмат кўрсатиш орқали ўз рентабеллигини оширади. Темир йўл транспортида йўловчи ташиш тизими қуйида келтирилган.



1-расм. Темир йўл транспортида йўловчи ташиш тузилмаси

Транспорт хизмати - транспорт хизмати кўрсатувчи ташкилотнинг йўловчи, юк жўнатувчи ва қабул қилувчининг белгиланган норма ва талабларга мувофиқ ташишга бўлган эҳтиёжларини қондириш бўйича фаолияти натижасидир.

Ҳозирги рақобат шароитида транспорт хизматларига бўлган талаб даражаси, биринчи навбатда, йўловчиларга кўрсатилаётган хизматлар сифати билан белгиланади. Исталган самарани олиш учун йўловчиларга кўрсатилаётган транспорт хизматлари сифати даражасини ошириш бўйича бир қатор вазифаларни ҳал қилиш мақсадга мувофиқ бўлади. Бу ҳақида тўлиқ маълумот қуйида келтирилган.



**2-расм. Транспортида йўловчи ташиш хизматларини яхшилаш йўллари**

Паркни модернизация қилиш: “Ўзбекистон темир йўллари” АЖ поездлар паркини модернизация қилиш орқали йўловчи ташиш хизматларини яхшилаш имконияти мавжуд ва ҳозирги пайтда компания мунтазам равишда паркни модернизация қилиб келмоқда. Қулай ўриндиқлар, кондиционер ва Wi-Fi каби замонавий қулайликларга эга янги поездларга сармоя киритиш ташилаётган йўловчилар сонини сезиларли даражада ошириши мумкин.

Фойдаланиш имкониятини яхшилаш: “Ўзбекистон темир йўллари” акциядорлик жамияти ўз хизматларини барча йўловчилар, жумладан, ногиронлар учун ҳам қулайроқ қилиб, йўловчи ташиш хизматларини яхшилаши мумкин. Бунга бортга чиқиш ва ўтириш учун қулай имкониятларни тақдим этиш ва станция объектларига тўлиқ киришни таъминлаш орқали эришиш мумкин.

Хавфсизликни ошириш: Йўловчилар саёҳат пайтида хавфсизликни қадрлашади, шунинг учун “Ўзбекистон темир йўллари” ушбу жиҳатларни яхшилашга қаратилган чора-тадбирларга сармоя киритиши мақсадга мувофиқдир. Бунга яхшиланган ёритиш, кузатув тизимлари ва хавфсизлик ходимларини кучайтириш киради.

Чипталарни сотишнинг осон ва мослашувчан вариантларини жорий этиш: “Ўзбекистон темир йўллари” акциядорлик жамияти чипталарни сотишнинг осон ва мослашувчан вариантларини таклиф қилиш орқали кўпроқ йўловчиларни жалб қилиши мумкин, масалан, бандловларни жаримасиз ўзгартириш ёки бекор қилиш ҳамда афзал ўриндиқларни танлаш имконияти. Бу йўловчиларнинг хизматдан қониқишини сезиларли даражада ошириши мумкин. Ҳозирги кунда компанияда бу соҳада ҳам катта ишлар олиб борилмоқда.

Поездлар частотаси ва пунктуаллигини яхшиланг: Поездларнинг ўз вақтида ва тез-тез қатновини таъминлаш, йўловчиларнинг темир йўл транспортдан фойдаланиш эҳтимолини оширишга хизмат қилади. “Ўзбекистон темир йўллари” акциядорлик жамияти поездлар қатнови частотаси ва ўз вақтида ҳаракатланишини режалаштириш ва жадвалини

яхшилаш, йўллар ва ҳаракат таркибига техник хизмат кўрсатиш орқали ошириши мумкин.

Ахборот мавжудлигини ошириш: “Ўзбекистон темир йўллари” поездлар жадвали, кечикишлар ва бошқа тегишли маълумотларни реал вақт режимида йўловчиларга тақдим этиш орқали йўловчиларнинг темир йўл транспортига ишончини яхшилаши провард натижада уларнинг сонини ошириши мумкин. Бунга станциялардаги рақамли дисплейлар ва эълонлар, шунингдек, мобил иловалар, онлайн платформалар орқали эришиш мумкин.

Темир йўл транспорти йўловчи ташишни амалга оширишда бошқа транспорт воситалари билан соғлом рақобатнинг турли шакллари фаоллаштириш ва йўловчиларга барқарор фойдаланиш имтиёзларини шакллантиришга ёрдам бериб, темир йўлларнинг бошқа транспорт воситалари билан рақобатбардошлигини оширишга хизмат қилади.

Йўловчиларга қулайлик яратиш учун бажарадиган вазифасига кўра бир хил бўлган транспорт турлари фаолиятини ўзаро бир-бирига узвий боғлиқликда ташкиллаштириш йўловчиларнинг манзилларига етиб бориш вақтини қисқартиради ва кўрсатиладиган сервис хизматларини сифатини оширади. “Ўзбекистон темир йўллари” АЖ “Ўзтемирйўлийўловчи” ОАЖ да йўловчиларга сервис хизмат кўрсатишдан йўловчиларнинг қаноатланиш даражасини йўловчиларга хизмат кўрсатишнинг индекслари орқали аниқлаш мумкин. Сервис хизмат кўрсатиш индекслари 1-расмда келтирилган.

Белгиланган мезонларга темир йўл транспорти орқали кўрсатиладиган сервис хизматларидан йўловчиларнинг қониқиш индексини қуйидаги формулага асосан аниқланади.

$$K_{ий} = \frac{\sum A_{ўр}}{n}$$

бу ерда  $K_{ий}$  - баллардаги мезонларга мувофиқ қониқиш даражаси;

$A_{ўр}$  - белгиланган омиллардан қониқишнинг ўртача қиймати, балларда;

$n$  - белгиланган мезон ичидаги омиллар сони, балларда.

Белгиланган барча мезонларга асосан темир йўл транспорти орқали кўрсатиладиган сервис хизматларидан йўловчиларнинг ўртача қониқиш индексини қуйидаги формулага асосан аниқланади.

$$K_{й} = \frac{\sum K_{ий}}{n}$$

бу ерда  $K_{й}$  - баллардаги барча мезонларга мувофиқ ўртача қаноатланиш даражаси;

$K_{ий}$  - белгиланган омиллардан қониқишнинг ўртача қиймати, балларда;

$n$  - белгиланган мезон ичидаги омиллар сони, балларда;

$i$  - мезонлар тури;

$n$  - мезонларнинг умумий сони.

Белгиланган барча мезонларга асосан темир йўл транспорти орқали кўрсатиладиган сервис хизматларидан йўловчиларнинг ўртача қониқиш индексини фоизларда қуйидаги формулага асосан аниқланади.

$$K_{й(\%)} = \frac{K_{й} \times 100\%}{X}$$

бу ерда  $K_{й(\%)}$  - йўловчиларнинг қаноатланиш даражаси, фоизларда;

$K_{й}$  - белгиланган омиллардан қониқишнинг ўртача қиймати, балларда;

$X$  - белгиланган мезонларни баҳолашга ажратилган максимал балл.

Йўловчиларга кўрсатиладиган темир йўл транспорти билан боғлиқ бўлган хизматларни қуйида келтирилган мезонларга мувофиқ баҳолаш таклиф этилади.

хизматларнинг мавжудлиги: билетни сотиб олиш тартиби, йўловчи поезде ва унинг таркибидаги вагонлардаги керакли хусусиятларга эга билетларнинг мавжудлиги;

хизматлар даражаси: вагонларнинг санитария ва тозалик ҳолати, озиқ-овқат билан таъминланиши, вагонларнинг ички ҳолати, чойшаблар ва аксессуарлар билан таъминланганлиги, ҳаракат хавфсизлигини таъминлаш, “хизмат сифати нархи” нисбати ва бошқалар.

Узоқ муддатли транспорт тури ҳисобланган темир йўл транспорти сегментларида ҳар чоракда тадқиқотлар ўтказиб “Ўзтемирйўлийўловчи” ОАЖ нинг филиаллари томонидан

амалга оширилиб борилиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Темир йўл вокзаллари ва тўхташ пунктлари бошқармалари томонидан камида ҳар чорақда йўловчиларга кўрсатилаётган сервис хизматлари тўғрисида йўловчилар билан сўровномалар ўтказиши ва натижаларни баҳолаб бориши темир йўл вокзалларига йўловчиларни жалб қилиш билан боғлиқ муаммолар ва уларга ечимлар топиш учун муҳим омил бўлиб ҳисобланади.

|                                                        |                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Мавжудлиги                                             | Билет нархи                                                                                        |
|                                                        | Станциялар ва тўхташ пунктлари жойлашувининг қулайлиги                                             |
|                                                        | Станциялар ва тўхташ пунктларида стационар чипта сотиш кассалари мавжудлиги                        |
|                                                        | Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш терминаллариининг мавжудлиги                                              |
|                                                        | Билет турларини танлаш имкониятиниинг кенглиги                                                     |
| Тариф                                                  | Билет нархи                                                                                        |
| Барқарорлик                                            | Поездлар ҳаракати жадвалига тўлақонли риоя қилиниши                                                |
|                                                        | Поездлар ҳаракати частотаси(зичлиги)                                                               |
| Ҳаракат жадвали                                        | Поездлар ҳаракат графигига амал қилиш (поездларнинг келиши ва кетишидаги кечикишларини олдини олиш |
| Вокзалларда ва поездларда хизмат кўрсатиш даражаси     | Кассаниннг олдида кутиш вақти                                                                      |
|                                                        | Поездларда билет текширувчилар ва назоратчиларнинг хушмуомалалиги                                  |
|                                                        | Кассаларда, станцияларда, поездларда хизмат кўрсатувчи ходимларнинг малака даражаси                |
|                                                        | Билет сотувчи ходимларнинг хушмуомалалиги                                                          |
|                                                        | Билет сотувчи ходимларнинг кийиниш тартиби ва озода юриши                                          |
| Ахборот алмашинуви                                     | Поездлар ҳаракат графигидаги ўзгаришлар ҳақида ахборотнинг мавжудлиги                              |
|                                                        | Поездлар ҳаракат графигидаги ўзгаришлар ҳақида ахборотнинг мавжудлиги ва долзарблиги               |
|                                                        | Юбориш ва ўзгартириш ҳақида маълумотдан фойдаланиш қулайлиги                                       |
|                                                        | Вагонларда жорий ва яқинлашиб келаётган тўхташ пунктлари ҳақида маълумотларнинг аниқлиги           |
| Тезлик                                                 | Юриш вақти                                                                                         |
| Йўлдаги қулайлик                                       | Поезд таркибидаги вагонларнинг ҳарорати (иқлим режими) ҳақида маълумотлар                          |
|                                                        | Поезд таркибидаги вагонларнинг тозаллиги ва санитария ҳолати                                       |
|                                                        | Вагонлардаги ўриндиқларнинг қулайлиги                                                              |
|                                                        | Вагонларда багаж учун жойлар мавжудлиги                                                            |
| Инфратузилма объектларининг санитария ва техник ҳолати | Тўхташ пунктларининг платформаларда тозаллиги ва санитария ҳолати                                  |
|                                                        | Станцияларда ва тўхташ пунктларда поездларни кутишда усти ёпиқ ўтириш жойлари мавжудлиги           |
| Хавфсизлик                                             | Ҳаракатланувчи поезд таркибининг ҳолати                                                            |
|                                                        | Поездларга чиқиш ва тушиш платформаларидаги қулайликларнинг хавфсизлик даражаси                    |
|                                                        | Шаҳар атрофидаги поездлар ҳаракати давомида кўриқлашнинг мавжудлиги                                |
|                                                        | Тўхташ пунктларида чиқиш тушиш жойларининг мавжудлиги                                              |

### 3-расм. Темир йўл транспортида йўловчиларга сервис хизмат кўрсатиш индекслари

Олиб борилган тадқиқотлар натижасида олинган маълумотларга асосланиб, вокзалларда ва тўхташ пунктларида йўловчиларга кўрсатилаётган сервис хизматларда йўл қўйилаётган камчиликларни бартараф этиш чораларини кўриш, янги хизмат турларини

жорий қилиш заруратлари тўғрисида тасаввур шаклланиб “Ўзтемирйўлйўловчи” АЖ нинг филиаллари фаолиятини яхшилаш учун муҳим асос бўлиб хизмат қилади.

Темир йўл станцияларини, тўхташ пунктларини жамоат ва индивидуал транспорт станцияларини ўзаро узвий боғлиқликда жойлаштириш учун зарур ҳудудларни аниқлаш ва уларни жойлаштириш ҳозирги кунда долзарб масала бўлиб бормоқда. Йўловчиларни оммавий алмашиш пунктлари сифатида темир йўл станцияларини ривожлантиришга катта эътибор талаб қилмоқда.

**Хулоса ва таклифлар.** Хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкинки, кўплаб транспорт турлари йўловчилар ташиш билан боғлиқ бўлган жараёнларда иштираётган этади. Ушбу ташишларнинг асосий мақсади йўловчиларнинг ташишларга бўлган талабини максимал тарзда қондириш ҳисобланади. Юқорида келтирилган муҳим омилларни ҳисобга олган ҳолда йўловчи вокзалларида йўловчиларга сервис хизмат кўрсатиш сифатини ошириш орқали темир йўл транспортида йўловчилар оқимини ошириш мумкин ҳисобланади. Бу ўз навбатида йўловчиларнинг темир йўл транспортига бўлган қизиқишлари ошиб боришини таъминлайди ва йўловчи ташиш транспортининг раванқини оширади.

Сўнгги йиллар статистикаси шуни кўрсатяптики, хизматлар истеъмоли аста-секин моддий неъматлар истеъмолидан устун кела бошлади. Жаҳон статистикаси бўйича, сўнгги 25 йил ичида ривожланган мамлакатлар ялпи миллий маҳсулотига хизматлар улуши 54 фоиздан 65 фоизга, ривожланаётган мамлакатларда 40 фоиздан 50 фоизга ошган. Бу мамлакатларда давлат хизмати кўпинча иқтисодиётнинг мустақил тармоғига айланиб, умумий фойданинг 20-30 фоизини давлат хазинасига олиб келади. Келажакда темир йўл транспортида йўловчи ташишга хизмат кўрсатиш транспорт операциялари рентабеллигини ошириш ва қўшимча миқдорларни жалб қилишнинг асосий манбаига айланиши кутилмоқда.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Паязов М. Темир йўл транспорт хизматларининг хизматлар бозорига бошқарув самарадорлигини баҳолаш услубиёти / М. Паязов // Иқтисод ва молия. – 2022. – №. 7. – Р. 36-44. – DOI 10.34920/EIF/VOL\_2022\_ISSUE\_7\_5. – EDN VWNCXJ.
2. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг. – Москва: Инфра-М, 2012.
3. Чечнева, Ю. В. К вопросу о классификации транспортных услуг / Ю. В. Чечнева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – № 12. – С. 201-203. – EDN NUMEWD.
4. Особенности проведения маркетинговых исследований транспортных услуг [Текст] / Н. В. Мордовченков, Ю. Д. Белов, С. В. Кузьмичев // XI Прохоровские чтения (Н. Новгород, 23 дек. 2015г): сб. статей участников. - Н. Новгород, 2016. - С. 129-131.
5. Акбаров, М., & Искандаров, К. (2022). Йўловчи ташиш хизматлари бозорига таъсир қилувчи омиллар ва бозорнинг ҳозирги ҳолати таҳлили. *Eurasian Journal of Academic Research*, 2(11), 466-470.
6. Uzrailpass.uz.

| М.Акбаров, К.Искандаров                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | M.Akbarov, K.Iskanderov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Пути оценки и улучшения услуг по перевозке пассажиров на железнодорожном транспорте</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной статье проанализированы сущность, современное состояние и проблемы пассажирских перевозок на железнодорожном транспорте. Проанализированы критерии оценки сервисных услуг, оказываемых пассажирам на железнодорожном транспорте, и уровень удовлетворенности пассажиров этими услугами. Предложены индексы обслуживания. Разработаны пути улучшения обслуживания пассажиров.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> железнодорожная станция, пассажирский поезд, услуги железнодорожного сообщения, транспортное обслуживание, сервисный индекс, железнодорожный билет.</p> | <p><b>Ways to evaluate and improve passenger transportation services in railway transport</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article analyzes the nature, current status and problems of passenger transport services in railway transport. The criteria for evaluation of services provided to passengers in railway transport and the level of satisfaction of passengers with these services were analyzed. Indexes of service are shown. Ways to improve passenger transportation services have been developed.</p> <p><b>Keywords:</b> railway station, passenger train, railway services, transport service, service index, railway ticket.</p> |

**Мурод Максудович Паязов** – ФарПИ докторанти, и.ф.н., доц.

Фарғона политехника институти “Менежмент” кафедраси (DSc) докторанти

## **ТЕМИРЙЎЛ ТРАНСПОРТИ ХИЗМАТЛАР ТИЗИМИДАГИ БОШҚАРУВ МЕХАНИЗМИНИНГ МОҲИЯТИ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ МЕТОДОЛОГИЯСИ**

**Аннотация:** мақолада темир йўл хизматлар тизимидаги бошқарув механизмининг аҳамияти, ушбу механизмни босқичма-босқич бошқаришни такомиллаштиришда ҳужжатларни бошқариш механизмига эътибор бериш ҳамда темир йўлларни бошқаришда жаҳон тажрибаси, давлат иштирокини хусусий шерикчилик масалалари ёритилган.

**Калит сўзлар:** бошқарув механизми, интеграция, трансформация, стандарт, давлат хусусий шерикчилиги, стартап, темир йўл йўлаклари.

**Кириш.** Темир йўл транспорти хизматлари иқтисодиётда етказиб бериш тизимининг локомотиви ҳисобланади. Мозийга назар ташласангиз иқтисодиётнинг гуллаб яшнашида, интеграциялашувида, хизматлар соҳасининг ривожланишида темир йўлнинг аҳамияти ва моҳиятидан келиб чиқадиган бўлсак ушбу йўналиш бутунги кунда ҳам ўз мавқеини йўқотмагани. Ривожланган давлатлар ЯИМининг 13-14%ини транспорт хизматлари ташкил этса, Ўзбекистонда ушбу кўрсаткич 2022 йил якунларига кўра 7 %ни ташкил этган. Ўзбекистон учун темир йўл хизматларининг ЯИМдаги улушини ошириш масаласи долзарб муаммолардан биридир.

Темир йўл соҳаси замон глобаллашиб, Ўзбекистон иқтисодиёти жаҳон иқтисодиёти билан интеграциялашиб бораётган шароитда темир йўлларда ислохотлар олиб бориш учун аниқ стратегия ва кучли структуравий бошқарув механизми талаб қилинади.

**Тадқиқот методологияси.** Ўзбекистон ва жаҳон хизматлар бозорида темир йўл хизматларининг интеграциялашувини таъминлаш, ҳамда етказиб бериш хизматидаги улушини ошириш ҳисобига иқтисодиётни глобаллашувида қиёсий таҳлил, илмий абстракция, иқтисодий таҳлил, индукция ва дедукция каби тадқиқот усулларида фойдаланилди.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Темир йўл хизматлари бошқариш механизмига оид бир қатор маҳаллий ва хорижий олимлар томонидан илмий тадқиқотлар олиб борилган. Хусусан, хорижий олимлардан Б.Вихоил (халқаро темир йўл логистикаси), Г.Стожик, С.Вескович, И.Танасков, С.Милинковичлар (темир йўл инфратузилмасини бошқариш моделини), Б.М.Лапудус, Д.А.Мачерт (темир йўлларнинг макроиқтисодий жиҳатларини бошқаришни), С.А.Владимиров, М.О.Сураева (темир йўлларни инновацион ривожлантириш методологиясини), В.И.Янунин (Россия давлати темир йўллари ривожланишининг иқтисодий муаммоларини), Д.У.Николаев (Буюк Британия мисолида рақамли темир йўл хизматларини), В.П.Купряновский (темир йўл хизматларида рақамли интернет), Ж.Дехорной (темир йўл хизматларини бошқаришда PPPS лойиҳаларини бошқаришни), В.Н.Филина (Темир йўл хизматларини ривожлантиришда инвестиция сиёсати), В.В.Зубков, Н.Ф.Сирина, В.Подсорин, Т.А.Флягина (йўловчи ташиш хизматларини бошқаришни), Д.Вилферт, Д.Брингиншав (халқаро темир йўлларни бошқариш), А.Е.Красковский, В.В.Фортунов (темир йўл транспортини бошқаришда илғор технологияларни) ва бошқалар.

Ўзбекистонда темир йўл хизматларини бошқариш механизмларини илмий тадқиқ этишга оид маҳаллий олимларимиздан. М.М.Зияев (темир йўл хизматларини маркетинг бошқаруви), Ж.С.Файзуллаев (темир йўл транспортининг ташкилий-иқтисодий асосларига), М.Н.Ирисбаев, М.М.Махмудов (Халқаро инфраструктурада темир йўлларнинг афзалликларини), К.У.Ульджабаев, В.К.Ярашовлар (Ўзбекистон транспорт тизимида интеграция жараёнларини бошқаришга оид) илмий тадқиқот ишларини олиб бордилар.

Илмий тадқиқот ишларида темир йўл хизматларини бошқариш механизмларини такомиллаштиришга оид илмий натижалар етарли эмаслигини аңлатади.

**Таҳлил ва натижалар.** Транспорт хизматлар тизимидаги бошқарув механизмининг моҳияти тўғрисида ва унинг иқтисодиётда муҳим стратегик аҳамиятга эга эканлигини Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Миризиёв 2022 йил 28 сентябрь куни транспорт соҳасидаги ислохотларни жадаллаштириш масаласи бўйича йиғилишда изох

бериб ўтди: “Бу соҳа –иқтисодиётнинг қон томири. Транспорт ва логистикани янги босқичга олиб чиқмасак, иқтисодиётни барқарор ривожини таъминлай олмаймиз”<sup>1</sup>.

Темир йўл транспорти хизматлар тизимидаги бошқарув механизмини ташкил этишда Ўзбекистон глобал иқтисодиёт сари интеграциялашувини инобатга олган ҳолда, давлатнинг экспорт имкониятларини оширишга, имкон даражасида хизмат кўрсатишни жаҳон стандартлари даражасида ташкил этиш иқтисодий, сиёсий ҳамда ижтимоий аҳамият касб этади.

Бу борада Ўзбекистон Президенти ҳузуридаги Давлат бошқарув академияси профессори Д.Раҳимова: “Ўзбекистон транспорт тизими жаҳон транспорт тизимида фаол интеграциялашув ва қўшни давлатлар транспорт-коммуникация тизимларини яқинлаштириш сиёсатини амалга ошириш заруратидан келиб чиқиши керак”<sup>2</sup>-деган фикр берди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг “Марказий Осиё – Хитой” саммитидаги нутқида: “Хавфсиз, қисқа ва қулай транспорт коридорларини ривожлантириш стратегик аҳамиятга эга. Улар Хитойни бизнинг минтақаларимиз билан боғлаб, Европа, Яқин Шарқ ва Жанубий Осиё бозорларига чиқиш имкониятини беради”<sup>3</sup>.

Темир йўл хизматларини ривожлантириш борасида Ўзбекистоннинг қатор қўшни давлатлар билан янги йўлақлар очиш борасидаги ҳамда мамлакат ичида темир йўл хизматларини ўлушини ортиши юзасидан қабул қилинаётган қатор ишлар, жумладан “Ўзбекистон-Қирғизистон-Хитой”, “Ўзбекистон-Афғонистон-Пешовар” каби стратегик темир йўл йўлақлари фаолиятини ишга тушириш.

Ўзбекистон Республикаси Президенининг “Ўзбекистон темир йўллари” компаниясини трансформация қилиш ва хусусийлаштириш стратегиясини ишлаб чиқиш юзасидан топшириқлари амалга оширилмоқда.

Темир йўллари иқтисодиётга, ижтимоий ҳаётга ҳамда халқаро иқтисодий муносабатларнинг глобаллашувидаги аҳамиятини ҳисобга олган ҳолда жаҳонда етарли тажриба тўп-ланган бўлса-да, лекин Ўзбекистон учун татбиқ этиш вақт, илмий ёндошув, давлат томонидан бевосита қўллаб-қувватлаш ва олимларимизнинг илмий натижалари аҳамиятлидир.

Темир йўл бошқарув тизими бугунги кунда ислохотларни талаб этмоқда. Мамлакатимиз темир йўл хизматларида қатор муаммолар мавжуд, булар:– контейнер ташув ҳажми етишмаслиги; – темир йўл транспортида юк ташиш нархларининг юқорилиги; – 3PL ва 4PL даражадаги логистик хизмат провайдерларининг ривожланмаганлиги; – темир йўл вагонларининг 60% га яқин қисми 20-30 йил давомида, 13% эса 30 йилдан ортиқ хизмат кўрсатиб келмоқда”[4]. Ўринли равишда тўғри дея оламиз, чунки хорижий тажрибаларни тадқиқ этадиган бўлсак, “Ўзбекистон темир йўллари” АЖ учун рақобатлашадиган замонавий компаниянинг ўзи йўқ. Сабабларидан бири монопол ташкилот сифатида фаолият юритмоқда. Юкни етказиб бериш, кузатиб бориш бўйича 160 та давлатнинг ичида 99 ўринни эгаллаши муаммолидир.

“Мавжуд транспорт коммуникациялар тизимини ривожланмаганлиги оқибатида экспорт-импорт юкларини ташувига сарфланаётган вақт чўзилиб ва транзит юкларни ўз вақтида манзилга етказиб бўлмаётгани, “вақт” омилини биринчи ўринда бўлиши лозим. Чунки маҳсулотларни қисқа вақт ичида ўз эгаларига етказиш, транспорт харажатларининг қисқаришини таъминлайди. Мутахассисларнинг фикрича, юкларни тегишли манзилга бир кун кечикиб келиши савдо ҳажмининг энг камида 1 фоизга, тез сифати бузиладиган қишлоқ хўжалик маҳсулотлари эса ўртача 7 фоизга камайишига олиб келади. Транспорт коммуникациялар техник ҳолатининг талаб даражасида эмаслиги ушбу жараёнга салбий таъсир кўрсатади. ЭСКАТО конвенциясига кўра, соатига 120 км (тезюлар поездлар учун соатига 160 км) тарзида белгиланган. Минтақа мамлакатларидаги транспорт коммуникациялар техник ҳолатининг ёмонлиги боис, темир йўл магистралларда поездлар-

<sup>1</sup> Транспорт соҳасини ривожлантириш бўйича таклифлар кўриб чиқилди. [Электрон манбаа]: [https://uza.uz/uz/posts/transport-sohasini-rivozhlantirish-boyicha-takliflar-korib-chiqildi\\_411498](https://uza.uz/uz/posts/transport-sohasini-rivozhlantirish-boyicha-takliflar-korib-chiqildi_411498)

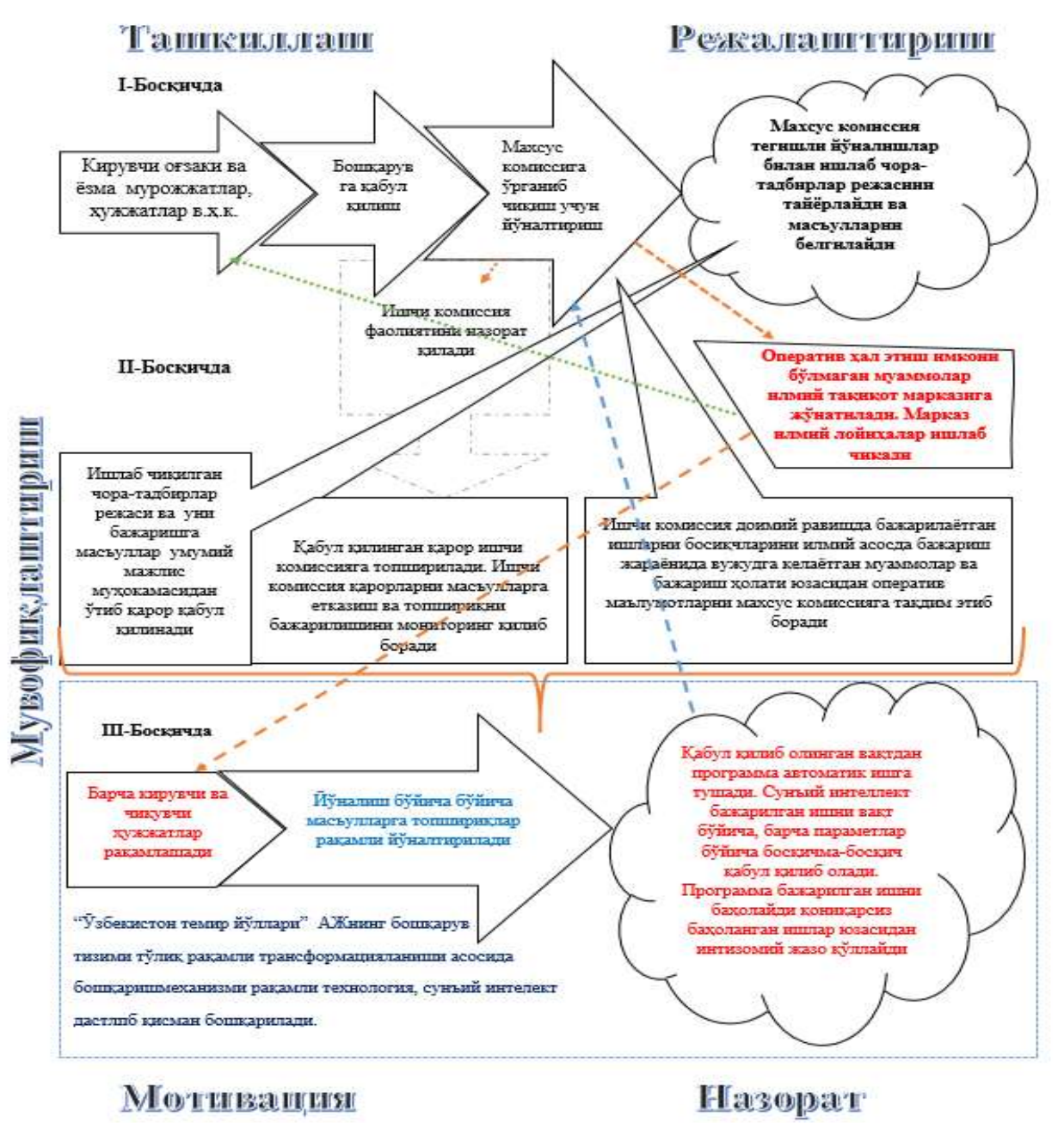
<sup>2</sup> Д.Н.Раҳимова. Интеграция железнодорожного транспорта Узбекистана в международную систему.[Электрон манбаа]: <https://review.uz/post/integraciya-jeleznodorozhnogo-transporta-uzbekistana-v-mejdunarodnuyu-sistemu>

<sup>3</sup> [https://uza.uz/uz/posts/ozbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyoevning-markaziy-osiyo-hitoy-sammitidagi-nutqi\\_484579](https://uza.uz/uz/posts/ozbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyoevning-markaziy-osiyo-hitoy-sammitidagi-nutqi_484579)

нинг ҳаракат тезлиги соатига ўртача 34 кмни ташкил этмоқда<sup>1</sup>.

Темир йўл хизматларининг бошқарув механизмларини такомиллаштиришга оид бир қатор қонуний асослар қабул этилмоқда. Ушбу ҳужжатлардаги қўйилаётган вазифаларни изчил амалга ошириш ва ташаббускорлик асосида корхона ичидаги муаммоларнинг изчил ҳал этилиши бошқарувда белгиланган мақсадларга эришишни таъминлайди. Бунинг учун ҳужжатлар айланишини ҳам бошқариш лозимдир. Ҳар қандай қонуний асосга эга бўлган ҳужжат номи билангина эмас, берилган топшириғи билан девонхонадан руйхатдан ўтиши ва келгусида раҳбарият, мутассадди ходимлар томонидан ижросини таъминлаш учун ижрога чиқиб, назорати таъминланиши лозим.

Корхонадаги дастлабки ишлар ҳужжатлар бошқарувидан бошланса, у ҳолда бошқарув механизми қуйидаги сценарий асосида амалга оширилиб фаолиятнинг самарадорлигини таъминланади (1-расм).



1-расм. Ҳужжатлар ижросини бошқариш механизми картаси<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Биргит Внохл. Транспортные потоки и нефизические барьеры. – Бишкек: ОБСЕ, 2015. – С. 20-21.

<sup>2</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Бошқариш механизми босқичма-босқич оsonлашиб, рақамлашиб, автоматлашиб бориши лозим.

Биринчи босқичда ташкиллаштириш. Иккинчи босқич режалаштириш. Бунда масъулларни ижрога йўналтириш асосида менежер ва ижрочи ўртасида қайта алоқани таъминлайдиган мониторинг, маълумотлар билан алмашиш жараёнлари амалга оширилиши керак.

Учинчи босқичда барча ҳужжатлар тегишли дастурлар асосида тўлиқ рақамлаштирилиши, бошқарувга сунъий интеллектни жорий этишга оид бошқарувдаги трансформация жараёнлари тугалланиши лозим. Албатта жараёнда ходимларга нисбатан КРІ дастурлари орқали мотивациянинг қўлланилиши мақсадга мувофиқдир. КРІ натижаларига қараб корхона ўз ички мезонлари асосида мотивация бериш режасини ишлаб чиқса мақсадга мувофиқ бўлади.

**Ташкиллаштириш:** Мурожаатлар (оғзаки ва ёзма) Ўзбекистон Республикасининг ЎРҚ -445-сон 11.09.2017 йилдаги “Жисмоний ва юридик шахсларнинг мурожаатлари тўғрисида”ги Қонунга мувофиқ амалга ошириш мақсадида барча ташкилий ишлар тайёрланади. Яъни, ҳар бир мурожаат у хоҳ ёзма, хоҳ оғзаки бўлсин, шунингдек, ҳар қандай кирувчи ҳужжатни қабул қилиш жойлари, шароитлари, макони ва ким томонидан қабул қилиниши аниқ ва ошкоралиқда истеъмолчи учун тушунарли тилда ва жойда қабул қилиб олинади.

**Режалаштириш:** Қабул қилинган мурожаатлар ёки кирувчи ҳужжатларнинг кириш босқичларидан тортиб ҳар бир қадами босқичма-босқич ҳужжатни бажариб ёпилгунгача бўлган жараён тўлиқ режалаштирилади. Бунда ким ва қайси техника, қандай технологияда амалга оширилиши вақти ва масъули бўйича аниқлик киритилади. Режалаштириш бир оз кенгроқ ва мураккаброқ жараён бўлиб, унда ижрога қабул қилинган ҳужжат масъулга топширилишидан олдин махсус комиссиядан ўтиб йўриқнома тайёрланади, бажарилганидан кейин ҳам махсус комиссия қабул қилиб олиб ижросини бўлганлигини тасдиқлайди. Муаммоли вазиятларда кенгаш чақириб, ҳамжихатликда ижро учун масъулга қўшимча топшириқлар берилади. Махсус комиссия ҳар бир ижро жараёнларини мониторингдан ўтказиб туради ва ҳужжатларнинг айланиш тезлигини оширишга тўсқинлик қилаётган муаммолар аниқланади. Ҳужжатлар ижросининг оперативлигини таъминлаш мақсадида жараёнларни замонга мослаб трансформациялайди ва IT технологияси билан бойитади.

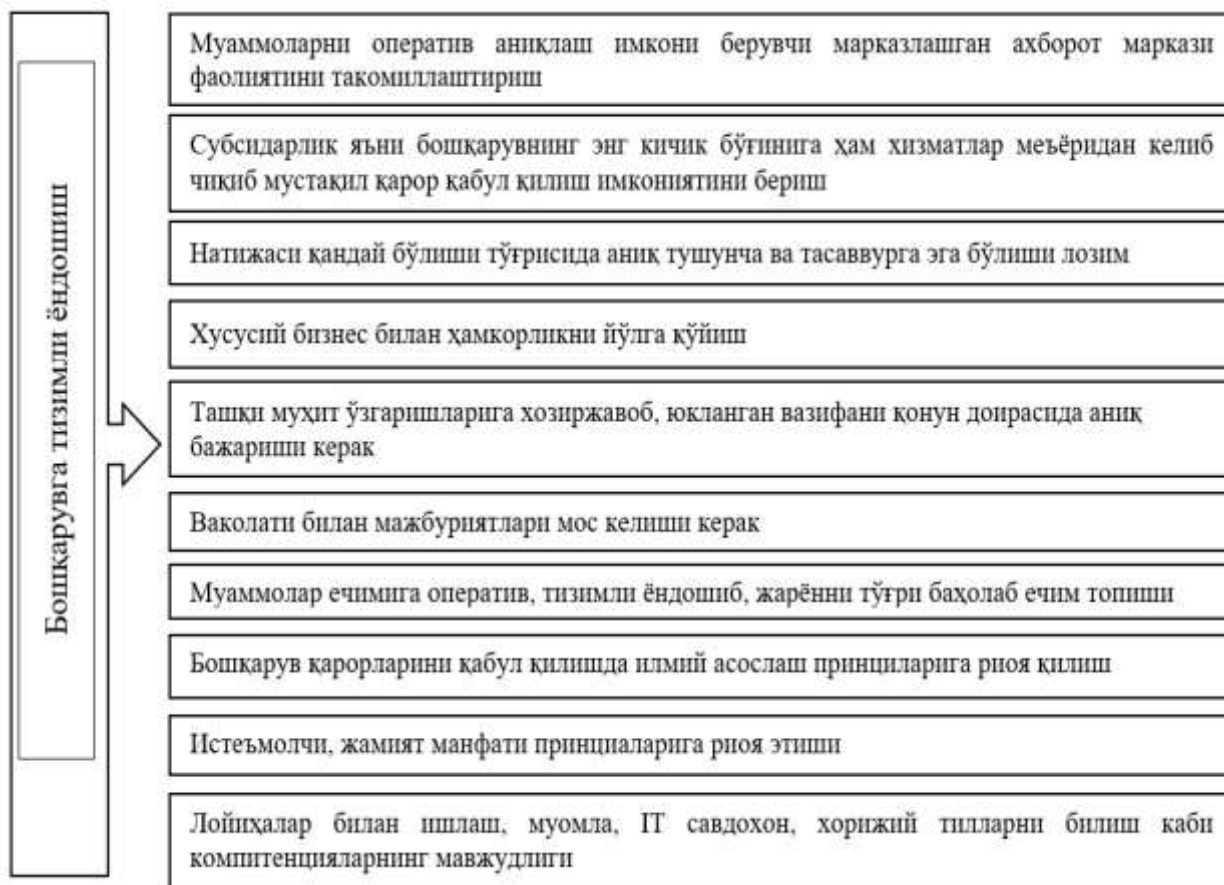
**Назорат:** Ташкиллаштириш ва режалаштириш жараёни тўғри қўлланилса ҳужжатлар ижросини таъминлаш ва ҳужжатлар айланишида кераксиз бўғинлар ва бўшлиқлар бўлмаслиги керак. Шунинг учун ҳам назорат ҳолатни баҳолаб боради. Муаммоларни таҳлил қилиб боради. Йўриқномадан чиқиб кетиш ҳолатлари, бунга сабаб бўлаётган омилларни аниқлайди. Сунъий интеллект ишпирокини таъминлаш билан айрим бўғинлардаги инсон омилини камайтиради. Сунъий интеллект барча қабул қилинган меъёрий ҳужжатлар асосида ҳамда киритилган параметрлар асосида ҳисоботни қабул қилиб олади. Ижрога йўналтирилган ишлар қониқарсиз бажарилганида ёки бажарилмаганида керакли интизомий чораларни қўллайди.

**Мотивация.** Ҳар бир иш бошланиш ва тугалланиш жараёнини аниқ ҳисоб-китоб қилиниши лозим. Ишнинг бошланиши бошқаришда мақсадни тўғри қўйилганлиги билан бошланиб уни амалга ошириш жараёни куч, вақт, маблағ, юсак маҳорат, жараёнда ишчи ва хизматчилар фаолияти билан боғлиқдир. Шунинг учун ҳам ҳар бир тўғри ва аниқ бажарилган ҳолат махсус программаларда қайд этилиши ва рағбатлантириб борилиши лозим. Чунки режалаштириш қандайдир бўшлиқларни қисқартириш, энг маъқул иқтисодий тежамкор вариантларни тўғри бажарилиши ҳисобига корхонага катта даромад келтираётганлиги сабабли мотивация механизми ҳам ишлаб чиқилиши лозимдир.

Шунингдек, темир йўл хизматларида кўпроқ мижозлар билан, истеъмолчилар, шунингдек соҳада ишлаб келаётган мутахассислар билан доимий сўровномаларининг ўтказилиб туриши ҳам тизимдаги камчилик ва муаммоларни аниқлашда ва вақтдан унумли фойдаланишда қўл келади.

Темир йўл транспорти хизматларини ривожлантириш учун муаммога тизимли ёндошиш талаб этилади (2-расм).

Бошқарув механизми иш фаолиятининг узлуксизлиги ва самарадорлиги менежмент усуллари билан самарали қўлланилиши билан аҳамиятлидир. Ҳар қандай механизми менежмент функциялари билан мувофиқликда бажарилса самаралидир.



2-расм. Бошқарувга тизимли ёндошиш<sup>1</sup>

**Хулоса ва таклифлар.** Олиб борилган тадқиқот натижалари асосида хулоса қилиш мумкинки, темир йўл хизматларини Ўзбекистон миллий иқтисодиёти билан интеграциялашуви натижасида қуйидагиларга эришилади.

- Биринчидан, аҳоли ва ишлаб чиқарувчи, боринки тадбиркорнинг юки манзилига арзон ва сифатли, тез кунларда етказиб берилади.
- Иккинчидан, ҳудудларда юкларни етказиб бериш қамровининг оширилиши ҳамда кўрсатилаётган хизмат сифатини рақамлаштирилиши натижасида кўрсатилаётган хизматларнинг шаффофлиги ва темир йўл хизматларидан фойдаланиш имконияти ошади.
- Учинчидан, темир йўл хизматларидан хорижий давлатларга, улардан денгиз портларига чиқиш имкониятининг яратилиши Ўзбекистон иқтисодиётини Ренессанс иқтисодиётга бошлайди. Бугунги Учинчи Ренессансга инқилобий тус берилади.
- Тўртинчидан, саноат ва қишлоқ хўжалиги, ундирувчи саноатда ишлаб чиқариш ва экспорт ҳажми кескин ошади.
- Бешинчидан, аҳолининг фаровонлик коэффициенти корхоналарнинг юкори даромади ва ривожланиши ҳисобига кўтарилади, қўшимча иш ўринлари яратилади.
- Еттинчидан, халқаро даражадаги интеграция таълим, фан, маданият, тиббиёт ва бошқа соҳалардаги ўзаро алоқаларнинг ўрнатилиши оқибатида ривожланади.

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

Юқоридаги натижаларга эришиш учун: темир йўл хизматларини давлат хусусий шерикчилик асосидаги ислохотларини жадаллаштириш; ҳар бир инфратузилмага алоҳида стратегик лойиҳаларни ишлаб чиқиш; ҳар бир йўналиш юзасидан “Йўл харита” ишлаб чиқиш. Йўналишларнинг инвестицион жозибадорлигини ошириш ҳамда давлат темир йўл бошқарувини ундирувчи саноатга инвестиция киритиши ёки биргаликдаги фаолияти учун давлат хусусий шерикчилик программаларини ишлаб чиқиш. Буюк ипак йўлини тиклашдек катта мақсад йўлидаги эзгу ниятларни охирига етказиш. Халқаро иқтисодиёт билан глобаллашувни таъминлайдиган халқаро темир йўл йўлакларида хизматларни жаҳон стандарлари даражасига чиқариш. Провайдерларнинг PL даражасини ошириш борасидаги, IT технологиялари асосида рақамлаштириш тизимни тўлиқ трансформациялашни амалга оширишда бошқарувга тизимли ёндошиш керак бўлади.

Ушбу давр темир йўл хизматларини ривожланишида ҳам ренессанс бўлиши учун давлат хусусий шерикчилиги асосидаги хизматларни ташкил этиш, керакли лойиҳа ва чоратadbирларни ишлаб чиқиш асосида темир йўл хизматларининг молиявий барқарорлиги таъминланади.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Услуги на железнодорожном транспорте. Качества услуг в области грузовых перевозок. Гост Р 58855-2020. Транспортно-логистических услуги грузовых перевозках. Общие требования к качеству. ГОСТ Р 59951-2021.
2. Д.У.Николаев и.др. Цифровая железная дорога-инновационные стандарты и их роль на примере Великобритании. International Journal of Open Information Technologies ISSN: 2307-8162 vol. 4, no. 10, 2016.
3. В.П.Куприяновский и.др. Интернет цифровой железной дороги. International Journal of Open Information Technologies ISSN: 2307-8162 vol. 4, no. 12, 2016. -С.53-68
4. Ж.С.Файзуллаев. Транспорт-логистика тизими: муаммо ва ечимлар. Proceedings of Global Technovation 2 nd International Multidisciplinary Scientific Conference Hosted from London, U.K. <https://conferencepublication.com> December 28th, 2020. –Б.50-54.
5. Биргит Виохл. Транспортные потоки и нефизические барьеры. – Бишкек: ОБСЕ, 2015. – С. 20-21.
6. М.М.Паязов. Темир йўл транспорт хизматларининг хизматлар бозоридаги бошқарув самарадорлигини баҳолаш услубиёти. Ж.: Иқтисод ва молия №7(155). 2023. –Б.36-44.
7. М.М.Паязов. “Ўзбекистон темир йўллари” АЖда хизматлар бозоридаги бошқарув стратегиясини ишлаб чиқиш. Ж.: Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари/Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук/Actual Problems of Humanities and Social Sciences № 3(4). 2023. –Б.46-59.

| <p style="text-align: center;"><b>М.Паязов</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Сущность и методология разработки механизма управления в системе железнодорожного транспортного обслуживания</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p style="text-align: center;"><b>М. Payazov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>The essence and development methodology of the management mechanism in the railway transport service system</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В статье подчеркивается важность механизма управления в системе железнодорожных перевозок, уделяя внимание механизму документооборота в постепенном совершенствовании управления этим механизмом, а также мировому опыту управления железными дорогами, вопросам общественного участия и частного партнерства.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> механизм управления, интеграция, трансформация, стандарт, государственно-частное партнерство, стартап, железнодорожные коридоры.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article highlights the importance of the management mechanism in the railway services system, paying attention to the document management mechanism in the gradual improvement of the management of this mechanism, as well as world experience in railway management, public participation and private partnership issues.</p> <p><b>Keywords:</b> management mechanism, integration, transformation, standard, public-private partnership, startup, railway corridors</p> |

Зарина Муродовна Мухаммедова – СамаИСИ докторанти

## ХИЗМАТЛАР СОҲАСИНИНГ ТАРМОҚЛАР БЎЙИЧА ТАРКИБИЙ ТУЗИЛИШИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ АСОСИДА ИНВЕСТИЦИОН РЕСУРСЛАР САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ

**Аннотация:** мақолада хизматлар соҳасининг тармоқлар бўйича таркибий тузилишини ва ушбу тармоқларни такомиллаштириш масалалари ёритилган. Шунингдек, замонавий хизмат кўрсатиш соҳасининг шаклланишида жамиятда кечаётган ижтимоий ва илмий-техникавий тараққиётнинг таъсири ўрганилган.

**Калит сўзлар:** хизматлар соҳаси, соҳа ва тармоқлар, таркибий тузилиши, молиявий хизматлар, таълим хизматлари, суғурта ва нафақа таъминоти, транспорт.

**Кириш.** Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш даражаси, кўлами ва таркибий тузилиши бугунги кунда мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиётини жадаллаштиришда муҳим ўрин тутди. Шу сабабли республикамызда “хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривожлантириш, ялпи ички маҳсулотни шакллантиришда хизматларнинг улушини ошириш, кўрсатилаётган хизматлар таркибини, энг аввало, уларнинг замонавий юқори технологик турлари ҳисобига тубдан ўзгартириш” долзарб масала ҳисобланади.<sup>1</sup> Иқтисодиётнинг турли соҳалари ва тармоқлари ўзаро узвий боғлиқликда ва бири-бирининг кучли таъсири остида ривожланади. Ҳаракатнинг ўзаро таъсири ривожланишнинг объектив ва кўп қиррали тизим шакли сифатида тушунилади, бу, ўз навбатида, ҳар қандай моддий тизимнинг мавжудлиги ва таркибий тузилишини белгилаб беради.<sup>2</sup> Хизматлар соҳаси ва тармоқларининг бир-бирига боғлиқ ҳолда ривожланиши натижасида, ушбу соҳаларнинг ҳозирги ривожланиш даражасига эришилди ва мамлакатимизда постиндустриал жамиятга ўтишининг илк қадамлари бошланди.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Уч секторли иқтисодиёт ва постиндустриал жамиятга ўтиш назарияси ривожига машҳур америкалик олим Д.Белл<sup>3</sup> ўзининг “Келажак постиндустриал жамият” номли китобида катта ҳисса қўшди. У “Ижтимоий прогнозлаш тажрибаси” деб постиндустриал жамиятга ўтиш даврида иқтисодиёт тармоқларидаги таркибий ўзгаришларнинг асосий тенденцияларини чуқур таҳлил қилиш натижаларини берди. Ривожланган мамлакатларнинг илғор тажрибасини ўрганиш ва уни амалиётга татбиқ этиш, авваламбор уларнинг иқтисодиёти таркибида бўлиб ўтаётган тармоқлар бўйича таркибий ўзгаришлар сабабларини аниқлаш ниҳоятда муҳим ҳисобланади.

Тадқиқотчи Д.С.Квасова Буюк Британия, Германия ва Франция мисолида ривожланган мамлакатларда учламчи сектор ривожланишини синчиклаб таҳлил қилиб, ушбу мамлакатлар иқтисодиётида учламчи сектор ривожланишининг ўзига хослиги аҳоли турмуш тарзи, унинг менталитети, тарихий ривожланиш хусусиятлари, бошқа соҳалар ҳолати ва албатта, ҳукуматнинг ҳаракатлари таъсири остида шаклланади деган хулосага келган.<sup>4</sup>

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот жараёнида тизимли ёндашув, абстракт-мантикий таҳлил, омилли таҳлил, индукция ва дедукция усулларида самарали фойдаланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Инсон эҳтиёжлари қанчалик хилма-хил бўлса, хизмат кўрсатиш соҳасидаги фаолият турлари ҳам шунчалик хилма-хил бўлади. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиши моддий ишлаб чиқаришнинг ривожланиши билан чамбарчас боғлиқ. Замонавий хизмат кўрсатиш соҳасининг шаклланишига ижтимоий ва илмий-техникавий тараққиёт ҳал қилувчи таъсир кўрсатади. Қишлоқ хўжалиги ва саноатда катта ҳажмдаги маҳсулот ишлаб чиқариш уни айирбошлашни тақозо этади ва бу савдо-сотиқнинг ривожла-

<sup>1</sup> “2022-2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги 2022 йил январдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПФ-60-сонли Фармони.

<sup>2</sup> Ивин А.А., Никифоров А.Л. – Словарь по логике. 2014 г.

<sup>3</sup> Bell D., (1999). The coming post-industrial society. М.:Academy.

<sup>4</sup> Kvasova D.S. Development of the tertiary sector of the economy in developed countries. Proceedings of BSTU Series 5, No. 2, 2018, P. 86.

нишига ёрдам беради. Маҳсулотларни айирбошлаш бевосита уларни бир жойдан иккинчи жойга кўчириш, яъни транспартировка қилиш билан боғлиқ. Бунинг учун эса транспорт ва транспорт хизматларини ривожлантириш керак бўлади. Савдо пул ҳисоб-китоблари билан боғлиқ бўлиб, у молиявий ва банк хизматларининг ривожланишига ёрдам беради.

Кўп сонли ускуналарни ишлаб чиқариш уни таъмирлашни талаб қилади. Шунинг учун, масалан, автомобилларни таъмирлаш хизматлари пайдо бўлди. Фаннинг ривожланиши ва атрофимиздаги дунё ҳақидаги билимларнинг мураккаблашиши таълимнинг ривожланишига олиб келди. Машинасозликнинг ривожланиши ва меҳнат унумдорлигининг ошиши муносабати билан одамларнинг соф даромадлари ошди, уларнинг иш вақти қисқариб, бўш вақти кўпайди, бу эса дам олиш ва туризм соҳасида хизмат кўрсатишни ривожлантиришга хизмат қилди. Бундан ташқари, фан-техника тараққиёти таъсирида машинасозликнинг жадал ривожланиши атроф-муҳит ва ҳаво атмосферасининг сезиларли даражада ёмонлашишига, инсон саломатлиги учун салбий оқибатларга олиб келди. Шунга кўра, атроф-муҳитни яхшилаш, ҳаво ва сув ресурсларини тозалаш, аҳолига тиббий хизмат кўрсатиш ва ҳоказолар бўйича хизматлар ҳажми ошди. Юқорида айтилганларнинг барчаси таъсирида ушбу соҳада хизмат кўрсатиш турлари ва корхоналар сони доимий равишда кўпайиб борди ва уларнинг иқтисодий фаолияти ҳажми юқори суръатларда ўсди. Буларнинг барчаси натижасида хизмат кўрсатиш соҳасининг ўзи маҳсулот таннархи бўйича моддий ишлаб чиқаришни ортда қолдирди ва мамлакат постиндустриал жамият сари юксалишда сезиларли муваффақиятларга эришди.

Шу сабабли, иқтисодиётнинг учламчи секторини устун ривожлантириш стратегияси ишлаб чиқилган ва ҳаётга татбиқ этиш масаласи давлатимиз олдидаги асосий вазифалардан бирига айланган. Постиндустриал жамиятда хизмат кўрсатиш соҳаси аҳолининг соғлиғи, кайфияти, меҳнатга муносабати, ишчи-ҳодимларнинг меҳнат унумдорлиги, ўз ҳаётидан розилик даражаси ва тараққиётига бевосита таъсир кўрсатади.

Амалга оширилган назарий тадқиқотлар илмий адабиётларда хизматлар соҳасининг ўзини уч секторга ажратиш (учламчи, тўртламчи ва бешламчи) ва улар ҳисобидан уч секторли иқтисодиётда секторлар умумий сонини бештагача кўтариш таклиф этилган:

учламчи – инфратузилмавий (транспорт, алоқа, электр ва иссиқлик энергиясини узатиш);

тўртламчи – тарқатиш ва айирбошлаш (савдо, суғурта, молия);

бешламчи – ижтимоий-менежмент (бошқарув, фан, таълим, соғлиқни сақлаш, санъат).<sup>1</sup>

Хизмат кўрсатиш соҳасини тизимлаштириш ўзига хос ёндашув америкалик иқтисодчи Дуглас Норт томонидан илгари сурилган. Жамият ҳаётида институтларнинг катта ролини таъкидлаш учун у бутун иқтисодиётда трансформация секторни ва трансакция секторни ажратиб кўрсатишни таклиф қилди. Ушбу ёндашув билан хизмат кўрсатиш соҳасининг бир қисми трансформация секторига (транспорт, таълим), бир қисми эса трансакция секторига (савдо, менежмент, молия) киради.<sup>2</sup>

Бугунги кунда кўпгина мамлакатларнинг иқтисодиётида ноишлаб чиқариш соҳасининг ўсиши ва хизматлар соҳасида кескин таркибий ўзгаришлар содир бўлмоқда. Бу соҳа ялпи ички маҳсулот ва аҳоли пул даромадлари ўсишининг асосий манбаларидан бирига айланиб бормоқда. Мамлакатимизда охириги йилларда хизматлар соҳасида савдо хизматлари энг жадал ривожланиб бораётгани кузатилмоқда. Савдо ишлаб чиқариш ва истеъмолни ўзаро боғловчи муҳим бўғин бўлиб, товар-пул муомаласига ҳисса қўшади. Савдо соҳаси самарадорлиги кўп жиҳатдан аҳоли эҳтиёжларини қондириш даражасига боғлиқ, чунки товарларни сотиш товар айланишининг якуний босқичидир.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Сфера услуг - Энциклопедия Кругосвет. // <https://www.krugosvet.ru>

<sup>2</sup> Дуглас С.Н. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. Перевод на русский язык: А.Н.Нестеренко. – М., 1997. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. – 07.09.2013. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/6310>

<sup>3</sup> Пыханов Д.А. Теоретические аспекты развития оптовой торговли // Российское предпринимательство. 2008. № 12, вып. 2 (125). С. 109-113.

Хизмалар соҳасининг асосий тармоғларидан яна бири транспорт бўлиб, у одамлар ва товарларни ташиш эҳтиёжларини таъминлайди, товарлар, маҳсулотлар, хизматларни ишлаб чиқарувчилари ва истеъмолчилар ўртасидаги боғлиқликни таъминлайди. Охирги вақтлар транспорт хизматларига талаб кўпаймоқда. Бунинг сабаби шундаки, транспорт ҳар қандай мамлакат ижтимоий-иқтисодий соҳасининг асосий тизимларидан бири ҳисобланади. Минтақанинг ҳаётида транспортнинг ўрни жуда катта.<sup>1</sup> Бизнингча, унинг роли тўғри тушунилса, минтақа ижтимоий, сиёсий ва иқтисодий жиҳатдан муваффақиятли ривожланади. Аксинча, транспортга етарлича баҳо бермаслик минтақа ривожланишининг секинлашишига олиб келади. Минтақанинг иқтисодиёти транспортнинг хизмат кўрсатиш соҳалари, саноат корхоналари, савдо ва истеъмол бозори билан ўзаро алоқасига бевосита боғлиқ.

Молиявий хизматлар тузилмасида суғурта ва нафақа таъминоти бўйича хизматлардан ташқари, пул маблағларини олиш ва қайта тақсимлаш бўйича хизматлар устунлик қилади. 2022 йил январь-декабрь ойларида уларнинг улуши 87,9 фоизни ташкил этди.<sup>2</sup> Сўнгги йилларда мамлакатимиз молиявий хизматлар бозорида масофавий хизмат кўрсатиш ва мобил иловалар орқали онлайн банкинг хизматлари кўрсатиш ҳажми ва турлари сезиларли тарзда кенгаймоқда.

Мамлакатимизда таълим тизimini ривожлантириш давлат сиёсати даражасига кўтарилди. Давлат келажаги жамланган ушбу энг муҳим соҳани ислоҳ қилиш вазифалари босқичма-босқич ҳал этилмоқда. 2022-2026 йилларда Янги Ўзбекистонни ривожлантириш стратегиясининг етти устувор йўналишидан бири инсон капиталини ривожлантиришдир. Стратегиянинг 43, 44-мақсадлари бошқа вазифалар каторида мактабларда таълим сифатини ошириш, педагогик кадрларнинг билим ва малакасини халқаро даражага кўтаришдан иборат.<sup>3</sup>

**Хулоса ва таклифлар.** Хизматлар соҳасининг тармоқлар бўйича таркибий тузилишини такомиллаштириш асосида соҳага жалб этилган инвестицион ресурслар иқтисодий самарадорлигини оширишнинг икки йўналиши мавжуд. Биринчиси, хизматлар соҳасига кўпроқ инвестицион ресурсларни йўналтириш орқали. Иккинчиси, соҳасининг тармоқлар бўйича таркибий тузилишини такомиллаштириш, яъни, мавжуд инвестицион ресурсларни тармоқлар бўйича тўғри тақсимланишини амалга ошириш орқали. Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, мамлакатимизда мавжуд инвестицион салоҳиятдан келиб чиққан ҳолда, биринчи йўналишдан самарали фойдалана олмаймиз. Биз учун самарадорликни оширишнинг ягона йўли иккинчи йўналишни қўллаш ва бу орқали соҳага жалб этилган инвестицион ресурслар иқтисодий самарадорлигини оширишга эришимиз зарур.

| З.Мухаммедова                                                                                                                                                                                                                                 | Z.Mukhammedova                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Совершенствование отраслевой структуры сферы услуг как повышение эффективности инвестиционных ресурсов</b>                                                                                                                                 | <b>Improving the sectoral structure of the service sector as an increase in the efficiency of investment resources</b>                                                                                                                                                                         |
| <b>Аннотация:</b> в статье описан структурный состав сферы услуг по отраслям и вопросы совершенствования этих отраслей. Также изучено влияние социального и научно-технического прогресса в обществе на формирование современной сферы услуг. | <b>Abstract:</b> The article describes the structural composition of the service sector by industry and the issues of improving these industries. The influence of social, scientific and technological progress in society on the formation of a modern service sector has also been studied. |
| <b>Ключевые слова:</b> сфера услуг, промышленность и отрасли, структурный состав, финансовые услуги, образовательные услуги, страхование и пенсионное обеспечение, транспорт.                                                                 | <b>Keywords:</b> services, industry and sectors, structural composition, financial services, educational services, insurance and pensions, transport.                                                                                                                                          |

<sup>1</sup> 2022 йилда Ўзбекистонда 80 трлн сўмдан ортиқ транспорт хизматлари кўрсатилди. // <https://kun.uz/news/2023/02/06/2022-yilda-ozbekistonda-80-trln-somdan-ortiq-transport-xizmatlari-korsatildi>

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси “Ўзбекистон Республикасида хизматлар соҳасининг ривожланиши 2022 йилнинг январь-декабрь”нинг дастлабки маълумотлари.

<sup>3</sup> Реформы в образовании – шаг в будущее страны. // <https://yuz.uz/ru/news/reform-v-obrazovanii---shag-v-buduee-stran>

Шермухаммад Бекмурод ўғли Омонов – СамИСИ тадқиқотчиси

## ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИГИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ ВА ТАМОЙИЛЛАРИ

**Аннотация:** мақолада давлат-хусусий шериклиги механизмининг шаклланиши, давлат-хусусий шериклиги механизмини амал қилишининг афзал жиҳатлари ва хусусиятлари, унинг ривожланиш тамойиллари, омиллари, давлат ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ўртасида иқтисодий фаолиятнинг асосий йўналишлари тадқиқ қилинган.

**Калит сўзлар:** хизмат кўрсатиш соҳаси, давлат-хусусий шериклиги, кластер, хусусий бизнес, кластер сиёсати, лойиҳа, истеъмолчилар.

**Кириш.** Ҳозирги вақтда хизмат кўрсатиш соҳасидаги тадбиркорлик субъектлари фаолияти иқтисодий жиҳатдан иқтисодиётнинг бошқа тармоқларига қараганда нисбатан самарали бўлиб, унда хизмат кўрсатиш соҳасидаги тадбиркорлик субъектларида молиявий маблағларнинг айланиши ҳам тезроқ ва энг асосийси даслабки фаолиятни бошлаш учун кам сармоялар талаб этади. Бу эса хизмат кўрсатиш соҳасида хўжалик механизмларини такомиллаштириш ва инвестицион фаолликни оширишнинг институционал асосларини тадқиқ этишни зарурат этмоқда. Республикамизда давлат-хусусий шериклиги (ДХШ)ни кенгайтириб бориши унинг ривожланиш хусусиятлари ва тамойилларини аниқлашни тақозо этади.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Хизмат кўрсатиш соҳасида давлат-хусусий шериклигини ривожлантириш масалалари иқтисодий адабиётларда кам ўрганилган. Хусусан, О.А.Романова<sup>1</sup>, М.Қ.Пардаев<sup>2</sup>, В.Г.Варнаровский, А.В.Клименко, В.А.Королев<sup>3</sup>, У.И.Джуманиязов<sup>4</sup>, В.А.Кабашкин<sup>5</sup> каби олимлар хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиёти, давлат-хусусий шериклигига бағишлаб дарслик, ўқув қўлланмалар ва бошқа ўқув ва илмий адабиётларни ёзганлар. Аммо ушбу асарларда хизмат кўрсатиш соҳасида ДХШ механизми мураккаб таркибий элементларни ўз ичига олиб, ушбу механизмни бошқариш жараёни муайян тамойилларга риоя этишни талаб этади ва ушбу масалалар атрофлича ўрганилмаган.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот жараёнида тизимли таҳлил, гуруҳлаш, индукция-дедукция, қиёсий ва солиштирма таҳлил, статистик ёндашув усуллари қўлланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Бугунги кунда мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши янги босқичга кўтарилмоқда. Ушбу босқичда республикани ривожлантириш стратегиясининг вазифаларидан келиб чиққан ҳолда, хизмат кўрсатиш соҳасида барқарор ва жадал суръатлар билан иқтисодий ўсишни таъминлаш миллий иқтисодиёт тараққиётида устувор соҳалардан бири эканлигини кўришимиз мумкин. Шунга кўра, республикамизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг жорий ва истикболдаги чора-тадбирларини ишлаб чиқиш, соҳада инвестицион жозибадорликни ошириш бўйича институционал ўзгаришлар таъсирини ҳар томонлама ҳисобга олиш, тармоқ ривожланиш дастурларини инвестицион фаолликни ошириш нуқтаи назаридан шакллантириш ва уларни изчил амалга оширишни тақозо этмоқда.

Ҳозирги вақтда жаҳоннинг кўплаб миллий хўжаликларида давлат ва хусусий сектор ўртасидаги иқтисодий муносабатлар тизимида ҳамкорликни кенгайтириш бўйича сезиларли силжишларнинг юзага келиши иқтисодиётнинг янги институционал тузилмаси шакллани -

<sup>1</sup> Романова О.А. Теория и практика развития частно-государственного партнерства/ О.А.Романова // Вестник Уральского государственного технического университета. - 2007. - № 3. - С. 41.

<sup>2</sup> Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Ўқув қўлланма. – Т.: «Иқтисод-молия», 2008. - Б. 133.

<sup>3</sup> Варнаровский В.Г., Клименко А.В., Королев В.А. Государственно-частное партнерство: теория и практика: учебное пособие. – М.: ГУ-ВШЭ, 2010.

<sup>4</sup> Джуманиязов У.И. «Давлат-хусусий шерикчилиги асосида корпоратив бошқарувни ривожлантиришнинг айрим назарий-услубий масалалари» // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали. 2017 йил № 3, май-июнь, 9-6.

<sup>5</sup> Кабашкин В.А. Формирование и развитие партнерских отношений государства и предпринимательских структур в Российской Федерации (управленческий аспект): автореф. дис. докт. экон. наук:08.00.05/ В.А. Кабашкин. - М., 2007. - С. 23.

шига имконият яратмоқда.

Янги институционал тузилманинг шаклланиши жараёнининг иқтисодий мазмуни қуйидаги икки йўналишда намоён бўлмоқда:

– тадбиркорлик фаолияти натижасида олинадиган фойданинг умумий миллий даромаддаги ҳиссасини ўсиб бориши пировардида уни тақсимлаш нисбатидаги ўзгаришнинг юзага келиши;

– иқтисодиётдаги туб ислохотлар самарадорлигини ошириш, трансформацион жараёнларнинг кенгайиши ва барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш билан боғлиқ тўсиқларни камайиб бориши.

Ушбу ўзгаришлар ҳўжалик фаолиятининг деярли барча соҳаларини, яъни давлат бошқаруви ва тадбиркорлик субъектларини ўз ичига олиб, унинг қамровини кенгайишига ҳамда давлат ва хусусий бизнес ўртасидаги муносабатларга таъсир кўрсатади. Бу жараён нафақат миллий, балки халқаро миқёсда ҳам намоён бўлади.

Давлат учун ДХШнинг устун жиҳатлари хусусий секторнинг ишгиروي ҳисобига лойиҳалар самарадорлигини ошириш, давлат томонидан хусусий маблағлар ҳисобига муайян соҳа ёки тармоқни ривожлантириш бўйича муҳим масалаларни ҳал қилиш имкониятлари, бюджет харажатларини камайитириш, хусусий молиявий маблағларни кенг қўламда жалб қилиш, тежалган бюджет маблағлари ҳисобига ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий барқарорлигини мустаҳкамлаш ва рақобат даражасини ошириш каби омиллар асосида аниқланади.

Юқоридаги ДХШ механизмини амал қилишининг афзал жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда унинг муҳим хусусиятларини аниқлаймиз. Улар қуйидагилардан иборат:

- иқтисодий барқарорликни таъминлаш ва ижтимоий ривожланиш мақсадларига эришиш;
- давлат инвестицион лойиҳаларига хусусий сектор маблағларини жалб қилиш;
- давлат инфратузилмаси объектларини бунёд этиш, фойдаланиш, модернизациялаш, техник хизмат кўрсатиш, реконструкция қилиш;
- давлат хизматлари кўрсатиш;
- давлат сектори ва хусусий тадбиркорлар ўртасида узок муддатли ҳамкорликни ўрнатиш имконияти;
- тенг шерикликка асосланган ўзаро манфаатли ҳамкорлик;
- риск, ваколат ва масъулиятни шериклар ўртасида тақсимлаш;
- ДХШ шартномасини тузиш.

Жаҳон амалиётида ДХШнинг мақсади бюджет маблағларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш ва бюджетдан ташқари манбалардан жалб қилинган қўшимча инвестициялар ҳисобидан ҳамда давлат сектори хизматлари сифатини ошириш орқали ҳудудий даражада жадал ижтимоий-иқтисодий ривожланишни таъминлашдан иборат. Инфратузилмани ривожлантиришнинг давлат сиёсати бўйича ДХШ хусусий ташкилотларни ресурс ва капитал сифими юқори инфратузилма лойиҳаларини амалга оширишга жалб этиш ҳамда давлат инфратузилмаси тармоқларининг ривожланишини таъминлашга қаратилган.

Рискларни тақсимлаш ДХШ муносабатлари учун зарурий шартдир. Шунингдек, энг катта қийинчилик лойиҳанинг ўзига хос хусусиятлари, яъни тармоқ, молиялаштириш шартлари ва шартнома турига қараб рискларни оптимал тақсимлашни ташкил этишдан иборат.

Халқаро ташкилотларнинг миллий иқтисодиётлар ҳукуматларига тавсияларида ДХШнинг қуйидаги асосий тамойиллари кўрсатилган:

- қонунийлик (яъни, ДХШ тўғрисидаги қонунчилик тизимининг мавжудлиги);
- бюджет маблағларидан, давлат ва маҳаллий мулкдан фойдаланиш самарадорлиги (яъни, конкрет ҳолатда ДХШ лойиҳасини амалга ошириш инфратузилмани ва уни бошқаришни давлат томонидан молиялаштиришнинг анъанавий усулларига қараганда юқори самарадорликни таъминлашини асослаш зарурати);

– давлат-ҳуқуқ субъектлари томонидан ДХШ бўйича ўз зиммаларига олган мажбуриятларни бажариш зарурати (яъни, давлат томонидан хусусий шахс олдидаги мажбуриятларга риоя қилиш, шартнома амал қилиш муддати давомида ҳуқуқий нормаларни ўзгартирмаслик зарурияти);

– иштирокчилар ўртасида камситишнинг йўқлиги (ДХШ тузиш ҳуқуқи учун танловда қатнашиш учун ташкилотларнинг тенг фойдаланиш ҳуқуқи);

– шартнома бўйича томонларнинг виждонан ва ўзаро манфаатли ҳамкорлиги (давлатнинг хусусий сектор манфаатларини ҳисобга олиши ва лойиҳа бўйича барча молиявий мажбуриятлар ва рискларни унинг зиммасига юклаганлиги);

– ДХШ ҳақидаги маълумотларнинг очиқлиги (бизнес вакиллари ва экспертлар ҳамжамиятининг лойиҳаларни тайёрлаш ва амалга ошириш тўғрисида маълумот олиш, унинг ишончлилигини текшириш ва инвестиция қарорларини қабул қилишда фойдаланиш имконияти);

– аҳоли манфаатларини ҳисобга олган ҳолда (шартномада томонларнинг шахсий манфаатлари ДХШнинг асосий мақсади – ҳудудни ривожлантириш, унда аҳоли учун қулай яшаш шароитларини таъминлашга зид бўлмаслиги керак);

– иқтисодий асосланганлик (инфратузилма объектини бюджет маблағлари ҳисобидан реконструкция қилиш қиймати ва муддати ДХШ механизмини қўллаш асосида инфратузилма объектини реконструкция қилиш қиймати ва муддатида ортиқ бўлади);

– иқтисодий самарадорлик (ДХШ лойиҳасини реализация қилиш харажатларининг бундай лойиҳани амалга оширишга тайёргарлик кўриш билан боғлиқ харажатлардан ошиб кетиши);

– ДХШ соҳасини давлат ва ҳудудий тартибга солишни амалга оширувчи давлат фуқаролик ва маҳаллий хизматчиларнинг малакаси;

– ДХШ шакллариининг ўзгарувчанлиги (турли хил мақбул ҳуқуқий шакллардан шартнома шаклини танлаш имконияти).

Халқаро экспертлар, шунингдек, давлат ёки ҳудудда ДХШ тамойилларини амалга ошириш муваффақиятини баҳолаш имконини берувчи бир қатор омилларни ажратиб кўрсатадилар:

– ДХШ механизмларидан фойдаланган ҳолда давлат инфратузилмаси объектларини яратиш (реконструкция қилиш) учун жалб қилинган бюджетдан ташқари маблағлар улуши;

– реализация қилинаётган лойиҳалар сони;

– ДХШ соҳасида институционал муҳитни ривожлантириш;

– ДХШ лойиҳалари доирасида аҳолига кўрсатилган хизматлар ҳажми.

Маълумки, хорижий амалиётларда қўлланиладиган баъзи назарий ёндашувлар ва тамойиллар республикамиз қонунчилигига мос келади ва унда ўз аксини топган.

Мураккаб механизм бўлган ДХШ механизми мураккаб таркибий элементларни ўз ичига олиб, ушбу механизмни ривожлантириш ва бошқариш жараёни муайян тамойилларга риоя этишни тақозо этади ва уларни ишлаб чиқишни талаб қилади.

БМТ Европа иқтисодий комиссияси ижроя қотиби Марек Белкнинг фикрига кўра, ДХШ механизмини реализация қилишнинг асосий тамойиллари қуйидагилардан иборат<sup>1</sup>: институтларнинг ривожланиши; инвестицион лойиҳани амалга оширишнинг шаффоф ва самарали тартибларига риоя қилиш; давлат органларининг жамият олдидаги жавобгарлиги; иқтисодиётнинг ваколатли давлат ва хусусий секторлари.

Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг 2008 йилда ишлаб чиқилган ДХШ соҳасида бошқарув самарадорлиги масалалари амалий раҳбарият билан мувофиқликда самарали бошқариш бўйича қўлланмасига кўра, олти асосий тамойил кенг доирада оммалашшига олиб келди. Улар қуйидагилардан иборат: иштирок этиш (participation): барча манфаатдор томонларнинг иштирок этиш даражаси; адолат тамойили (decency): қоидаларни яратиш ва амалга ошириш аҳоли тизимига зарар етказмасдан ёки норозилигини келтириб чиқармасдан

<sup>1</sup> [https://unece.org/DAM/ceci/publications/ppp\\_r.pdf](https://unece.org/DAM/ceci/publications/ppp_r.pdf)

амалга оширилиши; шаффофлик (transparency): қарор қабул қилиш жараёнининг равшанлиги ва очиқлиги даражаси; жавобгарлик (accountability): сиёсатчиларнинг сўзлари ёки қилган ишлари учун жамият олдида жавобгарлиги даражаси; адолатлилик (fairness): қоидаларга риоя этиш ва ушбу қоидалар бўйича талабни жамиятнинг барча аъзоларига нисбатан жорий қилиниши даражаси; самарадорлик (efficiency): чекланган ресурслардан келажак авлодларга зарар етказмасдан самарали фойдаланиш даражаси.

1-жадвал

**ДХШ иштирокчилари ўзаро муносабатларини самарали ривожлантиришнинг асосий тамойиллари<sup>1</sup>**

| ДХШни ривожланиш тамойили          | Тамойилнинг асосий моҳияти ва мазмуни                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тўловлилик тамойили                | Ҳамкорлик иштирокчилари ўзларининг иштирок этиши бўйича қийматли ўлчовини аниқлайди ҳамда тартиб ва олинаётган фойда нормасини келишадилар.                                                                                                                                                                                              |
| Танлов ўтказиш тамойили            | Давлат ва бизнес вакиллари ўртасида ДХШ шартномасини тузиш танлов натижалари бўйича амалга оширилади.                                                                                                                                                                                                                                    |
| Муддатлилик тамойили               | Ҳамкорлик муносабатларини расмийлаштириш йўлида янги моддий активлар куриш муддати, қарз маблағларни қайтариш, капитали ўзини қоплаши бўйича регламент белгиланади.                                                                                                                                                                      |
| Қайтаришлилик тамойили             | Лойиҳанинг яқунланиши бўйича шериклардан бири бошқа шерикдан шартномага мувофиқ мулк ва бошқариш ҳуқуқини олади, бошқа шерик эса (хусусий тадбиркор) лойиҳа доирасида ишлаб чиқилган товарлар ва хизматларни реализация қилишдан даромадлар кўринишида илгари қўйилган инвестицион ресурсларни келишилган муддатда ўзига қайтариб олади. |
| Тенглик тамойили                   | Шериклик иштирокчиларини танлашда ижтимоий тенгсизлик (ижтимоий келиб чиқиши, сиёсий қарашлари бўйича) ва камситишнинг бошқа турлари (худудий белгилари, дунёқараш, диний эътиқод ва б.)га йўл қўйилмайди.                                                                                                                               |
| Мақсадга йўналтирилганлик тамойили | ДХШ лойиҳасини ишлаб чиқиш ва реализация қилишнинг барча босқичларида барча турдаги ресурслардан фойдаланишни шартловчи шартнома шартларига қатъий риоя қилинади.                                                                                                                                                                        |

Юқорида келтирилган умумий тамойилларга асосланган ҳолда ДХШ самарали ривожланишининг хусусий тамойилларини ишлаб чиқдик ва улар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- ҳукуматга ҳамкорлик ва ўзаро муносабатларнинг турли шакллари ривожланиши-ни таъминловчи ҳамкорларни танлашнинг адолатли ва ошқора тартибларига риоя қилиш;
- қўшимча қиймат олиш кафолатини таъминлаш. Бунда бир хил харажат эвазига юқори сифатли хизматлар ёки бир хил сифатдаги хизматларни арзонроқ нархда олиш назарда тутилади;
- энг муҳим давлат хизматлари, айниқса, аҳолининг ижтимоий ҳимояга муҳтож қатламлари учун кўрсатилаётган хизматлар сифатини ошириш, ҳамкорлик ва ўзаро муносабатларнинг янги шаклларида жалб этиладиган шахсларнинг тегишли ўқитилишни ташкил этиш;
- барча учун адолатли рағбатлантириш тизимини жорий этиш ҳамда тижорат муваффақиятига эришишда муайян риск ва мажбуриятларни ўз зиммасига олганлар учун харажатларни қоплаш ва ҳимоя қилиш кафолатлари;
- хизматларнинг узлуксиз кўрсатилишини таъминлайдиган ва лойиҳа муваффақият-сизликлари ва улар билан боғлиқ самарасиз давлат харажатларининг олдини оладиган низоларни оқилона ҳал қилиш;

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

– ДХШ тузилмаларига хизматлар кўрсатиш ишончилигини ошириш мақсадида янги чақирик ва таҳдидларга қарши туриш қобилиятини мустаҳкамлаш.

Биз, давлат-хусусий шериклик механизми ҳамда унинг ривожланиш тамойилларининг кўплаб таснифларини тадқиқ этиш жараёнида иқтисодиётнинг давлат ва хусусий секторлари ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг қуйидаги асосий тамойилларини белгилаб олдик.

Ҳамкорликнинг бошқа тамойиллари ҳам давлат-хусусий шерикликда тартибга солувчи сифатида таъсир кўрсатади. Шунинг таъкидлаш керакки, ушбу тамойиллар гарчи улар у ёки бу институционал шаклларни модернизация қилинган иқтисодиётнинг доимий ўзгарувчан шароитларига мослаштириш жараёнида доимий равишда таҳрир қилинса-да, ҳар доим тегишли шартномаларда (шартномаларда) мустаҳкамланади.

**Хулоса ва таклифлар.** Давлат учун ДХШнинг устун жиҳатлари хусусий секторнинг ишпироки ҳисобига лойиҳалар самарадорлигини ошириш, давлат томонидан хусусий маблағлар ҳисобига муайян соҳа ёки тармоқни ривожлантириш бўйича муҳим масалаларни ҳал қилиш имкониятлари, бюджет харажатларини камайтириш, хусусий молиявий маблағларни кенг қўламда жалб қилиш, тежалган бюджет маблағлари ҳисобига ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий барқарорлигини мустаҳкамлаш ва рақобат даражасини ошириш каби омиллар асосида аниқланади.

Хизмат кўрсатиш соҳасида давлат-хусусий шериклик механизми ҳамда унинг ривожланиш тамойилларининг кўплаб таснифларини тадқиқ этиш жараёнида иқтисодиётнинг давлат ва хусусий секторлари ўртасидаги ўзаро муносабатлар тўловлилик, танлов ўтказиш, муддатлилик, қайтаришлилик, тенглик, мақсадга йўналтирилганлик тамойилларига асосланиши керак.

| <p style="text-align: center;"><b>Ш.Омонов</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Особенности и принципы развития<br/>государственно-частного партнерства в сфере<br/>услуг</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p style="text-align: center;"><b>Sh.Amonov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Features and principles of development of<br/>public-private partnerships in the service<br/>sector</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В статье рассматривается формирование механизма государственно-частного партнерства, преимущества и особенности реализации механизма государственно-частного партнерства, принципы и факторы его развития, основные направления экономической деятельности между государством и субъектами частного предпринимательства.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> сфера услуг, государственно-частное партнерство, кластер, частный бизнес, кластерная политика, проект, потребители.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article discusses the formation of the mechanism of public-private partnership, the advantages and features of the implementation of the mechanism of public-private partnership, the principles and factors of its development, the main directions of economic activity between the state and private business entities.</p> <p><b>Keywords:</b> services, public-private partnership, cluster, private business, cluster policy, project, consumers.</p> |

**Mohira Asqarboy qizi Umurova** – SamISI tayanch doktranti

### XIZMAT KO‘RSATISH TARMOQLARINING IQTISODIYOTDA TUTGAN O‘RNI HAMDA RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Annotatsiya:</b> Ushbu maqolada xizmat ko‘rsatish tarmoqlarining sifat samaradorligini oshirish, rivojlanayotgan bozor iqtisodiyoti sharoitida xizmat ko‘rsatish korxonalarini innovatsion takomillashtirishda strategiyalarni to‘g‘ri tanlash hamda samaradorligini oshirish uchun bir qancha taklif va tamoyillar keltirilgan. Xizmat ko‘rsatish sohasining samaradorlik ko‘rsatkichlari aniqlashtirilib, iqtisodiyotda tutgan o‘rni o‘rganilgan.</p> <p><b>Kalit so‘zlar:</b> Samaradorlik, xizmat ko‘rsatish turlari, innovatsion takomillashtirish, korxona, servis iqtisodiyoti, servis sifati, iste’molchilar.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Kirish.** Bozor munosabatlari sharoitida xizmat ko‘rsatish va servis sohasini jadal rivojlantirish, mazkur sohada samaradorlikni oshirish orqali uning mamlakat iqtisodiyotidagi

ulushini ko‘paytirish iqtisodiy taraqqiyotning eng ustuvor vazifalaridan biri hisoblanadi.

Hozirgi kunda ushbu sohani rivojlantirmasdan, mamlakat iqtisodiyotini yuksaltirish, ishsizlik darajasini kamaytirish, aholi daromadini oshirish kabi muhim ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni hal qilib bo‘lmaydi.

Xizmat ko‘rsatish va servis sohasi insonlar hayotini yaxshilashga qaratilganligi sababli uning tarmoqlari va ko‘lami juda keng. Ushbu soha mamlakat yalpi ichki mahsulotida ham o‘zining sezilarli o‘rniga ega bo‘lib bormoqda. Ushbu sohaga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi ortib, zamonaviy texnologiyalardan foydalanishni yo‘lga qo‘yish, iqtisodiy tarmoqlarni kengaytirish asosiy masalalardan biriga aylandi.

Davlatimiz rahbarining 2021-yil 11-mayda “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora – tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori qabul qilindi. Unda mazkur sohani rivojlantirish va 2023-yilga qadar xizmatlar hajmini ikki baravarga oshirish belgilandi.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.** Bozor munosabatlari sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasi hamda uning samaradorligini oshirish muammolari bilan ko‘plab olimlar shug‘ullanmoqda. Bular jumlasiga Y.A. Abdullayev, F. Karimov, U. Umarov, A.O‘lmasov, Sh.Shodmonov, T.Jo‘rayev, R. M. G‘aybullayev rahbarligidagi bir guruh mualliflar jamoasi, M. Q. Pardayev rahbarligidagi bir guruh olimlarni kiritish mumkin. Mazkur olimlarning tadqiqotlari xizmat ko‘rsatish sohasini shakllantirish, uni rivojlantirish, diversifikatsiya qilish, iqtisodiyotda tutgan o‘rnini yuksaltirishga qaratilgan. XVII-XIX asrlarda F. Kene (1694-1774), A. Smit(1723-1790), A. Marshall (1842-1924) kabi olimlar xizmatlar tushunchasining mohiyatini ochish hamda ularning tovar shaklidagi ne‘matlardan tubdan farq qilishini asoslash maqsadida inson iste‘mol qiladigan barcha ne‘matlarni ikki turga bo‘lganlar. Ular barcha xizmatlarni nomoddiy ne‘matlar sifatida qarab, fan tarixida ilk bor “xizmat” tushunchasining shakllanishiga asos solganlar. 1930-1940-yillarda K. Klark, J. Furast’e, U. Rostou, D.Bell kabi iqtisodchilarning tadqiqot ishlarida xizmatlar to‘g‘risidagi tasavvur va ilmiy qarashlar boyitilib, iqtisodiy rivojlanishda xizmatlar sohasining roli tobora oshib borayotganligi to‘g‘risida asoslangan fikrlar berilgan.

Zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda xizmatlar keng tarqalgan quyidagi turda talqin qilinmoqda. “Maqsadli ongli mehnat bo‘lib unda ishlab chiqarishning samarasi uning iste‘moli bilan mos tushadi”.<sup>1</sup>

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqot ishida tanqidiy yondashuv, induksiya va deduksiya, tahlil va sintez, qiyosiy taqqoslash, guruhlash, kuzatish hamda statistik usullardan keng foydalanilgan.

**Tahlil va natijalar.** Dunyo bozori tizimida xizmatlar bozorining mavjudligi, mamlakatimizda ushbu soha mavqeyi, uning aholi turmush darajasi yaxshilanishidagi o‘rni oshib bormoqda. Xizmatlar sohasining iqtisodiy samaradorligini belgilovchi omillardan biri uning mamlakat YaIMdagi ulushidir. Xizmatlar sohasining 2022- yilda mamlakat YaIMdagi ulushi 40.3% ni tashkil qilgan. Bu ko‘rsatkich Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotiga qaraganda o‘tgan yilda 39% ni tashkil qilgan. Bir yil davomida 1.3% ga oshganligini kuzatishimiz mumkin. Bu ko‘rsatkich keskin oshganligi hamda ushbu sohani yanada rivojlantirish oldimizda turgan asosiy vazifalardan biri ekanligidan dalolat beradi. Bu esa xizmat ko‘rsatish sohasini ham nazariy, ham amaliy jihatdan atroflicha o‘rganishni taqozo etadi (1-jadval).

1-jadval

### 2021-2022- yillarda xizmat ko‘rsatish sohasining YaIMdagi ulushi.<sup>2</sup>

| Davlat   | YaIMdagi % ulushi | Germaniya   | 69%   |
|----------|-------------------|-------------|-------|
| AQSh     | 81%               | O‘zbekiston | 40.3% |
| Yaponiya | 76%               |             |       |

<sup>1</sup> Теплицкий В., Костюковский Ю. Как оценить инвестиционную привлекательность предприятия, деловая жизнь 1993. № 9. – С. 11-18

<sup>2</sup> <https://kun.uz>. 02.06.2023.

<https://cyberleninka.ru>.25.05.2023

Quyida keltirilgan jadvalda iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarning xizmatlar sohasi ham yuqori darajadagi iqtisodiy ko'rsatkichlarga ega ekanligini ko'rishimiz mumkin.

Xizmatlar sohasi rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlar YaIM tarkibida yuqori ko'rsatkichlarni egallagan. Bundan ko'rinib turibdiki iqtisodiyotni rivojlantirishda xizmatlar sohasini takomillashtirish, investitsiyalar jalb etish, yuqori malakali kadrlar tayyorlash oldimizda turgan muhim vazifalardan biri hisobdanadi.

Dunyoda xizmatning minglab turlari mavjud bo'lib, ularni batafsil o'rganish uchun ma'lum darajada tartibga solish va tasniflash taqozo etiladi. Jumladan Birlashgan Millatlar Tashkiloti (BMT) xizmatlarning 160 turini tan oladi va ularni 12 guruhga bo'ladi.<sup>1</sup>

2-jadval

**Xizmat turlari**

|                                                         |          |
|---------------------------------------------------------|----------|
| Ishchanlik xizmatlari                                   | 46 turda |
| Aloqa xizmatlari                                        | 25 turda |
| Injiniring va qurilish xizmatlari                       | 5 turda  |
| Distribyutorlik xizmatlari                              | 5 turda  |
| Umumta'lim xizmatlari                                   | 5 turda  |
| Atrof- muxitni muhofaza qilish xizmatlari               | 4 turda  |
| Sog'liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar                 | 4 turda  |
| Turizm va sayyohlik xizmatlari                          | 4 turda  |
| Dam olish va madaniy sport bilan bog'liq xizmatlar      | 5 turda  |
| Transport xizmatlari                                    | 33 turda |
| Moliyaviy xizmatlar(shu jumladan , sug'urta xizmatlari) | 17turda  |
| Boshqa xizmatlar (masalan maishiy)                      | 7 turda  |

Xizmat ko'rsatish korxonalarining ijtimoiy- iqtisodiy rivojlanishi, yuqori samaradorlik ko'rsatkichlariga erishishi, ularni maqsadlar va vazifalarni amalga oshirishda asosiy qoidalarga rioya etishi lozimligini ko'rsatadi. Xizmat ko'rsatish sohasining o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olgan holda, ushbu sohada faoliyat yuritayotgan korxona va tashkilotlar rivojlanishining asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat.

1. Iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish jarayonida amalga oshirilishi zarur bo'lgan maqsadlar hamda qo'yilgan vazifalarning umumiy va alohida xususiyatlarini e'tiborga olgan holda xizmat ko'rsatish samaradorligini oshirish yo'nalishlarini aniqlaydi.

2. Xizmatlarni realizatsiya qiluvchi va xaridorning yakuniy natijalariga muvofiqligi tamoyili. Xizmatlarni realizatsiya qiluvchi va xaridor ishining yakuniy natijasini (xizmat ko'rsatishning pirovard natijasi) bir-biridan farqlash kerak. Murakkablik shundan iboratki, xizmatlarni realizatsiya qiluvchi va xaridorlarning maqsadlari, ehtiyojlari ko'pincha bir-biriga mos kelmaydi yoki aniq belgilanmagan bo'ladi

3. Xizmatlar bozorida talab va taklif muvofiqligini ta'minlash tamoyili. Xizmatlar bozorida talabning barqarorligi sharoitida xizmatlarni saqlash muhim hisoblanadi. Biroq talabni o'zgarib borishi natijasida korxonaning xizmat ko'rsatishi va faoliyatining rentabelligi bilan bog'liq qiyinchiliklar va muammolar yuzaga keladi.

4. Xizmatlar bozorini rivojlantirishning transversallik tamoyili. Ushbu tamoyil xizmat ko'rsatish sohasida infratuzilmaviy va institutsional cheklovlarni bartaraf etish, hududiy iqtisodiy munosabatlarni rivojlantirish bo'yicha maqsadli dasturlarni ishlab chiqish hamda realizatsiya, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishda an'analar va innovatsiyalarning integratsiyasini ta'minlash kabilarni o'z ichiga oladi.

Ushbu tamoyillar iqtisodiy qonunlarning amal qilishiga muvofiq namoyon bo'ladi va sohaning iqtisodiy samaradorligini oshirish imkonini beradi.

**Xulosa va takliflar.** Xizmat ko'rsatish korxonalari iqtisodiy samaradorligini oshirish, korxona menejerlari oldida turgan muhim masalalardan biri hisoblanadi.

<sup>1</sup> Арупов А.А., Казахстан в системе мировых торговых рынков. Алматы: Университет "Туран" 2000. С.63

Shunga ko‘ra, mehnat unumdorligini oshirish – bu ham davlat darajasida, ham korxona darajasida belgilanadigan muhim maqsaddir. Ta’kidlash mumkinki, mehnat unumdorligini oshirmasdan samaradorlikni oshirish bu qoniqarsiz natijalarga erishishning ancha oson yo‘llarini topishning o‘zginasidir. Xizmat ko‘rsatish sohasida mehnat unumdorligini oshirish vazifasi nafaqat uning oshishi, balki ko‘p jihatdan rahbariyatning harakatlari natijasi bo‘lib hisoblanadigan baholash bilan ham bog‘liq bo‘ladigan o‘ziga xos murakkabliklarni namoyon qiladi.

Xizmat ko‘rsatish sohasiga innovatsion texnologiyalarni ko‘proq jalb qilish, investitsiyalar kiritish, xizmatlar sohasini diversifikatsiyalash va modernizatsiyalash va bu sohada faoliyat yuritayotgan kadrlar salohiyatini yuksaltirish oldimizga qo‘yilgan muhim vazifalardan bo‘lmog‘i lozim. Xizmatlar sohasini rivojlantirishda hudud va mintaqalarga alohida e’tibor qaratish lozim. Bundan tashqari e’tibordan chetda qolib ketayotgan xizmat turlarini aniqlash, xizmat ko‘rsatish va servis sohasida soliq imtiyozlarini yaratish ham mazkur soha samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Shunday qilib xizmat ko‘rsatish korxonalarida samaradorlikni oshirishga yo‘naltirilgan xizmat ko‘rsatish jarayonlarini intensivlashtirish alohida ahamiyatga ega. Bu jarayon xizmatlarni ishlab chiqarishda innovatsion boshqarish usullari va texnologiyalardan foydalanishni talab qiladi. Mazkur jarayon nafaqat xizmat ko‘rsatishning innovatsion omillaridan foydalanishni, balki ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatini ham oshirib boradi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Muhammedov M.M. Xizmat ko‘rsatish sohasi va turizmni rivojlantirishning nazariy asoslari. Monografiya, Samarqand, 2007.
2. Pardayev M.Q., Ochilov I.S. Xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalarida samaradorlikni oshirish yo‘llari. T. Iqtisod-moliya. 2011.- 172b.
4. Abulqosimov X. va boshqalar. Erkin iqtisodiyot tamoyillari. – T.: Akademiya, 2005.-52 b.
5. Котлер. Ф. Основы маркетинга. Москва: Прогресс, 1993
6. Волгин А.П. Управление персоналом. Теория и практика. Москва. Проспект, 2011- 688с.

| М.Умурова                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | М.Умурова                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Роль сферы услуг в экономике и перспективы ее развития</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>The role of the service sector in the economy and prospects for its development</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье представлены предложения и принципы повышения эффективности предприятий сферы услуг, выбор правильной стратегии инновационного совершенствования предприятий сферы услуг в условиях развивающейся рыночной экономики, повышение их эффективности. Определены показатели эффективности сферы услуг и изучена их роль в экономике.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> виды услуг, эффективность, инновационное усовершенствование, предприятие, сервисная экономика, качество обслуживания, потребители.</p> | <p><b>Abstract:</b> This article presents proposals and principles for increasing the efficiency of service sector enterprises, choosing the right strategy for innovative improvement of service sector enterprises in a developing market economy, and increasing their efficiency. The efficiency indicators of the service sector are determined and their role in the economy is studied.</p> <p><b>Keywords:</b> types of services, efficiency, innovative improvement, enterprise, service economy, service quality, consumers.</p> |

Ислом Исмоилович Эргашев – СамИСИ докторанти, PhD

### ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИ ИНВЕСТИЦИОН ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

**Аннотация:** мазкур мақола хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари инвестицион жозибadorлигининг баҳолашнинг ўзига хос хусусиятларини ва айрим жиҳатларини тадқиқ этишга бағишланган. Унда инвестиция, инвестицион жозибadorлик тушунчалари хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари нуқтаи назаридан қараб чиқилган. Инвестицион бошқарув қарорини амалга оширишнинг умумий жараёни тузилмаси таклиф этилган. Хизмат кўрсатиш соҳасида корхоналари инвестицион жозибadorлигини баҳолашнинг асосий ёндашувлари таҳлили амалга оширилган.

**Калит сўзлар:** хизмат кўрсатиш корхонаси, инвестиция, инвестицион жозибadorлик, инвестицион бошқарув қарори.

**Кириш.** Иқтисодийнинг инновацион ривожланиши шароитида иқтисодий соҳа ва тармоқларига корхоналар томонидан инвестицияларни жалб қилиш уларнинг яшаб қолиши ва мавжуд бўлиши масаласидир. Инвестициялар бўлса – корхоналар ривожлана олади ва пировардида миллий даражада барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш имконияти юзага келади. Акс ҳолда эса – ишлаб чиқаришнинг пасайиши, ходимлар иш ўринлари қисқариши ва натижада ижтимоий тартибсизликлар ҳамда шу билан боғлиқ бошқа ҳодисалар юзага келиши мумкин. Таъкидлаш керакки, на иқтисодий соҳа ва тармоқларида фаолият юритувчи алоҳида корхоналарнинг инвестицион жозибадорлиги, на яқка тартибдаги инвесторларнинг инвестициялари бугунги кунда иқтисодийдаги инвестицияларга бўлган эҳтиёжни тўлиқ қондира олмайди. Чунки, деярли барча корхоналар инвестицияларга муҳтож. Аҳамиятли савол шундаки, улардан қайси бири инвесторлар учун биринчи навбатда афзалроқ?

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Корхона ва ташкилотларнинг инвестицион жозибадорлигини баҳолаш ва ошириш муаммоси хорижлик иқтисодчи олимлар Бланк И.А., Гитман Л. Дж., Джонк М., Виленский А.А., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. ва бошқа олимларнинг ишларида ўз ифодасини топган<sup>1</sup>. Мамлакатимиз олимларидан Вахабов А.В., Ғуломов С.С., Пўлатов М.Э., Абдукаримов Б.А., Пардаев М.Қ., Мустафакулов Ш.И. ва бошқа олимларнинг ишларида инвестиция, инвестиция лойиҳалари таҳлили ва инвестицион муҳит жозибадорлиги каби масалалар ёритилган<sup>2</sup>. Иқтисодий адабиётларда “инвестицион жозибадорлик” тушунчасини инвесторнинг у ёки бу инвестиция киритиш объектини танлашдаги хоҳиш-истаги, афзал кўриши билан тавсифланади.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот давомида илмий адабиётларда келтирилган назарий материалларга асосланган ҳолда мантикий таҳлил усулларида фойдаланилди. Мавжуд маълумотларни таҳлил қилишда индукция ва дедукция, макон ва замон, таҳлил ва синтез, қиёсий таҳлил каби услублар ва ёндашувлар қўлланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Инвестицияларнинг муайян соҳа ёки тармоққа киритилиши инвестиция фаолияти орқали амалга оширилади, бу эса фойда олиш ёки бошқа фойдали самарага эришиш учун инвестиция киритиш ва уни амалга ошириш билан боғлиқ амалий ҳаракатлар мажмуини ўз ичига олади. Шунинг таъкидлаш керакки, инвестициялар ҳаракати икки асосий босқични ўз ичига олади. Биринчи босқичнинг мазмуни – “инвестиция ресурслари – маблағларни киритиш” – амалда инвестицион фаолиятдир. Иккинчи босқич – “мблағларни киритиш – инвестициялаш натижаси” инвестициялардан фойдаланиш натижасида қилинган харажатларни қоплаш ва даромад олишни ўз ичига олади. У ҳар қандай турдаги иқтисодий фаолиятнинг икки зарур таркибий қисми: харажатлар ва улардан келадиган даромадларнинг ўзаро боғлиқлиги ва ўзаро таъсирини тавсифлайди<sup>3</sup>.

Д.Тожибоевнинг фикрича, инвестиция деганда келажакдаги натижа учун: ишлаб чиқаришни кенгайтириш ёки реконструкция қилиш, маҳсулот ва хизматларнинг сифатини яхшилаш, малакали мутахассислар тайёрлаш ва илмий тадқиқот ишлари олиб боришга мўлжалланган молиявий ресурслар тушунилади<sup>4</sup>. Унинг фикрича, иқтисодий ривожлантиришда инвестициялар етакчи рол ўйнайди, сабаби инвестиция орқали корхоналар капитал жамғарилишига, натижада мамлакатнинг ишлаб чиқариш имкониятларини кенгайтириш ва иқтисодий ўсишга эришилади.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Бланк И.А. Управление инвестициями предприятия. - К.:Ника-Центр, Эльга, 2003. - 480 с.; Гитман Л.Дж., Джонк М.Д. Основы инвестирования. - М.: Дело, 1997. - 767 с.; Виленский А.А., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Дело, 2004.

<sup>2</sup> Вахабов А.В., Хажибакиев Ш.Х., Муминов Н.Г. Хорижий инвестициялар. Ўқув қўлланма / проф. А.В.Вахабовнинг умумий таҳрири остида. – Т.: Молия, 2010. 328 б.; Гулямов С.С. Проектный анализ инвестиций. Т.: - ГФНТИ 2005. – 249 с.; Пўлатов М.Э. Интеллектуал капитал ҳисоби ва таҳлили: назария ва амалиёт масалалари. Монография. – Т.: Иқтисодий, 2012. – 166 б.; Б.А.Абдукаримов ва бошқалар. Корхона иқтисодийи (дарслик).-Т: “Фан”, 2005. -Б. 241.; Мустафакулов Ш.И. Инвестицион муҳит жозибадорлиги: назария, ме-дология ва амалиёт. Монография. – Тошкент: “Iqtisod-moliya”, 2017 й. – 328 б.

<sup>3</sup> Киселева Н.В., Боровикова Т.В., Захарова Г.В. и др. Инвестиционная деятельность: Учебное пособие / Под ред. Г.П. Подшиваленко и Н.В. Киселевой, - М.: КНОРУС, 2005. - 432 с.

<sup>4</sup> Д.Тожибоева. Иқтисодий назария (иккинчи китоб). –Т.: “Шарқ”, 2003 -Б.79.

<sup>5</sup> Ўша ерда

Б.А.Абдукаримов, А.Н.Жабриев, М.К.Пардаевларнинг фикрича, инвестиция – бу молиявий (пул) ёки реал капиталга маблағ қўйиш. У пул маблағлари, кредит, қимматбаҳо қоғоз шаклида олиб борилади ва қўчма, қўчма бўлмаган мол – мулкга, интеллектуал мулкга, нематларга бўлган ҳуқуққа ва бошқа қийматликларга қўйилади, яъни корхонанинг барча активларига ишлатилади<sup>1</sup>.

Таҳлилларимиз шуни кўрсатадики, МДХ давлатлари иқтисодий адабиётларида инвестиция ва инвестицион жозибадорлик категориясига энг кенг тарқалган таъриф А.И.Бланк томонидан келтирилган таърифдир. Унга кўра, корхонанинг инвестицион жозибадорлиги сифатида алоҳида корхоналарнинг – бўлажак инвестициялаш объектларининг ривожланиш истикболлари, маҳсулот сотиш ҳажми ва ортиб бориши салоҳияти, активлардан самарали фойдаланиш ва уларнинг ликвидлиги, тўлов қобилияти ва молиявий барқарорлик кабилар нуктаи назаридан ажралмас хусусияти сифатида тушунишни таклиф қилади<sup>2</sup>.

Иқтисодий адабиётларда “инвестицион жозибадорлик” тушунчасини инвесторнинг у ёки бу инвестиция киритиш объектини танлашдаги хоҳиш-истаги, афзал қўриши билан тавсифланади. Россиялик олим В.И.Машкиннинг хулосасига кўра, инвесторлар танлови учун энг жозибадор омиллар сифатида корхона томонидан узоқ йиллик фаолияти давомида тўпланган кадрият ва қийматлар: ривожланган ва бой инфратузилма, инновацион салоҳият, интеллектуал салоҳият кабилар қаралади<sup>3</sup>.

Умумий маънода, объектнинг инвестицион жозибадорлигини баҳолаш инвестициялаш йўналиши билан боғлиқ объектив тавсифларга ва муайян бир инвесторга хос бўлган субъектив хусусиятларга асосланиши керак. Қоида тариқасида, объектив белгилар аниқ кўрсаткичлар шаклида, субъектив белгилар эса меъёр даражалари, мувофиқлик мезонлари ва шу кабилар шаклида аниқлаштирилади.

Инвестицияларни бошқариш ёндашуви доирасида инвестиция киритиш қарорини қабул қилиш учун инвесторда бундай қарорни қабул қилиши учун асос бўлиб хизмат қиладиган етарли маълумотлар бўлиши керак.

Инвестиция киритишнинг мақсадга мувофиқлигини баҳолаш мезони деганда биз инвестиция қарорларини қабул қилиш ва инвестицион хоҳишларни шакллантириш омили бўлиб хизмат қилиши мумкин бўлган маълумотларни тушунамиз.

Инвесторнинг инвестиция киритиш хоҳишини шакллантириш ва унинг инвестиция қарорларини қабул қилишини таъминловчи омил бўлиши учун инвестиция қарорини қабул қилишнинг ахборот асоси қўйидаги талабларга жавоб бериши керак:

- аниқ йўналтирилганлик – қарор қабул қилиш учун фойдаланиладиган инвестиция объекти ҳақидаги маълумотлар муайян инвесторнинг индивидуал хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда тайёрланишини билдиради;
- тўлиқлик – салоҳиятли инвесторга ҳар томонлама баҳо бериш учун турли миқдорий ва сифат кўрсаткичларини киритиш имкониятини билдиради;
- аниқлик – инвестор томонидан инвестиция қарорини қабул қилишда фойдаланиладиган маълумотлар умумий характерга эга бўлмаслиги, балки етарли даражада батафсил, алоҳида қисмларга бўлиб ёритилган бўлиши зарурлигини билдиради;
- қиёсийлик – маълум бир вақт бирлигида бир нечта инвестициялаш объектларини ёки муайян даврнинг турли нукталарида айнан бир объектни ўзини таққослай олиш қобилиятини англатади.

Бизнинг фикримизча, инвестор томонидан инвестиция киритиш объектини танлаш масаласида ёндашув шундай бўлиши керакки, бунда инвестиция киритишнинг мақсадга мувофиқлиги тўғрисидаги қарорни қабул қилишни асословчи маълумотлар юқоридаги барча талабларга тўлиқ жавоб бериши керак. Инвестицион бошқарув қарорини амалга оширишнинг умумий жараёни қўйидаги 1-расмда акс эттирилган.

<sup>1</sup> Б.А.Абдукаримов ва бошқалар. Корхона иқтисодиёти (дарслик).-Т: “Фан”, 2005. -Б. 241

<sup>2</sup> Бланк И.А.Инвестиционный менеджмент. - К.: МП «ИТЕМ ЛТД», 1995. С.37

<sup>3</sup> Машкин В.И. Сущность инвестиционного процесса. Материалы АҚДИ // Экономика и жизнь.- 2005.- №12.



**1-расм. Инвестицион бошқарув қарорини амалга ошириш жараёни**

1-расмдан кўриш мумкинки, бошқарув қарорини қабул қилиш учун ахборот асоси сифатида мутахассисларнинг тавсиялари, компаниялар рейтинглари ва реклама маълумотлари қабул қилиниши мумкин ва улар мустақил баҳолашлар гуруҳида умумлаштирилган, шунингдек, корхонанинг сифат кўрсаткичлари ва инвестицион жозибadorлигини баҳолаш эса инвесторнинг ўз баҳолашлари гуруҳига киритилган. Таъкидлаш мумкинки, фақат инвестицион жозибadorлик кўрсаткичи юқорида қўйилган барча талабларга жавоб бера олади.

Инвестицион жозибadorлик деганда биз инвестициялаш объектининг инвестор хоҳишларига мос келишини тушунамиз. Шу нуқтаи назардан, инвестицион жозибadorлик инвестор томонидан инвестицион хоҳишларни шакллантириш ва инвестиция қарорини қабул қилиш омили сифатида қабул қилиниши мумкинлигини аниқлатади.

Тадқиқотларимиз натижасида, хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари инвестицион жозибadorлигини баҳолашнинг тўртта асосий ёндашувини ажратиб олди. Улар:

1. Мослашувчанли. Мухим кўрсаткичларни инвестор учун қулайроқ ва тушунарлироқ шаклда акс эттириш.
2. Сифатли. Баҳоланаётган объектнинг инвестор учун энг маъқул бўлган намунали объектга мувофиқлигини баҳолаш.
3. Коэффициентли. Турли кўрсаткичларни таққослаш ва нисбатини аниқлаш асосида жозибadorликни баҳолаш.
4. Интегралли. Умумий алгоритм асосида жозибadorликни миқдорий баҳосини аниқлаш.

Ҳар бир ёндашув ўзининг афзалликлари ва камчиликларига эга ҳисобланади.

**Афзалликлари:**

1. Ҳисоб-китобларнинг соддалиги, тадқиқотчини натижага таъсири камлиги.
2. Субъектив омилларни баҳолаш имконияти мавжудлиги.
3. Ҳисоблаш усуллариининг аниқлиги ва кўрсаткичлар иқтисодий моҳиятиниинг тушунарлилиги.
4. Фойдаланиш қулайлиги, ҳисоб-китобларнинг расмийлиги.

**Камчиликлари:**

1. Таҳлилий функция бажарилмайди ва инвесторга тавсиялар берилмайди.
2. Баҳолаш мезонларини асослаш қийинлиги, якуний кўрсаткичлар қийматларини изоҳлашнинг мураккаблиги.
3. Коэффициентларнинг «оптималлиги» чегараларини аниқлаш. Коэффициентларнинг кўплиги. Миллий иқтисодиёт корхоналари ҳисоботларининг ва статистик ҳисобот шаклла-

рининг хусусиятлари.

4. Тор йўналишли моделлар. Миллий шароитларга мослашишнинг нисбатан қийинлиги.

Ёндашувлардаги фарқлар фақатгина баҳони олиш алгоритми ва фойдаланилган кўрсаткичларда эмас, балки олинадиган натижанинг шаклида ҳам намоён бўлади: бу балл, коэффициент, рейтингдаги ўрин, турдош гуруҳ ёки инвесторга аниқ тавсиялар кўринишида бўлиши мумкин.

Шуни таъкидлаш керакки, аниқланган ҳар бир ёндашув доирасида аниқ бир натижага эришишга қаратилган бир эмас, балки бир нечта усуллар бўлиши мумкин.

Бизнинг таснифимиз доирасида битта ёндашувга киритилган услубиятлар якуний баҳони олишнинг бир хил (умумий) усуллари ва унинг шакли яхлитлигига асосланади. Мослашувчан ёндашув инвесторнинг эътиборини истиқболли инвестицияларнинг ўта назик ва асосий жиҳатларига қаратишга, сифатли ёндашув – асосий кўрсаткичларни муайян бир намунавий объект билан таққослашга, коэффициентли ёндашув – инвестиция объектининг хусусиятларини бир тармоқ доирасида умумэтироф этилган ва таққосланадиган кўрсаткичларда акс эттиришга, интеграл ёндашув эса баҳоланаётган корхонанинг ривожланиш истиқболларига тезкор баҳо беришга мўлжалланган.

Инвестициялаш йўналишларини баҳолаш бўйича юқорида келтирилган ёндашувлар кесиммасида жойлашган корхоналарнинг инвестицион жозибadorлигини баҳолашнинг услубий ёндашуви қуйидаги талабларга жавоб бериши керак:

1. Баҳолашнинг аниқ йўналтирилганлиги.
2. Ўзаро ҳамкорликнинг узок муддатли истиқболларини баҳолаш имконияти.
3. Хўжалик юритувчи субъектнинг аниқ эҳтиёжларини молиялаштириш билан боғлиқ бўлган лойиҳа рискларини ҳисобга олиш; лойиҳани тўлиғича молиялаштириш манбаларини таҳлил қилиш;
4. Инвестор инвестиция сиёсатининг ҳар хил турлари учун инвестиция объектларининг жозибadorлиги даражасидан келиб чиқиб турли гуруҳларини аниқлаш;
5. Ёндашувни амалий қўллаш натижалари инвесторнинг инвестиция қарори қабул қилишига тааллуқли аниқ тавсияларни ўз ичига олиши ҳамда иқтисодий маънога эга бўлиши зарур.

Кескин рақобат шароитида инвестиция ресурсларини иқтисодиёт соҳа ва тармоқларига жойлаштириш муаммосини ҳал қилишга қаратилган услубий ёндашув қуйидаги тамойилларга жавоб бериши керак:

- универсаллик, яъни таклиф этилаётган услубиятни ҳар қандай инвесторга нисбатан қўллаш имконини бериши;
- мажмуавийлик, яъни инвестициялаш бўйича бошқарув қарорини қабул қилишга таъсир қилиши мумкин бўлган турли омиллар таъсирини ҳар томонлама баҳолашни англатиб, шу билан бирга капитал қўйилмалар киритилишидан кутилаётган натижанинг ўзгаришини ҳам ҳисобга олиши;
- натижаларни таққослаш, яъни нафақат инвестициялаш объектларини танлашда муқобил вариантларни мақсадга мувофиқлигини баҳолашни, балки ушбу вариантларни муайян бир вақт оралиғида аниқ бир инвестор учун уларнинг жозибadorлиги даражасига кўра солиштириш имконини бериши керак.

Услубий ёндашувнинг моҳияти инвестициялаш объекти бўлган корхоналарни инвесторнинг инвестицион хоҳишларига мувофиқлиги нуктаи назаридан узвийликда кўриб чиқишдан иборат бўлиб, бунда объектларни инвестицион жозибadorликнинг муайян даражаси билан тавсифланадиган типологик гуруҳлардан қайси бирига тегишли бўлишига аниқлик киритилади.

**Хулоса ва таклифлар.** Кучли рақобат шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини стратегик ривожлантиришда инвестиция сиёсати муҳим аҳамият касб этади. Инвестицион сиёсат ўз ичига инвестицияларни молиялаштириш манбалари ва усуллари танлаш, уларни амалга ошириш муддатларини белгилаш ва қулай инвестиция муҳитини яратиш каби ларни қамраб олади. Инвестицион муҳит деганда инвестиция жараёнлари содир бўладиган ва инвестиция рисклари шаклландиган молиявий муҳит тушунилади.

Инвестицион фаолликнинг ўсиши хизмат кўрсатиш соҳасида барқарор иқтисодий ўсишни таъминлашнинг энг муҳим муаммоларидан бирини ҳал қилиш имконини юзага келтиради. Ўз навбатида, инвестицион фаолликнинг ўсиши соҳада фаолият самарадорлигига, хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланишига ва хизмат кўрсатиш корхоналари қувватларига таъсир қилади.

Ҳар қандай инвесторнинг инвестиция киритиш натижаларидан асосий кутишларидан бири бу фойда олишдир. Бироқ, инвестор ҳар доим максимал фойда олиш истаги ва ўз маблағларини рискдан ҳимоя қилиш зарурати ўртасида мurosани топиши керак. Инвестицияларни жалб қилишнинг жадаллиги инвестиция муҳитига тўғридан-тўғри боғлиқ ҳисобланади. Шунингдек, инвестицияларни жалб қилиш уларнинг самарадорлигини баҳолаш билан боғлиқ заруратни юзага келтиради. Инвестиция фаолиятини бошқаришда бундай ёндашувни қўллаш хизмат кўрсатиш соҳасида инвестицион жараёнларни амалга оширишнинг самарадорлигини оширади.

| <p style="text-align: center;"><b>И.Эргашев</b><br/><b>Особенности оценки инвестиционной привлекательности предприятий сервиса</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p style="text-align: center;"><b>I. Ergashev</b><br/><b>Features of assessing the investment attractiveness of service enterprises</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> данная статья посвящена исследованию особенностей и некоторых аспектов оценки инвестиционной привлекательности предприятий сферы услуг. Инвестиция и инвестиционная привлекательность рассматриваются с точки зрения предприятий сферы услуг. Предложена структура общего процесса реализации инвестиционно-управленческого решения. Проведен анализ основных подходов к оценке инвестиционной привлекательности предприятий сферы услуг.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> сервисное предприятие, инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестиционно-управленческое решение.</p> | <p><b>Abstract:</b> this article is devoted to the study of the features and some aspects of assessing the investment attractiveness of service sector enterprises. Investment and investment attractiveness are considered from the point of view of service sector enterprises. The structure of the general process of implementing an investment- management decision is proposed. An analysis of the main approaches to assessing the investment attractiveness of service sector enterprises has been carried out.</p> <p><b>Key words:</b> service enterprise, investments, investment attractiveness, investment and management decision.</p> |

**Jahongir Aktamovich Haydarov** – SamISI, mustaqil tadqiqotchi

## TRANSPORT XIZMATLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada zamonaviy iqtisodiy sharoitda transport xizmatlarining mohiyati va bozorining asosiy muammolari oʻrganilgan. Shuningdek, transport xizmatlari bozorini rivojlantirishning asosiy tendensiyalari aniqlangan.

**Kalit soʻzlar:** transport xizmatlari, raqamli transport xizmatlari, transport xizmatlari sifati, iqtisodiy mexanizm, innovatsiya, samaradorlik, infrastruktura.

**Kirish.** Tashkil etilganidan beri biznes foyda olishga qaratilgan. Uni maksimal darajaga koʻtarish yoʻllari juda farq qiladi: yaʼni ishlab chiqarish hajmini oshirishdan to yetkazib berish vaqtini qisqartirishgacha. Optimal tashuvchini tanlash orqali transport tizimining samaradorligini oshirish mavzusi dolzarb deb tanlandi, chunki transport xizmatlari biznesi rivojlanmoqda, transport xizmatlarini koʻrsatadigan juda koʻplab kompaniyalar bozorga kirib bormoqda; tashish jarayonining samaradorligini taʼminlaydigan, uning xavfsizligi va sifatini oshiradigan yangi texnologiyalar paydo boʻlmoqda.

Transport bugungi iqtisodiyot va jamiyatda muhim rol oʻynaydi va oʻsish va bandlikka katta taʼsir koʻrsatadi. Transport sanoati bevosita 10 millionga yaqin kishini ish bilan taʼminlaydi va yalpi ichki mahsulotning (YaIM) qariyb 5 foizini tashkil qiladi. Samarali transport tizimlari Yevropa kompaniyalarining jahon iqtisodiyotida raqobatbardosh boʻlish qobiliyati uchun asosdir. Transport xizmatlarining sifati odamlarning hayot sifatiga katta taʼsir koʻrsatmoqda. Har bir oila budjetining oʻrtacha 13,2 foizi transport tovarlari va xizmatlariga sarflanadi. Transport xizmatlari, shuningdek, koʻp jihatdan neft resurslariga bogʻliq va CO2 chiqindilarining muhim manbai

hisoblanadi. “Transport 2050”, “Yagona transport hududiga yo‘l xaritasi”da bayon etilgan strategiya transport sektorini o‘zgartirish uchun chuqur tarkibiy o‘zgarishlar kiritishga qaratilgan<sup>1</sup>.

Mintaqaviy transport hamkorligining faollashuvi Markaziy Osiyoda tovar ayriboshlashning mustahkamlanishiga, mintaqa davlatlari o‘rtasidagi tovar ayriboshlash hajmining oshishiga, shuningdek, savdo-iqtisodiy hamkorlikning rivojlanishiga xizmat qilmoqda. Masalan, 2017-2019-yillarda Markaziy Osiyo mamlakatlari o‘rtasidagi tovar ayriboshlash hajmi qariyb ikki baravarga – 2,7 milliard dollardan 5,2 milliard dollargacha oshgan<sup>2</sup>.

Yana bir muhim qadam xalqaro tuzilmalar – BMT, ShHT, MDH doirasida transport hamkorligini mustahkamlash bo‘ldi. Birlashgan Millatlar Tashkiloti Bosh Assambleyasining 75-sessiyasida O‘zbekiston Prezidenti BMT shafeligida Transport va kommunikatsiyalarni o‘zaro bog‘lashni rivojlantirish mintaqaviy markazini tashkil etish tashabbusi bilan chiqdi, uning tashkil etilishi mavjud va transport kommunikatsiyalarini rivojlantirish bo‘yicha birgalikdagi sa‘y-harakatlarni faollashtiradi. Yangi transport yo‘laklarini shakllantirish, jahon transport xizmatlari bozorida Markaziy Osiyo davlatlarining raqobatbardoshligini va tashqi savdo oqimlariga transport xizmati ko‘rsatish sifatini oshiradi. Markazning asosiy vazifalari qatorida qo‘shma transport-logistika loyihalarini amalga oshirishda strategik ahamiyatga ega bo‘lgan hududiy dasturlar, loyihalar va hujjatlarni qabul qilish, bu hudud transport tarmog‘ini yagona transport tizimiga integratsiya qilish imkonini beradi.

Transport xizmatlarini ko‘rsatishning zamonaviy shartlari avtomobil transportini tashkil etish va boshqarish masalalarini hal qilishda doimo avtotransport mutaxassislaridan e‘tiborni kuchaytirishni talab qiladi. Ushbu jiddiy muammolarni hal qilishda yirik transport tizimlari va alohida transport vositalarining ishlashini rejalashtirish, tahlil qilish va iqtisodiy samaradorligini baholashning aniqligini oshirish zarurati tug‘iladi. Faqat aniq hisob-kitoblar va tahlillar asosida yuklarni tashishning oqilona resurslarni tejash sxemalarini ishlab chiqish mumkin. To‘g‘ri iqtisodiy qaror avtotransport korxonasiining muvaffaqiyatli rivojlanishi va barqaror daromad olishining kalitidir<sup>3</sup>.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.** XX asrning oxirigacha transport xizmatlarini tashkil etish va boshqarishda “transport xizmati” tushunchasidan foydalanilmadi. Transport xizmati deganda to‘g‘ridan-to‘g‘ri yuklash va tushirish hajmi, yuk aylanmasi va boshqalar kabi yalpi ko‘rsatkichlar bilan o‘lchanadigan tashish tushuniladi. Biroq, baholashning bu usuli faqat transport ishining miqdoriy tomonini hisobga oldi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida “xizmat” tushunchasi ishlash hajmidan tashqari, xizmatni amalga oshirish bilan birga keladigan sifat va xizmat ko‘rsatish darajasini ham o‘z ichiga olishi kerak<sup>4</sup>.

Transport xizmatlari bozorini tashkil etish masalalari, avtotransport xizmatlarini ko‘rsatish jarayonining xususiyatlari V.V.Baginov, G.Poplavskiy, A.I.Ryabchinskiy, N.A.Troitskaya, I.S.Turevskiy va boshqalarning ishlarida ko‘rib chiqilgan. Iqtisodiy muammolar va transport tizimini rivojlantirish istiqbollari V.A.Noskov, Yu.A.Xegay, V.A.Shumayev, M.I.Chashchina asarlarida o‘rganilgan. Bozorni tahlil qilish metodologiyasini, shu jumladan sanoat bozorlari kontekstida o‘rganish N.I.Gavrilenko, L.V.Roy, V.P.Tretyak, G.F.Yusupova va boshqa mualliflarning ishlarida yoritilgan.

Sanoat korxonalaridan farqli o‘laroq, transport xizmatlari faoliyatining natijasi transport jarayoni, ya‘ni transport xizmati hisoblanadi. Transport korxonalari faoliyatining muammolarini o‘rganuvchi ko‘pchilik mualliflarning fikricha, transport xizmati nomoddiylik, iste‘molning ishlab chiqarish jarayonidan ajralmasligi, tez buziladigan va to‘planmaslik kabi xususiyatlari bilan tavsiflanadi<sup>5</sup>. Transport xizmatining o‘ziga xos xizmat turi sifatidagi belgilariga kelsak, S.Yu.Morozov<sup>6</sup>ning xulosalari eng to‘g‘ri deb hisoblaymiz, ya‘ni, ular quyidagi xususiyatlarga ega:

- tahlil qilinayotgan xizmatlar avtotransport vositalari yordamida amalga oshirilsa;

<sup>1</sup> [https://joint-research-centre.ec.europa.eu/scientific-activities-z/transport-sector-economic-analysis\\_en](https://joint-research-centre.ec.europa.eu/scientific-activities-z/transport-sector-economic-analysis_en)

<sup>2</sup> <https://isrs.uz/ru/maqolalar/klucevy-e-priority-uz-bekistana-po-vsestoronnemu-razvitiu-transportnyh-koridorov-v-centralnoj-azii>

<sup>3</sup> Александров Л.А., Козлов Р.К. Организация управления на автомобильном транспорте. М.: Транспорт, 2010.

<sup>4</sup> <https://helpiks.org/9-39082.html>

<sup>5</sup> Рябчинский А.И. Организация нерезовочных услуг и безопасность транспортного процесса: учебник / А.И.Рябчинский. М.: Академия, 2013. 256 с.

<sup>6</sup> Морозов С.Ю. Транспортное право: Учебник и практикум для СПО. 3-е изд., перераб. и доп. / С.Ю.Морозов. - М.: Юрайт, 2016. - 336 с.

- ular yuklarni, yo‘lovchilarni va bagajni tashish (harakat qilish)ni amalga oshirish yoki ta‘minlash paytida sodir bo‘lsa;

– mazkur xizmat turini amalga oshiruvchi shaxs tadbirkorlik subyekti hisoblanadi.

Bizning fikrimizcha, bu belgilarning asosiysi har xil turdagi transport vositalaridan foydalanish orqali xizmat ko‘rsatish, ya‘ni yuqoridagi belgilarning birinchisidir. Shuningdek, belgilardan birini quyidagicha ko‘rib chiqish kerak: transport xizmati maxsus qonunchilik asosida ko‘rsatiladi, biz ham shuni ta‘kidlaymizki, transport turiga qarab har bir xizmat turining o‘ziga xos xususiyatlarini aks ettiradi.

Transport xizmatlarining iqtisodiy mazmuni juda keng va fazoviy harakatiga qo‘shimcha ravishda, E.M.Tujiylova-Ordanskaya va A.R.Muratovalar ta‘kidlagandek, xavfsiz va qulay transport sharoitlarini ta‘minlashga qaratilgan yo‘lovchiga (хизматлар истеъмолчиси) ko‘rsatiladigan tegishli xizmatlarni ham o‘z ichiga olishi mumkin<sup>1</sup>. Shu bilan birga, iste‘molchining hayoti yoki sog‘lig‘iga zarar yetkazishi mumkin bo‘lgan xizmatlarni reklama qilish yoki targ‘ib qilish taqiqlanadi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Maqolada abstrakt-mantiqiy fikrlash, qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv, ma‘lumotlarni guruhlash usullaridan foydalanildi.

**Tahlil va natijalar.** Transport xizmatlari bozorining hozirgi holati va uning rivojlanish tendensiyalari davlat iqtisodiy faoliyati samaradorligining ko‘rsatkichlaridan biridir. Transportning jamiyat hayotidagi iqtisodiy ahamiyati xalq xo‘jaligining barcha tarmoqlarini rivojlantirish, aloqa va muvofiqlashtirishni ta‘minlashdan iborat. Transport davlat iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismlaridan biri bo‘lib, uning normal ishlashini ta‘minlaydi va ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga yordam beradi. Ijtimoiy muammolarni hal etish, aholining madaniy, xizmat va turistik sayohatlarini ta‘minlash, mamlakat ichida va xorijda madaniyat almashinuvini rivojlantirishda transport sohasiga ham katta ahamiyat berilgan. Transport xalqaro iqtisodiy aloqalarni rivojlantirishga yordam beradi, turli mamlakatlar o‘rtasida o‘zaro manfaatli almashinuv loyihalarini amalga oshirishni ta‘minlaydi.

Bozorni, shu jumladan transport xizmatlari bozorini tahlil qilish bu bozorga xos xususiyatlarni aniqlashdan iborat. U quyidagi bosqichlardan iborat: sanoat tahlili, maqsadli bozor tahlili va raqobat tahlili<sup>2</sup>. Tarmoqni o‘rganish jarayonida uning hozirgi holati tahlil qilinadi, asosiy rivojlanish tendensiyalari aniqlanadi. Maqsadli bozorni tahlil qilish quyidagi ko‘rsatkichlarni o‘rganishni o‘z ichiga oladi: maqsadli bozor ulushi, turli mezonlar bo‘yicha uning tuzilishi. Raqobat tahlili - bu raqobatchilarning faoliyatini tahlil qilish. Raqobatchilar - bu maqsadli bozorda taqqoslanadigan joyni egallagan, faoliyati bir-birining natijalariga bevosita ta‘sir ko‘rsatishi mumkin bo‘lgan o‘xshash korxonalar. Bozordagi vaziyat va raqobatning intensivlik darajasi harakatlantiruvchi kuchlar ta‘sirida o‘zgaradi, ya‘ni raqobatni tahlil qilish natijasi raqobatning harakatlantiruvchi kuchlarini baholashdir.

Transport xizmatlari odatda turli tijorat operatsiyalarini amalga oshirish vositasi sifatida qaraladi. Shu bilan birga, tadbirkorlik faoliyatining mustaqil turini ifodalovchi transport korxonalari tomonidan ko‘rsatiladigan transport xizmatlarining o‘ziga xos xususiyatlari mavjud. Transport xizmatlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- to‘g‘ridan-to‘g‘ri yo‘lovchilar va yuklarni tashish;
- ortish va tushirish operatsiyalari;
- tovarlarni saqlash;
- transport vositalariga texnik xizmat ko‘rsatish va tayyorlash;
- transport vositalarini ijaraga berish;
- ta‘mirlangan yoki yangi transport vositalarini yetkazib berish;

Transport xizmatlarini tasniflashda shuni hisobga olish kerakki, transport xizmati turi umumiy texnologik xususiyatlar bilan tavsiflangan bir xil transport xizmatlari majmui hisoblanadi. Transport xizmatlari sifatini obyektiv baholash uchun yetarli darajada samarali miqdoriy usullar mavjud emas. Shu sababli, transport xizmatlarining sifat darajasi haqida gap ketganda,

<sup>1</sup> Тужилова-Орданская Е.М., Муратова А.Р. Договор перевозки пассажира как правовое средство удовлетворения имущественных потребностей граждан в свете доктрины Н. А. Баринова об имущественных потребностях и правовых средствах их обеспечения / Е. М. Тужилова-Орданская, А.Р.Муратова // Власть Закона. - 2015. - No 1. - С. 76–81.

<sup>2</sup> Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: учебник / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. М.: Проспект, 2016. 448 с

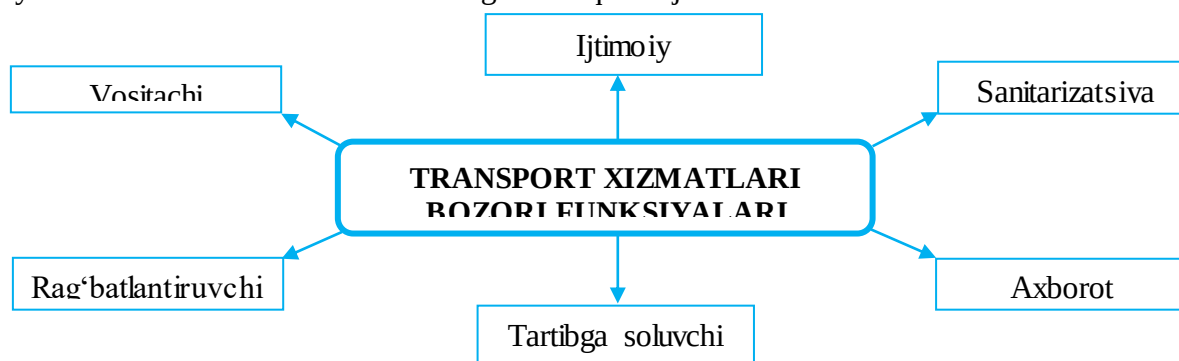
ko'rsatiladigan transport xizmatlari sifatining nisbiy xarakteristikasi, baholanayotgan xizmatning sifat ko'rsatkichlari qiymatlarini tegishli ko'rsatkichlarning asosiy qiymatlari bilan taqqoslashga asoslangan. Ushbu fikrlardan kelib chiqib yo'lovchi tashish sifati asosiy ko'rsatkichlarini o'rganib chiqishimiz muhim (1-jadvalga qarang).

1-jadval

**Yo'lovchi tashish transport xizmatlari sifati asosiy ko'rsatkichlari**

| Ko'rsatkich                       | Tavsifi                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Axborot xizmati ko'rsatkichlari   | Axborot uzatish chastotasi<br>Avtotransport vositalarining ketishi va kelishi haqida<br>Yo'lovchilarga ko'rsatiladigan xizmatlar va ularning narxi to'g'risida                       |
| Qulaylik ko'rsatkichlari          | Yo'lovchiga to'g'ri keladigan joyning maydoni (hajmi). Tozalash chastotasi.<br>Havo harorati. Yoritish.<br>O'rtacha (ruxsat etilgan) ichki to'ldirish                                |
| Tezlik ko'rsatkichlari            | Sayohat davomiyligi. O'rtacha harakat tezligi. To'xtatish chastotasi                                                                                                                 |
| Vaqtinchalik ko'rsatkichlari      | Jadval bo'yicha jo'nab ketayotgan avtomobillar ulushi.<br>Jadvalga muvofiq kelgan transport vositalarining ulushi.<br>Avtotransport vositalari harakatining o'rtacha oralig'i        |
| Bagaj xavfsizligi ko'rsatkichlari | Zarar ko'rgan yuk jo'natmalarining ulushi.<br>Bagajga yetkazilgan zararining o'rtacha qiymati.<br>Yo'qolgan bagaj uchun kompensatsiya narxi                                          |
| Xavfsizlik samaradorligi          | Avtotransport vositalarining ishlashining ishonchliligi.<br>Transport xizmatlarini yetkazib beruvchilarning professional muvofiqligi.<br>Mashinaning ma'lum bir tashishga tayyorligi |
| Iqtisodiy ko'rsatkichlar          | Kelib chiqish joyidan boradigan punktgacha bo'lgan tarif.<br>Yo'lda qo'shimcha xizmatlar narxi                                                                                       |

Bozor iqtisodiyoti sharoitida transport xizmatlari iqtisodiy faoliyat samaradorligini baholash ishlab chiqarish natijalari va ishlab chiqarish resurslari xarajatlari o'rtasidagi farq sifatida belgilanadi. Bizga ma'lumki, ishlab chiqarish samaradorligining asosiy ko'rsatkichi bajarilgan ish yoki ko'rsatilgan xizmatlar narxidir. Transport xizmatlarining tannarxi korxonaning transport mahsuloti birligini ishlab chiqarishga sarflagan xarajatlarining puldagi ifodasidir. Muhim kamchiliklardan biri ishchilarning mehnat unumdorligining past darajasi bo'lib, bu temir yo'l va suv transportiga nisbatan avtomobil transporti harakatlanuvchi tarkibining past ko'tarish qobiliyatining natijasidir. Shu sababli, avtomobil transportida transport xarajatlarda katta ulush haydovchilar va texnik xizmatchilarning ish haqi xarajatlari hisoblanadi.



**1-rasm. Transport xizmatlari bozorining iqtisodiy mexanizm sifatidagi funksional ahamiyati**

1-rasmda transport xizmatlari bozorining iqtisodiy mexanizm sifatidagi funksional ahamiyatini tavsiflovchi chizma keltirilgan. Tartibga solish funksiyasini bajarish transport xizmatlari bozori talab va taklif nisbati orqali tashish imkoniyatlarini shakllantirish va joylashtirishni tartibga soluvchi sifatida harakat qilishini anglatadi. Rag'batlantiruvchi funksiya - transport xarajatlarini kamaytirishni rag'batlantirish, transport xizmatlari sifatini oshirish va innovatsiyalardan foydalanish. Bozorning axborot funksiyasi kamroq ahamiyatga ega - ma'lum bir vaqt ichida mijozlar tomonidan talab qilinadigan xizmatlarning talab qilinadigan hajmi, assortimenti va sifati to'g'risidagi ma'lumotlar to'plami. Bozorning vositachilik funksiyasini bajarishi talablarga va mijozga eng yaxshi javob beradigan transport xizmati provayderini tanlash imkoniyatini ta'minlashda ifodalanadi.

Sanitarizatsiya funksiyasining ahamiyati ijtimoiy ishlab chiqarishni iqtisodiy zaif ishlab chiqarishdan "tozalash" va samarali faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirishdan iborat. Ijtimoiy funktsiyani bajarish bozor mexanizmidan talab va taklif muvozanati sifatida foydalanish orqali bozor ishtirokchilarining daromadlarini farqlashni anglatadi.

Transport xizmatlari bozori tadqiqotlari va uni tartibga solish usullarini ishlab chiqish nafaqat xizmatlar ko'rsatishni, ularning xususiyatlarini, miqdorini, sifatini va boshqa parametrlarini o'rganish uchun muhimdir. Tadqiqot uchun umumiy qonuniyatlar, tendensiyalar, xususiyatlar, bozor muhiti shakllanishining nisbatlari, bozorning faoliyat ko'rsatishi va rivojlanishining modellari va jarayonlari, uning konyunkturasi, bozor jarayonlari va munosabatlarining barqarorligini belgilovchi omillar muhimroqdir.

Bugungi kunda transport sanoati innovatsion o'zgarishlarga eng ko'p duchor bo'lib borayotgan sohadir. Bundan tashqari, u boshqa tarmoqlar uchun infratuzilma bo'lib xizmat qiladi. Transport industriyasining rivojlanishi boshqa tarmoqlarning rivojlanishi uchun harakatlantiruvchi omil hisoblanadi. Kelajakka nazar tashlaydigan bo'lsak, raqamlashtirish transport industriyasini rivojlantirish, samaradorlikni oshirish, barqarorlikni oshirish, yangi biznes modellari yaratish va transport xizmatlari uchun yanada to'yingan bozorni shakllantirish uchun misli ko'rilmagan imkoniyatlar yaratib berish uchun juda katta imkoniyatdir, deb hisoblaymiz.

Sohani raqamlashtirish yo'lidagi asosiy to'siqlar ixtisoslashgan kadrlar va moliyaviy resurslarning yetishmasligi, samarasiz standartlar va huquqiy tartibga solish, jumladan, elektron hujjat aylanishi va davlat xizmatlarini ko'rsatish nuqtayi nazaridan, transport xizmatlari bozorining ko'plab ishtirokchilari uchun raqamli transformatsiyaning past ustuvorligi hisoblanadi. Raqamli transport xizmatlari marshrutlarni optimallashtiradi, ta'minot zanjirlarini yaratadi, haydovchining xatti-harakati va avtomobil atrofidagi vaziyatni nazorat qiladi, avtomobillarning texnik holatini nazorat qiladi va avtopilot transport vositalarini nazorat qiladi.

Transport xizmatlarida raqamlashtirishning ijobiy ta'sirining uchta yo'nalishi mavjud bo'lib, ular quyidagilardan iborat:

1. Tovar ishlab chiqarish yoki asosiy xizmatlar ko'rsatish sifatini bevosita yaxshilaydigan texnik innovatsiyalar. Masalan, transport sohasida bu harakat tezlikni oshirish, boshqaruvni avtomatlashtirish, depoda xizmat ko'rsatishni robotlashtirish, jismoniy infratuzilmani mustahkamlash, tovarlarni taqsimlash va guruhlashni yaxshilash imkoniyatini beradi.

2. Xizmat ko'rsatish darajasidagi sifat o'zgarishlari va qo'shimcha funktsiyalarni ta'minlash. Ko'pincha, bu mijozlar uchun mavjud bo'lgan onlayn xizmatlar bilan bog'liq. Transport sohasida iste'molchi tarif va yo'nalishlar, o'z yukining holati va yetkazib berish muddati haqida ma'lumot olishi, shuningdek, onlayn chipta xarid qilishi, sug'urta va bojxona to'lovlarini tashkil qiladi.

3. Ishlayotgan tizimning shaffofligi, hisobot va ichki boshqaruv sxemasining soddalashtirilishi nazorat qiluvchi organlar tomonidan tushunish va qaror qabul qilishning yaxshilanishiga ta'sir qiladi. Bu raqobat muhitiga ijobiy ta'sir ko'rsatishi va ma'lumotlarning assimetriasini kamaytirish, hisobot ma'lumotlariga kirishni yaxshilash orqali monopoliyaga qarshi "mehmoniy an'analar" muammosini biroz yumshatishi mumkin. Turli xil raqamli texnologiyalar kontekstida paydo bo'lishi mumkin bo'lgan sanoat standartlarini qabul qilish muammolari va raqobatni cheklashning yangi xavflarining paydo bo'lishi alohida masalalardir.

Birinchi yo'nalish bosh kompaniyalarga ichki omillarda ifodalangan raqobatdosh ustunlikni beradi: xarajatlarni pasaytirish, biznes va mehnat xarajatlarini soddalashtirish, xavfsizlik va ishonchlikni oshirish va hokazo. Masalan, yuk tashish xizmatlarini ko'rsatish bo'yicha ichki raqamli xizmatlarni muvaffaqiyatli joriy etgan aviakompaniyalar biznes jarayonlarini avtomatlashtirish va mijozlar sonining o'sishi hisobiga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish hisobiga yanada ijobiy moliyaviy natijalarni ko'rsatish. Robototexnika, sensorlar, simsiz aloqa va sun'iy intellekt xavfsizlik, yo'lovchi va yuk xavfsizligini yaxshilash, logistikani yaxshilash va zaharlanishning shoshilinchligi va chastotasiga ta'sir qilishi mumkin, bu esa intermodal transportga foyda keltirishi mumkin. Shu bilan birga, to'liq avtopilotli transport mavjud bo'lmagan taqdirda ham, ushbu sohada texnologik yangiliklar tashish paytida xavfsizlikni yaxshilashi mumkin<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Sokolov I., Misharin A., Kupriyanovsky V., Pokusaev O., Kupriyanovsky Y. Robots, autonomous robotic systems, artificial intelligence and the transformation of the market of transport and logistics services in the digitalization of the economy. International Journal of Open Information Technologies. 2018.Vol. 6. no.4

Boshqa tomondan, bu omillar temir yo‘l transportining nafaqat avtomobil transporti, balki havo transporti (tezlik xususiyatlari va xavfsizligining rivojlanishi tufayli) va hatto quvurlar bilan raqobatini kuchaytirishi mumkin. Raqamlashtirish sharoitida bozorning potensial yangi ishtirokchilarini e’tiborsiz qoldirib bo‘lmaydi.

Transportdagi raqamli texnologiyalar iqtisodiyotning boshqa sohalariga - ishlab chiqarish, metallurgiya, IT, savdo, umumiy ovqatlanish, reklama va hokazolarga ta’sir ko‘rsatadi. Boshqa sohalaridagi kompaniyalar bilan hamkorlik bunday simbiozdan ijobiy ta’sir ko‘rsatadi, ammo u raqobat muhitida jamoat farovonligiga noaniq ta’sir ko‘rsatishi mumkin bo‘lgan ba’zi xavflarga ham ega bo‘lishi mumkin.

**Xulosa va takliflar.** Transport xizmatlarining rivojlanishi iqtisodiy infratuzilmani rivojlantirish va aholining harakatchanligini oshirishga xizmat qilmoqda. Transport globallashtirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi, bu ko‘plab mamlakatlarning iqtisodiy va ijtimoiy o‘zgarishiga olib keldi. Transport xizmatlari tizimini diversifikatsiya qilish va rivojlantirish tovar ishlab chiqarish va aylanmasini kengaytirish va faollashtirishning asosiy shartiga aylandi.

Transport xizmatlari sanoatida yangi texnologiyalarni ishlab chiqish va joriy etishga investitsiyalar umuman iqtisodiy rivojlanishni, xususan, transport infratuzilmasini rivojlantirishni rag‘batlantiradi. Xo‘jalik subyektlari o‘rtasida iqtisodiy ayriboshlash intensivligi oshib bormoqda, savdo-iqtisodiy aloqalar o‘rnatilmoqda, shu jumladan uzoq masofalarda savdo-iqtisodiy zonalar shakllantirilmoqda, tranzaksiya xarajatlari va bozorga kirishdagi to‘siqlar kamaymoqda, bilvosita ammo iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda. Shunday qilib, transport sanoati jahon iqtisodiyotini rivojlantirishning eng muhim infratuzilmasi bo‘lib, uni optimallashtirish jahon ishlab chiqarishi va savdosi samaradorligini sezilarli darajada oshirishi mumkin.

Birinchidan, raqamli texnologiyalarga o‘tish munosabati bilan raqamli xavfsizlikni ta’minlash, aniq va muhim ma’lumotlarga tashqi kirishdan himoyalash, ayniqsa, tijorat sirlari, ishlab chiqarish sirlari va texnologiyalari haqida gap ketganda, zarurat ortib bormoqda.

Ikkinchidan, ma’lum texnologiyalarga bog‘liq bo‘lish IT-sanoatiga aloqador bo‘lmagan firma (masalan, transport kompaniyasi) raqamli xizmatlarni rivojlantirish bilan shug‘ullanadigan mutaxassislarga qaram bo‘lib qolganda "tovlamachilik" holatini keltirib chiqarishi mumkin.

Uchinchidan, temir yo‘l transporti va havo transporti kabi transport bozorlarida o‘z manfaatlarini lobbi qilish uchun yuqori salohiyatga ega yirik o‘yinchilar mavjud bo‘lib, bu sohadagi tartibga solish siyosatini sezilarli darajada buzadi. Kichik kompaniyalar nafaqat o‘zgaruvchan qonunchilik bazasiga moslashishga, balki yirik korporatsiyalarni quvib o‘tishga urinish uchun rivojlanish uchun, katta mablag‘ sarflashga majbur. Biroq, bunday kichik transport kompaniyalari talabning aniq sohalariga (masalan, aviatsiya sanoatidagi arzon aviakompaniyalar) qaratilgan maxsus xizmatlarni joriy etishda katta muvaffaqiyatga ega.

Transport xizmatlarini raqamlashtirishning raqobat muhitiga ta’siri ko‘p qirrali bo‘lishi mumkin: bir tomondan, texnologiya butunlay yangi kompaniyalarga yo‘l ochadi, ular hatto o‘zlarining real kapitaliga ega bo‘lmashligi mumkin, lekin faqat katta investitsiyalarni talab qilmaydigan, katta auditoriyani jalb qila oladigan qulay dasturiy ta’minotga ega. Boshqa tomondan, sanoatning e’tibori shunday o‘zgarishi mumkinki, hozirda kichik parkga ega bo‘lgan "o‘rta" transport kompaniyalari kelajakda samarasiz bo‘lib qolishi mumkin.

| Дж.Хайдаров                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | J.Haydarov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Повышение эффективности использования транспортных услуг</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной статье рассматривается сущность транспортных услуг и основные проблемы рынка в современных экономических условиях. Также выявлены основные тенденции развития рынка транспортных услуг.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> транспортные услуги, цифровые транспортные услуги, качество транспортных услуг, экономический механизм, инновации, эффективность, инфраструктура.</p> | <p><b>Increasing the efficiency of use of transportation services</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article examines the nature of transport services and the main problems of the market in modern economic conditions. Also, the main trends in the development of the transport services market have been identified.</p> <p><b>Keywords:</b> transport services, digital transport services, quality of transport services, economic mechanism, innovation, efficiency, infrastructure.</p> |

# ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

Илёс Султанович Абдуллаев – Урганч давлат университети профессори

Шоҳижаҳон Худоёр ўғли Муҳитдинов – Қарши давлат университети Туризм ва маркетинг кафедраси мудири, и.ф.ф.д (PhD)

## МИНТАҚА ТУРИЗМИДА СОҲА КОРХОНАЛАРИНИ БОШҚАРИШ СЕГМЕНТИНИНГ НИСБІЙ ТАЛАБ-ТАКЛИФ МОДЕЛИ

**Аннотация:** Ушбу мақолада минтақа туризмида соҳа корхоналарининг бошқариш сегментининг нисбий талаб-таклиф модели ишлаб чиқилган. Туризм секторида хизмат кўрсатиш соҳа корхоналарини бошқаришнинг жамланган сегментининг нисбий талаб-таклиф моделининг тузилиши бир вақтнинг ўзида тенгламалар тизимидир ва стандарт талаб ва таклиф моделлари ҳақида фикр-мулоҳазалар келтирилган.

**Калит сўзлар:** талаб-таклиф модели, тармоқли логистика модели, вақт дискрет ўзгарувчилар, эндоген, экзоген, корхона бошқариш сегменти, туризм сектори, хизмат кўрсатиш корхоналари.

**Кириш.** Хизмат кўрсатиш корхоналар уй шароитида ҳам ташкил қилиниши мумкин. Масалан, Уй шароитида ичимлик суви, хожатхоналар, суюқ чиқиндиларни йўқ қилиш, қаттиқ чиқиндиларни йўқ қилиш омилларини аниқлаш ва таҳлил қилиш учун биз мультиномиал логистик регрессия моделидан фойдаланганмиз. Умумий йўналиш доирасида қуйида тавсифланган ўзаро мутлақо категорияга боғлиқ бўлган ўзгарувчилар мавжуд бўлиб, улар қўп тармоқли логистика моделидан фойдаланишга имкон беради.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** В.Басаревнинг фикрига кўра «элита ўзгарувчан сифатида» постулат социалистик тузумнинг кулаши сабаблари ва транзитологияда пойдевор ҳисобланади<sup>1</sup>. Ғарб тадқиқотларига кўра, ўтиш давридаги давлатларда элитанинг аҳамияти бир неча бор ортиб боради, чунки бу жараён эски элита ичида консенсусни йўқ қилади, мафкура соҳасида янги элита билан келишмовчиликни келтириб чиқаради, эски элиталар ва янги ижтимоий кучлар ўртасида музокаралар жараёнини талаб қилади.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот давомида илмий адабиётларда келтирилган назарий материалларга асосланган ҳолда мантикий таҳлил усулларида фойдаланилди. Мавжуд маълумотларни таҳлил қилишда индукция ва дедукция, макон ва замон, таҳлил ва синтез, қиёсий таҳлил каби услублар ва ёндашувлар қўлланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Туризм секторида хизмат кўрсатиш соҳа корхоналарини бошқаришнинг жамланган сегментининг нисбий талаб-таклиф моделининг тузилиши бир вақтнинг ўзида тенгламалар тизимидир ва стандарт талаб ва таклиф моделига эга:

$$\begin{cases} \varepsilon^D + \alpha_2 x + \alpha_1 \rho + \alpha_0 = q^D \\ \beta_0 + \beta_1 \rho + \beta_2 z + \varepsilon^S = q^S \\ q^D = q^S \end{cases} \quad (1)$$

(1) даги охириги тенглама мувозанат ҳолатини белгилайди.

Келинг, бу ерда талаб ва таклиф учун тенгламалар тизимида аниқлик киритамиз:

$$\begin{cases} DZ_{it} = a_0 + a_1 Od_{it} + a_2 Cr_{it} + a_3 R_{it} + a_4 Vrp_{it} + a_5 Ir_{it} + a_6 P_{it} + \gamma_i + \varepsilon_{it} \\ Od_{it} = \beta_0 + \beta_1 DZ_{it} + \beta_2 Dt_{it} + \beta_3 Dvp_{it} + v_i + u_{it} \end{cases} \quad (2)$$

Бу ерда:  $DZ_{it}$  - бу хизмат кўрсатиш соҳасининг кичик секторда банд бўлганларнинг анъанавий секторда ишлаётганларга нисбатан  $i$ -йил минтақасида тақсимланиши.

$Od_{it}$  - бу  $i$ -минтақа туризмида хизмат кўрсатиш соҳасида ишлашнинг нисбатан рентабеллиги  $t$  йилда.

$Cr_{it}$  – туристлар  $i$ -минтақада  $t$ - йилда;

$R_{it}$  - йилда минтақадаги сиёсат  $i$ -минтақада  $t$ - йилда;

$Vrp_{it}$  - ялпи ҳудудий маҳсулот  $i$ -минтақада  $t$ - йилда;

$Ir_{it}$  - инвестиция хавфини  $i$ -минтақада  $t$ - йилда баҳолаш;

<sup>1</sup> Басарева В. Институциональные особенности развития малого бизнеса в России. Научный доклад №02/02. - М.: РПЭИ, 2002.

$P_{it}$  - тадбиркорлик салоҳияти  $i$ -минтақада  $t$ - йилда;  
 $Dt_{it}$  - меҳнатга лаёқатли туризмнинг улуши  $i$ -минтақада  $t$ - йилда;  
 $Dvp_{it}$  - ўқув юртларини битирувчилари  $i$ -минтақада  $t$ - йилда;  
 $\gamma_i, v_i$  - минтақалар учун белгиланган самарадорлик кўрсаткичлари;  
 $\varepsilon_{it}, u_{it}$  - тасодифий хатолар.

Эътибор беринг, минтақанинг тадбиркорлик салоҳиятини ва тадбиркорлик хавфини ўлчайдиган параметрларни топиш вазифаси, ўзбек хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, жуда қийин бўлиб туюлади. Шунинг учун у ушбу иш доирасидан ташқарида қолдирилади.

Кўриниб турибдики, жуда оддий вазифа – бу  $P_{it}$  баҳолаш. Ушбу қиймат ўз бизнесингизни бошлаш учун зарур бўлган мавжуд капиталнинг маъносига эга. Ушбу капитални баҳолаш учун, тадбиркор ўз бизнесини очиш учун бошланғич сармояни яқин қариндошларидан, танишларидан ёки бу унинг мулки бўлганидан фойдаланганига эътибор қаратиш мумкин.

$P_{it}$  ўзгарувчиси концептуал моделга мос келади, бу ерда кичик корхонанинг сони тадбиркорлик мойиллиги бўлган одамларда зарур бўлган капиталнинг мавжудлиги билан боғлиқ.

$t$ -йилда  $i$ -чи минтақадаги минтақавий сиёсатни баҳолаш  $R_{it}$  ва  $Vrp_{it}$  ўзгарувчиларининг таъсири натижасида олинган. Ўзбекистондаги барча ижтимоий-иқтисодий жараёнларнинг минтақавий хусусиятларини инобатга олган ҳолда, биз институтларнинг иқтисодий потенциалнинг нисбий қийматининг янгиланган кўрсаткичидан фойдаланамиз, хусусан, уларнинг ихтиёрида бўлган ресурсларга эга бўлганларнинг сиёсий йўналиши ва  $R_{it}$  ўзгарувчиси минтақавий элита ва ҳокимиятнинг ислохотчи фикрларининг таъсирини баҳолаш учун кўрсаткич сифатида ишлатилади.

**Тармоқли логистика моделида** барча журналлар бир вақтнинг ўзида ҳисоблаб чиқилади, бу параметрлар орасидаги мантикий алоқани таъминлайди ва маълумотлардан янада самарали фойдаланади<sup>1</sup>.

Иккинчисида танланган битта альтернативанинг нисбий тафовутлари танланмаган учинчи альтернативанинг мавжудлиги ёки йўқлигига боғлиқ бўлиши керак<sup>2</sup>.

Агар  $M$  хато шартлари  $\varepsilon_{ij}$  ( $j = 1, \dots, M$ ) мустақил ва бир хил Вейбулл тақсимооти  $F_{(\varepsilon_{ij})} = \exp[\exp(-\varepsilon_{ij})]$ , билан тақсимланган бўлса, унда:

$$\Pr(Y_i = m) = \frac{\exp(Z_{im})}{\sum_{j=1}^M \exp(Z_{ij})} \quad (3)$$

Мультиномиал логит модели энди тенглама (3) билан аниқланган, аммо огоҳлантириш билан:

$$Z_{ij} = \sum_{r=1}^R \beta_{jr} X_{ir}$$

Чунки  $\Pr(Y_i = j)$  эҳтимоллик умумий танловларни 1 тагача қўшади (яъни,  $\sum_{j=1}^M \Pr(Y_i = j)$  ва фақат  $M-1$  эҳтимолларни мустақил равишда аниқлаш мумкин).

Бинобарин, (3) тенгламанинг мультиномиал логити аниқланмаган, чунки у фақат  $M-1$  мустақил номаълумларда  $M$  тенгламалар системасидир.  $\beta_{1r} = 0, r = 1, \dots, R$ ни ушбу нормаллаштириш остида  $Z_{i1} = 0$  ва шунга ўхшаш тенглама (3) дан келиб чиқиб, муаммони ҳал қиладиган қулай нормаллаштириш:

$$\Pr(Y_i = 1) = \frac{1}{1 + \sum_{j=2}^M \exp(Z_{ij})} \quad (4)$$

$$\Pr(Y_i = m) = \frac{\exp(Z_{im})}{1 + \sum_{j=2}^M \exp(Z_{ij})} \quad m = 2, \dots, M \quad (5)$$

Нормаллаш натижасида, эҳтимоллар аниқланади, шундай қилиб (5) тенглама  $M-1$  номаълум эҳтимоллардаги  $M-1$  тенгламалар системасини,  $\Pr(Y_i = 1)$  эса (3) тенглама томонидан қабул қилинган нормаллаштириш орқали аниқланади. (4) ва (5) тенгламалардан  $J=k$  натижаси эҳтимоллиги  $J$  натижасига нисбати логарифми қуйидагича:

<sup>1</sup> Long J., 1997. Regression models for categorical and limited dependent variables. Adv. Quant. Tech. Soc. Sci. 7.

<sup>2</sup> Luce, R.D., 2005. Individual Choice Behavior: A Theoretical Analysis. Courier Dover Publications.

$$\log\left(\frac{\Pr(Y_i=m)}{\Pr(Y_i=k)}\right) = \sum_{r=1}^R (\beta_{mr} - \beta_{kr}) X_{ir} = Z_{im} - Z_{ik} \quad (6)$$

Шундай қилиб, риск нисбати логарифми (яъни,  $m$  натижаси эҳтимоли  $k$  натижаси  $k$  га нисбати ёки  $\log(\text{Prob}(Y_i = m)/\text{Prob}(Y_i = k))$  бошқа танловларга боғлиқ эмас.

Нисбий хатарлар -  $\log(\text{Prob}(Y_i = m)/\text{Prob}(Y_i = k))$  ни экспонент қийматини ҳисобга олган ҳолда осонликча ҳисоблаш мумкин. Агар  $k=1$  бўлса, журналдаги хавф даражаси қуйидагича:

$$\log\left(\frac{\Pr(Y_i=m)}{\Pr(Y_i=k)}\right) = \sum_{r=1}^R \beta_{mr} X_{ir} = Z_{im} \quad (m = 2, \dots, M) \quad (7)$$

ва хавф нисбати:

$$\log\left(\frac{\Pr(Y_i=m)}{\Pr(Y_i=k)}\right) = \exp(\sum_{r=1}^R \beta_{mr} X_{ir}) = \exp(Z_{im}), \quad (m = 2, \dots, M) \quad (8)$$

Хавф коэффиценти (RR) эҳтимоллик нисбати (OR) дан фарқланиши керак, бу ерда натижа эҳтимоли 1 га бўлинади, натижа эҳтимоли нисбати  $J=m$  учун:

$$OR_m = \frac{\Pr(Y_i=m)}{1-\Pr(Y_i=m)} = \frac{\Pr(Y_i=m)}{\Pr(Y_i=1)} \cdot \frac{\Pr(Y_i=1)}{1-\Pr(Y_i=1)} = \frac{RR_m \Pr(Y_i=1)}{1-RR_m \Pr(Y_i=1)} \quad (9)$$

бу ерда  $OR_m$  ва  $RR_m$  - тўқнашув нисбати ва асосий натижага нисбатан  $J=1$  натижаси билан боғлиқ бўлган хавф нисбати  $J=1$

Мақолада моделлаштиришнинг минтақа туризмга қулайликлар яратиш омили мақсадида, уй шароитида ичимлик суви, канализация ва чиқиндиларни тозалаш хизматларидан фойдаланишнинг аниқловчи омиллари таҳлил қилинган. Шундай қилиб, тўртта боғлиқ бўлган ўзгарувчилар ишлатилади ва уларнинг детерминантлари ҳисоблаб чиқилади. Ушбу параметрларнинг номи ва батафсил тавсифи қуйида келтирилган.

Ичимлик сувидан фойдаланиш - маълумотлар базасида ичимлик суви таъминотининг тўртта варианты аниқланган: қувурли сув, ёпиқ қудуқ ва қўл насоси, очик қудуқ ва бошқа сув манбалари (дарё, оқим ва бошқалар) таҳлил қилиш учун ишлатилган. Қувурли сув қулай ва яхшиланган ичимлик суви манбаи бўлиб, ундан кейин қудуқ ва қўл насослари, очик қудуқ ва бошқа ичимлик сувлари камроқ тоза ва ифлос сув манбалари сифатида таснифланади. Бошқа сув манбаи мултиномиал логит моделида асосий тоифалар сифатида ишлатилган.

Ҳожатхонадан фойдаланиш- маълумотлар базасида ҳожатхоналарнинг бешта варианты аниқланади: уйдаги ювиниш ва канализация билан боғланган ҳожатхоналар, уйдаги ювиниш ва септик танкга уланган ҳожатхоналар, уйдаги ҳожатхоналар, аммо ювинишсиз, жамоат ҳожатхоналари (жамоа томонидан ишлатиладиган ҳожатхоналар) ва ҳожатхона йўқ.

Суюқ чиқиндиларни йўқ қилиш хизматларидан фойдаланиш- маълумотлар базасида суюқ чиқиндиларни йўқ қилишнинг тўртта варианты аниқланган: ер ости дренажи, очик дренаж, сувни тўкиш ва дренажлаш. Бизнинг таҳлилимизда биз асосий тоифа сифатида "дренажсиз" усулидан фойдаланамиз.

Қаттиқ чиқиндиларни йўқ қилиш хизматларидан фойдаланиш-маълумотлар базасида суюқ чиқиндиларни йўқ қилишнинг олти варианты аниқланган: юк машиналари билан ахлат йиғиш, шахсий ахлат йиғиш, ташқарига ташланган ахлат, ахлат ёқиб юборилган, компостланган ахлат ва бошқалар.

Маҳаллий хонадонларнинг ичимлик суви, санитария ва чиқиндиларни тозалаш хизматларидан фойдаланишлари ҳақидаги тушунчамизга асосланиб, биз уй хўжаликларининг турли хил ижтимоий-иқтисодий, жуғрофий жойлашуви ва демографик омиллари ва уларнинг қутилаётган белгиларининг таъсирини тахмин қиламиз. Маълумотлар экзоген омилларнинг назарий жиҳатдан тегишли тоифалари учун ишончли шахсларни ҳисоблаш учун ишлатилган тафсилотлар қуйидагилардан иборат.

Демографик ўзгарувчилар - Уй хўжаликлари раҳбарининг ёши йиллар [доимий ўзгарувчан]: уй хўжалигининг яхшиланган ичимлик суви, санитария ва чиқиндиларни йўқ қилишга таъсир кўрсатиши таҳлил қилинади. Оила бошлиғининг жинси [ўзгарувчи ўзгарувчан]: агар оила бошлиғи аёл бўлса, 1 қийматни оладиган жинси (жинси): қутилаётган натижалар уй хизматларининг яхшиланган хизматлардан фойдаланиш имкониятлари билан боғлиқ. Уй ҳажми [доимий ўзгарувчан]: оила аъзолари сони билан ўлчанади. Уй хўжаликларининг яхшиланган хизматлардан фойдаланишига ноаниқ таъсир

кўрсатиши тахмин қилинади.

Вояга етган эркакларнинг ўртача ўқиш даври [доимий ўзгарувчан]: кутилаётган натижалар уй хизматларининг яхшиланишига хизмат қилади. Вояга етган аёлларнинг ўртача ўқиш даври [доимий ўзгарувчан]: яхшиланган хизматлар билан ижобий алоқада бўлиши кутилмоқда.

Бойлик Камбағал уй хўжаликлари [дискрет ўзгарувчан]: агар оиланинг истеъмоли ҳукумат томонидан белгиланган камбағаллик чегарасидан паст бўлса ва 1 га тенг бўлса, камбағаллик учун уятсизлик; кутилаётган натижалар уй хизматларининг яхшиланган хизматлардан фойдаланиш имкониятлари билан боғлиқ. Уй хўжалигига қарашли ер майдони (доимий ўзгарувчан): уй хўжалигига эга бўлган ер майдони; кутилаётган натижалар уй хизматларининг яхшиланган хизматлардан фойдаланиш имкониятлари билан боғлиқ. Чорвачилик моллари [доимий ўзгарувчан]: тропик чорва моллари бирлиги, бу қуйидаги оғирликларга асосланади: Сигирлар 0,7; Эчки ва қўйлар 0,2; паррандалар 0,01; кутилаётган натижалар уй хизматларининг яхшиланган хизматлардан фойдаланиш имкониятлари билан боғлиқ.

Бозоргача бўлган масофа уйдан қишлоққа энг яқин бўлган бозоргача бўлган масофа (дақиқа ичида) [ўзгарувчан ўзгарувчан]: кутилаётган хизматлардан фойдаланиш имкониятига салбий таъсир кўрсатиши кутилмоқда.

Жойлашув экологик камари [дискрет ўзгарувчан параметрлар]: инфратузилмаларни бошқариш, ривожланиш ҳолати ва бошқа ҳар қандай омиллар географик жойлашувга боғлиқ. Ривожланган экологик камарлар (хусусан Ўрта тепалик ва Тоғли минтақага нисбатан), уй хўжалигининг яхшиланган хизматлардан фойдаланишига ижобий муносабатда бўлиши кутилмоқда. Ривожланиш минтақаси [дискрет ўзгарувчилар]: инфратузилма, ривожланиш ҳолати ва жойлашувга боғлиқ бўлган ҳар қандай бошқа омиллар (Шарқий, Марказий, Ғарбий ва Ўрта Ғарб Узоқ Ғарбий минтақага нисбатан). Ривожланган ҳудудлар уйларнинг яхшиланган хизматлардан фойдаланишига ижобий муносабатда бўлишлари кутилмоқда.

Вақт [дискрет ўзгарувчилар]: 2005–2006 йилларга нисбатан 2020–2021 ва 2013–2014 йиллардаги вақт эффектларини бошқариш; кутилаётган натижалар уй хизматларининг яхшиланган хизматлардан фойдаланиш имкониятлари билан боғлиқ.

Инфратузилма ва ривожланиш уй шароитида ичимлик суви, санитария ва чиқиндиларни тозалаш хизматларидан фойдаланишни аниқлашда муҳим рол ўйнайди. Бироқ, маълумотлар тўпламида инфратузилма ўзгарувчилари ҳақида маълумот йўқлиги сабабли биз бозор ва маҳаллий ўзгарувчига масофани, масалан экологик камар (тоғ, тепалик ва терай) ва ривожланиш минтақаси (Шарқий, Марказий, Ғарбий, Ўрта Ғарбий ва Узоқ Ғарбий) дан фойдаландик.

Яъни,  $R_{it}$  минтақадаги иқтисодий ўзгаришларнинг йўналишини акс эттиради ва билвосита ўзгарувчан бўлиб, бу бизга тадбиркорлик хатарлари ва тадбиркорларнинг бизнес юритиш қоидаларига бўлган ишончини баҳолашга имкон беради. Шундай қилиб, ушбу кўрсаткич сиёсий хавфларни белгилайдиган кўрсаткичларни англатади.

Минтақадаги (криминалликни)жиноятчиликни баҳолаш хавфларни оширувчи кўрсаткич сифатида  $Cr_{it}$  ўзгарувчисидир. Тахминларга кўра, минтақада жиноятлар сони қанча кўп бўлса, вазият шунчалик хавфли ва корхоналар кам ташкил этилса, ишчи кучига талаб камаяди.

Инвестицион таваккалчилик индекси  $-I_{rit}$  инвестор фаолияти шартларини баҳолаш кўрсаткичи. Сармоялар ва улардан келадиган даромадларни йўқотиш эҳтимолини тавсифлайди.

**Хулоса ва таклифлар.** Хусусий хатарларнинг ўртача оғирлиги йиғиндиси модели (9) тизимнинг ўзига хос хусусиятларини белгилайди. Хусусан, биз моҳиятни синаб кўрмоқчи бўлган асосий фаразлар:

➤ нисбий рентабеллик ошиши билан иқтисодиётнинг анъанавий секторидан кичик корхоналарнинг янги секторига кўчиш кучаймоқда, яъни, нисбий ишчи кучи билан таъминланганлик даражаси ошиши билан ўсиб бормоқда ( $9\text{ да } (3i > 0 \text{ ва } a_i < 0)$  бўлиши керак;

➤ иш билан таъминлаш минтақадаги маҳаллий меҳнат бозорининг ҳолатига боғлиқ; меҳнатга лаёқатли туризм ва барча турдаги таълим муассасалари битирувчиларини баҳо-

лашда ҳам муҳимдир.

➤ Эндоген ва экзоген ўзгарувчиларни ажратиш учун бир вақтнинг ўзида тенгламалар тизимининг параметрлари.

**Эндоген** - қиймати модель ичида аниқланадиган ўзгарувчидир.

**Экзоген** - қиймати моделдан ташқарида аниқланадиган ўзгарувчидир, чунки таснифлаш муҳимдир, чунки баҳолаш усуллари ҳар бир тенгламада хато билан таққосланмаган, модель иккита ўзгарувчидан иборат:  $Dzu$  ва  $Odu$ ,

Қолган регрессорлар экзоген ўзгарувчилардир. Хусусан, маълум бир таълим даражасини танлашни эндоген ёки экзоген ўзгарувчан деб ҳисоблаш мумкинлиги тўғрисида қарор қабул қилишда, агар бозор иқтисодиёти учун ушбу ўзгарувчини эндоген деб ҳисоблаш мумкинлигини танлаш керак. Таълим муассасасини кейинчалик тадбиркорлик билан шуғулланиш мақсадида атайлаб амалга ошириш мумкин), кейин ўтиш даври шароитида таълимни танлаш экзоген ўзгарувчидир. Таълим муассасасини танлашда, шахс ўз-ўзини иш билан таъминлаш имкониятини қабул қила олмайди.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2020-yil 24-yanvardagi Parlamentga Murojaatnomasi. lex.uz
2. “Ilm, ma'rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili” Davlat Dasturi. lex.uz
3. Болтабоев М.Р., Тухлиев И.С., Сафаров Б.Ш., Абдухамидов С.А. Туризм: назария ва амалиёт.-Т.: "Баркамол фойз медиа" нашриёти 2018 й.70-6.
4. Porter, M. E. Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 76(6), 77-90, 1998.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Харакатлар стратегияси тўғрисида»ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон Фармони. Ўзбекистон Республикасининг қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 йил, 6-сон, 70-модда.
6. Рузметов Ш., Саидов О., Бахтияров Ш. Развитие смежных отраслей и вспомогательных производств региона на базе местного предпринимательства. "Орол бўйи зонасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг иқтисодий экологик муаммолари" мавзусидаги Халқаро илмий-амалий анжуман материаллари. Нукус, 2015 йил 6-7 май.
7. Эгамов Б., Бахтияров Ш. Минтақада машинасозлик ва енгил саноат корхоналарида аутсорсинг хизматларини ташкил этиш. Республиканская научно-методическая конференция молодых учёных. ТерДУ 31 марта-1 апреля 2017 г 1-часть Термиз 2017.
8. Худайбергенов Ж., Бахтияров Ш. Минтақа қурилиш индустриясида иқтисодий самарали ва экологик омишлардан фойдаланиш имкониятлари. Республиканская научно-методическая конференция молодых учёных. ТерДУ 31 марта-1 апреля 2017 г 1-часть Термиз 2017.
9. Hukumat portal - [www.gov.uz](http://www.gov.uz)
10. O‘zbekiston Havo Yo‘llari" Milliy Aviakompaniyasi - [www.uzairways.com](http://www.uzairways.com)
11. O‘zbekiston Respublikasi Tashqi Ishlar Vazirligi - [www.mfa.uz/eng](http://www.mfa.uz/eng)
12. O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va sport ishlari Vazirligi – [www.madaniyat.sport.uz](http://www.madaniyat.sport.uz)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>И.Абдуллаев, Ш.Мухитдинов</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Модель относительного спроса и предложения сегмента управления промышленными предприятиями в региональном туризме</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной статье разработана модель относительного спроса-предложения сегмента управления отраслевых предприятий регионального туризма. Представлена структура модели относительного спроса-предложения интегрированного сегмента управления предприятиями сферы услуг в сфере туризма как системы уравнений и комментариев к типовым моделям спроса и предложения.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> модель спроса-предложения, сетевая логистическая модель, временные дискретные переменные, эндогенные, экзогенные, сегмент управления предприятием, сфера туризма, предприятия сферы услуг.</p> | <p style="text-align: center;"><b>I.Abdullaev, Sh.Mukhitdinov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Model of relative supply and demand of the management segment of industrial enterprises in regional tourism</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article has developed a relative supply-demand model for the management segment of regional tourism industry enterprises. The structure of the relative supply-demand model of the integrated segment of the management of tourism service enterprises as a system of equations and comments to typical models of supply and demand is presented.</p> <p><b>Keywords:</b> demand-supply model, network logistics model, time discrete variables, endogenous, exogenous, enterprise management segment, tourism sector, service enterprises.</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Dilmurod Abdullayevich Nasimov** – O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi professori, i.f.d.,  
**Mohinur Ravshanbekovna Maxmudova** – Samarqand davlat universiteti dotsent v.b., PhD

## TURIZM SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI

**Annotatsiya:** ushbu maqolada respublikamizda turistik xizmatlar bozorini rivojlantirish, uning tashqi va ichki bozorlarda raqobatbardoshligi va aholining farovon yashash darajasini yanada oshirish bo‘yicha ijtimoiy va iqtisodiy salohiyatni ko‘paytirish va takomillashtirish shuningdek turizm industriyasini rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari tadqiq etilgan.

**Tayanch so‘zlar:** turistik xizmatlar bozori, turizm industriyasi va infratuzilmasi, turizm marketingi, turistik maxsulotlar, xalqaro turizm.

**Kirish.** Bugungi kunda respublikamizda turistik korxonalarining samarali rivojlanishi, ularning xizmat ko‘rsatish intensivligi va samaradorligini oshirishni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashga alohida ahamiyat berilmoqda. Turizm sohasiga taaluqli xizmatlar bozori har qanday davlatning milliy iqtisodiyotini rivojlanish modeliga bog‘liq holda rivojlanadi hamda ushbu modelning asosiy qismini tashkil etadi. Har qanday mamlakatning iqtisodiy rivojlanishida o‘z milliy modeli bo‘lgani kabi, O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasi bugungi kunda milliy rivojlanish xususiyatlari respublika turizm industriyasi va infratuzilmasining shakllanishida muhim ahamiyatga ega. Mamlakatimizdagi tarixiy va madaniy meros obyektlar, milliy azaliy qadriyatlarini qayta tiklash, mamlakatimizning boy ma‘naviy va tabiiy-geografik imkoniyatlaridan samarali foydalanish turizm sohasining milliy rivojlanish modelini shakllantirishga ijobiy ta‘sir ko‘rsatmoqda.

Turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan islohotlarning asosiy maqsadi respublikaning turistik xizmatlar bozorini rivojlantirish, uning tashqi va ichki bozorlarda raqobatbardoshligi va aholining farovon yashash darajasini yanada oshirish bo‘yicha ijtimoiy va iqtisodiy salohiyatni ko‘paytirish va takomillashtirishdan iboratdir. Ushbu maqsadga erishishda turizm industriyasini rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlarini aniqlab olish alohida ahamiyat kasb etadi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili:** Ushbu mavzuda iqtisodchi olimlardan M.Q.Pardayev, A.A.Eshtayev, N.Tuxliyev, A.N.Norchayev, O.M.Xamidov, I.S.Tuxliyev, M.R.Boltaboyev, M.T.Alimova, B.Sh.Safarov, Ye.V.Golisheva va boshqalarning tadqiqotlari hamda ilmiy asarlarida turizmga oid muhim, xususan, ushbu sohani tartibga solish masalalari yoritib berilgan.

Shu bilan birga, ijtimoiy-iqtisodiy va tabiiy beqarorlik sharoitida turizm va rekreatsion faoliyatni rivojlantirishning zamonaviy holati bilan bog‘liq ba‘zi masalalar, zamonaviy muammolar yangi tadqiqotlarni talab qiladi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Turizm va rekreatsiya sohasini tashkil etish va faoliyati bilan bog‘liq umumiy masalalar ko‘plab olimlarning ishlarida ko‘rib chiqilgan, tadqiq qilingan. Shuningdek, tadqiqot ishida tizimli yondashuv, abstrakt-mantiqiy fikrlash, taqqoslama tahlil, guruhlash kabi usullardan foydalanilgan.

**Tahlil va natijalar:** Bugungi kunda mamlakatimiz turizm sohasini o‘sib taraqqiy etishini yanada rivojlantirishning muhim jihatlaridan biri – kuchli raqobat muhitida xalqaro turizm bozoriga integratsiyalashish, raqobatbardosh turistik mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarish, sohada marketing tadqiqotlarini samarali yo‘lga qo‘yish hamda turizm industriyasi va infratuzilmasini rivojlantirish hisoblanadi. Marketing tadqiqotlarini amalga oshirish sayyohlarning talabi va ehtiyojlarini to‘liq qondirishga yo‘naltirilgan turistik mahsulotlarni ishlab chiqarish va realizatsiya qilishni nazarda tutadi. Turizm marketingi xalqaro darajada sohaning quyidagi o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olinishini zarurat etadi:

□ xalqaro turizm sohasida bir-birini o‘rni to‘ldiruvchi raqobatdosh mahsulotlarning keragidan ortiq ko‘pligi va xilma-xil ekanligi;

□ aholining daromadlari va turmahsulotlar bahosi o‘zgarishining talab va taklif miqdoriga bevosita ta‘sir ko‘rsatishi;

□ turistik xizmatlar bozoridagi talabga noiqtisodiy omillarning yuqori darajada kuchli ta‘sirga ega ekanligi;

□ turistik mahsulotlar va xizmatlarga talabning mavsumiy tavsifga egaligi va boshqalar.

Turizm industriyasi rivoji, avvalambor, marketing tadqiqotlariga bogʻliqdir. Marketing tadqiqotlari asosida drayver yoʻnalishlarini belgilab olib ushbu yoʻnalishlarni raqobat ustunliklarini rivojlantirish talab etiladi. Marketing faoliyati natijasida milliy turistik brendni xorijiy davlatlarda targʻib qilish, milliy qadriyatlarni namoyish etish va qiziqarli tabiiy va madaniy merosni namoyon etish koʻzda tutiladi.

Shuning uchun, bir tomondan, huquqiy-meʼyoriy, statistik, oʻquv-uslubiy, dasturlar, reklama-axborot hamda tijorat tavsifidagi maʼlumotlarni oʻz ichiga qamrab oluvchi turizm sohasini rivojlantirishning axborot bazasini shakllantirish, ikkinchi tomondan, mamlakatimizda turistik jozibador hisoblangan mintqa sifatida tashviqot-targʻibot ishlarini olib borish, jahon turizm bozorida mamlakatning turistik jozibadorligi boʻyicha obroʻsini oshirishga yoʻnaltirilgan samarali reklama kompaniyalarini realizatsiya qilish talab qilinadi. Reklama kompaniyasini amalga oshirish turli xil xorijiy tillarda respublikamiz haqida reklama materiallarini kengroq targʻib qilish ishlarini tashkil etish, Sharqning sirli afsonalari haqida maxsus maʼlumot manbalari va sharqona milliy ruhda tayyorlashni va keng koʻlamda chop ettirish lozim.

Turli xorijiy tillarda Vatanimiz toʻgʻrisidagi maʼlumotlarni oʻz ichiga olgan maxsus Internet portali tashkil etish ham mamlakatimiz turistik salohiyati toʻgʻrisidagi axborotlarni tarqatishga muayyan darajada ijobiy taʼsirga ega boʻladi. Uning muhim jihati mustaqil maʼlumotlarni yangilab boruvchi turizmning mintaqaviy tashkilotlarini sahifalari keltirilishi zarur.

Tahlillar natijasiga koʻra respublikamizda turizm sohasini rivojlantirishning ustuvor yoʻnalishlari sifatida quyidagilar belgilanishi lozim:

- ☐ turizm rivojiga toʻsiq boʻluvchi omillarni aniqlash;
- ☐ turistik korxonalar rivoji uchun shart-sharoitlarni yaratish;
- ☐ respublikamiz buyuk tarixi va joylashuvidan kelib chiqib, ziyorat turizmi sport va sogʻlomlashtirish turizmi, agroturizm, oilaviy turizmni keng miqyosda rivojlantirish;
- ☐ turizm sohasiga xorijiy va mahalliy investitsiyalarni jalb etishni ragʻbatlantirish;
- ☐ raqobatbardosh turistik mahsulotlarni yaratish, hududlar imkoniyatlaridan kelib chiqib mavjud salohiyatdan yuqori foydalangan holda yangi turistik yoʻnalishlarni koʻpaytirish, shu bilan birga ularni xalqaro turizm bozorlari bilan integratsiyalashuvini amalga oshirish;
- ☐ turizm sohasiga malakali, tajribali mutaxassislar tayyorlashni tizimli takomillashtirish;
- ☐ mamlakatimiz turistik korxonalarini xalqaro turizm tashkilotlar bilan integratsiyasini hamkorligini takomillashtirish, turizm sohasiga chet el investitsiyalari va xalqaro kreditlarni koʻproq jalb qilish;
- ☐ rivojlangan xorijiy mamlakatlarda oʻzbek milliy turistik mahsulotlari taqdimotini kengroq koʻlamda oʻtkazib borish va xalqaro yarmarkalarda muntazam ishtirok etish;
- ☐ madaniy sayrlar va milliy tomoshalar boʻyicha zamonaviy talablarga mos industriyani yaratish;
- ☐ aeroportlar, temiryoʻl vokzallari, avtobuslar va jamoat transporti turargohlarida xalqaro terminallar tashkil etish, turistlarni qabul qilish markazlarida AKTlarini zamonaviy koʻrinishda yaratish.

Bizning fikrimizcha, tadbirkorlar, hokimiyat va mahalliy jamoatchilik oʻrtasida mavjud oʻzaro munosabatlar tahliliga koʻra, ushbu munosabatlarni takomillashtirish boʻyicha quyidagi chora-tadbirlarni taklif etish mumkin:

1) turizm bilan shugʻullanuvchi tadbirkorlarga motivatsiya berish hamda ijtimoiy sherikchilik tizimidan kelib chiqib, davlat mahalliy va hududiy boshqaruv organlari bilan oʻzaro hamkorlikni amalga oshirish.

2) yirik biznesning ijtimoiy manfaatlari matritsasiga muvofiq, hududlarda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlar guruhlarini manfaatlarini hisobga olish va kichik biznes vakillarini ham jalb qilish yoʻllarini topish;

3) biznes (mulkdorlar, menejerlar), hokimiyat (mahalliy hokimiyat, boshqarmalar) va ijtimoiy tuzilmalar oʻrtasida teng sheriklikni saqlash.

4) davlat, turizm va rekreatsion tadbirkorlik oʻrtasidagi oʻzaro munosabatlar konsepsiyasini ishlab chiqish.

Har bir alohida holatda, har bir hududda hokimiyat va biznes tuzilmalarining oʻzaro taʼsiri hokimiyatlar va mahalliy jamoatchilik holati va imkoniyatlariga bogʻliq boʻlib, individual

yondashuvni talab qiladi. Muayyan hududda biznes va hukumat oʻrtasidagi munosabatlarning «namunaviy loyihalari», shu jumladan sanab oʻtilgan va baʼzi hokimiyatlarda muvaffaqiyatli amalga oshirilgan chora-tadbirlar, keyinchalik boshqalarda qoʻllanilishi mumkin. Hududiy rivojlanish amaliyotida davlat organlari va biznes tuzilmalari oʻrtasidagi munosabatlarning eng yaxshi modellaridan foydalanish kompaniyalarning biznes strategiyasi bilan butun mamlakat boʻylab hukumat subyektlari va mahalliy jamoatchilikning manfaatlari oʻrtasida muvozanatga erishishga, ijobiy oʻzgarishlar potensialini oshirishga imkon beradi.

Respublika darajasida umumiy ustuvorliklar va parametrlar belgilanadi, barcha hukumat vakolatlari doirasidagi vositalar nazarda tutiladi va realizatsiya qilinadi. Hududiy darajada ustuvorliklar belgilangan parametrlar va mahalliy xususiyatlarga muvofiq tanlanadi. Biznesni ijtimoiy muammolarini hal qilish va hudud subyektlarining strategik ustuvorliklariga erishishga jalb qilish uchun mahalliy hokimiyat organlarining vositalari va tashabbuslari ishlab chiqilishi zarur.

**Xulosa va takliflar.** Amaliy nuqtayi nazardan, hokimiyat va xoʻjalik yurituvchi subyektlar oʻrtasida oʻzaro samarali munosabatlarni rivojlantirishning muhim sharti – barcha tomonlarni aniq belgilangan manfaatlarining mavjudligi. Davlat tomonidan turizm sohasiga boʻlgan qiziqishi, turistik va rekreatsion tadbirkorlikni rivojlantirishda yaqqol namoyon boʻladi. Turizm sohasining rivoji davlat uchun ham katta ahamiyatga egadir, chunki, milliy turizmning rivojlanishi quyidagi natijalarga olib keladi:

- ish bilan bandlar soni oshishiga olib keladi;
- yalpi hududiy mahsulot ortishiga va unda turizmning ulushi oshishiga olib keladi.

Bundan tashqari, hududning koʻrinishi rivojlanishiga, transport tizimi yaxshilanishiga, aholining turmush darajasi oshishi va boshqalarga olib keladi. Hokimiyat yodgorliklarni tiklash, muzeylar va istirohat bogʻlarini ochish, sayyohlarni jalb qilish maqsadida dasturlarni ishlab chiqishi zarur. Turizm uchun oʻsish nuqtalari boʻlgan joylar, agar ular hukumat tomonidan ilmiy rejalashtirilgan boʻlishi kerak boʻlgan sohaning barqaror rivojlanish tamoyillariga amal qilsalar, katta foyda olishlari mumkin.

Tadbirkorlik subyektlarining hokimiyat bilan oʻzaro munosabatlariga boʻlgan qiziqishi anʼanaviy ravishda davlatga tegishli boʻlgan sohalardagi loyihalarga kirish, toʻgʻridan-toʻgʻri davlat tomonidan qoʻllab-quvvatlash, davlat kafolati ostida uzoq muddatli investitsiyalarni kiritish, loyiha xavfini davlat bilan taqsimlashda namoyon boʻladi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati:

1. Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida) // I.f.d. diss. – Samarqand: SamISI, 2017.
2. Boltaboyev M.R., Tuxliyev I.S., Safarov B.Sh., Abduxamidov S.A. Turizm: nazariya va amaliyot. – T.: «Barkamol fayz media» nashriyoti, 2018-yil, – 412 b.
3. Muxammedov M.M. va boshqalar. Xizmat koʻrsatish sohasi va turizmni rivojlantirishning nazariy asoslari. // Monografiya. «Zarafshon» nashriyoti. 2017. – 300 b.
4. Safarov B.Sh. Milliy turizm bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari // Monografiya – T.: Fan va texnologiya, 2016. – 184.
5. Maxmudova M.R. Turizm sohasida davlat siyosatini amalga oshirishning ustuvor yoʻnalish, vositalari va usullari. «Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar» jurnali // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar (ilmiy elektron jurnal). – Toshkent, №3, 2021. 398-b

| <p>Д.Насимов, М.Махмудова</p> <p><b>Основные направления устойчивого развития туризма</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>D.Nasimov, M.Makhmudova</p> <p><b>Main directions of sustainable development of tourism</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье рассматриваются развитие рынка туристских услуг в нашей республике, его конкурентоспособность на внешнем и внутреннем рынках, повышение и совершенствование социально-экономического потенциала, а также основные направления развития туристической отрасли.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> рынок туристических услуг, индустрия и инфраструктура туризма, туристический маркетинг, туристический продукт, международный туризм.</p> | <p><b>Abstract:</b> This article discusses the development of the tourism services market in our republic, its competitiveness in the foreign and domestic markets, the increase and improvement of the socio-economic potential, as well as the main directions for the development of the tourism industry.</p> <p><b>Keywords:</b> tourism services market, tourism industry and infrastructure, tourism marketing, tourism product, international tourism.</p> |

**Ruxshona Shavkatovna Rofeyeva** – «Ipak yo‘li» turizm va madaniy meros xalqaro universiteti tayanch doktoranti.

## SAMARQAND SHAHRI TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHDA YASHIL ZONALAR VA BOG‘LARNING O‘RNI

**Annotatsiya:** Ushbu tadqiqot turizm bilan bog‘liq maqsadlar uchun infratuzilmani rivojlantirishning asosiy omillaridan biri sifatida yashil zonalar va bog‘larni ko‘rib chiqishga qaratilgan. Tadqiqot natijalari turizmni rivojlantirishda yashil zonalarining qanday aloqasi borligini tushunishga yordam beradi. Ushbu maqolada nafaqat bunday zonalarining holati o‘rganilgan, balki ularni sayyohlar uchun qiziqarli maskanga aylantirish bo‘yicha qator takliflar ilgari surilgan.

**Kalit so‘zlar:** yashil zonalar, bog‘lar, infratuzilma, infratuzilmani rivojlantirish, turizm destinatsiyasi, shahar turizmi.

**Kirish:** So‘nggi yillarda Samarqand shahar infratuzilmasida juda ko‘p o‘zgarishlar sodir bo‘lgan. Istirohat bog‘lari, xiyobonlar kabi go‘zal joylar obodonlashtirilib kelmoqda. Ushbu yashil zonalarining ba‘zilari bolalar uchun attraksionlar, sport maydonchalari va boshqalarni o‘z ichiga oladi. «Ekologik», «yashil» va «barqaror shahar» tushunchalari Samarqandni sayyohlik shahri sifatida rivojlantirish strategiyasida muhim ahamiyatga ega.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev tashabbusi bilan 2022-yil 1-martdan boshlab O‘zbekistonning barcha hududlarida “Yashil makon” loyihasi amalga oshirilmoqda<sup>1</sup>. Samarqand EBRDning 3 milliard yevrolik “Yashil shaharlar” dasturiga qo‘shilgan O‘zbekistondagi birinchi shahar bo‘ldi.<sup>2</sup> Endi shahar barqarorlikni rejalashtirishni yaxshilashi va atrof-muhit muammolarini hal qilish uchun moslashtirilgan ko‘kalamzorlashtirish dasturini ishlab chiqishi kerak, deyiladi anglashuv memorandumida. Bu qadam, EBRDning ekspertlarining fikricha, O‘zbekistonni 2050-yilgacha uglerod neytralligiga erishishga yaqinlashtirdi.

Ushbu tadqiqotning muhim jihatlari yashil maydonlar va bog‘larning dam olish, estetik va turistik funksiyalaridir. Turistik funksiya, o‘z navbatida, dam olish va joyning estetikasini o‘z ichiga oladi. Bu ko‘plab sayyohlar bunday joylarga tashrif buyurishga moyil bo‘lgan omillardir.

Park va bog‘lar turistik diqqatga sazovor joylar bo‘lishi mumkin, agar ular turistik qo‘llanmalar va xaritalarda ishlab chiqilsa va targ‘ib qilinsa, bu joylar mehmonlarga ko‘rinadi. Parklar va yashil zonalar nafaqat xalqaro mehmonlar, balki mahalliy sayyohlar uchun ham mo‘ljallangan bo‘lishi kerak. Dam olish bog‘lari nafaqat tashrif buyuruvchilar uchun ko‘kalamzorlashtirish bo‘limini o‘z ichiga oladi, balki passiv dam olish bo‘limi (odamlar o‘tirish va dam olish uchun o‘rindiqlari bo‘lgan joy), kattalar ko‘ngilochar bo‘limi, bolalar maydonchasi, sport maydonchalari va boshqalarni o‘z ichiga olishi mumkin. Bu rekreatsion faoliyatni diversifikatsiya qilishini va tashrifni yanada qiziqarli qilishini ta’kidlaydi. Aynan shu masala ishning ham dolzarbligini belgilaydi.



**1-rasm. Samarqandning shimoliy qismidagi yashil zonaning bosh rejasi.**

<sup>1</sup> O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik Palatasi Kengashining Qarori, 25.11.2021 yildagi 1563-IV-son "Mamlakatimizda "yashil makon" umummilliy loyihasi doirasida belgilangan vazifalar ijrosi ustidan samarali parlament nazoratini olib borishga doir chora-tadbirlar to‘g‘risida"

<sup>2</sup> O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi. "Samarqand O‘zbekistonda YeTTBning "Yashil shaharlar" dasturiga qo‘shilgan birinchi shaharga aylandi". 2023-yil.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili:** Hozirgi vaqtda ekoturizm destinatsiyasining ommabopligi va milliy bog‘lar infratuzilmasining rivojlanishi tufayli ushbu obyektlarning turizm uchun ahamiyati muttasil ortib bormoqda. Ko‘pgina tadqiqotchilar - V. V. Xrabovchenko,<sup>1</sup> N. M. Zabelina,<sup>2</sup> va boshqalar turizm industriyasini yanada rivojlantirishda milliy bog‘larga katta ahamiyat berishadi. M. Proxorov "park" atamasini tabiiy yoki maxsus ekilgan o‘simliklar, jihozlangan yo‘llar, xiyobonlar, suv omborlari bo‘lgan yer uchastkasi sifatida belgilaydi.<sup>3</sup>

Odamlarning to‘xtovsiz oqimi salbiy ta‘sir ko‘rsatadi va shahar joylarini gavjum hududlarga aylantiradi. Professor Sesil Konijnendijk<sup>4</sup> shahar va qishloqlardagi tabiat va yashil maydonlarning rolini tushunish uchun tadqiqot olib bordi. Natijada, tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, tabiat muhim joyga ega va u odamlar atrofida bo‘lishi kerak ekanligini aniqladi. Yashil joylar zamonaviy shahar yoki qishloqni rejalashtirish tuzilmasining bir qismidir. Ular turli xil sanitariya-gigiyena va dekorativ-rejalashtirish funksiyalarini bajaradilar. Yashil maydonlarning sanitariya-gigiyenik funksiyalariga quyidagilar kiradi: havodagi chang miqdorini kamaytirish va undagi zararli kimyoviy moddalar miqdorini kamaytirish (yashil massivdagi ifloslangan oqim tezligining sekinlashishi va chang yuzasiga tushishi tufayli); hudud va binolarning mikroiklimini yaxshilash (shamol tezligi va yo‘nalishining o‘zgarishi, namlikning oshishi va quyosh nurlanishining kuchlanishining pasayishi); havoni kislorod va fitotsid ta‘siri bilan boyitish; shovqindan himoya qilish. Yashil maydonlarning dekorativ va rejalashtirish funksiyalari yaxshi dam olishni tashkil etishga, kayfiyatni yaxshilashga va insonning hayotiylikini oshirishga hissa qo‘shadigan turar-joy binolarining jozibadorligi va rang-barang landschaftlarini yaratish uchun ishlatiladi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, guruhlash, induksiya-deduksiya, so‘rov, kuzatish, statistik usullardan foydalanilgan.

**Tahlil va natijalar:** Tadqiqot davomida aniqlangan umumiy muammolardan iborat:

- Samarqand shahridagi istirohat bog‘lari va yashil zonalarida turistik infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi;
- Samarqandning asosiy sayyohlik yo‘nalishlaridan tashqarida bog‘lar va yashil zonalarining yo‘qligi;
- Salbiy taassurot qoldiradigan kam sonli parklar va yashil zonalar;
- Yashil zonalar va bog‘larning rivojlanmaganligi;
- Parklar va yashil zonalarining cheklangan soni.

Yig‘ilgan ma‘lumotlarni guruhlashda uchta asosiy mavzu paydo bo‘ldi va ular quyidagicha belgilandi: (1) Samarqand shahridagi turizm infratuzilmasi holati, (2) Samarqand shahridagi bog‘lar va yashil zonalarining yashillik darajasi, (3) Samarqand shahrining istirohat bog‘lari va yashil zonalarining rivojlanish darajasi.

**Samarqand shahridagi turizm infratuzilmasining holati.** Hududning turistik infratuzilmasida Sovet Ittifoqi davrida asos solingan. Bugungi kunda sayyohlarga tez tibbiy yordam ko‘rsatish, maishiy xizmat ko‘rsatish, isitish, elektr va telefon aloqalar sharoitlari talab darajasida emas.

**Samarqand shahridagi bog‘lar va yashil zonalarining yashillik darajasi.** Aksariyat aholi gavjum hududlardagi ekologik muammolar sharoitida shaharlarning yashil maydonlari inson salomatligini yaxshilash, atrof-muhitning qulayligi va estetik fazilatlarini oshirishning samarali omillaridan biridir. Yashil joylar insonga hissiy va ruhiy ta‘sir ko‘rsatadi. Tabiiy landschaft - tabiiy yoki sun‘iy - kuchni tiklashga, kasallik, charchoq va toza havoga yetarli darajada ta‘sir qilmaslik tufayli buzilgan tana va atrof-muhit o‘rtasidagi harakatchan muvozanatni tiklashga faol hissa qo‘shadi. Shaharning yashil zonalarini yangi ko‘chatlar ekilgan maydonlardir. Asosan, bu soyali joylar bo‘lmagan yangi bog‘lar. Shaharning eski bog‘lari rang-barangligi va massivligi bilan ajralib turadi. Shaharning tarixiy qismi shaharning asosiy yashil halqasiga kiritilmagan, bu yozda

<sup>1</sup> Храбовченко В.В. "Экологический Туризм". Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2003. 208 с

<sup>2</sup> Забелина Н.М. "Национальный парк". Издательство: Мысль. 1987

<sup>3</sup> Prokhorov., M., (1978). Great Soviet Encyclopedia. Moscow

<sup>4</sup> Cecil C. Konijnendijk. Nature-Based Solutions for More Sustainable Cities – A Framework Approach for Planning and Evaluation ISBN: 978-1-80043-637-4,

yurishni noqulay qiladi.

**Samarqand shahrining istirohat bog‘lari va yashil zonalarining rivojlanish darajasi.**

Suhbat natijalari shuni ko‘rsatdiki, yashil zonalar va bog‘lar zamonaviy standartlarga mos kelmaydi. Ishtirokchilar asosan salbiy fikr bildirishgan. Ularning fikricha, yashil zonalarining asosiy muammosi rivojlanmaganligi bilan bog‘liq. Yangi tashkil etilgan yashil maydonlar va bog‘larda muammolar aniqlangan:

- O‘tirish joylar yetishmasligi
- Nopok jamoat joylari;
- Axlal qutillarining yetishmasligi;
- Yetarlicha yashil emasligi;
- Soyali joylar yo‘qligi;
- Parklarda cheklangan diqqatga sazovor joylar;
- Parklarda maxsus zonalar (bolalar, sport, istirohat bog‘i) mavjud emasligi.

Parkga kelganda, odam shahar chegaralarini tark etmaydi, lekin ayni paytda u tabiat qo‘ynida topadi, psixo-emotsional yukni boshdan kechiradi, asabiylashishni yo‘qotadi. Biologik resurslardan notijorat maqsadlarda foydalangan holda rekreatsiyani boshqarish, bir tomondan, odamlarning tabiiy muhit bilan munosabatlarini tartibga solish, dam oluvchilarning dam olishlari va ekologik manfaatlarini ro‘yobga chiqarish uchun to‘liq shart-sharoitlarni yaratishi kerak, ikkinchi tomondan, ularni tartibga solish orqali atrof-muhitga ta‘sirini kamaytirish kerak. Milliy bog‘larni yaratish tarixini o‘rganishda jahon tajribasiga ega bo‘lgan holda, bugungi kunda bunday obyektni ochishning uchta tendensiyasini qayd etishimiz mumkin:

1. Turizm va dam olish uchun maxsus milliy bog‘ yaratish. Shunday qilib, mamlakatlarda qo‘riqlanadigan hududlarni yaratish uchun asos solish mumkin.

2. Turistik marshrutlar o‘tgan hududda milliy bog‘ maqomini yoyish.

3. Qo‘riqlanadigan hududni faqat ilmiy va ekologik maqsadlar uchun tashkil etish va keyinchalik tashrif buyuruvchilarni qabul qilish uchun uni milliy bog‘ hududi bilan o‘rab olish.

Bunda turizmning alohida turi – ekoturizmni rivojlantirish mumkin. "Ekoturizm" tushunchasi milliy bog‘larda turizmni rivojlantirish bilan bog‘liq bo‘lib, uning talqinida ko‘plab tasniflar mavjud. Milliy ta‘qiqodchimiz A.M Mirzayev quyidagi tasnifni bergan “Ekologik turizm yoki ekoturizm tabiat muhitiga nisbatan mas‘uliyat bilan sayohat qilishga, hududlarning tabiatiga ziyon yetkazmagan holda o‘rganish hamda betakror, go‘zal joylaridan zavq olish maqsadida tabiatni muhofaza qilishga ko‘maklashadi, atrof-muhitga —yumshoq ta‘sir etadi, mahalliy aholining ijtimoiy-iqtisodiy sharoitini faollashtiradi va shu faoliyatdan ularning imtiyozlar olishini ta‘minlaydi»<sup>1</sup>

Ekoturizm turlar turli maqsadlarga ega bo‘lishi mumkin:

-ekologik ta‘lim bilan birgalikda tabiatni kuzatish va o‘rganish bo‘yicha sayohatlar. Misol uchun, qushlarni kuzatish sayohatlari AQSh va Kanadada juda mashhur. Milliy bog‘larda sayyohlar uchun yovvoyi qushlar va hayvonlarni tabiiy muhitda uzoq vaqt kuzatish va o‘rganish imkonini beruvchi maxsus jihozlar bilan jihozlangan tomosha maydonchalari;

-hissiy va estetik maqsadlarda tabiat bilan o‘ralgan dam olish sayohatlari. Bular eng keng tarqalgan eko-sayohat turlari bo‘lib, ular orasida eng ommaboplari mustaqil ravishda va gid bilan o‘tkaziladigan ushbu maqsad uchun maxsus ajratilgan bog‘ning eko-yo‘llari bo‘ylab piyoda sayohatlardir;

- sport va sarguzashtli sayohatlar. Ular eng mashhur sarguzashtli ekoturlar bo‘lib, daryolarda uchish (kanoe, baydarka yoki raftingning boshqa usullari), otda sayr qilish, issiq havo shari, mikrolayner va milliy bog‘ bo‘ylab vertolyotda uchish, kvadrosikl kabilarni o‘z ichiga oladi.

Turizm va mehmondo‘stlik sohasidagi innovatsiyalarning asosiy yo‘nalishlari quyidagilardir:

- Restoranlar, mehmonxonalar, transport va hokazolarda yangi xizmatlar va yangi turdagi turistik mahsulotlar ishlab chiqarish;

<sup>1</sup> Mirzayev M.A. «Turizm asoslari». Ma‘ruzalar matni. –T.: 2005.

- An’anaviy mahsulotlarni ishlab chiqarish yoki taklif qilishda yangi texnika va texnologiyalardan foydalanish kerak;
- ilgari foydalanilmagan yangi turistik resurslardan foydalanish;
- an’anaviy turistik, restoran mahsuloti, mehmonxona xizmatlari va boshqalarni ishlab chiqarish va iste’mol qilishni tashkil etishdagi o’zgarishlar;
- yangi marketing,
- yangi menejment;
- mahsulotlarning yangi bozorlarini aniqlash va ulardan foydalanish (mehmonxona va restoran tarmoqlari).

**Xulosa va takliflar.** Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, shunday xulosa qilish mumkinki- sayyohlik infratuzilmasini rivojlantirish uchun bog’lar va yashil hududlar muhim ahamiyatga ega. Katta shaharlar aholisi tabiatga yaqinroq bo’lib, sayohat qilish joyini tanlashda ushbu omilga e’tibor berishadi. Barqaror ekologik rivojlanishga ega shaharning mashhur yo’nalishlari orasida aynan yashil infratuzilmaga g’amxo’rlik qiladigan va rivojlantiradigan mintaqalar va mamlakatlar ustunlik qiladi. Jahon amaliyotida yashil hududlarni maxsus dam olish maskanlariga aylantirish mumkinligini ko’rsatdi. Bog’lar infratuzilmasi to’g’ri rivojlansa, ular shaharning diqqatga sazovor joyiga aylanishi va bozorda taklif etilayotgan turistik mahsulotni diversifikatsiya qilishi mumkin. Samarqand shahridagi istirohat bog’lari va yashil maydonlar holatini tahlil qilib, quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

1. Infratuzilmani rivojlantirish:
  - ko’proq zamonaviy skameykalarni o’rnatish;
  - jamoat joylarini yangilash va onalar uchun xonalar qo’shish;
  - chiqindilar qutisini qog’oz, shisha va metal bo’limiga bo’lib ko’proq qutilarni bog’lar va boshqa yashil zonalar atrofida o’rnatish;
  - maxsus usti yopiq ayvonlarni o’rnatish.
2. Yashil hududlarning flora va faunasini xilma-xil qilish:
  - Ko’proq turli xil daraxt va butalar ekish
  - Parklarda sun’iy ravishda qushlar, kemiruvchilar ko’paytirish;
  - Qushlar (to’tiqushlar, tovuqlar, kaptarlar) va boshqa hayvonlarga ega maxsus bo’lim barpo etish.
3. Yashil hududlarda o’yin-kulgi dasturini qo’shish:
  - Maxsus festivallar, ko’rgazmalar va boshqa tadbirlarni o’tkazish;
  - Maxsus kechalar tashkil etish (shoiralar, raqslar, qo’shiqlar kechasi)

Taklif etilayotgan o’zgartirishlar Samarqand shahridagi istirohat bog’lari va yashil hududlarini nafaqat sayyohlar, balki shahar aholisi uchun ham jozibador qilish imkonini beradi. Bu esa, o’z navbatida, aholi daromadlarining oshishi, qo’shimcha ish o’rinlari yaratilishi, shuningdek, shaharning sayyohlik markazi sifatidagi nufuzini oshirish imkonini beradi.

#### Foydalangan adabiyotlar ro’yxati:

1. O’zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik Palatasi Kengashining qarori, 25.11.2021-yildagi 1563-IV-son "Mamlakatimizda "yashil makon" umummilliy loyihasi doirasida belgilangan vazifalar ijrosi ustidan samarali parlament nazoratini olib borishga doir chora-tadbirlar to’g’risida".
2. O’zbekiston Respublikasi Transport vazirligi. "Samarqand O’zbekistonda YeTTBning "Yashil shaharlar" dasturiga qo’shilgan birinchi shaharga aylandi". 2023-yil.
3. Храбовченко В.В. "Экологический Туризм". Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2003. 208 с.
4. Забелина Н.М. "Национальный парк". Издательство: Мысль. 1987
5. Prokhorov., M, (1978). Great Soviet Encyclopedia. Moscow
6. Cecil C. Konijnendijk. Nature-Based Solutions for More Sustainable Cities – A Framework Approach for Planning and Evaluation ISBN: 978-1-80043-637-4,
7. Mirzayev M.A. «Turizm asoslari». Ma’ruzalar matni. –T.: 2005.

| <p><b>Р. Рофеева</b></p> <p><b>Роль зеленых зон и садов в развитии туристской инфраструктуры города Самарканд</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p><b>R. Rofeeva</b></p> <p><b>The role of green zones and gardens in the development of tourism infrastructure of the city of Samarkand</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> Это исследование направлено на изучение зеленых зон и парков как одного из ключевых факторов развития инфраструктуры для целей, связанных с туризмом. Результаты исследования помогают понять, как зеленые зоны связаны с развитием туризма. В данной статье изучены не только состояние таких зон, но и выдвинут ряд предложений для превращения их в интересное место для туристов.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> зеленые зоны, парки, инфраструктура, развитие инфраструктуры, туристическая дестинация, городской туризм.</p> | <p><b>Abstract:</b> This study aims to examine green zones and parks as one of the key drivers of infrastructure development for tourism-related purposes. The results of the study help to understand how green zones are related to the development of tourism. In this article, not only the state of such zones has been studied, but a number of proposals have been put forward to turn them into an interesting place for tourists.</p> <p><b>Keywords:</b> green zones, parks, infrastructure, infrastructure development, tourism destination, urban tourism.</p> |

**Shohista Bobobekovna Toyirova** – “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti doktranti

## EKOTURIZM-GLOBAL EKOLOGIK INQIROZGA QARSHI INNOVATSION YECHIM

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Annotatsiya:</b> Maqolada ekologik turizm dunyo atrof-muhitining barqaror holatda mavjud bo‘lishida tabiiy resurslarni oqilona boshqarish orqali suv va havoning ifloslanish darajasining pasayishiga olib keluvchi samarali turizm yo‘nalishi sifatida o‘rganilgan. Tabiiy resurslarning keragidan ortig‘i bilan ishlatilishi o‘ziga xos bo‘lgan tabiiy hududlarning qisqarishi, biologik xilma-xillikning yo‘qolishiga olib kelmoqda. Ushbu muammolarga qarshi eng maqbul yechim sifatida keyingi yillarda ko‘plab dunyo olimlarining ilmiy ishlaridan o‘rin egallayotgan ekologik turizm ko‘rsatilmoqda.</p> <p><b>Kalit so‘zlar:</b> ekologik inqiroz, ommaviy turizm, ekoturizm, tabiiy resurslar, barqaror rivojlanish, biologik xilma-xillik.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

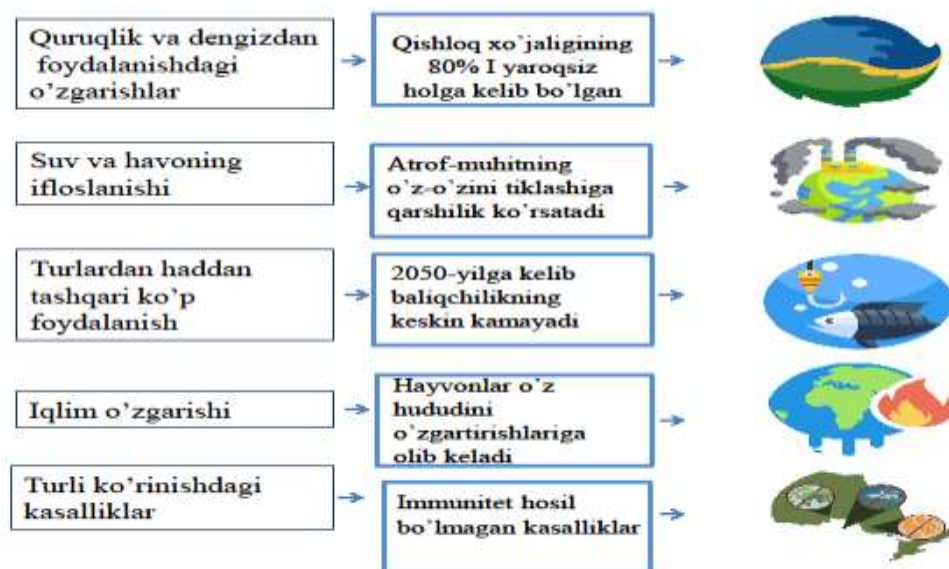
**Kirish:** Ekologik turizm atrof-muhitga yetkazilayotgan zarar miqdorini kamaytirishga ko‘maklashibgina qolmay, biologik xilma-xillikni asrab qolish va yo‘qolib borayotgan turlarni himoya qilish kabi vazifalarni ham bajaradi. Ayniqsa, bugungi kunda suv va havoning ifloslanishi tufayli yuzaga kelayotgan qator muammolarning oldini olishda ahamiyatli hisoblanadi. Aynan ekoturizm sabab dunyoning ko‘plab mamlakatlarida energiya ishlab chiqarishning muqobil ko‘rinishlari yaratilmoqda. Turizm sohasi e‘tiborni asosan kayfiyatni ko‘tarishga qaratilgan mashg‘ulotlar va xizmatlarga qaratgani bois tabiat bu faoliyatdan zarar ko‘rishi mumkin. Maxsus infratuzilma talab qiluvchi ekologik turizm xuddi o‘sha dam olish va rohatlanishga qaratilgan maqsadlarni amalga oshirishda dam olish va orom bag‘ishlashga qaratilgan maqsadlarni atrof-muhitga ziyon yetkazmasdan amalga oshirish imkoniyatini yaratgani uchun dunyoning ko‘plab rivojlangan mamlakatlari turizmning bu yo‘nalishini davlat dasturlariga dolzarb masala sifatida kiritishgan.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili:** Tabiat va tabiiy resurslarni asrab qolish, kelajak avlodga atrof-muhitning go‘zalliklarini asl holicha yetkazib berishda ekoturizmning o‘rni beqiyosligini Amanda L., Stronza A., Fitzgerald A., Hunt C.ning ilmiy maqolalarida o‘z aksini topgan. Weaver, Kontogeorgopoluslar esa ekoturizmni tabiati turli ta’sirlarga chidamsiz bo‘lgan hududlarda ommaviy turizmning salbiy oqibatlarini oldini olishda ahamiyatini alohida ta’kidlashgan. Tadqiqotchi Duffy esa yovvoyi tabiatni himoya qilish va atrof-muhitni asrab qolishda ushbu faoliyat sabab davlat organlari, mahalliy aholi va nodavlat tashkilotlar bilan hamkorlikda ish olib borishi bilan xarakterli ekanligini ta’kidlaydi. “Ekoturizmning har qanday ta’siri ostida insonlar tabiat bilan yaqin munosabatga kirishadi, hayvonlar, qushlar va o‘simliklarning yangi turlarini o‘zi uchun kashf etadi, ekologik turizm faoliyati bo‘lmagan taqdirda yo‘qolish xavfi ostida qolgan ko‘plab turlar inqiroz yoqasiga kelib qolgan bo‘lar edi”, deya bir qator olimlar xususan, Castley J.,

Buckley C., Morrison C., Steven R.lar ta’kidlab o’tishgan. Hunt C., Vargas E., Alexander S., Hawkins E., Fennell D. kabi olimlar o’zlarining dastlabki ilmiy ishlarida o’simlik va hayvonlarning maxsus turlarini ekoturizmning e’tibor markazida bo’lishini aytib o’tishgan. So’nggi yillarda Ralf Buckley va uning hamkasblari ekoturizmning Tabiatni himoya qilish xalqaro hamjamiyatning qizil ro’yxatida turuvchi sutemizuvchilar, qushlar va amfibiya turlari alohida nazorat ostida bo’lishi ekoturizmning asl mohiyatini yoritib berishi, Durham W., Kirby C. kabilar esa ekoturizmning alohida muhofaza qilinadigan hududlarning kengayishi, milliy parklarning ko’payishida uning hissasi katta ekanligini ta’kidlab o’tishgan.

**Tadqiqot metodologiyasi:** Maqolada mavzuni yotirib berishda statistik ma’lumotlardan foydalanildi, makon va zamon, induksiya va deduksiya metodologik usullar ham mavzu ma’lumotlarini shakllantirishda ishlatildi.

**Tahlil va natijalar:** So’nggi yillardagi tabiiy ofatlar sonining ko’payishi, ob-havoning mintaqalarda keskin o’zgarib ketishi, hayvon va o’simliklar noyob turlarining yo’qolish arafasiga kelib qolganligi dunyo bo’ylab ekologik muammolarning keskinlashib borayotganligidan darak bermoqda. Tirik Sayyora Hisoboti ( The Living Planet Report) quyidagi 5 omilni biologik xilma-xillikka tahdid soluvchilar sifatida taqdim etdi (rasm 1)<sup>1</sup>:



**1-rasm. Biologik xilma-xillikka tahdid soluvchi omillar**

Bunday ayanchli holat inson faoliyati, uning tabiatga nisbatan beshafqat munosabati sabab yuzaga keldi. Biologik xilma-xillikning muammoga yuz tutayotganligining asosiy sababchilaridan deb turizm sohasining rivojlanishi va uning tabiiy resurlarga bo’lgan ehtiyojini qondirish maqsadida undan betartib foydalanishni ko’rsatish mumkin.

XVIII asrda aholining faqat boy qatlami uchun imkon darajasida bo’lgan turizm transport qatnovlari to’lovlari narxlarining pasayishi, ish kunlarining qisqarishi, ish haqlarining ko’tarilishi kabi omillar sayohat qiluvchilar sonining ortishiga olib keldi. Keyinchalik xalqaro mehmonxonalar, avialiniyalar va sayyohlik agentliklari faoliyatidagi yuksalishlar tufayli sayyohlar oqimining salmoqli darajada ko’tarilishiga sabab bo’ldi<sup>2</sup>. Ommaviy turizm asosiy e’tiborini moddiy manfaatga qaratgani bois ijtimoiy, ekologik va barqaror rivojlanish kabi jihatlar ko’p hollarda e’tibordan chetda qoladi. Olimlarning fikriga ko’ra, turizmning turli tabiatga asoslangan ko’rinishlarining paydo bo’lishi ommaviy turizmning salbiy oqibatlarini kamaytirishi mumkin. Shunday yo’nalishlardan biri ekologik turizm. Ammo, ekologik turizm ommaviy turizmning salbiy oqibatlarining oldini olishning eng samarali vositalaridan biri sifatida qaralsa-da, ushbu yo’nalish

<sup>1</sup> Owen Mulhern. The statistics of biodiversity loss.2020

<sup>2</sup> Carmen Peris. Traveling for pleasure: a brief history of tourism. 2022

to'g'ri tashkil etilmasa, oqibati yaxshi bo'lmisligi Tailandda ekologik turizmning tashkil etilishdagi kamchiliklar tufayli sodir bo'lgan noxush holat ko'rsatib berdi. Shuning uchun ham ekologik turizm ommaviy turizmdan ajratilgan holda tashkil etilishi darkor. Rivojlangan mamlakatlar ekologik turizmni rivojlantirishda uni barqaror turizm talablariga asosan tashkil etishadi<sup>1</sup>. Faoliyat maqsadi uzoq muddatli bo'lib, turist turar joylarini yangi darajaga ko'tarish, faoliyat turlarini kengaytirish, hayvon va o'simlik turlariga bo'lgan qiziqishni orttirish hamda sohaga ko'proq manfaatdor tomonlarni jalb etishdir. So'nggi bir necha yillarda ekologik turizm o'zining asosiy boshqaruv tamoyillarini shakllantirdi. Ekologik turizm faoliyatida ta'lim eng muhim jihat hisoblanadi. Sababi ekoturizm atrof-muhit muammolari, ularga yechim izlash, tabiatdagi o'zgarishlardan xabardor bo'lib turish, albatta o'ziga yarasha bilim talab qiladi. Bundan tashqari sayyohlar o'zlari tashrif buyurayotgan hudud to'g'risida biroz bo'lsa-da tushunchaga ega bo'lishni istashadi. Jahon sayyohlik tashkiloti 2010-2030-yillar oralig'ida yillik xalqaro turistlar tashrifi 43 milliondan ortishi va 2030-yilga kelib 1.8 milliardga yetishi haqida xabar bermoqda. 2021-yil global ekoturizm bozor hajmi 185.87 mlrd dollar deb baholandi va 2022-2030-yillar oralig'ida yillik o'sish sur'ati 15.2 %ga yetishi taxmin qilinmoqda<sup>2</sup>. O'sish asosan quyidagi ko'rsatkichlarga asoslanadi:

- ✓ Urbanizatsiya jarayonining tezlashishi;
- ✓ Arzon aviachiptalar;
- ✓ Immersive sayohat;
- ✓ Ochiq havoda dam olish mashg'ulotlari;
- ✓ Yol'iz sayohat qilishning ommalashuvi.

Global yillik ekoturizm daromadi 800 mlrd AQSH dollaridan (Xalqaro ekoturizm jamiyati) 1 trln AQSH dollarigachani tashkil etmoqda. Turizmning ushbu yo'nalishi dunyo bo'ylab har yili 11 mln ish o'rnini yaratib kelayotganligi sohaning qay darajada ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatadi. So'nggi 30 yillik rivoji davomida dunyo bo'ylab 90dan ziyod xalqlar bugungi kunda milliy va xalqaro barqaror turizm tashabbuslarini qo'llab-quvvatlab kelishmoqda<sup>3</sup>. Dunyoning eng mashhur saytlaridan biri bo'lgan booking.com ning 2022-yil uchun bergan xabarlariga ko'ra, o'rganilgan 32 mamlakat bo'ylab 30.000dan ziyod turistlarning katta qismi (71%) sayohat chog'ida barqarorlik talablariga rioya qilishlarini ta'kidlashgan. Ularning 81%i global iqlim o'zgarishlari va uning oqibatlari haqida yetarli ma'lumotga ega ekanligi ma'lum bo'ldi. Savol-javoblar natijasida shu narsa aniq bo'ldi-ki, 35% insonlar tabiatga ziyon yetkazmaydigan transport vositalaridan foydalanishlarini va 70% insonlar esa tabiatga zarar keltirmaydigan turar joydan foydalanishlarini bildirishgan. Bugungi kunda turistlarning tabiatga ziyon miqdorini kamaytirishni (41%), mahalliy aholi shug'ullanadigan mashg'ulotlar bilan yaqindan tanishish istagini bildirishgani(33%) aytib o'tilgani sohaning kelajagi porloqligidan dalolat beradi va keng ommalashtirish ijtimoiy va iqtisodiy tomonlama ham foydadan holi emas. Ekologik turizm global ekologik inqirozning oldini olish, turli geografik hududlarda turlicha moddiy resurslarga ega hududda istiqomat qiluvchi insonlar hayotini yaxshilashda, atrofimizni o'rab turgan bebaho tabiatni borligicha kelajak avlodga yetkazishda mavjud tabiiy resurslarni saqlab qolishda ayniqsa ahamiyatlidir. Moddiy manfaatdorlik bilan bir qatorda ushbu soha xalqlar o'rtasidagi hamjihatlik va do'stlik rishtalarini bog'lash, dunyo xalqlarining mamlakat haqidagi tasavvurlarining kengayishiga olib keladi. Ekologiyani inson salomatligi va yo'qolish xavfi ostida qolgan yovvoyi tabiatga tahdid solayotgan muammolar sirasiga dunyoning ko'plab shahar havosining haddan tashqari ifloslanishi, Antarktidadagi stratosfera va ozon qatlamining yemirilishi, hududlardagi suv havzalarining turli chiqindilar bilan to'lishi, tuproq eryoziyasi, kislotali yomg'irlarni kiritish mumkin. Ushbu holat ayniqsa dunyo aholisining sezilarli darajada ko'payishi muammoning jiddiylilik darajasini yanada orttirmoqda. Tabiiy resurslarning keragidan ortig'i bilan

<sup>1</sup> P.Wahono, D.Poermo, M.S. Kusumah. Strategy for developing sustainable tourism. 2018. IOP conference. Series: Earth and Environmental science 361.

<sup>2</sup> Ecotourism market size, share and trends analysis report. By activity type,land, marine. By group (Solo, group). By booking mode, by age group, by region and segment forecast, 2022-2030. Market analysis report. National ecotourism strategy and action plan 2013-2022.

<sup>3</sup> Jon Bruno. Global ecotourism trends and suggestions. The international ecotourism society .2022.

ishlatilishi o'ziga xos bo'lgan tabiiy hududlarning qisqarishi, biologik xilma-xillikning yo'qolishiga olib kelmoqda. So'nggi yillarda mavjud muammolarga innovatsion yechim topishga harakat qilinsa-da, ammo bu iqtisodiy o'sish ko'rsatkichlaridan ortda qolmoqda. Faktlarga murojaat qiladigan bo'lsak, avtomobillarning yoqilg'i samaradorligi o'sishi bilan avtomobilga bo'lgan ehtiyoj ham ortmoqda. Shuni ham ta'kidlash kerakki, so'nggi yillardagi ommaviy harakatlar natijasida ba'zi joylarda ekologik vaziyatning salbiy ta'sirini oldini olishga erishildi. Yerning ozuqa ta'minoti o'rmon yong'inlari, qurg'oqchiliklar, amaldagi turli toshqinlar va yana bir necha turdagi muammolar tufayli ziyon ko'rmoqda<sup>1</sup>. Ekologiyaning inson salomatligi va yo'qolish xavfi ostida qolgan yovvoyi tabiatga tahdid solayotgan muammolar sirasiga dunyoning ko'plab shahar havosining haddan tashqari ifloslanishi, Antarktidadagi stratosfera va ozon qatlamining yemirilishi, hududlardagi suv havzalarining turli chiqindilar bilan to'lishi, tuproq eryoziyasi, kislotali yomg'irlarni kiritish mumkin.

**Xulosa va takliflar.** Xulosa o'rinda aytishimiz mumkinki, so'nggi 50 yillikda olib borilgan ilmiy tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, ekologik muammolarga qarshi shoshilinch choralar ko'rish zarur. Ushbu holat ayniqsa dunyo aholisining sezilarli darajada ko'payishi muammoning jiddiylik darajasini yanada orttirmoqda. Tabiiy resurslarning keragidan ortig'i bilan ishlatilishi o'ziga xos bo'lgan tabiiy hududlarning qisqarishi, biologik xilma-xillikning yo'qolishiga olib kelmoqda<sup>2</sup>. Ushbu muammolarga qarshi eng maqbul yechim sifatida keyingi yillarda ko'plab dunyo olimlarining ilmiy ishlaridan o'rin egallayotgan ekologik turizm ko'rsatilmoqda.

Qator rivojlangan mamlakatlarda ekologik turizmning samarali yo'lga qo'yilishiga olib kelgan omillar deya barqarorlik talablariga javob berish, mahalliy aholini sohaga keng jalb qilish, ilmiy hamkorlikni tashkil etish, soha mutaxassislarni ko'proq jalb etish, manfaatdor tomonlar o'rtasidagi kelishuvlarni rag'batlantirish, soha mutaxassislarning malakasini doimiy ravishda oshirib borish, soha ma'lumotlar bazasini doimiy kuzatib va yangilab borish kabi xususiyatlarni aytib o'tish mumkin<sup>3</sup> va rivojlanayotgan mamlakatlar yuqorida keltirilgan jihatlarni e'tiborga olish orqali ekoturizmni manfaatli tashkil etish imkoniyatini qo'lga kiritadi. Ekologik turizm dunyo atrof-muhitining barqaror holatda mavjud bo'lishida tabiiy resurslarni oqilona boshqarish orqali suv va havoning ifloslanish darajasining pasayishiga olib keluvchi samarali turizm yo'nalishi hisoblanadi. Ammo, ushbu yo'nalish quyidagi sharoitlar yaratilgandagina tabiat va insoniyat uchun foydali ko'rinishga keladi:

- ✓ yovvoyi tabiatni asrashga qaratilgan bilimlarni kengaytirish;
- ✓ tabiiy resurslarni saqlab qolishga qaratilgan har qanday loyihani qo'llab-quvvatlash;
- ✓ yo'qolish arafasiga kelib qolgan hayvon va o'simlik turlarini alohida nazoratga olish;
- ✓ hududlarda mahalliy aholini sohaga qiziqitirish orqali mintaqa tabiatiga ehtiyotkorona munosabatda bo'lish ko'nikmalarini shakllantirish;
- ✓ tabiiy resurslarni asrab qolishga qaratilgan huquqiy bazani shakllantirish;
- ✓ tabiat qo'yniga uyushtiriladigan sayohatlar hajmining kichikligiga e'tibor qaratish;
- ✓ tabiatni asrab qolishning ahamiyatini yoritib beruvchi ilmiy dasturlarni ishlab chiqish.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Carmen Peris. Traveling for pleasure: a brief history of tourism. 2022
2. Ecotourism market size, share and trends analysis report. By activity type, land, marine. By group (Solo, group). By booking mode, by age group, by region and segment forecast, 2022-2030. Market analysis report. National ecotourism strategy and action plan 2013-2022
3. Jon Bruno. Global ecotourism trends and suggestions. The international ecotourism society. 2022
4. P.Wahono, D.Poermo, M.S. Kusumah. Strategy for developing sustainable tourism. 2018. IOP conference. Series: Earth and Environmental science 361
5. Raquel Pryzant. How ecotourism benefits the environment and local communities. 2023
6. Sarah I. Jennifer M., Jos S., Daniel V. Promoting sustainability through the integration of citizen science and ecotourism. 2018

<sup>1</sup> Valavanidis A.(2019). Current Environmental Issues and Emerging Global Challenges in the 21<sup>st</sup> Century for Environmental Protection and Sustainable Development

<sup>2</sup> Vora Sh. Where Sustainable Travel is headed in 2017. 2017

<sup>3</sup> Sarah I. Jennifer M., Jos S., Daniel V. Promoting sustainability through the integration of citizen science and ecotourism. 2018

7. Valavanidis A.(2019). Current Environmental Issues and Emerging Global Challenges in the 21<sup>st</sup> Century for Environmentla Protection and Suutainable Development
8. Vora Sh. Where Sustainable Travel is headed in 2017. 2017

| <p style="text-align: center;"><b>Ш.Тойирова</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Экотуризм - инновационное решение глобального экологического кризиса</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p style="text-align: center;"><b>Sh.Toyirova</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Ecotourism - innovative solution to the global environmental crisis</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В статье исследуется экологический туризм как эффективное направление туризма, приводящее к снижению уровня загрязнения воды и воздуха за счет рационального использования природных ресурсов при стабильном состоянии мировой окружающей среды. Чрезмерное использование природных ресурсов приводит к сокращению уникальных природных территорий и утрате биологического разнообразия. Экологический туризм, получивший место в научных работах многих ученых мира в последние годы, показан как наиболее оптимальное решение этих проблем.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> экологический кризис, массо-вый туризм, экотуризм, природные ресурсы, ус-тойчивое развитие, биологическое разнообразие.</p> | <p><b>Abstract:</b> In the article, ecological tourism is studied as an effective tourism direction that leads to a decrease in the level of water and air pollution through the rational management of natural resources in a stable state of the world environment. Excessive use of natural resources leads to the reduction of unique natural areas and the loss of biological diversity. Ecological tourism, which has taken a place in the scientific works of many world scientists in recent years, is shown as the most optimal solution to these problems.</p> <p><b>Keywords:</b> ecological crisis, mass tourism, ecotourism, natural resources, sustainable development, biological diversity.</p> |

**Дилшод Мураткулович Абдураимов** – СамИСИ, “Реал иктисодиёт” кафедраси  
доценти в.б, PhD

### ТУРИЗМ ИНФРАТУЗИЛМАСИДА ИҚТИСОДИЙ ФАОЛИЯТНИНГ РИВОЖЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> мақолада туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятни амалга оширишнинг асосий омиллари ва хусусиятлари, туристик харажатларнинг амалга ошириш даври ва хусусиятларига кўра таснифи, туризм соҳасида ишлаб чиқариш имкониятлари ҳамда ялпи туристик маҳсулотни аниқлаш усуллари тадқиқ қилинган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> туризм, туризм инфратузилмаси, туризм индустрияси, туристик харажатлар, туристик хизматлар, туристик товарлар, ялпи туристик маҳсулот.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Кириш.** Ҳозирги вақтда туризм соҳаси кўплаб ривожланаётган давлатларнинг асосий даромад манбаи сифатида хизмат қилмоқда. Туризм соҳаси ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ва барқарорликни таъминлашда муҳим рол ўйнайди. Маълумки, туризм инфратузилмасини ривожлантириш, туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятни амалга оширишнинг асосий омиллари ва унинг ўзига хос хусусиятлари, туристик товарлар ва хизматларни ишлаб чиқариш жараёни, туризм соҳасида ишлаб чиқариш имкониятлари ҳамда ялпи туристик маҳсулотни аниқлаш усуллари тадқиқ қилиш алоҳида долзарб ҳисобланади.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Туризм инфратузилмасининг ривожланиши масалалари иқтисодий адабиётларда кам ўрганилган. Хусусан, И.В.Зорин, В.А.Квартальнов<sup>1</sup>, М.Қ.Пардаев<sup>2</sup>, М.Б.Биржаков<sup>3</sup>, М.А.Морозов<sup>4</sup>, И.С.Тухлиев, Р.Ҳайитбоев, Б.Ш.Сафаров, Г.Р.Турсунова<sup>5</sup>, М.Т.Алимова<sup>1</sup>, Х.М.Маматқулов<sup>2</sup> каби олимлар туризм

<sup>1</sup> Туристский терминологический словарь: справочно-методическое пособие / Авт.-сост. И.В.Зорин, В.А.Квартальнов. - М.: Советский спорт, 1999.

<sup>2</sup> Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Ўқув қўлланма. – Т.: «Иқтисод-молия», 2008. - Б. 133.

<sup>3</sup> Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: Издательский дом Герда, 2004.

<sup>4</sup> Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: монография. - М.: РосНОУ, 2005.

<sup>5</sup> Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги. – Т.: «Fan va texnologiya», 2014. 151-б.

бозори ва туризм инфратузилмасига бағишлаб дарслик, ўқув қўлланмалар ва бошқа ўқув ва илмий адабиётларни ёзганлар. Аммо ушбу асарларда ҳудудий туризм инфратузилмаси ривожланишининг илмий-назарий ва методологик жиҳатлари атрофича ўрганилмаган.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот жараёнда диалектик ва тизимли ёндашув, қиёсий ва солишгирма таҳлил, статистик ёндашув ҳамда гуруҳлаш усуллари қўлланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Туризмнинг иқтисодий функцияси туристларнинг талаб ва эҳтиёжлари асосида юзага келади. Доимий яшаш жойидан узоқда бўлган туристларнинг эҳтиёжлари уч гуруҳга, яъни асосий, ўзига хос ва қўшимча эҳтиёжларга ажратилади. Туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятни амалга оширишнинг асосий омиллари ва унинг ўзига хос хусусиятларига эътиборимизни қаратсак.

Маълумки, турист пул маблағларини нафақат бевосита туристик хизматларга, балки иқтисодиётнинг бошқа тармоқларида ишлаб чиқарилган турли хил маҳсулотлар ва хизматларга ҳам сарфлайди. Бир томондан пуллар туристик хизматларни сотувчилар (меҳмонхоналар, ресторанлар ва ҳ.к.)да жамғарилади. Бошқа томондан, улар туристлар томонидан харидор сифатида сарфланади. Бошқача айтганда, пул оқимларини, бир томондан, туристик харажатлар сифатида, иккинчи томондан, туристик даромад сифатида қараш мумкин. Туризм ишлаб чиқариш ва харид қилиш жараёни сифатида тавсифланади. Бироқ турист ўзининг саёҳатини ташкил этиш ва ўтказиш бўйича харажатларни амалга ошириш соҳасини конкрет аниқлаш мураккаб ҳисобланади. Шунинг учун белгиланган жойи, вақти ва бўлиш мақсадини аниқловчи белгилар бўйича турли хил кўринишларга ажратиш мумкин.

Турист харажатларни амалга ошириш вақти нуқтаи назаридан товарлар ва хизматларни истеъмол қилишда учта даврга ажратилади<sup>3</sup>.

1. Туристни яшаб туриш жойида амалга ошириладиган, олдиндан саёҳат учун қилинадиган харажатлар: туристик йўлланмани олиш, келиш учун билетлар, суғурта ва бошқалар, туристнинг саёҳат қилиши учун зарур харажатлар.

2. Жорий истеъмолга харажатлар – саёҳат қилиш жараёнида зарур бўлган товарлар ва хизматларга харажатлар.

3. Доимий яшайдиган мамлакатда харид қилинган товарларни истеъмол қилиш мақсадида амалга ошириладиган келгусидаги истеъмолга харажатлар.

Туристларнинг умумий харажатлари товарлар ва хизматларга қилинадиган сарфлар, олдиндан саёҳатга сарфлар, жорий истеъмол харажатлари ва келгусидаги истеъмол харажатларидан иборатдир. Туристни жўнатувчи мамлакатда табиркорликнинг ривожланиши нуқтаи назаридан фақат дастлабки туристик харажатларни амалга оширишдан манфаатдор бўлади. Шу вақтда қабул қилувчи мамлакат учун тескариси, яъни жорий ва келгусида қилинадиган харажатлар манфаатли ҳисобланади. Бу харажатлар халқаро туризмдан олинадиган харажатлар ҳисобланади ва туристларни қабул қиладиган ҳар бир мамлакат бу даромадларни оширишдан манфаатдордир. Халқаро туризмдан даромадларни ошириш учун авваламбор тақдим қилинаётган товарлар ва хизматлар сифатини ошириши зарур.

Ишлаб чиқариш омилларининг чегараланганлиги шароитида туристик товарлар ва хизматларни ишлаб чиқариш мавжуд туристик эҳтиёжлар ва хоҳишлар билан таққослаганда миқдорий чеклангандир. Бу белгиланган вақтда муайян туристик жойда ишлаб чиқарилиши мумкин бўлган туристик товарлар ва хизматларнинг миқдори, сифати ва хилма-хиллигини ифодалайди. Бу жараён ўз чегарасига эга, бошқача ҳолатда ресурсларни тежаш зарурати, улардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш, энг яхшисига интилиш, улардан оптимал фойдаланиш бўлмас эди. Шундай экан, туризм соҳасида қандайдир туристик товарлар ва хизматларни ишлаб чиқаришни ошириш зарурати пайдо бўлса, у ҳолда бошқа товарлар ва хизматларни ишлаб чиқариш ҳажми пасайиши керак. Яъни ишлаб чиқариш жараёнида

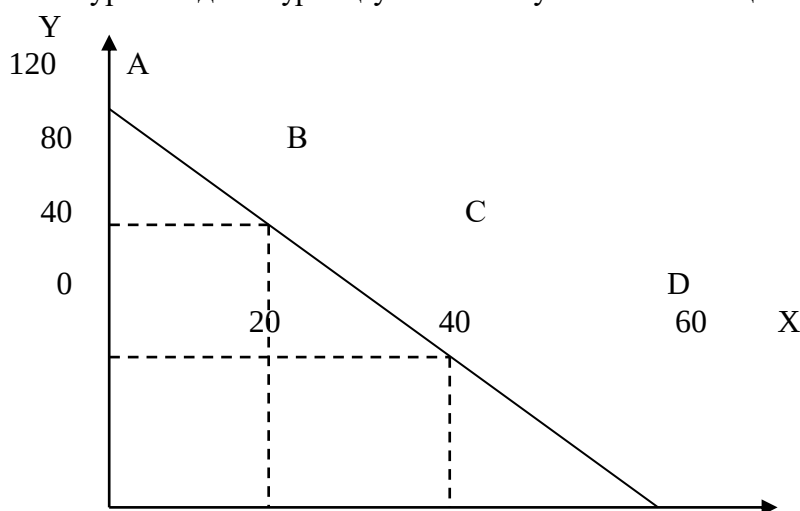
<sup>1</sup> Алимова М.Т. Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида) // И.ф.д. дисс. - Самарқанд: СамИСИ, 2017. 25-26 б.

<sup>2</sup> Маматкулов Х.М. Туризм инфратузилмаси. Ўқув қўлланма. – Т.: Ўзбекистон файласуфлар миллий жамияти нашриёти, 2011. 4-5 б.

<sup>3</sup> Рекомендации по статистике туризма ВТО. Статистические документы. Серия М №83, Нью-Йорк, 1994; Рекомендации по статистике туризма ВТО. Техническое пособие № 1. Мадрид, 1995.

айнан ўша омиллар (меҳнат, меҳнат куроллари, меҳнат предметлари, тадбиркорлик лаёқати) иштирок этади. Шунингдек, айтиш керакки, туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришга реал харажатлар муқобил туристик харажатлар нуқтаи назаридан тавсифланиши мумкин.

Муқобил харажатлар (opportunity cost) – бу ишлаб чиқариш омилларини яратишга қилинган харажатларини аниқлашда фойдаланилмаган имкониятлар қийматини ўлчаш бўйича товарлар ва хизматларни ишлаб чиқариш харажатларидир. Бунда бир бирлик товарни ишлаб чиқаришни кўпайтириш учун бошқа бир товарни камайитириш керак бўлган миқдордаги товар бирлиги қиймати ҳисобга олинади. Муқобил харажатлар туризм иқтисодётининг ишлаб чиқариш имкониятларини эгри чизиғи кўринишида келтирилган. Ҳар бир эгри чизиқ икки кўринишдаги турмаҳсулотнинг муайян комбинациясига мувофиқ келади.



1-расм. Туризм соҳасида ишлаб чиқариш имкониятлари чизмаси<sup>1</sup>

Бу ерда: координатанинг X ўқи – беш юлдузли меҳмонхона хизматлари сони; Y ўқи – икки юлдузли меҳмонхона хизматлари сони.

Муқобил харажатларни аниқ мисолларда кўриб чиқамиз. Оддий кўринишда ишлаб чиқариш имкониятларининг эгри чизиғи туристик маҳсулотнинг икки вариантини қараб чиқишда 1-расмда келтирилгандек, тўғри кўринишга эга бўлади. Жаҳон амалиётдан маълумки, турли хил ишлаб чиқариш омилларига эга бўлган ҳолда туризм иқтисодиёти 60 шартли бирлик ҳажмида беш юлдузли меҳмонхона хизматларини ёки 120 шартли бирлик ҳажмида икки юлдузли хизматларни аниқ жойда ишлаб чиқариши мумкин. Агарда икки юлдузли хизматлар 80 шартли бирликда ишлаб чиқариш назарда тутилса, у ҳолда қолган омиллар автоматик тарзда бекор қилинади ва ишлаб чиқариш учун фойдаланиш мумкин бўлади. Бунга мисол беш юлдузли хизматларнинг 20 бирлиги (B нукта)ни келтириш мумкин.

Ишлаб чиқаришнинг қисқариши даврида 40 шартли бирликкача икки юлдузли меҳмонхона хизматлари туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш учун кўп миқдордаги омилларни рад этиш жараёни содир бўлади. Агарда уларни беш юлдузли хизматларни ишлаб чиқаришда фойдаланилса, у ҳолда ушбу кўринишдаги хизматлар сони яна 20 бирликка ошади ва 40 шартли бирликни ташкил этади (C нукта). Агарда бошқа томондан, фақат беш юлдузли меҳмонхона хизматлари ишлаб чиқарилади ва ушбу хизматларнинг максимал сони 60 бирликни ташкил этади.

A, B, C ва D нукталар икки ва беш юлдузли меҳмонхона хизматларини ишлаб чиқариш бўйича туристик иқтисодиётга эга имкониятларни кўрсатади, уларнинг боғлиқлиги эса туризм иқтисодиётининг ишлаб чиқариш имкониятлари номини олган. Битта кўринишдаги туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришга муқобил харажатлар эгри чизиғи бошқа туристик маҳсулот орқали фойдаланиши мумкин. Масалан, ишлаб чиқариш B нуктада (беш юлдузли меҳмонхона хизматларининг 20 бирлиги) бўлса ва қандайдир

<sup>1</sup> Маллиф томонидан ишлаб чиқилган.

сабабларга кўра, беш юлдузли меҳмонхона хизматлари сонини 20 шартли бирликка ошириш қарори қабул қилинса, у ҳолда муайян ишлаб чиқариш омиллари беш юлдузли хизматлар (С нукта)ни ишлаб чиқаришдан олинади. Натижада бу категориядаги хизматларни ишлаб чиқариш 40 шартли бирликка камаяди. Шунинг учун беш юлдузли меҳмонхона хизматларни 20 шартли бирликка ошириш ҳақида қарорларни қабул қилиш учун икки юлдузли меҳмонхона хизматларини 40 бирликка камайитириш зарур.

Беш юлдузли меҳмонхона хизматларининг бир бирлигини ишлаб чиқаришга реал ва муқобил харажатлар икки юлдузли хизматларнинг икки бирлигига мувофиқ келади. Бу туризм иқтисодиёти учун беш юлдузли меҳмонхона хизматларининг 20 бирлигини олиш учун икки юлдузли хизматларнинг 40 бирлигини рад этишни ифодалайди. Бошқача сўз билан айтганда бир бирлик беш юлдузли меҳмонхона хизмати учун икки юлдузли меҳмонхона хизматининг икки бирлигидан воз кечишни зарурат этади.

Таъкидлаш керакки, туристик товарлар ва хизматларни ишлаб чиқаришга харажатлар пул кўринишидан ифодаланган реал ва муқобил харажатларни ўзида намоён этади.

Маълум бир даврда (бир йилда) туризм соҳасида ишлаб чиқарилган товарлар ва хизматларнинг қиймат ҳажми ялпи туристик маҳсулот сифатида аниқланади. Ялпи туристик маҳсулот икки жиҳатдан қараб чиқилади: 1) маълум бир вақтда туристик товарлар ва хизматлар ишлаб чиқариш учун туризм соҳасида қилинган барча харажатларнинг суммаси сифатида; 2) муайян давр учун туристик товарлар ва хизматлар реализациясидан олинган барча даромадлар суммаси сифатида (2-расм).



2-расм. Туризм соҳасида ялпи маҳсулотнинг шаклланиши<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Маллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Барча харажатларнинг суммаси сифатида ялпи туристик маҳсулотни аниқлашнинг биринчи вариантыни қараб чиқамиз. Туристик товарлар ва хизматларни ишлаб чиқариш учун турли хил харажатларни қуйидаги шаклда таснифлаш мумкин: туристик истеъмолга харажатлар – товарлар ва хизматларни харид қилишга жами туристик харажатлар; хусусий туристик инвестициялар – янги капитал қўйилмаларни амалга оширишда тадбиркорларнинг умумий харажатлари; туристик индустрия ривожланишига йўналтирилган давлат инвестициялари; туристик экспорт ва импорт ўртасидаги фарқ. Бу категориядаги мамлакатдан туризм экспортига умумий харажатлар ҳажми ялпи туристик маҳсулотга қўшилган бўлиши зарур ёки акси туристик маҳсулотнинг умумий ҳажми ялпи туристик маҳсулотдан чиқарилиши керак.

Ялпи даромад сифатида ялпи туристик маҳсулот қуйидагилардан таркиб топади: туристик корхонада ишчиларга тўланадиган иш ҳақи жами; тадбиркорлик фаолиятини турли хил кўринишларидан олинадиган тушум (даромад): асосий фондларни ижарага бериш (хоналар, апартаментлар, транспорт воситалари ва ҳ.к.) лизинг ва б.; туристик фаолиятнинг турли хил кўринишларида заём (кредит)га пул тақдим қилганлиги учун туристик бизнесдан олинадиган фоиз; туристик товарлар ва хизматлар реализациясидан олинадиган фойда. Фойда туристик маҳсулотлар реализациясидан олинган тушум ва уни ишлаб чиқариш ва реализация қилишга қилинган харажатлар ўртасидаги фарқ сифатида аниқланади. Натижа салбий ҳам бўлиши мумкин, агарда тушум сарфланган маблағлардан кам бўлса, зарар билан яқунланиши ҳам мумкин.

Агарда туристик индустрияда ишлаб чиқариш фаолияти ривожланиши учун кредит олинса, у ҳолда олинган кредит учун қарздорликни қайтариш туристик капитални шаклланиши бўйича харажатларнинг бир қисми сифатида қаралади. Бошқача айтганда, қарздорлик қўшимча қийматнинг бир қисми ҳисобланади, бироқ улар туристик бизнеснинг ривожланиши учун фойдаланиладиган даромадни англаб бериб қолмайди. Туристик маҳсулотни ишлаб чиқаришга харажатлар моддаларини шаклланишида эгри солиқлар ва туристик индустрия ривожланишига давлат субсидиялари кўринишида қарзларни қайтаришга турли хил қарзлар бўйича фоизларни ҳисобга олиш зарур. Туризм соҳасини ривожланиши учун маълум бир даврда туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш учун жалб қилинган капитал кейинги даврда туристик маҳсулотлар ва хизматларни ишлаб чиқаришга йўналтирилиши ва оширилиши зарур.

**Хулоса ва таклифлар.** Туризм инфратузилмасининг такомиллашиши ва комплекс ривожланиши – бу муаммо унинг ечимига қўпчилик ёндашувларни таҳлил этишни назарда тутади. Умумий ҳолда туризм инфратузилмасининг комплекс ривожланиши ва такомиллашишининг асосий йўналишларидан бири – бу туристик фаолият учун қилинадиган харажатлар сарфини аниқлаш услубиятини такомиллаштиришдан иборатдир. Чунки, туристик корхоналар фаолияти бевосита туристик фаолият жараёнида амалга ошириладиган харажатлар ва даромадларга боғлиқдир.

Тадқиқот жараёнида барча харажатларнинг суммаси сифатида ялпи туристик маҳсулотни аниқлашнинг биринчи вариантыни таклиф этамиз. Туристик товарлар ва хизматларни ишлаб чиқариш учун турли хил харажатларни қуйидаги шаклда таснифлаш мумкин:

- туристик истеъмолга харажатлар – товарлар ва хизматларни харид қилишга жами туристик харажатлар;
- хусусий туристик инвестициялар – янги капитал қўйилмаларни амалга оширишда тадбиркорларнинг умумий харажатлари;
- туристик индустрия ривожланишига йўналтирилган давлат инвестициялари;
- туристик экспорт ва импорт ўртасидаги фарқ. Бу категориядаги мамлакатдан туризм экспортига умумий харажатлар ҳажми ялпи туристик маҳсулотга қўшилган бўлиши зарур ёки акси туристик маҳсулотнинг умумий ҳажми ялпи туристик маҳсулотдан чиқарилиши керак.

| Д.Абдураимов                                                                                                                                                                                                                                                                                              | D.Abduraimov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Особенности развития хозяйственной деятельности в инфраструктуре туризма</b>                                                                                                                                                                                                                           | <b>Features of the development of economic activity in the tourism infrastructure</b>                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Аннотация:</b> В статье изучены основные факторы и характеристики хозяйственной деятельности в инфраструктуре туризма, классификация туристских расходов по периодам осуществления и характеристикам, производственные возможности в сфере туризма и методы определения валового туристского продукта. | <b>Abstract:</b> The article studies the main factors and characteristics of economic activity in the tourism infrastructure, the classification of tourism expenditures by periods of implementation and characteristics, production capabilities in the tourism sector and methods for determining the gross tourism product. |
| <b>Ключевые слова:</b> туризм, туристическая инфраструктура, индустрия туризма, туристические расходы, туристические услуги, туристские товары, валовой туристский продукт.                                                                                                                               | <b>Keywords:</b> tourism, tourism infrastructure, tourism industry, tourist costs, tourist services, tourist goods, gross tourist product.                                                                                                                                                                                      |

**Умиджон Рахимович Матякубов** – Урганч давлат университети, Менежмент ва маркетинг кафедраси мудири, и.ф.д

**Расулбек Кочкарбай угли Исаков** – Урганч давлат университети, Туризм ва меҳмонхона хўжалигини бошқариш кафедраси ўқитувчиси

### **ХИВА ВА БОҒОТ ТУМАНЛАРИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИАТЛАРИДАН САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ**

**Аннотация:** Ушбу мақолада Хоразм вилоятининг Хива ва Боғот туманларида туризм соҳаси ривожланишининг бугунги ҳолати таҳлили, истиқболда ривожлантиришнинг устувор йўналишлари очиқ берилган.

**Калит сўзлар:** туризм, турист, туристик ресурс, туристик маршрут, туристик маҳсулот, меҳмонхона, экотуризм.

**Кириш.** Бугунги кунда мамлакатимизнинг ҳар бир ҳудудидига ташриф буюраётган хорижий ва маҳаллий сайёҳлар сонини кўпайтириш, туристларни қолиш муддатларини ошириш, шунингдек, туризм индустриясини барқарор ривожлантириш долзарб масалалардан ҳисобланади. Бунинг учун мамлакатимиз ҳудудларида туристик потенциалдан самарали фойдаланиш, мавжуд туристик объектларни аниқлаш, улар асосида туризм маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва янги турмаршрутларни шакллантириш талаб қилинади.

Хоразм вилояти мамлакатимизнинг муҳим туристик марказларидан бири ҳисобланиб, хорижий туристлар ташрифи бўйича Самарқанд ва Бухоро вилоятларидан кейинги ўринларда туради. 2022 йилда вилоятга ташриф буюрган жами туристлар сони 1 625 945 нафарни ташкил қилиб, ўртача ҳисобда 126 та хорижий давлатдан 137 462 нафар хорижий сайёҳлар, 1 488 483 нафар маҳаллий сайёҳлар ташриф буюрган [1]. Вилоятга ташриф буюраётган аксарият хорижий ва маҳаллий сайёҳлар қадимий Хива шаҳрига саёҳатларини амалга оширмоқдалар. Аммо, вилоятининг Боғот, Хозарасп, Янгиариқ, Шовот, Хонқа ва Хива туманлари бой маданий-тарихий, зиёрат ва экологик туризм объектларига эга бўлиб, бугунги кунда улардан туризм мақсадларидан самарали фойдаланиш даражаси пастлигича қолмоқда.

Хусусан, мамлакатимиз Президенти Ш.М.Мирзиёев туризм салоҳиятини ривожлантириш юзасидан 2023 йил 29 мартда ўтказган видеоселектор йиғилишида хорижий сайёҳларнинг Ўзбекистонда бир кун кўпроқ қолиши йиллик туризм экспортини 300 миллион долларга оширишни таъкидлаб, Хоразм вилоятида туристларнинг қолиш муддати - ўртача 2 кунни, сарфлайдиган маблағи 220 долларни ташкил қилиб, Бухоро, Самарқанд вилоятларига қараганда Хоразмда 2,5 барабар камни ташкил қилиши, аммо вилоятда сайёҳларни 3-4 кун олиб қолиш ва кунига 400–500 доллар харажат қилишлари учун барча имкониятлар мавжудлигини алоҳида қайд қилиб ўтди [2].

Шу нуқтаи назардан олиб қараганда, бугунги кунда Хоразм вилоятининг юқорида

қайд қилиб ўтилган Боғот ва Хива туманларининг туристик салоҳиятидан самарали фойдаланган ҳолда, ташриф буюраётган хорижий ва маҳаллий сайёҳлар сонини кўпайтириш ва уларнинг вилоятда қолиш муддатларини узайтириш бўйича илмий асосланган таклиф ва тавсияларни ишлаб чиқиш муҳим зарурият ҳисобланади. Ушбу мақолада кабинет ва дала тадқиқотлари асосида Хоразм вилоятининг Хива ва Боғот туманларининг маданий-тарихий ва экологик туризм салоҳияти ўрганилиб, ушбу ҳудудларда туризмни ривожлантириш имкониятлари тадқиқ қилинди.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Хоразм вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш масалалари юзасидан маҳаллий олимлар ва тадқиқотчилар томонидан бир қатор тадқиқот ишлари амалга оширилган. Хусусан, Б.Рузметов [3] томонидан Хоразм вилоятининг Боғот туманида жойлашган Қалажиқ қалъа туристик мажмуаси, унинг туристик жозибадорлиги ва мажмуа инфратузилмаси фаолиятини такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган. Ш.Бахтияров эса Хоразм вилояти экотуристтик зоналарни ўз ичига олувчи Хива ақли туристик дестинациясида Боғот туманида “Қалъажик тузли суви” туристик-рекреацион кластерларини ташкил қилиш йўлларини тавсия қилган [4]. У.Матякубов [5] томонидан вилоятнинг баъзи туманларида маҳаллий сайёҳлар учун муқобил бўлган тиббий хизматларни ташкил қилиш имконияти тадқиқ қилиниб, Боғот туманининг Қалажиқ туз кўлида халқ табобатчилигини ривожлантириш ҳамда қишлоқ туризмни ривожлантириш имкониятлари тадқиқ қилинган.

Хоразм вилоятида туристик-рекреацион кластерларни шакллантириш имкониятларини ўрганилиб, бунда Хива туманида от ва туяларда сайр қилиш, табиий ва сунъий кўлларда балиқ овлаш ҳамда доривор ўсимликларни етиштириш, улардан фойдаланиб, соғлиқни тиклаш тизими йўлга қўйиш орқали экотуризмни ривожлантириш имкониятлари тадқиқ қилинган [6]. Хива тумани “Чинобод” қишлоғи “Хоразм миллий табиат боғи”да орнотологик экотуризм хизматларини ташкил қилиш, кумда волейбол ўйинларини ташкил қилиш, кватроциклда сайр қилиш хизматларини ташкил қилиш ва турли ҳил экологик аҳамиятдаги кўнгилочар масканлар фаолиятини йўлга қўйиш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган [7]. Шунингдек, У.Р.Матякубов томонидан Хива туманида “Ғовук” туристик маҳалласида қишлоқ туристик кластерини шакллантириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган [8].

Аммо юқорида қайд этилган олимлар ишларида Хоразм вилоятининг айнан Боғот ва Хива туманларининг туристик имкониятлари, мазкур ҳудудларга хорижий ва маҳаллий сайёҳларни жалб қилишнинг аниқ механизмлари очиқ берилмаган. Шу нуқтаи назардан олиб қараганда, Хива ва Боғот туманларининг туристик имкониятларидан самарали фойдаланган ҳолда, вилоятга ташриф буюраётган сайёҳлар сонини ошириш ҳамда уларнинг қолиш муддатларини кўпайтириш долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқотда иқтисодий ҳодисалар ва воқеалар жараёнларини ўрганишнинг кузатиш, умумлаштириш, таҳлилнинг мантиқий ва таққослама, қиёсий ва статистик таҳлил, кабинет ва дала тадқиқоти усулларидан фойдаланилган.

**Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.** Тадқиқот жараёнида Хоразм вилояти Хива ва Боғот туманларининг туризм имкониятлари, туризм индустриясининг бугунги ҳолати ва аҳволи таҳлил қилинди. Хива туманида зиёрат ва тарихий объектлар сони 6 тани, экотуризм объектлари сони 3 тани, маданий кўнгилочар объектлар 3 тани ташкил қилади. Шунингдек, бугунги кунда туманда 32 ўринга мўлжалланган 1 та меҳмонхона, 10 ўринга мўлжалланган 1 та оилавий меҳмон уйи, 12 та санитория-гигиена шохобчалари, 3 та wi-fi нуқталари мавжуд. Боғот туманида зиёрат ва тарихий объектлар сони 2 тани, экотуризм объектлари сони 3 тани, маданий кўнгилочар объектлар 1 тани ташкил қилади. Шунингдек, бугунги кунда туманда 10 ўринга мўлжалланган 1 та меҳмонхона, 8 ўринга мўлжалланган 1 та оилавий меҳмон уйи, 8 та санитория-гигиена шохобчалари, 3 та wi-fi нуқталари ташкил қилинган.

Тадқиқот давомида Хива ва Боғот туманларига ташриф буюраётган хорижий ва маҳаллий сайёҳлар оқими таҳлил қилинди. 2022 йилда Хива туманига ташриф буюрган маҳаллий сайёҳлар 12000 нафарни ташкил қилиб, 2021 йилга нисбатан 6 мартага ошган.

2022 йилда Хива туманига ташриф буюрган хорижий туристлар сони 1200 нафарни ташкил қилиб, 2021 йилга нисбатан 4 баробар ошган. Шунингдек, 2022 йилда Боғот туманига ташриф буюрган маҳаллий сайёҳлар сони 1500 нафарни ташкил қилиб, 2021 йилга нисбатан 2,5 баробарга ўсган, айнан шу йили хорижий туристлар ташрифи 800 нафарни ташкил қилиб, 2021 йилга нисбатан 4 мартага ошганлигини кўриш мумкин (1-жадвал).

**Хива ва Боғот туманларига ташриф буюрган сайёҳлар сонининг ўзгариш динамикаси [9]**

| Худудлар     | Маҳаллий (сайёҳ) |       | Хорижий (сайёҳ) |      |
|--------------|------------------|-------|-----------------|------|
|              | 2021             | 2022  | 2021            | 2022 |
| Хива тумани  | 2000             | 12000 | 300             | 1200 |
| Боғот тумани | 600              | 1500  | 200             | 800  |

Тадқиқотлар жараёнида Хива туманида хорижий ва маҳаллий сайёҳларни жалб қилиши мумкин бўлган тарихий-маданий объектлар, жумладан, XVIII-XIX асрларга оид Шайх Мавлон бобо мажмуаси, 1913 йилда қурилган Мадрахим Шерозий уйи, XIX асрнинг охири ва XX асрнинг бошларига оид Отажон Тўра мадрасаси, 1846 йилда қайта таъмирланган Биби Хожар она мақбараси, XVIII аср охирларига мансуб Тош Масжид ҳовлиси ҳамда 1871 йилда қурилган Чодра ҳовли мажмуалари мавжуд эканлиги аниқланди. Шунингдек, туманда янги туристик маршрутлар ишлаб чиқиш мумкин бўлган Қора кўл, Эшон Равот, Валико плус каби эко-агротуризм объектлар мавжуд.

Хоразм вилоятининг Боғот тумани ўзига хос туристик салоҳиятга эга ҳисобланади. Тадқиқотлар давомида Боғот туманининг муҳим тарихий-маданий туристик объектларига 3000 йилдан ортиқ тарихга эга бўлган Қалажиқ қалъа археологик ёдгорлиги ва Қалажиқ туристик мажмуалари ҳисобланади. Шунингдек, мазкур ҳудудда Қалажиқ туз кўли, Эшон туз каби экологик туристик объектлар, узум етиштиришга ихтисослашган агротуризм объектлари, Шайх Одинобобо каби зиёрат туризм объектлари мавжуд бўлиб, етарли даражада туризм мақсадларида фойдаланилмай келмоқда.

2023-2026 йилларда Хоразм вилоятининг Боғот туманидаги “Қалажиқ қалъа” МФЙда ташриф буюрувчи сайёҳларга қулайликлар яратиш орқали ташриф буюрувчи сайёҳлар сонини ошириш, Қалъажик қалъа” мажмуаларига саёҳат акциясини ташкил этиш, шунингдек, 2023-2024 йилларда Хива туманидаги “Ғовук” МФЙда туризм инфратузилмасини яхшилаш орқали туризм соҳасида 85 та янги иш ўрнини ташкил этиш, “Биби Хожар” мақбарасида зиёратчилар учун шароит яратиш каби чора-тадбирлар белгиланган [10].

**Хулоса ва таклифлар.** Хоразм вилоятининг Хива ва Боғот туманларида туризм салоҳиятини аниқлаш, мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш, ҳудудларга хорижий ва маҳаллий сайёҳлар ташрифини кўпайтириш асосий устувор вазифалар эканлиги тадқиқот жараёнида асосланди. Бизнинг фикримизча ушбу вазифаларни самарали амалга ошириш учун қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

1. Хива ва Боғот туманларининг туристик объектлар жозибадорлигини ошириш мақсадида туризм соҳасидан манфаатдор томонлар билан сўровномалар ўтказиб, янги туристик йўналишларни ривожлантириш бўйича илмий асосланган таклифлар ишлаб чиқиш зарур;

2. Хива тумани “Ғовук” маҳалласи ва Боғот тумани “Қалажиқ” маҳалласи (Қалажиқ туристик зонаси) маълумотлар базасига киритилган объектларнинг контентларини яратиш ва янгилаб бориш;

3. Боғот ва Хива туманларида туризмни ривожлантиришга қаратилган илмий-тадқиқот мавзулари банкини яратиш ва ушбу мавзуларни магистрант, таянч докторант, докторант ва мустақил тадқиқотчиларга илмий-тадқиқот мавзуси сифатида таклиф қилиш;

4. Боғот ва Хива туманларига туристлар оқимини янада ошириш ва университет имкониятларидан самарали фойдаланиш мақсадида Урганч давлат университети қошида туристик фирма ташкил қилишни таклиф қилиш;

5. Боғот ва Хива туман ҳокимликлари билан ҳамкорликда университет кафедралари учун илмий лойиҳалар (грантлар) эълон қилиш;

6. Урганч Давлат университетининг туризм, меҳмонхона ҳўжалигини ташкил қилиш ва бошқариш, тарих, археология, география, иқтисодиёт таълим йўналишлари талабаларини малакавий амалиётларини Хива ва Боғот туманларидаги маданий мерос ва туризм намойиш объектларида ташкил этиш;

7. Хива ва Боғот туманларидаги тарихий-маданий ёдгорликлар, меҳмонхоналар, кафе ва ресторанлар, туристик маршрутлар тўғрисида ахборот берувчи ва турли хизматларни жамлаган мобил иловалар яратиш;

8. Боғот ва Хива туманларидаги “Ғовук” ҳамда “Қалажиқ” туристик маҳаллалари аҳолиси учун туризм бизнеси, хизмат кўрсатиш ва сервис, экскурсия хизматларини ташкил қилиш ҳамда меҳмонхона ҳўжалиги бўйича ўқув курсларини ташкил этиш лозим;

9. Урганч давлат университети, вилоят туризм ва маданий мерос бош бошқармаси ҳамда маҳаллий туроператорлар билан ҳамкорликда 12 та тилда (рус, инглиз, француз, немис, араб, япон, хитой, ҳинд, испан, португал, корейс, малай) Хива ва Боғот тумани туристик салоҳиятини акс эттирувчи арзон туристик пакетларни ишлаб чиқиш;

10. Хоразм вилоятининг зиёрат туризмни ривожлантириш мақсадида Биби Хожар она, Огаҳий ва Мунис Хоразмий (Хива тумани), Одина Эшонбобо (Боғот тумани) каби зиёратгоҳларни ўз ичига олган зиёрат туризм маршрутларини шакллантириш;

11. Хива тумани “Ғовук” ҳамда Боғот тумани “Қалажиқ” туристик маҳаллаларида археологик, этнографик ва агротуризмни ривожлантириш мақсадида кишлоқ туристик кластерларини ташкил қилишни илмий асосланган таклифини ишлаб чиқиш;

12. Хива тумани Ғовук туризм кишлоғида «Хоразм нонлари», «Анор» ва «Гурвак» сайлларини уюштириш.

Юқорида келтирилган таклифларни амалга оширилиши Хоразм вилоятининг Боғот ва Хива туманларининг туристик жозибадорлигини оширишга, ҳудудларга маҳаллий ва хорижий туристлар оқимининг кўпайишига, маҳаллий аҳолининг туристик бизнес орқали даромади олишига замин яратилади.

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

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2022-2026 йилларда Хоразм вилоятида туризм соҳасини комплекс ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 546-сонли Қарори. 2022 йил 28 сентябр

2. Хоразм вилояти туризм ва маданий мерос бошқармаси статистик маълумотлар тўплами. Урганч-2022 йил. 24 б.

3. <https://www.gazeta.uz/uz/2023/03/29/tourism/>

4. Рузметов Б., Бахтияров Ш. Хоразм вилояти ва Хива шаҳри туристик салоҳиятини юксалтириш стратегияси. // Минтақавий ривожланишнинг замонавий муаммолари. Коллектив монография. – Тошкент: Инновацион ривожланишнинг нашриёт-матбаа уйи, 2020.134-140-б.

5. Бахтияров Ш.Ш. Минтақада туристик-рекреацион кластерларни ташкил этиш асослари. // Хоразм Маъмун Академияси ахборотномаси. 2021. №12. - 194-197 б.

6. Матякубов У.Р. Хоразм вилоятида кишлоқ жойларида туризмни ривожлантириш имкониятлари. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 2, март-апрель, 2018 йил.

7. Бахтияров Ш.Ш. Туристско-рекреационные кластеры как источник роста экономики региона. // Хоразм Маъмун Академияси ахборотномаси. 2021. №12. - 198-201 б

8. Матякубов У.Р. Минтақа туризм соҳасида янги хизмат турларини кенгайтиришнинг устувор йўналишлари// Хоразм Маъмун Академияси ахборотномаси. 2023. №1. - 148-152 б

9. Матякубов У.Р. Оролбўйи минтақасида туризмни ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий ва методологик йўналишларини такомиллаштириш йўналишлари. Иқт. фан. док. (Dsc) диссертация автореферати – Урганч. 2022. - 71 б.

10. Хоразм вилояти Туризм ва маданий мерос бошқармасининг статистик маълумотлар тўплами. Урганч-2022.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>У.Матякубов, Р.Исаков</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Пути эффективного использования возможностей развития туризма в Хивинском и Багатском районах</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной статье представлен анализ современного состояния развития туризма в Хивинском и Багатском районах Хорезмской области, а также приоритетные направления развития сферы в будущем.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> туризм, турист, туристический ресурс, турмаршрут, турпродукт, гостиница, экотуризм.</p> | <p style="text-align: center;"><b>U.Matyakubov, R.Isakov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Ways of effectively using tourism development opportunities in Khiva and Bogot districts</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article presents an analysis of the current state of tourism development in the Khiva and Bogot districts of the Khorezm region, as well as the priority areas of tourism development in the future.</p> <p><b>Keywords:</b> tourism, tourist, tourist resource, tour route, tour product, hotel, ecotourism.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Дониёр Журакулович Абдуразаков** – “Ипак йўли” туризм ва маданий мерос халқаро университети докторанти

### ҚИШЛОҚ ТУРИСТИК РЕСУРСЛАРИНИ ТАСНИФЛАШ ВА БОШҚАРИШНИНГ АМАЛИЙ МАСАЛАЛАРИ ТАҲЛИЛИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> Мақола юртимиз қишлоқларининг туристик салоҳиятини ривожлантириш ва бошқариш масалаларига бағишланади. Мақолада туристик ресурсларни таснифлаш, қишлоқларда туристик бизнес учун шарт-шароитлар яратиш ва бошқариш ҳақида сўз юритилади.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> туризм, туристик ресурс, қишлоқ туризми, туризм маҳалласи, туризмни бошқариш, маданий мерос, табиий ресурслар</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Кириш.** Юртимизда туризм тараққий этиб секин-аста қишлоқларга кириб бормоқда. Бу эса мавжуд туристик ресурслардан унумлироқ фойдаланишни талаб қилади. Туристтик ресурсларнинг мамлакат бўйлаб тарқалиши ва тақсимланиши турлича бўлиб, ҳар бир ҳудуд ўзига хос салоҳиятга эга. Қишлоқларда туризмнинг ривожланиши тадбиркорликнинг янги йўналишлари ва қўшимча иш ўринлари яратилишига ижобий таъсир кўрсатади. Шу сабабдан, қишлоқларда мавжуд туристик ресурсларни муҳофаза қилиш, улардан тўғри фойдаланиш ва бошқариш алоҳида долзарблик касб этади.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Туристтик ресурсларни тадқиқ этган олимлар бу мавзуга турли жиҳатдан ёндошиб, уларни турли белгилар бўйича таснифлашган ва таърифлар беришган. Хусусан, юртимиз олимларидан М.Қ. Пардаев, Р. Ҳайитбоев, М. Р. Болтабаев, И.С. Тухлиев, Б.Ш Сафаров, С.А. Абдуҳамидов, И.С. Тухлиев, Н.Т. Тухлиев, А.С. Солиев, М.Р. Усмонов, Б. Тураевларнинг, рус олимларидан В.Г. Гуляев ва Е.Я. Лебедьколарнинг ҳамда чет эллик олимлардан Les Killion каби олимларнинг берган таърифлари алоҳида эътиборга моликдир.

Туристтик ресурсларни таснифлаш бўйича тадқиқот олиб борган олимлардан Н. Ибодуллаев<sup>1</sup> шундай таъкидлайди: “туристик ресурсларнинг таснифи бўйича мамлакатимиз олимлари, жумладан, М.Қ. Пардаев, И.С. Тухлиев, Н.Т. Тухлиев, А.С. Солиев, М.Р. Усмонов ва Б. Тураевлар ўз асарларида қисман тўхталишган бўлиб, улар асосан мамлакатимизнинг туристик салоҳиятидан фойдаланиш масалаларига эътибор қаратишган. Аммо туристик ресурсларнинг таснифи бўйича алоҳида тадқиқотлар олиб боришмаган”.

Шу билан бирга, Н. Ибодуллаев ресурсларни таснифлашга туристик хизматни ташкил этиш жиҳатидан ёндошиб, иккита асосий катта ва уларнинг таркибига кирувчи кичик гуруҳларга ажратади:

<sup>1</sup> Ибадуллаев Н. Э. “Туристтик ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш имкониятлари” PhD илмий даражаси учун тайёрланган диссертация.

| Бирламчи туристик ресурслар | Иккиламчи туристик ресурслар        |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1. Табиий                   | 1. Жойлашиш                         |
| 2. Тарихий                  | 2. Овқатланиш                       |
| 3. Ижтимоий-маданий         | 3. Транспорт                        |
|                             | 4. Саёҳат ташкилотчилари            |
|                             | 5. Кўнгил очар объектлар            |
|                             | 6. Ахборот ресурслари               |
|                             | 7. Қўшимча хизмат ва сервис тармоғи |

Бу кичик гуруҳлар ўз навбатида ўхшаш белгилари бўйича яна бошқа объектларни ўз ичига олади.

Мавжуд адабиётларни ўрганишларимиз олимлар томонидан туристик ресурсларнинг асосан истеъмолчини жалб этувчи хусусиятлари бўйича тадқиқ қилишганлиги ҳамда шу белгилар асосида таснифлашганлигини кўрсатди. Аммо, туристик ресурсларни бошқарув объекти ва субъекти сифатида тадқиқ қилган, таснифлаган ва таърифлаган илмий қарашлар учрамади.

Дарҳақиқат, туристик ресурслар ўз табиати ва ҳуқуқий асосига кўра бир-биридан фарқли бошқарув объектлари ҳисобланиб, уларни бошқариш ҳам турли субъектлар томонидан амалга оширилади.

**Тадқиқот методологияси.** Мазкур мақолада манбаларни таҳлил қилишда аналитик ва синтетик усуллардан фойдаланилган. Турли тадқиқотчиларнинг қарашлари тизимли ва умумлаштириш услублари воситасида ўрганилиб соҳага оид муаммолар аниқланган. Шунингдек, шахсий кузатиш ва мантикий фикрлаш усуллари ёрдамида муаллифнинг бир нечта илмий таклиф ва амалий тавсиялари ишлаб чиқилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Тадқиқотларимизнинг кўрсатишича, туристик ресурсларни бошқариш анча мураккаб вазифа бўлиб, уларни тўғри тасарруф этиш, асраб-авайлаш ва ривожлантириш бир қанча бошқарув субъектларининг ўзаро мувофиқлашган ҳаракатини талаб этади. Биз қишлоқларда мавжуд бўлган туристик ресурсларни бошқаришда бевосита иштирок этувчи ёки уларга таъсир қилиш имконига эга бўлган бошқарув субъектлари бўйича қуйидаги 3 та асосий гуруҳга ажратиб ўрганамиз:

1. Давлат бошқарувидаги ресурслар;
2. Жамоавий бошқарувдаги ресурслар;
3. Шахсий бошқарувдаги ресурслар;

**Давлат бошқарувидаги ресурслар** деганда бевосита давлат назорати ва бошқарувида бўлган, давлат бошқарув органлари қабул қиладиган ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатлар билан бошқариладиган ресурсларни тушунамиз.

Бундай ресурслар ер, сув, тоғ, дарёлар, умуман барча табиат бойликларини ўз ичига олиб, умумий фойдаланишда бўлса-да, ҳуқуқий жиҳатдан давлат ҳимояси ва бошқарувидаги объектлардир. Яъни, туристларни жалб этишда асосий ресурс ҳисобланадиган табиат бошқарув объекти сифатида давлат томонидан бошқарилади.

**Жамоавий бошқарувдаги ресурслар** деганда ҳуқуқий жиҳатдан аниқ бир субъектга тегишли бўлмасдан жамоавий ҳаётнинг табиий ҳосиласи ҳисобланадиган ресурсларни тушунамиз.

Бундай ресурслар туристларни қишлоққа жалб этиш воситаси бўлиш билан бирга туристик хизматлар сифатини таъминловчи асосий унсурлардан бўлиб ҳисобланади. Масалан, қишлоқ аҳлининг меҳмондўстлиги ёки қишлоқнинг меъморий қиёфасини шу каби ресурсларга мисол қилиб келтириш мумкин.

Қишлоқнинг меҳмондўстлиги жамоавий ҳолатда намоён бўладиган ўта муҳим ижтимоий ресурс бўлиб, унинг яхши ёки ёмон томонга ўзгариши туристик хизматлар сифатига жиддий таъсир этади.

Қишлоқнинг меъморий қиёфаси ҳам ўта аҳамиятли ресурс бўлиб, жамоавий тарзда шаклланади. Аммо, бу ресурс асосан жисмоний шахслар бошқарувидаги хусусий уй-жойлар тўпламидан ташкил топади ва уни ўраб турган табиат билан уйғун бўлса алоҳида туристик қиймат касб этади.

Бошқарув жиҳатидан, бундай ресурслар алоҳида турдаги жуда мураккаб бошқарув

объекти ҳисобланиб, уларга фақатгина жамоавий ҳаракат воситасидагина таъсир этиш мумкин.

**Шахсий бошқарувдаги ресурслар** деганда ҳуқуқий жиҳатдан аниқ бир юридик ёки жисмоний шахсга тегишли бўлган, бевосита хусусий (бизнес) бошқарувдаги ресурсларни тушунамиз. Уларга хусусий инвестициялар, шахсий уй-жойлар, касбий билим ва кўникмалар, меҳмонхона ёки хусусий рекреация объектларини киритиш мумкин.

Бу ресурсларга эгалик қилувчилар туристик фаолиятдан даромад олувчи асосий бўғинни ташкил этиб, бизнес бошқаруви объекти ҳисобланади.

Юқоридагилардан кўриниб турибдики, қишлоқларда туризмни ривожлантириш учун туристик ресурсларни бошқарув объекти сифатида тадқиқ қилиш долзарб масала ҳисобланади ва ўзига хос ёндошувни талаб этади. Қишлоқнинг туристик салоҳиятини самарали бошқариш юқоридаги 3 хил бошқарув субъектлари фаолиятининг мувофиқлашув даражасига боғлиқ бўлади. Фикримизча, уларни бошқаришни бир-биридан айри ҳолда амалга ошириш кўзланган натижаларга эришишга имкон бермайди.

Юқоридагиларга мувофиқ, биз қишлоқда туристик ресурсларни бошқарув объекти сифатида қуйидагича гуруҳлаш ва таснифлашни таклиф қиламиз

| Давлат бошқарувидаги ресурслар                                                                                                                                                                                                      | Жамоавий бошқарувдаги ресурслар                                                                                                                                                                                                                             | Шахсий бошқарувдаги ресурслар                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Табиати ва табиий ландшафт.</li> <li>2. Тарихий ва табиат ёдгорликлари.</li> <li>3. Инвестиция лойиҳалари.</li> <li>4. Молиявий ресурслар (дотация, субсидия ва субвенциялар).</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Қишлоқнинг меъморий қиёфаси.</li> <li>2. Меҳмондўстлик ва ижтимоий “илиқлик”.</li> <li>3. Урф-одатлари ва маданий ўзига хослик.</li> <li>4. Иқтисодий ўзига хослик (фаолият турига кўра ихтисослашув).</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Шахсий бизнес режалар.</li> <li>2. Билим ва кўникмалар.</li> <li>3. Туризмга йўналган инсон капитали.</li> <li>4. Янги ғоялар.</li> </ol> |

Қишлоқлар бу ресурсларга ёки уларнинг баъзиларига эгалик қилиш даражасига қараб бир-биридан фарқ қилади. Бундан ташқари, бу ресурслардан фойдаланишнинг тараққий этганлик даражаси ҳам турлича бўлиб, мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши натижасида шаклланиб боради. Бунинг оқибатида мамлакатнинг қишлоқ ҳудудларида ўзига хос ижтимоий-иқтисодий вазият ва ҳаёт тарзи шаклланади. Бу эса пировардида қишлоқнинг қандай туризм салоҳиятига эга бўлишини белгилаб беради.

**Хулоса ва таклифлар.** Ушбу фикрлардан хулоса қилиш мумкинки, бугунги кунда Ўзбекистонда қишлоқлардаги туристик ресурсларни бошқариш бўйича умумий мувофиқлашган ёндошув мавжуд эмас. Масалан, давлат бошқарувидаги туристик ресурслар бир қанча органлар тасарруфида бўлса, жамоавий бошқарувдаги ресурслар учун масъул бўлган аниқ бир ташкилот йўқ. Оқибатда қишлоқ ҳудудида тадбиркорликка оид қарорлар, айниқса табиий ресурслардан фойдаланиш уларнинг туристик аҳамиятини инобатга олмаган ҳолда амалга оширилади. Натижада, қишлоқларнинг туризм салоҳиятига жиддий путур етиш хавфи ўсиб боради.

Гарчи, Ўзбекистон Республикаси “Туризм тўғрисида”ги Қонунининг бир қанча моддаларида<sup>1</sup> туристик ресурслардан оқилона фойдаланиш, сақлаш ва ривожлантириш ҳақида гап борсада буни амалга ошириш механизми, туристик ресурснинг ҳуқуқий таърифи ва аниқ кадастр рўйхати мавжуд эмас. Юқоридагиларга асосланган ҳолда биз қуйидагиларни таклиф қиламиз:

1. Ўзбекистон Республикаси Маданият ва туризм вазирлиги ҳузурида туристик ресурсларнинг ҳуқуқий таърифини ишлаб чиқиш;
2. Ҳудудлар кесимида давлат ва жамоавий бошқарувда бўлган туристик ресурслар рўйхатини шакллантириш;

<sup>1</sup> 18.07.2019 йилдаги 549-сон ЎРҚ 6, 7, 8, 9, 10, 17 моддалар

3. Ўзбекистон Республикасининг “Табиатни муҳофаза қилиш тўғрисида”ги, “Маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш ва улардан фойдаланиш тўғрисида” Қонунларини “туристик ресурслар” тушунчаси билан тўлдириш;
  4. Ўзбекистон Республикаси Маданий мерос агентлиги номини “Ўзбекистон Республикаси Маданий мерос ва туристик ресурслар агентлиги” номига ўзгартириш ва агентликка туристик ресурсларни муҳофаза қилиш ваколатини бериш;
  5. Табиат ресурсларидан фойдаланиш бўйича қарорлар қабул қилишда Агентлик билан маслаҳатлашиш мажбуриятини белгилаш;
- Дарҳақиқат, қишлоқ ҳудудларидаги туристик ресурсларни бошқариш ва улардан тўғри фойдаланишни йўлга қўйиш қишлоқ аҳолиси учун барқарор даромад манбаи яратишининг муҳим омилларидан биридир.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси “Туризм тўғрисида”ги Қонуни.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш ва улардан фойдаланиш тўғрисида” Қонуни.
3. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 10 июлдаги 433-сон қарорига 8-ИЛОВА.
4. 2019 – 2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш КОНЦЕПЦИЯСИ.
5. Ж.Х. Исмоилова, М.С. Мухамедова Маданий туризмнинг тадқиқот ва тарғибот тамойиллари// “Фан” нашриёти, Тошкент, 2018.
6. M.R. Boltabayev, I.S. Tuxliyev, B.Sh. Safarov, S.A. Abduxamidov., Туризм: назария ва амалиёт// “Фан ва технология” нашриёти, 2018.
7. Р. Ҳайитбоев, Экологик туризм: ўқув қўлланма// “Фан ва технологиялар нашриёт-матбаа уйи”, 2021.
8. Ade Oriade, Peter Robinson., Rural Tourism and Enterprise: management, marketing and sustainability// CABI, Wallingford, United Kingdom, 2017.
9. Barry Dalal-Clayton, David Dent, Olivier Dubois., Rural Planning in developing countries// Earthscan Publications Ltd, New York.
10. Alejandro D. Ramos, Pablo S. Jimenez., Tourism Development: economics, management&strategy// Nova Science Publishers New York, 2019.
11. Е.Я. Лебедев, Е.Н. Кислова, В.Е. Ториков., Сельский туризм// “Лань” нашриёти, Санкт-Петербург, 2021
12. Мамраева Д. Г., Ташенова Л. В. Методический инструментарий оценки туристско-рекреационного потенциала региона // Экономика региона. — 2020. — Т. 16, вып. 1. — С. 127-140
13. Н. В. Святохо., Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона, Экономика и управление № 2, 2007й
14. А.Ш. Холбаев., Туризм соҳасида иқтисодий салоҳиятдан фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари// Iqtisodiyot va ta'lim, 2022-yil 2-son
15. <https://lex.uz/>

| Д. Абдуразаков                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | D.Abdurazakov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Анализ практических вопросов классификации и управления сельскими туристическими ресурсами</b></p> <p><b>Аннотация:</b> Статья посвящена развитию и управлению туристическим потенциалом сел нашей страны. В статье говорится о классификации туристских ресурсов, создании и управлении условиями для развития туристического бизнеса в селах.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> туризм, туристический ресурс, сельский туризм, туристическая деревня, туристический менеджмент, культурное наследие, природные ресурсы.</p> | <p><b>Analysis of practical issues of classification and management of rural tourist resources</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article is devoted to the development and management of the tourism potential of the villages of our country. It talks about the classification of tourist resources, the creation and management of conditions for the development of tourist business in villages.</p> <p><b>Keywords :</b> tourism, tourist resource, rural tourism, tourism village, tourism management, cultural heritage, natural resources.</p> |

**Dilrabo Shirinboyevna Mardonova** – “Ipak yo‘li” xalqaro Turizm va madaniy meros universiteti tayanch doktoranti

# MAMLAKATIMIZDA MEHMONXONA BIZNESINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARINI TAHLIL QILISH VA PROGNOZLASH

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada mamlakatimizdagi mehmonxonalar, xostellarlarning soni hududlar miqyosidagi ulushi keltirilgan. Mavjud ma’lumotlar asosida, mehmonxonalar soni kelgusi yillar uchun prognoz qilingan. Bundan tashqari maqolada mehmonxona biznesi rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillar alohida ta’kidlangan. Hamda, xulosa sifatida ilmiy-nazariy va amaliy tavsiyalar ham ishlab chiqilgan.  
**Kalit so‘zlar:** mehmonxona biznesi, tendensiya, prognozlash, samaradorlik, reklama xizmati, mehmonxona sanoati, xalqaro zanjir, sayyoh, raqobat, butik mehmonxonalar, xostellar, mehmon uylari.

**Kirish.** O‘zbekistonda turizm va mehmonxona biznesiga bo‘lgan e’tibor kun sayin oshib bormoqda. Buni yurtimizda olib borilayotgan davlat siyosati, Prezident Farmonlari hamda Vazirlar Mahkamasining Qarorlari misolida ham yaqqol ko‘rish mumkin. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 02.12.2016-yildagi “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-4861 sonli Farmoni<sup>1</sup>, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 05.06.2017-yildagi “Turoperator va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish tartibi to‘g‘risidagi Nizomni tasdiqlash haqida” 355-sonli Qarori<sup>2</sup>, 07.08.2018-yildagi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Oilaviy mehmon uylari faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida”gi 631-son qarori<sup>3</sup>, 14.08.2018-yildagi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining “Mehmonxona sohasiga qo‘shimcha investitsiyalarni jalb etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 661-son Qarori<sup>4</sup>, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “O‘zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesini jadal rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 954-son Qarori<sup>5</sup> va bir qator hujjatlarni keltirish mumkin.

Mehmonxona biznesini rivojlantirish maqsadida, xalqaro standartlarga javob beradigan talab va xizmatlarni amalga oshirish uchun chet eldan sarmoyalar jalb qilish ham katta ahamiyat kasb etadi. Yurtimizda mehmonxona biznesining asosiy yo‘nalishlaridan biri xalqaro mehmonxona tarmoqlarining o‘sishi hisoblanadi. So‘nggi yillarda O‘zbekistonga Hilton, Hyatt, Marriott kabi xalqaro mehmonxona brendlaridan katta miqdorda sarmoyalar kiritildi. Ushbu xalqaro sarmoyadorlarning mavjudligi sayyohlar uchun keng turdagi tanlovni yaratdi, mehmonxonalar o‘rtasidagi raqobatni kuchaytirdi va xizmatlar sifatini oshirdi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.** Turizm sohasi va uning tarkibida mehmonxona xo‘jaligi iqtisodiyotning muhim tarmog‘i sifatida jahon va mamlakatimiz olimlari diqqat markazida bo‘lib kelgan. Jumladan, mazkur muammoning ilmiy-nazariy va metodologik hamda amaliy muammolari xorijlik olimlardan F.Kotler, Dj.Bouen, Dj.Meykens, Dj.Uoker, L.F.Xodorkov, Yu.F.Volkov, A.D. Chudnovskiy, N.M.Kuldoshina, A.Braymer, A.L.Lesnik, I.P.Matsitskiy, A.V.Chernishev, A.B.Kosolapov, V.A.Kvartalnov, M.V.Yakimenko, A.E.Saak, Dj.A.Michelli, L.P.Shmatko, L.V.Jolobova, G.I.Lyashko, D.S.Ushakov, V.G.Fedtsov va boshqalar tomonidan tadqiq qilingan<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> O‘R QQT, 2016-yil, 49-son, 558-modda.

<sup>2</sup> O‘R QQT, 2017-yil, 23-son, 477-modda

<sup>3</sup> Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 08.08.2018-y., 09/18/631/1638-son

<sup>4</sup> Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 16.08.2018-yil, 09/18/661/1763-son

<sup>5</sup> Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 27.11.2018-y., 09/18/954/2225-son

<sup>6</sup> Kotler F., Bouen Dj., Meykens Dj. Marketing. Gostepriimstvo i turizm. / Per. s angl. – M.: YuNITI, 1998., Uoker Dj. Vvedenie v gostepriimstvo. Ucheb. Posobie / Per. s angl. – M.: YuNITI, 1999., Xodorkov L.F. Mirovye gostinichnoye xozyaystvo. – M.: 1991., Volkov Yu.F. Gostinichnyy i turisticheskiy biznes. – Rostov n/D: Feniks, 2009. – 637 s., Turizm i gostinichnoye xozyaystvo / Pod red. A.D. Chudnovskogo. – M.: Eksmo, 2000., Kuldoshina N.M. Ekonomika i finansy gostinichnogo biznesa. – M.: MATGR, 2000., Braymer A. Osnovy upravleniya predpriyatiyami i organizatsiyami industrii gostepriimstvo. – M.: 1994, Organizatsiya i upravlenie gostinichnym biznesom. / Pod red. A.L.Lesnika, I.P.Matsiskogo, A.V.Chernisheva – M.: 2000, Saak A.E., Yakimenko M.V. Menejment v industrii gostepriimstva (gostinisy i restorany). – SPb.: Piter, 2007. – 432 s., Kosolapov A.B. Teoriya i praktika ekologicheskogo turizma. – M.: 2005., Kvartalnov V.A. Teoriya i praktika turizma. – M.: Sovetskiy sport, 2004., Michelli Dj.A.

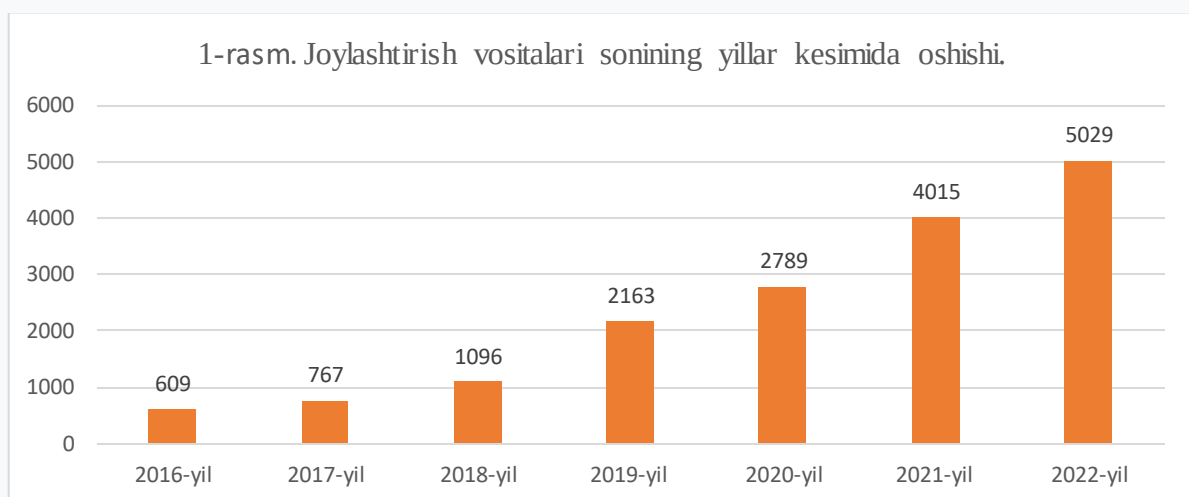
Mamlakatimizda turizm sohasi, uning tarkibiy qismi bo‘lgan mehmonxona xo‘jaligi muammolarini tadqiq qilish bilan I.S.Tuxliyev, M.K.Pardayev, T.Abdullayeva, M.T.Aliyeva, X.M.Mamatkulov, R.Haitbayev, D.X.Aslanova, A.Toksanov, A.S.Soliyev, B.Ruzmetov, A.A.Eshtayev, B.Sh.Safarov, M.Alimova, A.N.Xalikulov kabi iqtisodchi olimlar shug‘ullanmoqdalar .

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqotda mehmonxona va joylashtirish vositalari fondi o‘shish dinamikasiga ta‘sir qiluvchi omillar, sohada sifatli xizmat ko‘rsatishning o‘ziga xos xususiyatlari tahlil qilindi. Mavzu doirasida muammolarni chuqur tahlil qilish, ilmiy asoslangan xulosa va tavsiyalarni ishlab chiqish maqsadida qiyosiy tahlil qilish, O‘zbekistonda olib borilgan ilmiy tadqiqotlarni o‘rganish va tahlil qilish orqali olingan ma‘lumotlar asosida qiyosiy tahlil usulidan foydalanildi.

**Tahlil va natijalar.** Yurtimizda mehmonxonalar soni va ularning rivojlanish tendensiyalari haqida so‘z yuritishdan oldin ishning nazariy masalalariga alohida ahamiyat berish maqsadga muvofiqdir. Shu o‘rinda “mehmonxona,” “mehmonxona biznesi”, “xostel”, “butik mehmonxonalar” kabi atamalarga izoh berib o‘tish joiz deb hisobladik. *Mehmonxona*- hotel- 1) o‘z “mahsuloti” sifatida xizmatlar majmuini ishlab chiqaradigan va bozorda taqdim etadigan, asosiy xizmatlari joylashtirish va ovqatlantirish bo‘lgan tijorat korxonasidir; 2) xizmatlarni ko‘rsatish uchun mo‘ljallangan mulkiy majmua (bino, inshoot, qurilma va boshqa mol-mulkning bir qismi)<sup>1</sup>. *Mehmonxona biznesi*- hotel business – tadbirkorlik faoliyatining bir ko‘rinishi, mehmondo‘stlik sanoatini rivojlantirish, turist va sayohatchilar ehtiyojini ta‘minlash, maishiy xizmat va bo‘sh vaqtni samarali o‘tkazish haqidagi muammolarni hal qiladi<sup>2</sup>. *Xostel* – hostel – o‘zlarining ta‘tillarini imkon qadar kam xarajat asosida o‘tkazishni istovchi turistlar to‘xtab qolishlari mumkin bo‘lgan mehmonxona turi. Xosteldagi nomerlar arzon bo‘lib, odatda er-xotinlar uchun ikki kishilik krovat va shkaflar bilan jihozlangan katta xonalar beriladi. Bunday xonalarda 12-20 kishigacha yashaydi. Nomerda qanchalik kam o‘rin bo‘lsa shuncha qimmat bo‘ladi<sup>3</sup>. *Butik mehmonxonalar* – hotel boutique – dizayni va xizmati bilan farq qiluvchi kichik mehmonxonalaridir. Butik mehmonxonalar odatda ichki makonga ega qimmat mehmonxonalar hisoblanadi. Butik mehmonxonalar odatda “dizayn mehmonxonalar” deb ataladi.

Turizm O‘zbekiston hukumati uchun ustuvor yo‘nalishga aylangani bois, u o‘quv markazlarini tashkil etish va mehmonxona jihozlarini modernizatsiya qilish uchun moliyaviy yordam ko‘rsatish kabi mehmonxona sanoati standartlarini yaxshilash bo‘yicha chora-tadbirlarni amalga oshirib kelmoqda.

1-rasm. Joylashtirish vositalari sonining yillar kesimida oshishi.



Rits-Carlton: zolotoy standart gostinichnogo biznesa novogo tyysyachaletiya / Djozef Michelli: per. s angl. V.S.Ivachenko. – M.: Eksmo, 2009. – 320 s., Turizm i gostinichnoe xozyaystvo / Pod red. L.P.Shatko. – Rostov n/D: Feniks; Izdatelskiy sentr «MarT», 2010. – 352 s., Fedsov V.G. Kultura gostinichno-turistskogo servisa. – Rostov n/D: Feniks, 2008. 503 s., WWW.rej.ru WWW.hrs.ru., WWW.reksoft.ru., WWW.HotelConculingGroup.ru, WWW.allstarshilton.com.

<sup>1</sup> I.S.Tuxliyev, M.E.Po‘latov, A.Sh.Berdimurodov. Turizm atamalarining izohli lug‘ati, Samarqand 2021-y., 86-bet.

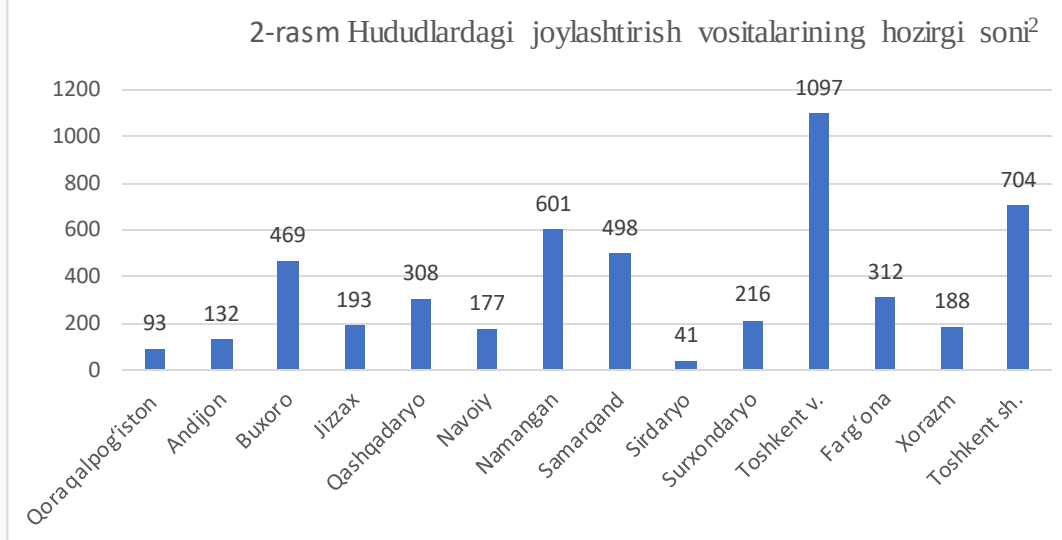
<sup>2</sup> O‘sha yerda 87-bet

<sup>3</sup> I.S.Tuxliyev, M.E.Po‘latov, A.Sh.Berdimurodov. Turizm atamalarining izohli lug‘ati, Samarqand 2021-y., 190-bet.

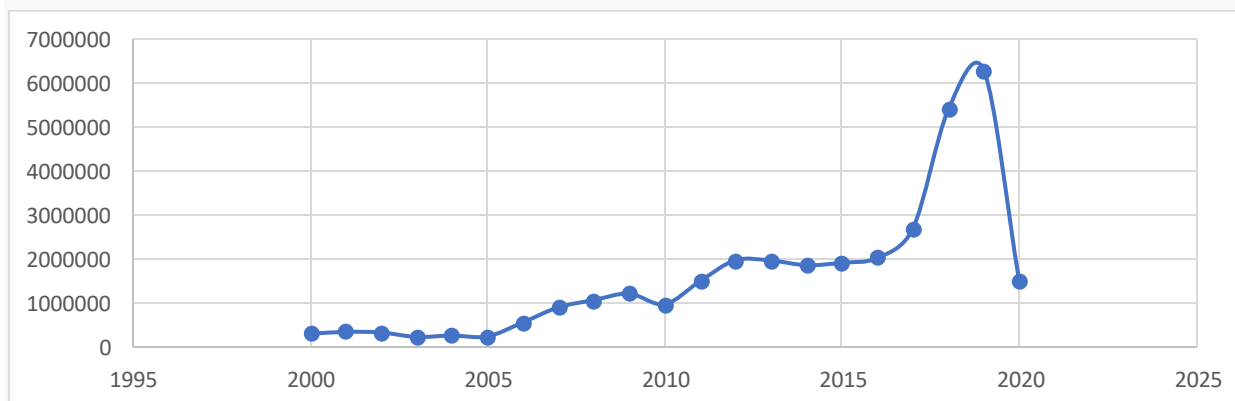
So‘nggi yillarda sayohatchilarga yanada o‘ziga xos va o‘ziga mos tajribani taklif etuvchi butik mehmonxonalar va uy-joylar tendensiyasi ham kuzatilmoqda. Ushbu turdagi joylashtirish vositalari ulkan tajriba, mahalliy taom va mahalliy madaniyatni chuqurroq tushunishga intiladigan sayyohlar orasida tobora ommalashib bormoqda.

O‘zbekistonda mehmonxona, joylashtirish vositalari fondi tahlil qilinganda, 2022-yilda 1209 ta yangi joylashtirish vositalari (29817 ta o‘rin), shundan, 149 ta mehmonxonalar, 254 ta xostellar, 734 ta oilaviy mehmon uylari, 13 ta sanatoriy va sog‘lomlashtirish obyektlari, 59 ta boshqa joylashtirish vositalari tashkil etilib, ularning jami soni 5029 taga, o‘rinlar soni 124,2 mingtani tashkil qilgan.<sup>1</sup>

2016-yilda jami joylashtirish fondi 609 tani tashkil qilgan bo‘lib xonalar soni 1645 tani, o‘rinlar soni 31950 tani tashkil qilgan. 2022-yilda jami joylashtirish fondi 5029 tani tashkil qilgan bo‘lib xonalar soni 55277 tani, o‘rinlar soni 124191 tani tashkil qildi. Ya’ni, joylashtirish vositalari fondi 825%ga, xonalar 335% hamda o‘rinlar soni 388% oshdi<sup>2</sup>.



Yuqorida 2-rasmda joylashtirish vositalarining hududlar kesimida joriy davr holati keltirilgan. Bundan shuni ko‘rish mumkinki, turizm sohasi aynan joylashtirish vositalari O‘zbekiston bo‘ylab notekis taqsimlangan. Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlaridan tashqari Andijon, Navoiy, Surxondaryo, Farg‘ona, Qo‘qon shaharlarida ham turizmni faol rivojlantirish mumkin. Ayniqsa Farg‘ona vodiysi o‘zining serhosil bog‘lari, paxta dalalari, ipakchiligi, tog‘ bilan o‘ralganligi va sharqona bozorlari bilan turistlarda katta qiziqish uyg‘otishi mumkin. Ipakchilik markazi hisoblangan Marg‘ilon shahrida "Ipak olami" marshrutini ishlab chiqish mumkin. Unda ipak qurtidan boshlab to‘quvchilik jarayonlarigacha bo‘lgan bosqichlarni hikoya qilib berish, ipak gazlamalari va kiyimlarni ishlab chiqarishning madaniy hamda ishlab chiqarish tarixini yoritib berish mumkin bo‘ladi.



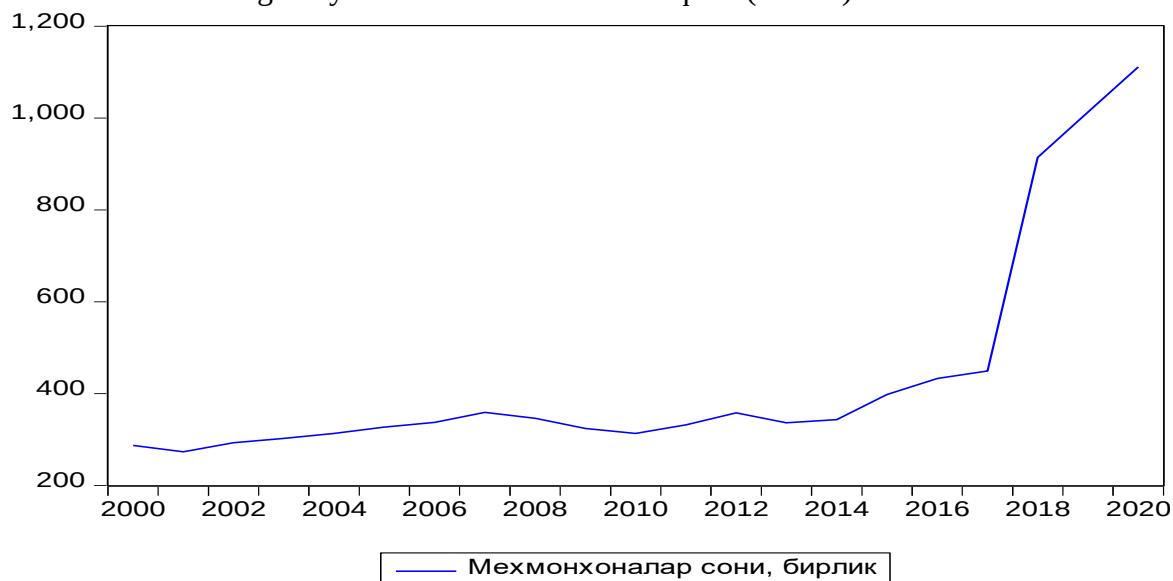
3-rasm. O‘zbekiston Respublikasiga kiruvchi turistlar dinamikasi.

<sup>1</sup> Turizm va madaniy meros vazirligi ma’lumotlari.

<sup>2</sup> Turizm va madaniy meros vazirligi ma’lumotlari asosida ilmiy tadqiqotchi tomonidan mustaqil tayyorlandi.

3-rasmda 2019-yilgacha kiruvchi turizm oqimi jadal o'sib borishi ko'rsatilgan va 2020-yilga kelib esa, koronavirus pandemiyasi sababli 2019-yilga nisbatan 76% ga kamaygan. Respublikamizda so'nggi yillarda turizm sohasiga berilayotgan e'tibor natijasida 2021-yilda yurtimizga 119,0 ming nafar, 2022-yilda esa, 1204,2 ming nafar turist tashrif buyurdi<sup>1</sup>.

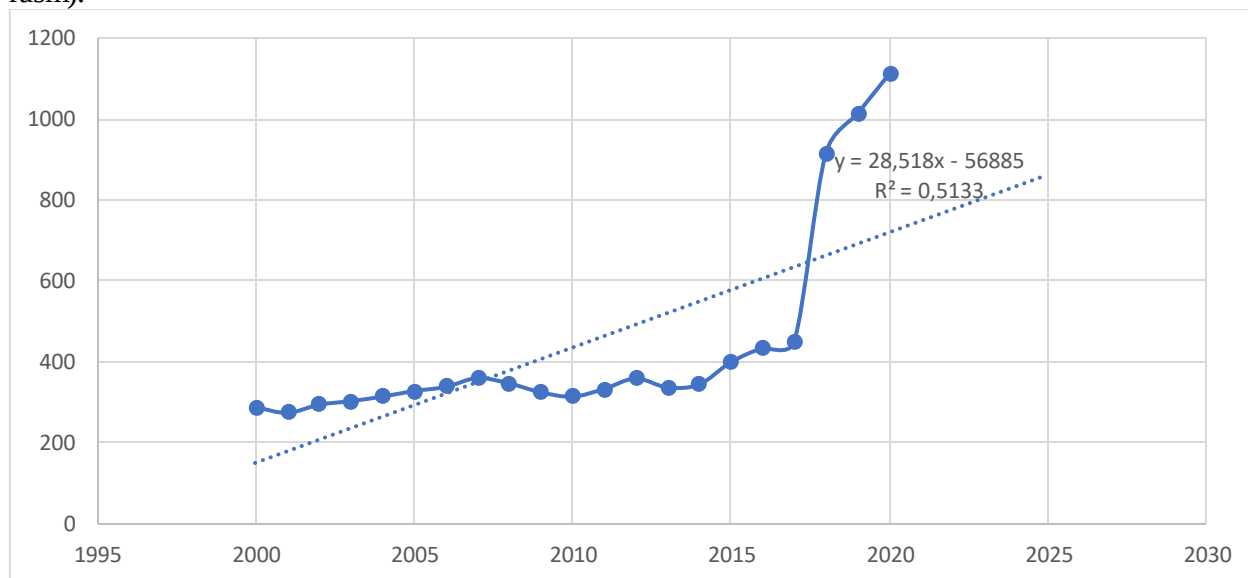
O'zbekiston respublikasida mehmonxonalar sonini prognozlash uchun avvalo, mehmonxonalar sonining 20 yillik dinamikasi ko'rib chiqildi (4-rasm)<sup>2</sup>



#### 4-rasm. O'zbekiston Respublikasida mehmonxonalar sonining o'zgarish dinamikasi.

4-rasmdan shuni ko'rish mumkinki, 2017-yildan boshlab mehmonxonalar soni jadal sur'atlar bilan ortib borgan. Ushbu grafikdan mehmonxonalar dinamikasi biroz murakkab egri chiziq hosil qilganligi sababli, Excel dasturida mavjud trend funksiyalaridan foydalangan holda mehmonxonalar sonini prognoz qiluvchi eng yaxshi trendni R kvadrat qiymatini solishtirish orqali aniqlab olindi. Dastlab mehmonxonalar soni dinamikasini  $Y_t$  deb belgilab olindi va quyidagi holat hosil bo'ldi. (5-rasm).<sup>3</sup>

5-rasmdan shuni ko'rish mumkinki, chiziqli trend  $Y_t$  o'zgarishini aniq tushuntirmaydi. Shu bois mehmonxonalar sonini prognozlashning kvadratik tenglamali trendi ishlab chiqildi. (6-rasm).<sup>4</sup>



5-rasm. Mehmonxonalar sonini prognozlashning chiziqli trendi

<sup>1</sup> Turizm va madaniy meros vazirligi ma'lumotlari.

<sup>2</sup> Turizm va madaniy meros vazirligi ma'lumotlari.

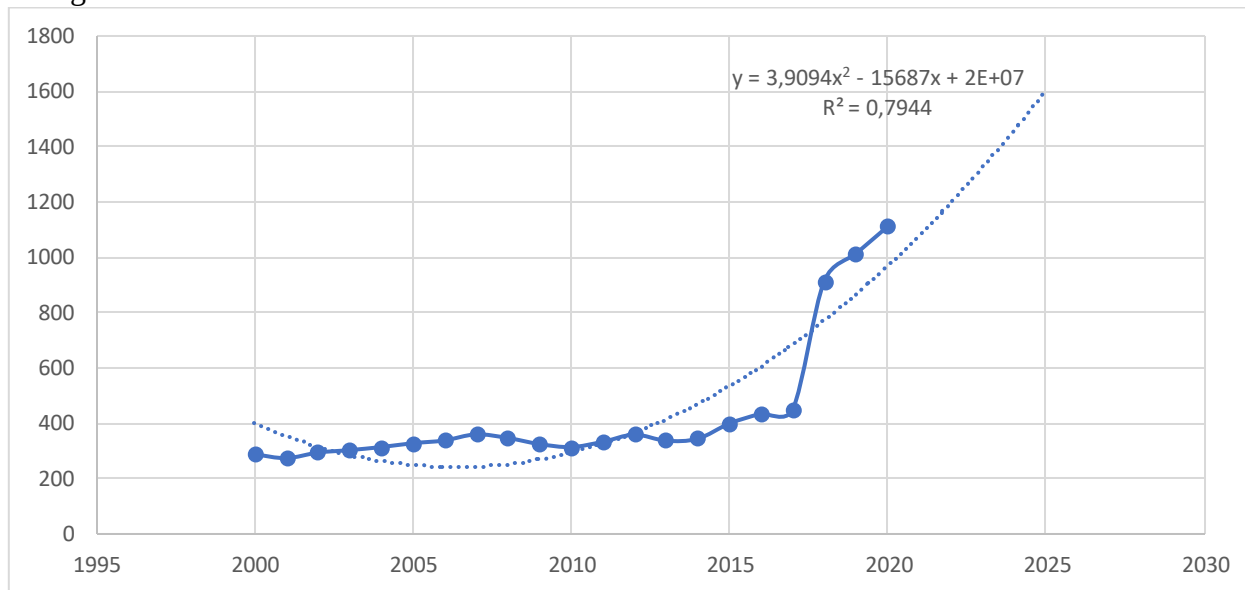
<sup>3</sup> Qoziboyev Bahodir Azzamboy o'g'li. Hududlarda inkluziv turizmni samarali rivojlantirishning istiqbollari, Samarqand 2022-yil.

<sup>4</sup> O'sha yerda.

Kvadratik tenglama sifatida quyidagi kvadrat tenglama tanlab olindi:

$$Y_t = 3,91t^2 - 15687,16t + 15737230,16, \text{ bu yerda } t\text{-yillar}$$

Aniqroq qilib aytganda, parabola tenglamasi olindi, bu trend  $Y_t$  ning ayrim real qiymatlarini prognoz qilishda xatoliklarga yo‘l qo‘ysa-da, kelajakdagi qiymatlarini prognoz qilishda eng maqbul yechim deb hisoblandi.  $Y_t$  ning absolyut prognoz qiymatlari 1-jadvalda aks ettirilgan.<sup>1</sup>



6-rasm. Mehmonxonalar sonini prognozlashning kvadratik tenglamali trendi

1-jadval

Kvadratik trend asosida  $Y_t$  ning prognoz qiymatlari

| 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 1080 | 1198 | 1324 | 1458 | 1600 | 1750 | 1907 |

1-jadval ma’lumotlaridan shuni xulosa qilish mumkinki, mehmonxonalar soni kelajakda o’sib borish tendensiyasini ko’rsatmoqda.

**Xulosa va takliflar.** Xulosa qilib aytish mumkinki, infratuzilma va turizmni rivojlantirishga davlat investitsiyalarining ortishi hisobiga O‘zbekistonda mehmonxona biznesi ijobiy tendensiyani ko’rsatmoqda. Bozorga kirib kelayotgan xalqaro mehmonxonalar tarmog‘i soni oshmoqda, bu sayyohlarga ko‘proq tanlash imkoniyatini beradi va xizmat ko‘rsatish sifatini oshiradi. Buning natijasida mehmonxonalar va xizmatlar sifati ham yaxshilanib bormoqda, butik mehmonxonalar va uy-joylar kabi noyob va moslashtirilgan turar joylarning ko‘payishi tendensiyasi kuzatilmoqda. Shunga qaramay, O‘zbekistonning turizm nisbatan yaxshi rivojlanmagan hududlariga ko‘proq sayyohlarni jalb qilish va bu hududlarda turizm infratuzilmasini rivojlantirish uchun turizmni rivojlantirish zarurati saqlanib qolmoqda.

Ushbu ijobiy tendensiyani saqlab qolish uchun bir nechta takliflar ishlab chiqildi:

- O‘zbekistonda infratuzilmani rivojlantirish va turizmni rivojlantirishni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashni davom ettirish;
- O‘zbekistonga sarmoya kiritish uchun ko‘proq xalqaro mehmonxona tarmoqlarini rag‘batlantirish;
- Xizmat ko‘rsatish sifatini saqlab qolish uchun mehmonxona xodimlarining malakasini oshirish;
- O‘zbekistonning turizm yaxshi rivojlanmagan hududlarida turizmni rivojlantirish va bu hududlarda turizm infratuzilmasini rivojlantirishni rag‘batlantirish;
- Raqobatbardosh bo‘lish va iste’molchilar talablarini qondirish uchun mehmonxona sanoatidagi o‘zgaruvchan tendensiyalarni doimiy ravishda kuzatib borish va moslashtirish;
- Mas’uliyatli turizmni rivojlantirish va O‘zbekistonning tabiiy va madaniy resurslarini himoya

<sup>1</sup> O’sha yerda

qilish uchun barqaror turizm amaliyotiga e'tibor qaratish.

Ushbu tavsiyalarni amalga oshirish orqali O'zbekistondagi mehmonxona biznesi o'sishda davom etishi va mamlakatda turizm, iqtisodiyotni rivojlantirish va ish o'rinlari yaratish uchun ko'proq imkoniyatlar yaratishi mumkin.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi.
2. Ўзбекистон Республикасининг 2019 йил 18 июлдаги «Туризм тўғрисида» ги Қонуни, № ЎРҚ-549.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 4-iyuldagi “O'zbekiston Respublikasiga xorijiy fuqarolarning kirishi tartibini optimallashtirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi PQ-3836-son qarori.
4. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 05.06.2017-yildagi “Turoperator va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish tartbi to'g'risidagi Nizomni tasdiqlash haqida ” 355-sonli Qarori.
5. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Oilaviy mehmon uylari faoliyatini tashkil etish to'g'risida”gi 631-son Qarori.
6. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Mehmonxona sohasiga qo'shimcha investitsiyalarni jalb etish chora-tadbirlari to'g'risida”gi 661-son qarori,
7. Eshtayev A. “Turizm sohasida mehnat salohiyatidan oqilona foydalanishning marketing strategiyasi” “O'zbekiston mehnat salohiyati: hozirgi holati va undan foydalanish istiqbollari” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjuman, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti 2011-yil 20-dekabr
8. I.S.Tuxliyev, M.E.Po'latov, A.Sh.Berdimurodov. Turizm atamalarining izohli lug'ati, Samarqand 2021-y
9. X.M.Mamatqulov Mehmonxona va turistik komplekslarda xizmatlarni tashkil etish, Samarqand-2011y.

| <p><b>Д.Мардонова</b><br/><b>Анализ тенденций развития гостиничного бизнеса в нашей стране</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p><b>D.Mardonova</b><br/><b>Analysis of trends in the development of the hotel business in our country</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье представлено количество гостиниц в нашей стране, их удельный вес по регионам. На основании имеющихся данных спрогнозировано количество гостиниц на ближайшие годы. Кроме того, в статье выделены факторы, влияющие на развитие гостиничного бизнеса. Также в качестве заключения были разработаны научно-теоретические и практические рекомендации.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> гостиничный бизнес, тренд, прогнозирование, эффективность, рекламный сервис, гостиничная индустрия, международная сеть, турист, конкуренция, бутик-отели, хостелы.</p> | <p><b>Abstract:</b> This article presents the number of hotels in our country, the share of hotels by regions. Based on the available data, the number of hotels is predicted for the coming years. In addition, the factors affecting the development of the hotel business are highlighted in the article. Also, as a conclusion, scientific-theoretical and practical recommendations were developed.</p> <p><b>Keywords:</b> hotel business, trend, forecasting, efficiency, advertising service, hotel industry, international chain, tourist, competition, boutique hotels, hostels.</p> |

**Амридин Ҳамдам ўғли Ҳамдамов – “Ипак йўли” туризм ва маданий мерос халқаро университети таянч докторанти**

**ТУРИЗМ СОҲАСИДА ЮҚОРИ СИФАТЛИ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ УЧУН  
РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИ БАҲОЛАШНИНГ  
УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ**

**Аннотация.** Ушбу мақолада туризм соҳасида юқори сифатли хизмат кўрсатишда рақамли технологиялардан самарали фойдаланиш ва аҳамияти ёритиб берилган. Бундан ташқари рақамли технологиялар билан боғлиқ хизматлар самарадорлигини баҳолашнинг услубий асослари асослаб берилган.

**Калит сўзлар.** Туризм, рақамли технология, юқори сифат, рақамли иқтисодиёт, туристик маҳсулот, хизмат кўрсатиш, виртуал, онлайн.

**Кириш.** Замонавий туризм янги рақамли технологияларини жорий этилиши билан улкан ўзгаришларга эга бўлди. Ҳар қандай фирмани туризм бозорида замонавий ахборот технологияларидан фойдаланилмасдан муваффақиятли фаолият кўрсатиши амалиётда мумкин эмаслиги яққол исботини топмоқда. Сўнгги йиллар давомида технологияларнинг ривожланиши туристик хизматлар кўрсатиш сифатини тубдан ўзгартирди.

Шу мақсадни амалга ошириш борасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 24 майдаги “Рақамли хизматлар қамрови ва сифатини ошириш ҳамда соҳа, тармоқ ва ҳудудларни рақамли трансформация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-162-сон Қарори [1] ҳамда мазкур фаолиятга тегишли барча меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар соҳани ривожини учун ҳисса қўшишга хизмат қилади. Шу муносабат билан Ўзбекистонда туризм соҳасида сифатли хизмат кўрсатиш учун рақамли технологияларни қўллаш ушбу муҳим вазифани ижобий ҳал этишнинг асосий омилларидан ҳисобланади.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Сўнгги йилларда республикаимизда рақамли иқтисодиётга ўтиш ва рақамли технологияларни қўллаш борасида бир қатор илмий изланиш ва ишлар амалга оширилаётган бўлиб, уларни жорий қилиш турлича талқин қилинган ва таърифланган. Россиялик олимлар Н.Морозова ва М.Морозовнинг фикрига кўра, замонавий туризм саноати янги электрон технологияларнинг жорий этилиши билан катта ўзгаришларга эга бўлади. Турмаҳсулотни яратиш ва сотиш технологиясини хусусияти қисқа вақт ичида транспорт воситаларини эришиш ва туристларни жойлаштириш имкони ятлари ҳақида маълумотларни тақдим этиш, жойларни тез бронлаштириш ва резервлашни таъминлаш, ҳамда сифатли туристик хизматларни тақдим этишда қўшимча вазифаларни ечишни автоматлаштиришни таъминлайдиган тизимларни яратишни талаб этади [2].

Туризм соҳасининг юқори сифатли хизмат кўрсатиш масалалари бўйича мамлакатимиз олимларидан К.Х.Абдурахмонов, М.Қ.Пардаев, И.С.Тухлиев А.А.Эшгаев, Б.Ш.Сафаров, А.Н.Норчаев, И.И.Аюбов ва Б.Қ.Жанзаковларнинг илмий тадқиқотлари туризм инфратузилмасини ривожлантиришда етакчи рол ўйнаши борасида мулоҳаза юритилган.

**Тадқиқот методологияси.** Ушбу мақолада индукция ва дедукция тизимли ва мантикий таҳлил, юқори сифат ва хизмат кўрсатиш сифатини баҳоловчи микдорий кўрсаткичларни қўллаган ҳолда мавзу бўйича тадқиқот олиб борилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Янги Ўзбекистонни 2022-2026 йилларга мўлжалланган янги тараққиёт стратегиясидаги мақсадлари натижасида туризм объектларини сақлаш, улардан оқилона фойдаланиш ва туристларга максимал етказиш орқали туризм соҳасини ҳам келгуси йилларда сезиларли ривожлантириш кўзда тутилган. Шу нуқтаи назардан, замонавий туризм соҳасида ахборот технологиялари самарали қўлланилиб хизмат кўрсатиш “ақли” ёки “рақамли” технологиялар турмаҳсулотларнинг ажралмас қисмига айланиб бўлди. Масалан, баъзи йирик тажрибали тур фирмалар вебсайтларида виртуал ассистентлар, онлайн бронлаш, виртуал тўлов хизматлари ва бошқаларсиз юқори сифатли туристик хизмат кўрсатишни тасаввур қилиб бўлмайди. Шундан келиб чиқиб, илмий тадқиқот натижасига кўра республикаимизда туристларга қуйидаги юқори сифатли хизмат кўрсатиш даражасини кўрсаткичлар тизими асосида баҳолашни таклиф этамиз.

1-жадвал

**Туризм соҳасида рақамли технология ресурсларидан фойдаланиш орқали юқори сифатли туристик хизмат кўрсатиш даражасини баҳоловчи микдорий кўрсаткичлар<sup>1</sup>.**

| Кўрсаткичлар                                               | Ҳисоблаш тартиби (формула)                                                       | Изоҳ                                                                   |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Меҳмонхоналарда люкс жойлар билан таъминланганлик даражаси | $M = \frac{B_{lux}}{B}$<br>$B_{lux}$ -люкс жойлар сони<br>$B$ -жами ўринлар сони | Люкс ва биринчи класс туристлар учун инфратузилма мавжудлигини ўлчайди |
| Ресторанларнинг жами умумий овқатланиш                     | $L = \frac{D_{rest}}{D}$                                                         | Люкс ва биринчи класс туристлар учун                                   |

<sup>1</sup> Муаллиф ишланмаси

|                                                                                                          |                                                                                                           |                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| корхоналарига нисбати                                                                                    | $D_{rest}$ -ресторанлар сони $D$ -жами умумий<br>овқатланиш корхоналари сони                              | инфратузилма билан таъминганлигини ўлчайди                             |
| Буюртма бўйича транспорт люкс хизматларининг жами такси хизматларига нисбати                             | $E = \frac{K_{lux}}{K}$<br>$K_{lux}$ -люкс такси хизматлари сони<br>$K$ -жами такси хизматлари сони       | Люкс ва биринчи класс туристлар учун инфратузилма мавжудлигини ўлчайди |
| Қайта ташриф буюрган туристларнинг жами туристлар сонига нисбати                                         | $Q = \frac{T_{qayta}}{T}$<br>$T_{qayta}$ -қайта ташриф буюрган туристлар сони<br>$T$ -жами туристлар сони | Туристик дестинациянинг қайта ташриф буюриш жозибadorлигини белгилайди |
| <b>Юқори сифатли туристик хизмат кўрсатишнинг рақамлаштирилганлик даражаси</b>                           |                                                                                                           |                                                                        |
| Меҳмонхоналарда онлайн брон қилишнинг йўлга қўйилганлиги- $R_1$                                          | $R_1 = 0$ -рақамли технология қатнашмаган,<br>$R_1 = 1$ -рақамли технология қатнашган                     | Рақамли технологияларни жорий қилганлигини билдиради.                  |
| Ресторанларда онлайн брон қилишнинг йўлга қўйилганлиги- $R_2$                                            | $R_2 = 0$ -рақамли технология қатнашмаган,<br>$R_2 = 1$ -рақамли технология қатнашган                     | Рақамли технологияларни жорий қилганлигини билдиради.                  |
| Транспорт хизматларида онлайн бронлашнинг йўлга қўйилганлиги- $R_3$                                      | $R_3 = 0$ -рақамли технология қатнашмаган,<br>$R_3 = 1$ -рақамли технология қатнашган                     | Рақамли технологияларни жорий қилганлигини акс эттиради.               |
| Қўшимча хизматлар (сауна, бассейн, спорт зал ва бошқалар)да онлайн бронлашнинг йўлга қўйилганлиги- $R_4$ | $R_4 = 0$ -рақамли технология қатнашмаган,<br>$R_4 = 1$ -рақамли технология қатнашган                     | Рақамли технологияларни жорий қилганлигини акс эттиради.               |

Туризм соҳасида юқоридаги кўрсаткичлар ёрдамида рақамли технологиялар воситасида туристик хизмат кўрсатиш сифатлилиқ даражасини осонгина аниқлаш мумкин. Бугунги рақамли иқтисодиёт шароитида юқори сифатли туристик хизмат кўрсатишни ташкил этиш учун рақамли технологияларни жорий этиш жуда муҳим ва зарурий шарт ҳисобланади. Биз ушбу фактдан келиб чиқиб, рақамли технологиялар воситасида юқори сифатли хизмат кўрсатишга талаб ва таклиф мувозанатини қуйидагича ифодаладик:

$$B_{lux} * A_{lux} = B_m * C_m * A_m * R_1 + D_{rest} * C_r * A_r * R_2 + K_{lux} * C_t * A_t * R_3 + B_q * C_q * A_q * R_4$$

Бу ерда  $A_{lux}$  —юқори сифатли туристик хизматлар ўртача нархи;

$A_m$  — 3-4-5 юлдузли меҳмонхоналарда люкс хона учун ўртача нарх;

$A_r$  — ресторанларда бир марта овқатланиш ўртача нархи;

$A_t$  — чақирув бўйича транспорт хизматларининг ўртача нархи;

$A_q$  — қўшимча хизматларнинг ўртача нархи;

$R_{1,2,3,4}$  —рақамлаштирилганлик даражаси;

$B_{lux}$  — люкс-класс туристлар сони;

$B_m$  — жами меҳмонхоналар сони;

$B_q$  — қўшимча хизматлар сони;

$M_{rest}$  — ресторанлар сони;

$K_{lux}$  — чақирув бўйича транспорт хизматлари сони;

$C_{m,r,t,q}$  —тегишли хизматдан фойдаланган туристлар сони.

Агар (1) тенгламанинг ўнг тарафи нолдан катта бўлса, яъни барча хизматларда онлайн бронлаш каби рақамли технология элементлари мавжуд бўлса, юқори сифатли туристик хизматларга талаб мавжуд бўлади ва қайта ташриф буюрувчи туристлар сони –  $T_{qayta} > 0$  бўлади. Юқоридаги (1) тенгламанинг чап тарафи юқори сифатли туристик хизматларга талаб даражасини ўнг томони эса таклиф даражасини акс эттиради. Ушбу тенглама орқали маълум туристик ҳудудда юқори сифатли туристик хизматларга бўлган талаб ва таклифни баҳолаш мумкин.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, (1) тенглама фақат люкс класс туристлар талабини акс эттиради. Ваҳоланки, тенгламанинг чап томонига бошқа тоифадаги туристлар бўйича маълумотлар киритилса, умумий талаб ва таклиф формуласи келиб чиқади. Инновацион хизмат турларини яратиш учун қулай муҳит шакллантирилгач, бу туристик хизмат сифатини ошишига олиб келади. Юқори сифатли туристик хизматлар меҳмонхоналар, турфирмалар, транспорт ва овқатлантириш хизматларини кўрсатувчи туристик ташкилотлар томонидан амалга оширилади. Юқори сифатли хизмат эса туристларга янги тажриба улаштириш таъминлаб беради [3].

Юқори сифатли туристик хизматлар бозорини ривожлантиришда малакали кадрларни етиштириш, туристик корхоналарда мавсумийликнинг салбий таъсирини камайтириш бўйича стратегиялар ишлаб чиқишда консалтинг хизматларини жорий этиш, туристик хизматлар интеграциясини кучайтириш учун қимматли қоғозлар бозорини ривожлантириш ва бошқа чора-тадбирларни амалга ошириш талаб этади [4]. Юқори сифатли туристик хизматларга талаб, авваламбор, кировчи туристлар сонининг ўсишига боғлиқ. Чунки айнан кировчи туристлар оқими туристик корхоналарда хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашга мажбур қилади [5].

**Хулоса ва таклифлар.** Хулоса қилиб айтишимиз мумкинки, рақамли технологиялар миллий туризм корхоналаримиз ўртасида рақобатбардошликни ошириш, истиқболда корхона ишчи-ходимларининг меҳнат унумдорлигини ошириш ва дастурий-техник воситаларга қилинаётган харажатларни камайтириш, туристик корхона мижозларига замонавий рақамли хизматларини таклиф этиш ва мавжудларини ўз мижозлари талаблари асосида такомиллаштириш, мижозларга сифатли хизмат кўрсатиш, ҳамда турли моддий кўринишдаги рағбатлантиришларни амалга оширишлари учун қулай шарт-шароитлар яратиш беради.

Бизнинг фикримизча, туризм соҳасида рақамли технологиялардан фойдаланиш воситасида юқори сифатли хизматлар билан таъминлаш қуйидагиларга боғлиқ:

➤ Тўсиқсиз туризм инфратузилмасини мамлакатнинг асосий туризм шаҳарларида кенг жорий қилиш. Олиб кириладиган телекоммуникация ускуналари ва “Smart” қурилмаларини шунингдек бошқа шу каби янги технологияларни божхона тўловларидан озод этиш;

➤ Жалб қилинадиган чет эл кредитлари бўйича давлат кафолатини бериш чоралари кўрилиши муҳим саналади;

➤ Туристларнинг яшаш ҳудудларида ва кўнгилочар машғулотлари билан шуғулланишлари учун интернет провайдерларининг мавжудлиги, муҳит қулай, тоза ва асосийси хавфсиз бўлиши лозим;

Юқоридаги омиллар ўзаро боғланган бўлиб, рақамли сифатли хизмат турларини яратиш учун қулай муҳитни шакллантиради. Бу муҳитни яратиш ва сақлаб туриш амалда йирик инвестиция ва инновацияларни талаб этади.

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

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 24 майдаги “Рақамли хизматлар қамрови ва сифатини ошириш ҳамда соҳа, тармоқ ва ҳудудларни рақамли трансформация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-162-сон Қарори.
2. Н. Морозова, М. Морозов, Информационное обеспечение туризма. Учебник. Москва, КноРус, 2016 год. стр.7
3. Эштаев А.А. Глобаллашув шароитида туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси (Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғи мисолида). Докторлик диссертация автореферати-С, 2019; 120 б.;

4. Сафаров Б.Ш. “Миллий туристик хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик услубий асосларини такомиллаштириш” докторлик диссертацияси, 18-бет
5. Жанзаков Б.К. Факторы влияющие на развитие въездного туризма Узбекистана. Сервис илмий амалий журнал. (2019). 97-101 бетлар.

| А.Хамдамов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | A.Hamdammov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Методические основы оценки использования цифровых технологий для предоставления качественных услуг в сфере туризма</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Methodological basis of assessing the use of digital technologies for the provision of high-quality services in the field of tourism</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье освещается важность и эффективное использование цифровых технологий в предоставлении качественных услуг в сфере туризма. Кроме того, обоснована методологическая основа оценки эффективности услуг, связанных с цифровыми технологиями.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> туризм, цифровые технологии, высокое качество, цифровая экономика, туристический продукт, сервис, виртуальный, онлайн.</p> | <p><b>Abstract:</b> This article highlights the importance and effective use of digital technologies in providing high-quality service in the tourism sector. In addition, the methodological basis for evaluating the effectiveness of services related to digital technologies is justified.</p> <p><b>Keywords:</b> tourism, digital technology, high quality, digital economy, tourist product, service, virtual, online.</p> |

**Зебинисо Бахтиёрвна Навруз-зода** – Бухоро давлат университети доценти, и.ф.ф.д (PhD)

### KPI ВОСИТАСИДА МУҚАДДАС ЖОЙЛАРНИНГ ЗИЁРАТ КЛАСТЕРБОПЛИК ДАРАЖАСИНИ БАҲОЛАШ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> Мақолада “муқаддас жойларнинг” зиёрат кластербоплик даражасини “KPI” воситасида баҳолаш мезонлари ишлаб чиқилган. Бу мезонлар асосида муқаддас жойларнинг реал зиёрат кластербоплигини муаллифлик усулида тўртта: “муқаддас маскан”; “диққатга сазовор муқаддас жой”; “жозибдор зиёрат ҳудуди” ва “кластербоп зиёратгоҳ” сифат даражалари аниқланган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> KPI, зиёрат туризми, муқаддас жойлар, кластер, зиёрат кластербоплик, диққатга сазовор муқаддас жой, жозибдор зиёрат ҳудуди, кластербоп зиёратгоҳ.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Кириш.** 2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясининг 35-моддасида “Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қилинг” дастури доирасида маҳаллий сайёҳлар сонини 12 миллион нафардан ошириш ҳамда республикага ташриф буюрадиган хорижий туристлар сонини 9 миллион нафарга етказиш белгиланган [1]. Ушбу стратегик вазифани муваффақият билан бажаришда мамлакатимизда зиёрат туризмининг жадал ривожлантириш ва унинг объекти сифатида муқаддас жойларнинг зиёрат қилишга яроқлилиги ёхуд зиёратбоплигини оширишга қаратилган самарали чора-тадбирларини ишлаб чиқиши тақозо этади.

Муқаддас қадамжойлар қанча зиёратбоп бўлса, зиёратчилар сони шунча ошиб боради. Агар-да, зиёрат туризмининг кластер ёндашувида ташкиллаштириш механизмларини ишга солинса, муқаддас жойлар томон зиёратчилар оқими барқарорлаштириш имкони вужудга келади. Шунинг учун муқаддас жойларнинг зиёрат қилишга яроқлилигини ифодаладиган зиёратгоҳларнинг кластербоплигини аниқлаш асосида зиёрат туризмининг кластер усулида ривожлантиришнинг муҳим йўли ҳисобланади.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Гарвард университетининг бизнес мактаби профессори Майкл Портер биринчи бўлиб “кластер” атамасининг иқтисодий мазмун-моҳиятини тадқиқ этиб, унга “бу маълум бир соҳада ўзаро боғлиқ компаниялар ва муассасаларнинг географик концентрацияси” [2] деб, ўз таърифини берган. Рус олими О.В. Лыскова кластерни тор маънода – “минтақавий туристик-рекреацион тизим сифатида” [3], О.Н.Петрова эса туристик кластерни кенг маънода - “ҳудуднинг манфаатларини, мустақиллигини, рақобатбардошлигини ва барқарор ривожланишини кучайтиришга йўнал-

тирилган минтакавий бошқарув механизми сифатида” [4] таърифлайди.

Кластернинг органик тузилиши нуқтаи назаридан турли фикрлар мавжуд. Рус олими М.А.Морозов туристик кластери таркиби тузилмасига туристик ресурслар, туристик инфраструктурани, туризм соҳаси кадрларини, туристларларни қабул қиладиган туристик оператроларини, туристик таълим муассасаларини, ҳудуд тўғрисида маълумот манбаларини, давлат ва маҳаллий қўллаб-қувватлаш воситаларини киритишни тавсия этади [5, 130 с]. Зиёрат кластерларини ташкил этишда олимлар кластернинг ядросини шакллантирувчи асос сифатида туристик дестинацияларни тавсия этадилар [6, 57 б]. Бундай кластерларни шакллантиришда урта: 1) туристик дестинациясини аниқлаш; 2) туристик кластерини аниқлаш; 3) кластернинг дизайнини лойиҳалашпириш қадамлари ажратилади [7, 141 б].

**Тадқиқот методологияси.** Муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплигини аниқлашда илмий тадқиқотларнинг қиёсий усулидан фойдаланилди. “Key Performance Indicators” (KPI) инглизча иборасини биз ўз тадқиқот мақсадимиздан келиб чиқиб, ўзбек тилида “Муҳим кластербоплик индикаторлари” таржимасини қўллашни афзал кўрдик. “Мантикий таҳлил усулидан фойдаланилган ҳолда муқаддас жойларни баҳолашнинг асосий ва қуйи мезонларини тавсифловчи муҳим кластербоплик индикаторлари (KPI) ишлаб чиқилди. Гуруҳлаш усулини қўллаб, муқаддас жойларни “диққатга сазовор муқаддас жой”, “жозибадор зиёрат ҳудуди” ва “кластербоп зиёратгоҳ” тоифалари тавсия этилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплигини баҳолаш бешта босқичларда амалга оширилади (1-расм). Дастлабки босқичда муқаддас жойларнинг эталон зиёрат кластербоплик даражаси шакллантирилади. Бу учун муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплик сифат даражасини 10 та қуйидаги асосий мезонлар негизида баҳолаш тавсия этилади:

1. Муқаддас жойнинг ислом дунёсида машҳурлиги.
2. Муқаддас жойнинг ободонлиги.
3. Муқаддас жойнинг нуфузлилиги.
4. Муқаддас жойнинг саждабоплиги.
5. Муқаддаслик мартабаси.
6. Илмий салоҳияти.
7. Обидаларнинг мажмуалилиги.
8. Муқаддас жойнинг тарихийлилиги.
9. Муқаддас жойнинг кароматлилиги.
10. Муқаддас жойнинг фойдалилик ва бошқарувчанлиги.

Муқаддас жойларнинг эталон зиёрат кластербоплик даражаси юқоридаги асосий мезонларини тавсифлайдиган энг яхши ҳолати, жами 100 баллга тенглаштирилган ҳолда миқдорий ифодаланади.



1-расм. Муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплигини баҳолаш босқичлари<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Манба: муаллиф ишланмаси.

Иккинчи босқичда муқаддас жойларни баҳолашнинг муҳим кластербоплик индикаторлари (КРІ) ишлаб чиқилади. Бу мақсадни кўзлаб биз “Эталон зиёрат кластербоплиги” даражасидан келиб чиқадиган муқаддас жойларни сифат жиҳатдан баҳолаш имконини яратадиган 10 та куйидаги муҳим кластербоплик индикаторлари ишлаб чиқиб, уларни рақамлар билан ифодалашни мақсадга мувофиқ ҳисобладик:

-КРІ (1) *муқаддас жойлар ҳақидаги маълумотларнинг кенг қамровлилиги* (улар ҳақида каталог, буклет, фотоалбом ва бошқа маълумотларининг мавжудлиги ҳамда гидлар томонидан зиёратчиларга мазкур қадамжо ҳақида неча дақиқа ҳикоя қилиш имкони мавжудлиги);

-КРІ (2) *муқаддас жойларнинг инфраструктурасининг ривожланганлиги* (муқаддас жойларнинг таъмирланганлиги, қайта тикланганлиги ва атрофларини ободонлаштириш ҳолати ҳамда уларгача бориш-келиш йўлларнинг раванлиги);

-КРІ (3) *муқаддас жойларнинг нуфузлилиги* (муқаддас қадамжоларнинг омма ўртасидаги нуфузи, уларнинг оммабоплиги);

-КРІ (4) *муқаддас жойларнинг саждабоплилиги* (зиёратгоҳларда диний расм-русумларни амалга ошириш шарт-шароитларнинг мавжудлиги, жумладан, мулласининг бўлиши, таҳорат қилиш мумкинлиги, қабр олдида ўтириб дуо ўқиш ҳамда намоз ўқиш учун масжидининг мавжудлиги);

-КРІ (5) *муқаддас жойларнинг муқаддаслик мартабаси* (қадамжонинг муқаддас шахсининг руҳоний-муқаддаслик мартабаси куйидаги даражалардан қайсисига қарор топганлиги аниқланади: Пайғамбар, Сайид, Муршид, Авлиё, Валий, Ҳазрат, Шайх, Имом, Пир, Ота, Ориф, Хўжа, Сўфий, Амир, Охун, Эшон, Олим, Мулло);

-КРІ (6) *муқаддас жойларнинг илмий салоҳияти* (муқаддас жойни асосчисининг илмий салоҳияти, чоп этилган ва мавжуд бўлган асарлари ҳамда илмий мерослари юзасидан уларга баҳо берилади);

-КРІ (7) *муқаддас жойлардаги обидаларнинг тури* (масжид; мақбара; ансамбль; мемориал комплекс; хонақо; мажмуа ва б.к.);

-КРІ (8) *муқаддас жойларнинг тарихийлиги* (қадамжолардаги обидаларнинг қурилганлик вақти(даври) бўйича эскисига - юқори ва янгиларига - нисбатан пастроқ балл билан баҳоланади);

-КРІ (9) *муқаддас жойларнинг кароматлиги* (қадамжоларни зиёратчилар учун тарбиявий аҳамияти ёки қадамжонинг дунёвий аҳамиятдорлиги ёхуд унинг каромат кўрсатиш қобилияти, комил инсон тарбиясига таъсири бўйича бир неча гуруҳларга бўлиш тавсия этилади);

-КРІ (10) *муқаддас жойларнинг фойдалилик ҳолати ва уларни бошқариш имкониятлари* (зиёратгоҳларни фойдалилик ҳолати бўйича фойда келтирмаган; зарарсизлик; фойда келтираётган ва юқори фойда келтирадиган даражаларга бўлиш ва уларни бошқариш имкониятлари бўйича 3 та тоифага ажратиш: мажуд эмас; мавжуд, лекин тизимсиз; мавжуд, тизимли).

Бу индикаторлар муқаддас жойларнинг айни вақтда эришилган “Реал зиёрат кластербоплиги” даражасини аниқлаш учун ўлчов бирлиги сифатида хизмат қилади.

Учунчи босқичда муқаддас жойларни аниқлаш учун КРІ нинг сифат ҳолатини баҳолаш шкаласини белгиланади. Муқаддас жойларни реал зиёрат кластербоплик даражаларини аниқлаш мақсадида биз 10 та ишлаб чиқилган мезонларимизнинг ҳар бирини ўлчов бирлиги сифатидаги *жузъий кўрсаткичлари* бўйича куйидаги баллар юзасидан баҳолаш шкаласини белгилаш мақсадга мувофиқ деб ҳисобладик:

- ✚ 0-1 балл (зиёрат кластербоплигининг жуда паст даражаси);
- ✚ 2-4 балл (зиёрат кластербоплигининг паст даражаси);
- ✚ 5-6 балл (зиёрат кластербоплигининг ўртача даражаси);
- ✚ 7-8 балл (зиёрат кластербоплигининг меъёр даражаси);
- ✚ 9-10 балл (зиёрат кластербоплигининг юқори даражаси).

**Тўртинчи босқичда** юқорида тавсифланган умумий мезонлари ва жузъий кўрсаткич-

лари юзасидан муқаддас жойнинг имом хатиби ёки ушбу масканни яхши биладиган эксперт томонидан, реал ҳолатини инобатга олган ҳолда, муқаддас жойга баллар ҳисобига эксперт баҳоси қўйиб чиқилади ва эксперт баҳосининг умумий йиғидисини ҳисобланади.

**Бешинчи босқич**да эксперт баҳосининг умумий йиғидисининг эталон баҳоси билан қиёслаш эвазига муқаддас жойларнинг эришилган реал зиёрат кластербоплик даражаси танланади. Зиёрат кластерларини шакллантириш мақсадида муқаддас жойларни тавсифловчи зиёрат кластербоплик даражалари қуйидаги 4 та сифат даражадан бирига мос келиши аниқланади:

- ❖ 0 - 40 балл - “Муқаддас маскан”.
- ❖ 41 - 70 балл - “Диққатга сазовор муқаддас жой”.
- ❖ 71 - 85 балл - “Жозибадор зиёрат ҳудуди”.
- ❖ 86 - 100 балл - “Кластербоп зиёратгоҳ”.

Биз Ўзбекистондаги 40 та нуфузли муқаддас жойларнинг реал зиёрат кластербоплик даражасини эксперт усулида аниқлаш саъй-ҳаракатларини қилдик (1-жадвал). Эксперт баҳолаш натижаси шуни кўрсатдики, 40 та ўрганилган муқаддас жойлардан 8 таси ёки 20% зиёрат кластербоплиги паст бўлган “Муқаддас маскан” сифат даражасида мос келади. “Диққатга сазовор муқаддас жой” сифат даражадаги тоифаларнинг улуши - 45% ни ташкил этади. Ўрганилган 7 та муқаддас жойлари “Жозибадор зиёрат ҳудуди” даражасида қарор топади ва шунча энг юқори сифат - “Кластербоп зиёратгоҳ” даражасига мос келиши аниқланди. “Кластербоп зиёратгоҳ” даражасига мос келадиган зиёратгоҳлар қаторига Имом-ал-Бухорий мажмуаси, Паҳлавон Маҳмуд мақбараси, Ал-Ҳаким ат-Термизий мажмуаси, Имом ат Термизий зиёратгоҳи, Шоҳи Зинда мажмуаси, Хожа Абдуҳолиқ Гиждувоний зиёратгоҳи ва Баҳоуддин Нақшбанд мажмуаси” киради ва улар негизда зиёрат кластерларини шакллантириш мумкин.

**1-жадвал.**

**Ўзбекистондаги 40 та муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплик даражасини баҳолаш натижалари<sup>1</sup>**

| Т/р | Муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплик индикатори ҳолати | Муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплиги сифат даражаси | Зиёрат кластербоплигининг сифат даражасига хос муқаддас жойлар сони | Уларнинг умумий баҳоланган муқаддас жойлардаги улуши, % |
|-----|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1   | 0 - 40 балл                                                | “Муқаддас маскан”                                        | 8                                                                   | 20,0                                                    |
| 2   | 41 - 70 балл                                               | “Диққатга сазовор муқаддас жой”                          | 18                                                                  | 45,0                                                    |
| 3   | 71 - 85 балл                                               | “Жозибадор зиёрат ҳудуди”                                | 7                                                                   | 17,5                                                    |
| 4   | 86 - 100 балл                                              | “Кластербоп зиёратгоҳ”                                   | 7                                                                   | 17,5                                                    |
|     | Жами:                                                      |                                                          | 40                                                                  | 100                                                     |

**Хулоса ва таклифлар.** Тадқиқот натижалари асосида қуйидаги умумий хулосага келдик:

1. Зиёрат туризмининг кластер усулида ривожлантириш мақсадида мамлакатимизда мавжуд бўлган муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплиги (зиёрат қилишга яроқчилиги) даражасини аниқлаш лозим.

2. Муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплик даражасини баҳолашда беш босқичли “КРГ” технологиясидан фойдаланиш механизми тавсия этилади.

3. Муқаддас жойларда фаолият кўрсатадиган имом-хатиблар учун зиёрат кластербоплик даражасини баҳолашда бўйича маҳорат дарсларини ташкил этиш.

<sup>1</sup> Жадвал муаллиф томонидан тузилган.

Тадқиқот натижалари юзасидан қуйидаги тақлифлар берилади:

1. Муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплик даражасини аниқлаш жараёнида “Муҳим кластербоплик индикаторлари” (KPI)ни муаллиф томонидан тавсия этилган ва рақамлар билан ифодаланган 10 та кўрсаткичлар асосида баҳолаш тақлиф этилади.

2. Ўзбекистондаги 40 та муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплик даражасини баҳолаш натижалари бўйича “Кластербоп зиёратгоҳ” даражасига мос келадиган Хожа Абдуҳолик Ғиждувоний ва Баҳоуддин Нақшбанд зиёратгоҳлари негизида Бухоро вилоятида “Етти Пир зиёрати кластери”ни ташкил этиш тақлиф қилинади.

3. “Етти Пир зиёрати кластери” шакллантиришнинг “ақли” туристик дестинацион модели тавсия этиладики, у иккита нисбатан мустақил қисмлари: 1) туристик ҳудудда АКТ имкониятларидан кенг фойдаланиш оқибатида “ақли” зиёрат ҳудудини шакллантириш ва 2) зиёрат туристик хизматлар кўрсатувчи фирмалар ичидаги қўшилган қиймат занжирларини яратишдан таркиб топади.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги Фармони.Lex.uz

2. Porter, M. E. Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 76(6), 1998.P: 77-90.

3. Лысикова О.В. Саратовский туристско-рекреационный кластер: предпосылки создания и развития. Елец. Елецкий гос. ун-т им.И.А.Бунина.2009. С.47-52.

4. Петрова О.Н. Кластер как инструмент обеспечения конкурентоспособности туристского комплекса региона. Региональная экономика: теория и практика. 2010. №13(148). С.45-51.

5. Экономика туризма : учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.

6. Рубцова Н.В. Концептуальная модель туристского кластера: история вопроса и современный подход. Известия ДВФУ. Экономика и управление №3, 2014. С.49-70.

7. Margarita Boiko, Myroslava Bosovska, Nadiia Vedmid, Svitlana Melnychenko and Alla Okhrimenko (2017). Development of the tourism cluster. Problems and Perspectives in Management, 15(4), 134-149. doi:10.21511/ppm.15(4).2017.12.

| <p style="text-align: center;"><b>3.Наврӯз-зода</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Оценка степени кластерообразования святых мест с использованием средств KPI</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p style="text-align: center;"><b>Z.Navruz-zoda</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Assessment of the degree of cluster formation of holy places using KPI tools</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В статье разработаны критерии измерения степени кластерообразования паломнических дестинаций на основе KPI. Исходя из этих критериев, на основе авторской методики определены четыре качественные степени святых мест: «святилище»; «привлекательная святыня»; «привлекательная паломническая дестинация» и «кластерообразующая паломническая дестинация».</p> <p><b>Ключевые слова:</b> KPI, паломнический туризм, святые места, кластер, паломническое кластерообразование, священные достопримечательности, привлекательная паломническая дестинация, кластерообразующая паломническая дестинация.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article develops a criteria for measuring the degree of cluster formation of pilgrimage destination. Based on these criteria, on the basis of the author’s methodology, four qualitative degrees of holy places are identified: “a sanctuary”, “holy sights”; “attractive holy shrine” and “cluster-forming pilgrimage destination”.</p> <p><b>Keywords:</b> KPI, pilgrimage tourism, holy place, cluster, cluster formation of pilgrimage, holy sights, attractive holy shrine, cluster-forming pilgrimage destination.</p> |

Сирожиддин Шерали ўғли Халилов – “Alfraganus University” нодавлат олий таълим ташкилотининг Халқаро туризм менежменти кафедраси мудири, PhD

## МИЛЛИЙ ТУРИЗМ ТАРМОҒИДА РАҚОБАТ МУҲИТИ ВА УНИНГ ТАРКИБИЙ ЭЛЕМЕНТЛАРИ

**Аннотация:** мақолада миллий туризм тармоғида рақобат муҳити ва уни ташкил этувчи таркибий компонентлар ўзаро алоқадорлигининг долзарб масалалари кўриб чиқилган. Рақобат муҳити компонентларининг миллий туризм тармоғига таъсири ҳам таҳлил қилинган.

**Калит сўзлар:** миллий туризм тармоғи, рақобат, рақобат муҳити, рақобат компонентлари, тартибга солиш воситалари.

**Кириш.** Миллий туризм тармоғи мамлакат ижтимоий-иқтисодий ва маданий ривожланишининг ажралмас бўлаги саналади. Миллий туризм тармоғининг давлат томонидан изчил қўллаб-қувватланиши янги иш ўринларининг яратилишига, давлат бюджети даромадлар базаси ортишига, халқаро миқёсда мамлакат ижобий имижининг мустаҳкамланишига ва маданиятлараро алоқаларнинг чуқурлашишига олиб келади. Туризм XX аср феномени сифатида тан олинади ҳамда янги юз йилликда ушбу тармоқ тараққиётини жадаллаштириш давлатлар иқтисодий сиёсатининг етакчи таянч нуқталаридан бири бўлиб қолмоқда. Жумладан, глобал миқёсда туризм соҳасининг хизматлар халқаро савдосидаги улуши 30% ни ташкил қилади. Туризм соҳаси жаҳон капиталининг 7% гача миқдорини яратади. Биргина 2019 йил якунларига қўра, туризм мақсадларидаги хорижий сафарлар сони 1,5 миллиардни ташкил қилган. 2020 йилга қадар, жаҳон туризм бозори ҳажми қарийб 9 триллион АҚШ долларини ташкил этган. Пандемия келтириб чиқарган инқироздан аввал дунёда иш билан банд аҳолининг ҳар ўнинчиси ушбу соҳада фаолият юритган. 2021 йилдан туризм тармоғида ижобий ўзгаришлар кузатила бошланди. Ривожланиш суръатлари қайта тикланмоқда<sup>1</sup>.

Туризм соҳасига жами иш билан банд аҳолининг 6% и тўғри келади. Жаҳон миқёсида аҳоли истеъмол харажатларининг 11% и туризм соҳасида сарфланади. Туризм соҳасида инвестициялар ўсиши йиллик 35% ни ташкил қилади. Пандемик локдаунлар шароитида туристик хизматларни диверсификация қилиш, миллий туризм тармоғи рақобат устунликларини ривожлантириш талаби янада долзарб аҳамият касб этмоқда.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Миллий туризм тармоғи ривожланишининг методологик асослари хорижлик ва маҳаллий олимлар илмий ишларида муҳим тадқиқот предмети сифатида ўрганилган. Жумладан, туризм индустриясининг ривожланишига бағишланган илмий манбалардан энг муҳимларидан бири В.И.Азар тадқиқот ишларини санаб ўтиш мумкин.

Сўнгги йилларда чоп этилган маҳаллий олимларнинг илмий ишлари ҳам диққатга молик. Ж.Н.Абиев миллий иқтисодиётда туризм тармоғини ривожлантиришнинг иқтисодий жиҳатларини тадқиқ этган. А.А.Эштаев томонидан туризм индустрияси ва уни бошқаришнинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш методологияси тадқиқ этилган. Бироқ бугунгача олиб борилган илмий-амалий тадқиқотларда миллий туризм тармоғида рақобат муҳити муаммолари етарли даражада ўрганилмаган. Ушбу тадқиқот иши эса масаланинг аниқ жиҳатларини қамраб олган.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот иши давомида кузатиш, қиёслаш, тизимли ва қиёсий таҳлил, статистик гуруҳлаш, эксперт баҳолаш каби усуллардан фойдаланилди. Хусусан, ўндан ортиқ туристик объектларда респондентлар билан чуқурлаштирилган интервьюлар ташкил этилди. Натижада Ўзбекистонга ташриф буюрган туристларнинг жинси, ёши, маълумоти, даромадлари каби демографик кўрсаткичлар юзасидан

<sup>1</sup> www.unwto.org – Бутунжаҳон туризм ташкилотининг расмий сайти маълумотлари асосида жамланган.

маълумотлар тўпланди. Бундан ташқари, туристик фаолият субъектлари менежерлари ўртасида фокус-гурӯхлаш методи асосида таҳлилий изланишлар олиб борилди. Таҳқиқотлар натижасига кўра, туристларга тақдим этилаётган асосий туристик маҳсулотлар таркиби ўрганилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Ўзбекистонда туризм тармоғига иқтисодийнинг стратегик сектори мақоми берилган 2016 йилдан буён фуқароларидан Ўзбекистонга виза талаб этилмайдиган мамлакатлар сони 9 тадан 90 тага етказилди. 53 та давлат учун “электрон виза” тизими жорий этилди. 48 мамлакат фуқаролари учун визасиз транзит режими жорий этилган. 2026 йилда Ўзбекистонга ташриф буюрадиган хорижий туристлар сони 9 миллионга, туризм хизматлари экспорти 1,8 миллиард долларга етказилиши режалаштирилган. “Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қилинг” дастури доирасида маҳаллий сайёҳлар сони келгусида ҳар йили 12 миллиондан ошади. 2026 йилгача туризм соҳасида банд бўлган аҳоли сони 2 баробарга оширилиб, 520 мингга етказилади. Ўзбекистондаги 8 мингдан ортиқ маданий мерос объектларидан самарали фойдаланиш бўйича давлат дастури қабул қилинади<sup>1</sup>.

Маълумки, туристик бизнес тўртта таркибий ташкил этувчилар комбинациясида амал қилади: капитал, технология, кадрлар, рекреация ресурслари. Шундан келиб чиққан ҳолда, ҳар бир хорижий турист ўзга мамлакатга ташрифининг ҳар суткасида ўртача 200 АҚШ доллари сарфлайди. Мамлакатга ташриф буюрган ҳар 20 нафар турист айти соҳада 1 та ва турдош соҳаларда 2 та янги иш ўринлари яратилишига сабаб бўлади. Демак, туризмнинг мультипликатив самараси ижтимоий жиҳатдан аҳамиятлидир ва аҳоли даромадлари ортишига таъсир кўрсатади.

Ўзбекистон миллий туризм тармоғининг туроператорлик хизматлари, жойлаштириш хизматлари, транспорт хизматлари, овқатлантириш хизматлари сегментларида соф рақобат муҳитини барқарор сақлаб қолиш долзарб аҳамият касб этади. Айти сегментларда йирик бозор улушларига эгалик қилиб келаётган корхоналар мавжуд. Аммо уларнинг ўз манфаатларинингига кўзлаб, ўзаро келишилган ва олдиндан режалаштирилган тижорат фаолияти натижасида янги корхоналар учун сунъий тўсиқлар яратилиши кузатилмади. Ўзбекистон Республикаси Туризм ва спорт вазирлиги, Хусусий туристик ташкилотлар уюшмаси каби давлат тузилмалари ва нотижорат ташкилотлари миллий туризм тармоғида соф рақобат муҳитининг амал қилишини рағбатлантириб келмоқда. Янги туристик корхоналарни давлат рўйхатидан ўтказишнинг соддалаштирилганлиги, рухсат берувчи ҳужжатлар рўйхати қисқартирилганлиги, тижорат айланмасини барқарор шакллантириб олгунга қадар солиқ имтиёзларининг тақдим этилиши, тижорат банклари томонидан кредит ресурсларининг мақбул шартларда берилаётганлиги, туристик хизматлар бозори учун яратилаётган стартап-лойиҳаларига давлат грантларининг ажратилаётганлиги бунинг исботи бўла олади.

Миллий туризм тармоғи рақобат муҳити нафақат ягона сегмент доирасидаги истеъмолчилар аудиторияси билан ишлаётган туристик корхоналар ўртасидаги ўзаро манфаатлар тўқнашувидан, балки бошқа яна бир қанча таркибий элементлардан иборат. Уларнинг ўзаро алоқадорлиги ва билвосита кечувчи иқтисодий муносабатлари пировард натижада рақобат муҳитининг самарали амал қилишини таъминлаб беради. Таркибий элементлар бир бутунлиги ва уларнинг ўзаро таъсирида рақобат муҳити доимий такомиллашиб боради. Рақобат муҳитининг асосий элементлари сирасига давлатнинг рақобатга оид сиёсати, ўринбосар (функционал ўхшашликларга эга) хизматларни таклиф қилувчи корхоналар, асосий хизмат турларини тақдим этувчи корхоналар (сервис провайдерлари), туристлар, рақобатлашувчи субъект сифатида миллий туризм тармоғига кириб келишдаги тўсиқлар қиради (1-жадвал).

<sup>1</sup> [www.uzbektourism.uz](http://www.uzbektourism.uz) – Ўзбекистон Республикаси Туризм ва спорт вазирлиги расмий сайти маълумотлари асосида жамланган.

Ўзбекистон Республикасида рақобатга оид иқтисодий муносабатлар “Рақобат тўғрисида”ги 2012 йил 6 январда қабул қилинган ЎРҚ-319-сон Қонун билан тартибга солинади. Ушбу Қонунга кўра, рақобат соҳасидаги ваколатли орган сифатида Ўзбекистон Республикасининг Хусусийлаштирилган корхоналарга кўмаклашиш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси белгиланган. Мазкур қўмита корхоналарнинг рақобатга қарши ҳаракатларини, инсофсиз рақобатини чеклаш ва уларнинг олдини олишга, давлат бошқаруви органлари ва маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг ғайриқонуний ҳаракатларига йўл қўймасликка қаратилган давлат сиёсатини изчил амалга оширади<sup>1</sup>.

1-жадвал

**Миллий туризм тармоғида рақобат муҳитини  
ташkil этувчи элементлар<sup>2</sup>**

| Т/р | Рақобат муҳитини ташkil этувчи элемент                                           | Алоҳида олинган элементнинг умумий рақобат муҳитидаги ўрни                                                                                                                                                                                             |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Давлатнинг рақобатга оид сиёсати                                                 | - рақобат муҳитини қўллаб-қувватлашга оид ҳуқуқий базани яратиб беради;<br>- монополияни чеклаш соҳасида қатъий давлат сиёсати юритилишини таъминлайди.                                                                                                |
| 2.  | Функционал ўхшашликларга эга хизматларни тақлиф қилувчи корхоналар               | - хизматлар нархи ошиб кетишининг олдини олади;<br>- туристлар учун сифат кўрсаткичи юқори бўлган хизматлар тақдим этилишини рағбатлантиради.                                                                                                          |
| 3.  | Таъминотчи корхоналар                                                            | - туроператорнинг тақлифлар дифференциациясини таъминлайди;<br>- туристик маҳсулот реновациясига (тузилмавий янгиланишига) олиб келади.                                                                                                                |
| 4.  | Туристлар                                                                        | - асосий хизмат турларини тақдим этувчи корхоналарни бозор тадқиқотларини амалга оширишга ундайди;<br>- туроператорда инновацияларни ўзлаштиришга мотив уйғотади.                                                                                      |
| 5.  | Рақобатлашувчи субъект сифатида миллий туризм тармоғига кириб келишдаги тўсиқлар | - асосий хизмат турларини тақдим этувчи корхоналардан ўз ресурслари ва имкониятларини объектив баҳолаш талаб қилади;<br>- рақобатчиларнинг молиявий ва айрим расмий тузилмаларнинг маъмурий босимида нисбатан превентив чоралар қўришни тақозо қилади. |

Давлатнинг рақобатга оид сиёсати натижасида соф рақобат муҳитини марказлашган ҳолда тартибга солиш ва назорат қилиш имконияти пайдо бўлади. Инсофсиз рақобат кураши ҳолатлари аниқланган тақдирда, ушбу ҳаракатларни содир этган корхоналарга нисбатан ҳуқуқий таъсир чоралари ҳам қўрилади. Ўз ўрнида, давлатнинг рақобатга оид сиёсати натижадорлиги устидан парламент назорати ўрнатилган. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенати томонидан рақобат соҳасига оид меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларнинг ижроси тизимли равишда ўрганиб борилади. Парламент мониторинглари якунида рақобат муҳитини такомиллаштиришга тегишли қарорлар қабул қилиниб, мутасадди органларга тақлифлар етказилади.

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида”ги 2012 йил 6 январда қабул қилинган ЎРҚ-319-сон Қонуни 9-моддаси.

<sup>2</sup> Муаллиф тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилган.

Таъкидлаб ўтилганидек, рақобат муҳитини қўллаб-қувватлашга оид ҳуқуқий базани яратиб бериш давлатнинг рақобатга оид сиёсати асосини ташкил этади. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси, “Рақобат тўғрисида”ги Қонун, Президентнинг рақобат муҳитини такомиллаштиришга тегишли Фармонлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари айтиб соҳанинг ҳуқуқий базасини шакллантиради. Мазкур меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларнинг Ўзбекистон Республикаси миқёсида қатъий ижросини назорат қилиш рақобат муҳитига салбий таъсир кўрсатувчи омилларни чеклайди.

Ўринбосар (функционал ўхшашликларга эга) хизматларни таклиф қилувчи корхоналар миллий туризм тармоғида рақобат муҳитининг муҳим элементи саналади. Турист дам олишни режалаштирган муддатлари ва тўлов лаёқатига кўра бир нечта туроператорлар томонидан таклиф қилинаётган туристик маҳсулотларни таққослаб кўриш имкониятига эга. Солиштиришлар натижасида турист ўз саломатлигини ва руҳий қувватини тиклаш, маърифий дунёқарашини кенгайтириш, тарихий-маданий объектлар билан танишиш имконини берувчи бир-бирини ўрнини босадиган туристик маҳсулотларга баҳо беради. Энг сўнггида муддатлар, нарх, хизматлар категорияси мезонлари асосида харид бўйича яқуний қарорни қабул қилади.

Бу шароитда турли давлатлар ва шаҳарларга, мақсадлар таснифи бўйича турли йўналишларга, турли ёш категорияларига мўлжалланган, турли ресурслар негизида ишлаб чиқилган туристик маҳсулотлар эгалари рақобатга киришади. Рақобат муҳитининг мазкур элементи иқтисодий жиҳатдан муҳим саналган бир нечта натижаларга эришишга замин яратади. Хусусан, туроператорлар томонидан ишлаб чиқилувчи туристик маҳсулотлар нархи ошиб кетишининг олди олинади. Турист эҳтиёжини қаноатлантиришдаги функционал ўхшашликлар эвазига ягона бозор сегменти доирасида фаолият юритмайдиган туристик корхоналар ҳам билвосита рақобат курашига жалб этилади.

Бундан ташқари, турист эҳтиёжини қаноатлантиришда функционал ўхшашликларга эга туристик маҳсулотларни таклиф қилувчи туроператорлар рақобати бозорга сифат кўрсаткичи юқори бўлган хизматлар тақдим этилишини рағбатлантиради. Таъкидлаш жоизки, миллий туризм тармоғида сифат категориясини баҳолаш тартиби моддий-ашёвий буюмлар сифатига нисбатан фаркланишларга эга. Аввало, туристик хизматларнинг сезилмаслик ва сақланмаслик хусусиятлари мавжуд. Бу хусусиятларга қўшимча равишда сифатни баҳолаш туристик хизматларни тақдим этувчи персонал малакасига ҳам боғлиқ. Демак, туристнинг беноқсон туристик маҳсулотни сотиб олиши туроператорнинг келгуси тижорат муваффақиятларининг негизини яратиб беради.

**Хулоса ва таклифлар.** Хулоса қилиб айтганда, миллий туризм тармоғида рақобат муҳити элементлари намоён бўлишининг қуйидаги илмий-назарий жиҳатларини ажратиб кўрсатиш ўринли:

► миллий туризм тармоғида рақобат муҳити асосий хизмат турларини тақдим этувчи транспорт ташкилотлари, жойлаштириш воситалари, овқатлантириш муассасалари тижорат фаолиятдан иборат бўлади;

► миллий туризм тармоғи рақобат муҳитининг асосий элементлари сирасига давлатнинг рақобатга оид сиёсати, ўринбосар (функционал ўхшашликларга эга) хизматларни таклиф қилувчи корхоналар, асосий хизмат турларини тақдим этувчи корхоналар (сервис провайдерлари), туристлар, рақобатлашувчи субъект сифатида миллий туризм тармоғига кириб келишдаги тўсиқлар киради;

► давлатнинг рақобатга оид сиёсати рақобат муҳитини қўллаб-қувватлашга оид ҳуқуқий базани яратиб беради ҳамда монополияни чеклаш соҳасида қатъий давлат сиёсати юритилишини таъминлайди;

► функционал ўхшашликларга эга хизматларни таклиф қилувчи корхоналар хизматлар нархи ошиб кетишининг олдини олади ва туристлар учун сифат кўрсаткичи юқори бўлган хизматлар тақдим этилишини рағбатлантиради;

► таъминотчи корхоналар туроператорнинг таклифлар дифференциациясини таъминлайди ва туристик маҳсулот реновациясига (тузилмавий янгиланишига) олиб келади;

► туристлар асосий хизмат турларини тақдим этувчи корхоналарни бозор тадқиқотларини амалга оширишга ундайди ва туроператорда инновацияларни ўзлаштиришга мотив уйғотади;

► рақобатлашувчи субъект сифатида миллий туризм тармоғига кириб келишдаги тўсиқлар асосий хизмат турларини тақдим этувчи корхоналардан ўз ресурслари ва имкониятларини объектив баҳолаш талаб қилади ҳамда рақобатчиларнинг молиявий ва айрим расмий тузилмаларнинг маъмурий босимиغا нисбатан превентив чоралар кўришни тақозо қилади.

Давлат марказий мувофиқлаштирувчи тузилма сифатида рақобат муҳити шакллантириш, рақобат элементлари ўзаро алоқадорлигини таъминлаш, рақобат муҳитига деструктив таъсир кўрсатувчи омилларни бартараф этиш чора-тадбирларини ишлаб чиқади. Бунда, айниқса, туристик корхоналар фаолиятини рағбатлантирувчи молиявий имтиёзлар ва иқтисодий преференциялар тизимини яратиш эвазига рақобат муҳитида янги бизнес субъектлари пайдо бўлишини қўллаб-қувватлашга диққат қаратилади.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. 2019 йил 05 январь, ПФ-5611 сон.

2. Азар В.И. “Рекреацион география”. Монография. Москва, 2017 й., қайта нашр – 89-124 б.

3. Абиев Ж.Н. Миллий иқтисодиётда туризм тармоғини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун тайёрланган диссертация автореферати. Самарқанд, 2019 й. – 11-14 б.

4. Эшпаев А.А. Глобаллашув шароитида туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси (Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғи мисолида). Иқтисодиёт фанлари доктори (DSc) илмий даражасини олиш учун тайёрланган диссертация автореферати. Самарқанд, 2019 й. – 18-24 б.

5. Амонбоев М., Халилов С. Туризм индустрияси ривожланишининг асосий йўналишлари ва истикболлари. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” электрон журнали. Тошкент 2019.

| С.Халилов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | S.Khalilov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Конкурентная среда в национальном туристическом секторе и ее основные составляющие элементы</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В статье рассматриваются актуальные проблемы конкурентной среды и взаимосвязь ее структурных компонентов в национальном туристическом секторе. Также анализируется влияние компонентов конкурентной среды на национальную туристическую отрасль.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> национальный туристический сектор, конкуренция, конкурентная среда, конкурентные компоненты, инструменты регулирования.</p> | <p><b>Competitive environment in the national tourism sector and its structural elements</b></p> <p><b>Abstract:</b> The article examines the current issues of the competitive environment and the interrelationship of its structural components in the national tourism sector. It has been also analyzed the impact of the components of the competitive environment on the national tourism sector.</p> <p><b>Keywords:</b> national tourism sector, competition, competitive environment, competitive components, regulatory tools.</p> |

# КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК

Гулнора Мардиевна Шадиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.,  
Шухрат Облокулович Кувандиков – СамИСИ доценти, и.ф.д.

## МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТДА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ЎЗИГА ХОС ФУНКЦИЯЛАРИ

**Аннотация:** мақолада оилавий тадбиркорликнинг ривожланиши, уни миллий иқтисодиётдаги аҳамияти ва функциялари тадқиқ этилган. Иқтисодиётда оиланинг жамиятда тутган ўрни, оиланинг иқтисодий вазифалари, оиланинг инсон капиталини қарор топтириш каби вазифалари очиқ берилган. Шунингдек, оила ва тадбиркорликни функциялари интеграциялашувининг синергетик самараси масалалари ёритилган. Шу асосда оилавий тадбиркорликни ривожлантириш назарияларини такомиллаштириш йўналишлари таклиф этилган.

Калит сўзлар: миллий иқтисодиёт, оилавий тадбиркорлик, синергетика, самара, касаначилик, оилавий тадбиркорликнинг ривожланиш босқичлари, синергетик ёндошув тамойиллари, оиланинг ижтимоий йўналтирилган функциялари, синергетик эффект, инсон капитали, ресурсларни етказиб бериш

**Кириш.** Мамлакатимизда ижтимоий-иқтисодий соҳани ислоҳ қилиш бўйича ишлаб чиқиладиган ташаббусларнинг сифатини, олиб бориладиган ислохотлар натижадорлигини тубдан ошириш, амалга ошириладиган тадқиқотларни ислохотларнинг устувор йўналишларини рўёбга чиқаришга йўналтириш ҳамда мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий сиёсати чора-тадбирларини ишлаб чиқиш ва амалга оширишда уларнинг ролини ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022-2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ 60-сон Фармонининг қабул қилиниши иқтисодиётни илмий-технологик жиҳатдан ривожлантиришга меъёрий-ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилмоқда. Мамлакатимизда аҳолининг оила ҳўжалиги фаровонлигини ошириш, бандлигини таъминлаш ва даромадларининг барқарор ўсишини таъминлашга доир вазифаларини ҳал этишда оилавий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантиришга янада устувор аҳамият берилмоқда.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти Ш.М. Мирзиёев эътироф этганларидек, “...ҳар бир хонадоннинг тадбиркорлик борасидаги имкониятини ўрганиш, молиялаштиришни кенгайтириш билан боғлиқ бўлган муаммоларни ҳал этиш, тадбиркорларни ишонтириш ва уларга амалий ёрдам бериш – бутун Макроиқтисодиёт комплекси фаолиятидаги кундалик қоидага айланиши керак”<sup>1</sup>. Оилавий бизнес ва хусусий тадбиркорлик иқтисодиётдаги ўзгаришларга тез мослашувчан соҳа сифатида ички бозорни зарур истеъмол товарлари билан тўлдириш, хизмат кўрсатишнинг янги ва замонавий турларини кенгайтиришда муҳим аҳамиятга эга.

Ўзбекистонда 2022 йилда фаолият кўрсатаётган оилавий корхоналар сони 9 711<sup>2</sup> тани ташкил этиб, жами Худудлар кесимида Самарқанд вилояти – 1864, Қашқадарё вилояти – 1591, Хоразм вилояти – 1289, Фарғона вилояти – 1055, Сурхондарё вилояти – 718, Тошкент вилояти – 652, Жиззах вилояти – 606, Навоий вилояти – 427, Тошкент шаҳри – 374, Бухоро вилояти – 350, Қорақалпоғистон Республикаси – 269, Наманган вилояти – 256, Андижон вилояти – 212 ва Сирдарё вилоятида – 48 тани ташкил этган<sup>3</sup>.

Кўриниб турибдики, оилавий тадбиркорлик нисбатан кичик ҳўжалик бўлиши билан ушбу фаолият турида миллий даромад ва бандликнинг анчагина қисми яратилмоқда. Шу боис мамлакатимизда ушбу соҳани янада ривожлантириш учун зарур шарт-шароитларни яратиш, унинг ҳуқуқий кафолатларни кучайтиришга асосий эътибор қаратилмоқда. Бу эса

<sup>1</sup> “Халқ сўзи” газетаси 2022 йил 20 март. 30-сон 3 бет.

<sup>2</sup> <https://daryo.uz/k/2022/10/12/ozbekistonda-9-oy-da-qariyb-10-mingta-oilaviy-korxona-tashkil-etildi/>

<sup>3</sup> <https://daryo.uz/k/2022/10/12/ozbekistonda-9-oy-da-qariyb-10-mingta-oilaviy-korxona-tashkil-etildi/>

оилавий тадбиркорликни ҳар жиҳатдан тадқиқ қилиш ва бу борадаги хорижий тажрибаларни ўрганиш айтилиши зарурат эканлигидан далолат беради.

**Тадқиқот методологияси.** Мазкур тадқиқотда назарий таҳлил, жадвал, мантикий фикрлаш ва мушоҳада усуллари кенг қўлланилган. Шунингдек, мазкур мавзуга оид хорижий ва маҳаллий олимларнинг тадқиқотлари таҳлил қилиниб, уларнинг илмий қарашлари чуқур ўрганилган.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Тадбиркорлик, оилавий тадбиркорликнинг иқтисодийётдаги роли ва уни ривожлантиришнинг амалий ва назарий масалалари кўплаб хорижлик олимлар томонидан ўрганилган. А.Смит (1723-1790) ўзининг «Халқлар бойликлари ва сабабларини тадқиқ этиш» (1776й.) номли китобида оилавий тадбиркорликнинг шаклланишида уй хўжаликлари ва ишлаб чиқариш фаолиятини тадқиқ этиш муҳим услубий аҳамият касб этишини таъкидлаб, қуйидаги фикрларни билдирган: оилавий тадбиркорлик - уй хўжалиги тараққиётининг илк шаклланиш ва ривожланиш босқичини ифода этиб, унга бўлган назарий қарашларни шакллантириш учун муҳим методологик функцияни ўтайди. Бундай ёндошувлар замида уй хўжалиги - хўжалик юритишнинг асосий ва илғор шакли сифатида унинг ишлаб чиқариш қобилияти ва функциялари ҳамда иқтисодий муносабатлар тизимидаги ўрни тадқиқот объекти сифатида қаралади [1]. Бархатова Н.Мнинг фикрича, оилавий тадбиркорлик: “Оила бошлиғи томонидан ташкил этилган ва унда оила аъзолари турли лавозимларда ишлайдиган бизнес тури”дир [2].

Волков Д.А. эса оилавий тадбиркорликка қуйидагича таъриф беради: муваффақият мезони молиявий кўрсаткичлардан иборат бўлмаган, оила томонидан “бир одам бошқаруви”ни назарда тутадиган компания ривожланишининг маълум бир босқичидир. [3]. Оилавий тадбиркорлик хусусида ҳам, иқтисодий адабиётларда айрим фикрлар айтилмоқда. Умуман олганда, оила аъзолари даромад (фойда) олиш мақсадида ўзларининг мулкига асосланиб, бирорта фаолият билан шуғулланса, бу оила тадбиркорлигига киради. Бу борада айрим олимларимиз томонидан ҳам тегишли фикрлар айтилган. Жумладан, М.Қ.Пардаев ва З.Н.Қурбоновлар оила тадбиркорлигига “Оилавий мулкка асосланган оила аъзолари иштирок этадиган тадбиркорлик оила тадбиркорлиги деб аталади” деган таърифни берган. Ушбу таъриф оилавий тадбиркорликнинг мазмунини очиқ беради. [4]. Бизнинг фикримизча, оилавий тадбиркорлик деганда умумий оила аъзоларининг биргаликдаги ҳаракати, яъни оилавий капиталга таяниб, ўзаро бир бирига ёрдами ва ўзини-фаолиятига асосланиб бошқариш тадбиркорлик фаолияти тушунилади. Бундай ёндошув натижасида оилавий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва бошқариш тизимини “ўзини-ўзи ташкиллаштириш” ва “ўзини-ўзи бошқариш” тамойиллари асосида такомиллаштиришга эришиш мумкин.

**Таҳлил ва натижалар.** Миллий иқтисодийётда оилавий тадбиркорликнинг аҳамияти шундаки, оилавий тадбиркорликнинг функциялари ва жамиятдаги ўрни билан боғлиқ. Бундай қарашлар асосида оила тадбиркорлигининг бу борадаги назарияларни қуйидаги ёндошувлар бўйича таснифлаш мумкин:

- жамиятда оиланинг тугган ўрни; [7]
- оиланинг иқтисодий вазифалари; [8]
- инсон капиталини қарор топтиришдаги оиланинг вазифалари. [9].

Бундай қарашлар моҳиятига кўра, жамиятга катта иқтисодий даромад келтириши, инсон капиталининг нақадар давлат ва жамият учун кераклигини, давлатнинг айрим вазифаларини оила сезиларли даражада ўз зиммасига олиши ва бу давлат манфаатларига мос келиши таъкидланган.

Шундай экан, оила тадбиркорлик ва кичик бизнес вазифаларининг давлат функциялари билан бирлашуви шунингдек, синергетика қонунига асосланганлигини кўриш мумкин.. Синергетик эффект қонунининг моҳиятига кўра, яхлитлик ўз қисмлари йиғиндисидан катта ( $1+1=3$ ;  $2+2=5$ ). Бошқача айтганда, тизим элементларининг алоҳида фаолияти натижасидан уларнинг биргаликда, ҳамжиҳатликда ишлаши самараси юқори бўлади. Бу

жараёнда яхлит тизимнинг алоҳида қисмлари ҳам аҳамиятга эга. Сабаби, оилавий тадбиркорлик ўз мулкидан самарали фойдаланиши орқали амалга оширилади. Шу аснода тадбиркорлик фаолияти оила ва унинг капитал-мулки билан органик равишда боғлиқ.

Оила ва тадбиркорлик функцияларининг интеграциялашуви жамият миқёсидаги кўплаб ижтимоий-иқтисодий муаммоларни ҳал этиш имкониятини яратиб, синергетик самарасини беради (1-жадвалга қаранг).

1 – жадвал

**Оила ва тадбиркорлик функциялари интеграциялашувининг синергетик самараси**

| Оила функциялари                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Тадбиркорлик функциялари                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Синергетик самара                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш;</li> <li>- Ресурсларни етказиб бериш;</li> <li>- Инсон капитали (комил тарбиялаш;</li> <li>- Истеъмол;</li> <li>- ишлаб чиқариш;</li> <li>- Жамғарма;</li> <li>- Инвестицион;</li> <li>- Тадбиркорлик фаолияти;</li> <li>- Давлат билан ички иқтисодий алоқалар ва б.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- иқтисодий ўсишнинг омили сифатида иштирок этади;</li> <li>- ижтимоий барқарорликни таъминлашда ўз имкониятлари доирасида иштирок этади;</li> <li>- Мулкдорлар ва тадбиркорлар синфини шакллантириш;</li> <li>- ижтимоий-меҳнат муносабатларини оилавий кадриятлар асосида тартибга солиш;</li> <li>- оила хўжалиги ресурсларини ишлаб чиқариш мақсадларида бирлаштиради;</li> <li>- даромадларни ошириш мақсадида оила аъзоларининг тадбиркорлик қобилиятларидан фойдаланади;</li> <li>- тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишда оила аъзоларининг ижодкорлик ва янги ғояларини қўллади ва б.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ЯИМ шаклланишида иштирок этади;</li> <li>- иқтисодиёт тармоқларининг ўсиш суръатларини таъминлайди;</li> <li>- хотин-қизлар, уй бекалари ва имкониятлари чекланган аҳоли тоифаси учун эгилувчан иш жадвалли қулай иш ўринларини яратади;</li> <li>- оиланинг ижтимоий ҳимояси таъминлайди;</li> <li>- оиланинг маиший шарт шaroитларини яхшилади;</li> <li>- аҳолининг истеъмол талабларини қондиради;</li> <li>- аҳолини тадбиркорлик фаоллигини оширади;</li> <li>- камбағаллик муаммосини ҳал этади;</li> <li>- оиланинг ижтимоий-иқтисодий мавқеини оширади ва турли хил низоларни ҳал этади ва б.</li> </ul> |

**Манба:** муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

Оилада тадбиркорликни ташкил этиш асосан ижтимоий йўналтирилган вазифаларни ҳал этиш мақсадида амалга оширилади. Бугунги кунда барча соҳаларда жумладан, тадбиркорлик фаолияти учун рақобатбардош кадрларни тайёрлаш, уларда тадбиркорликка оид билимларини шакллантириш ва тарбиялаш айнан шу тариқа амалга ошади.. Бошқача айтганда оилавий тадбиркорлик оилада белгиланган вазифаларининг энг керакли, структуравий ва бўлинмас қисмидир. Шунинг учун оила фаровонлигини таъминловчи асосий омиллардан бири бу оилавий тадбиркорлик бўлиб ҳисобланади. Юқори келтирилган фикрларга асосланиб, оиланинг вазифалари ўртасидаги ўзаро ттаъсир, уларнинг бир-бирини тўлдириши ва бир-бирига амал қилиши, узлуксизлиги ҳамда “тадбиркорлик – фаровонлик – оила вазифалари” боғлиқлиқдаги назарий моделда акс эттириш мумкин. Бу ҳолат, оила вазифаларининг асосий мақсади оилада тадбиркорликни амалга ошириш орқали фаровонликка эришишдир. Булардан келиб чиқиб, оила вазифалари тизимига оила аъзоларига муносиб фаровонлигини таъминлаб берувчи факторлар сифатида қараш мақсадга мувофиқ бўлади.

**Хулоса ва таклифлар.** Сўнгги йилларда мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотлар самараси ҳар бир оилададан битта тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи оила аъзоси бўлиши энг муҳим функциясига айланиши лозим. Бунинг асосий сабаби, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи оила, бир қанча муаммоларни ҳал этишга имкон топади, булар:

- оиланинг ижтимоий ҳимояси ва маиший шарт шaroитларини таъминлаш;
- оиланинг истеъмол талабларини қондириш ва янги имкониятларни излаш;
- иқтисодий вазифаларидан амалда тўлиқ фойдаланиш орқали оиланинг ривожланиш учун янги имкониятларни яратиш;

• оилавий тадбиркорликни ривожлантириш орқали камбағалликдан холи бўлиш.

Бундай имкониятларга эришиш эса ҳар бир оилада тадбиркорликни йўлга қўйиш билан ўз ечимини топади. Шу боис, мамлакатимизда ҳар бир оилада тадбиркорликни йўлга қўйишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бу борада мамлакатимиз Президенти Ш.Мирзиёевнинг ташаббуслари билан амалга оширилаётган “Ҳар бир оила – тадбиркор” Дастурида айтилган шу мақсадлар кўзда тутилган.

Мамлакатимизда оила хўжаликларининг ишлаб чиқариш имкониятларидан самарали фойдаланиш, улар фаолиятининг ҳисобини юритиш ҳамда ҳуқуқий кафолатларини мустаҳкамлаш мақсадида “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2012 йил 26 апрел) қабул қилинди. Шу асосда мамлакатимизда хўжалик юритишнинг оилавий тадбиркорлик шакли йўлга қўйилди ва уларнинг иқтисодийдаги роли ҳуқуқий жиҳатдан асосланди.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони, 28.01.2022 йилдаги ПФ-60-сон
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. Худудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни рейтинг баҳолаш тизимини жорий этиш тўғрисида. 2020 йил 1 май, ПҚ-4702 – сон.
3. Пардаев М.Қ., Курбонов З.Н Оила бизнеси ва тадбиркорлиги: ўқув қўлланма – Самарқанд, СамДУ, 1999. – 45 б.
4. Бархатова Н. М. (1999). Семейный бизнес и семьи в бизнесе // ЭКО, № 2 (<http://ecotrends.ru/subscribe/1841-2014-03-06-10-13-03> ).
5. Кувандиков Ш.О. Хизмат соҳаларида оилавий тадбиркорликни ривожлантириш муаммолари. И.ф.н. илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати, Самарқанд, СамИСИ, 2008. – 24 б.
6. Игебаева Ф. А. Семья как базовый агент социализации личности //Иновационная наука. – 2016. – №. 1-3 (13).; Игебаева Ф.А. Семья в трансформирующемся российском обществе (на примере Башкортостана) //Социологические исследования. – 2014.- №.9.- С.73-76.;
7. Никольская Г. Семья в условиях постиндустриального общества (на примере США) //Мировая экономика и международные отношения. – 2006. - №.8. – С. 71-81.
8. Рябова В.В. Трансформация функций семьи в современном российском обществе // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2014. - № 3. – с. 106-112.;
9. Степанов А.Б. Организация семейного бизнеса: психологические и социологические факторы // Молодой ученый. – 2018. - № 3. – с. 159-162.— URL <https://moluch.ru/archive/189/47945/> (дата обращения: 23.01.2020);

| <p><b>Г.Шадиева, Ш.Кувандиков</b><br/><b>Особые функции семейного бизнеса в национальной экономике</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p><b>G.Shadieva, Sh.Kuvandikov</b><br/><b>Specific functions of family business in the national economy</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В статье рассматривается развитие семейного бизнеса, его значение и функции в народном хозяйстве. В ней раскрывается роль семьи в обществе, экономические задачи семьи, экономические задачи семьи, такие как определение человеческого капитала. Также освещаются вопросы синергетического эффекта интеграции семейных и бизнес-функций. На этой основе предлагаются направления совершенствования теорий развития семейного бизнеса.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> национальная экономика, семейное предпринимательство, синергетика, эффективность, домашнее хозяйство, этапы развития семейного предпринимательства, принципы синергетического подхода, социально ориентированные функции семьи, синергетический эффект, человеческий капитал, ресурсообеспечение.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article discusses the development of family business, its importance and functions in the national economy. In economics, the role of the family in society, the economic tasks of the family, the tasks of the family, such as the definition of human capital, are revealed. It also highlights the synergistic effect of the integration of family and business functions. On this basis, directions for improving theories of family business development are proposed.</p> <p><b>Keywords:</b> national economy, family entrepreneurship, synergetics, efficiency, homemaking, stages of development of family entrepreneurship, principles of the synergistic approach, socially oriented functions of the family, synergistic effect, human capital, supply of resources.</p> |

## МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

UDK.69.003.13

**Raxmatillo Mirolimovich Egamov** – Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti, iqtisod fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD,

**Sherzod Norboyevich Jumanov** – Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti, katta o'qituvchisi,

**Alisher Zokirovich Saydirasulov** – Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti, o'qituvchisi

### INNOVATSION TADBIRLAR ASOSIDA QURILISH MAHSULOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH UCHUN MARKETING TADQIQOTLARINI O'TKAZISH USULLARI

**Annotatsiya:** Ilmiy maqolada innovatsion tadbirlar asosida ishlab chiqarilayotgan qurilish mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish uchun marketing tadqiqotlarini o'tkazish usullari haqida ma'lumotlar keltirilgan. Qurilish industriyasi korxonalari tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarining bozordagi holatini tahlil qilish va baholash to'g'risida taklif va tavsiyalar berilgan.

**Kalitli so'zlar:** innovatsiya, innovatsion tadbirlar, qurilish, qurilish mahsulotlari, marketing, marketing tadqiqotlari, qurilish mahsulotlarini baholash, raqobatbardoshlik.

**Kirish:** Bugungi kunda qurilish industriyasi korxonalari innovatsion tadbirlar asosida barqaror rivojlanishini ta'minlash bo'yicha keng qamrovli ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. “Global construction 2030” agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2030-yilga qadar dunyo bo'yicha qurilish materiallarini ishlab chiqarish hajmi 85 foizga oshib, 15,5 trln. AQSH dollarini tashkil etishi prognoz qilinmoqda<sup>1</sup>. Hozirgi innovatsion rivojlanish davrida iste'molchilarning sog'lom turmush tarzini ta'minlashga bo'lgan talabning oshishi qurilish mahsulotlari bozorining o'sishiga asosiy turtki bo'lmoqda.

Mamlakatimizdagi qurilish industriyasi korxonalarida qurilish mahsulotlarini innovatsion tadbirlar asosida ishlab chiqarish sanoatini boshqarish tizimini shakllantirish, qurilish mahsulotlarini ishlab chiqarish korxonalarini modernizatsiya qilish, texnologik va texnik qayta jihozlash uchun xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish hamda innovatsion tadbirlar orqali qurilish mahsulotlarini qayta ishlash hajmlarini oshirish, ichki hamda tashqi bozorlarda raqobatbardosh bo'lgan sifatli mahalliy qurilish mahsulotlari turlarini ishlab chiqarishni ko'paytirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Respublika qurilish materiallari sanoatini boshqarishni tashkil etishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Qarori qabul qilingan. Qarorda “Qurilish materiallarining ichki va tashqi bozorlarda marketing tadqiqotlarini amalga oshirish, zamonaviy qurilish materiallariga bo'lgan talabni aniqlash hamda mahalliy xom ashyoni chuqur qayta ishlash bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish, raqobatdosh, eksportga yo'naltirilgan qurilish mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmlarini oshirish va turlarini kengaytirish, shuningdek, yangi turdagi sifatli qurilish materiallari bo'yicha chuqur marketing tadqiqotlari o'tkazish va buning asosida tarmoqni o'rta va uzoq muddatli istiqbolda rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish” ustuvor vazifa sifatida belgilib berilgan. Innovatsion tadbirlar asosida berilgan vazifalar ijrosini samarali amalga oshirish uchun har bir mahsulot turlari bo'yicha xalqaro bozor holati va bozorga kirish imkoniyatlarini aniqlash bo'yicha marketing tadqiqotlarini olib borish va uning ilmiy-uslubiy asoslarini takomillashtirish asosiy vazifadir. Shunga ko'ra, qurilish mahsulotlari eksportini rivojlantirish va raqobatbardoshlikni oshirishga yo'naltirilgan marketing tadqiqotlarini tashkil etish va bozorni segmentlashga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar olib borish dolzarb vazifalaridan hisoblanadi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili:** Innovatsion tadbirlar asosida qurilish mahsulotlariga bo'lgan talabni aniqlash uchun marketing tadqiqotlaridan keng foydalaniladi va eng ko'p tarqalgan usullardan hisoblanadi. Bugungi kunda iqtisodiyotning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta'minlash-

<sup>1</sup> Manba: <http://www.globalconstruction2030.com>

da olib borilayotgan ilmiy tadqiqot ishimizda mavjud boshqaruvning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari hamda boshqarish jarayonida innovatsion tadbirlardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Qurilish mahsulotlari bozorini segmentlashda marketing tadqiqotlarini o'tkazishdan foydalanish bo'yicha jahon va mamlakatimiz olimlari tomonidan ko'plab ilmiy tadqiqotlar amalga oshirilgan.

Qurilish materiallarining raqobatbardoshligini oshirishda marketing tadqiqotlarini o'tkazish innovatsion tadbirlar asosida bozorni tahlil qilish va uning metodologik jihatlari M.Porter va A.Aaykerlarning ilmiy adabiyotlaridan keng o'rganilgan. Jumladan, A.Aayker marketing tadqiqotlarini o'tkazish bu bozorni tahlil qilish usulidan foydalanishda asosan iste'mol sektorida amalga oshiriladigan segmentlash usullaridan foydalanigan holda tushuntirgan[2]. M.Porterning nazariyalari mamlakatlarning raqobatli ustuvorliklari bo'yicha o'ziga xos jihatlari ajratishda innovatsion tadbirlar asosida marketing tadqiqotlarini tahlil qilish usullaridan foydalanish va tarmoq industriyasini shakllantirish bo'yicha tadqiqot olib borgan [3].

Innovatsion yondashuvlar asosida bozorni o'rganishda marketing tadqiqotlarini o'tkazish usulidan foydalanish bo'yicha ilk ilmiy tadqiqotlarni V.Smid [4] va Y.Vindlar [5] olib borgan. Ushbu tadqiqotlar bozorni o'rganish bo'yicha olib boriladigan marketingning innovatsion tadqiqotlar doirasini kengaytirishga asosiy turtki bo'lgan.

Mamlakatimizda qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha innovatsion tadbirlar asosida qurilish sanoatida zamonaviy boshqaruv tizimini joriy etish, ishlab chiqarish hajmini keskin oshirish, marketing va innovatsiyani keng qo'llagan holda eksportbop mahsulotlar assortimentini ko'paytirish va sifatini yaxshilash, yangi bozorlar topishga qaratilgan yangicha tizim tashkil etish zarurligi[6] ta'kidlangan. Belgilab berilgan vazifa O'zbekiston uchun eng maqsadli bozorlarni tanlash va ushbu bozorlarga kirib borishga qaratilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish lozimligi belgilab beradi.

Shuningdek marketing tadqiqotlarini o'tkazish orqali olingan ma'lumotlar asosida qurilish mahsulotlari bozorini o'rganish, import qiluvchi mamlakatlarning o'ziga xos bo'lgan o'xshashliklarini aniqlash bo'yicha olib boriladigan innovatsion tadbirlar asosida marketing tadqiqotlarini o'tkazish va tahlil qilish usullaridan foydalanish respublikamiz olimlari tomonidan deyarli o'rganilmagan.

**Tadqiqot metodologiyasi:** Innovatsion tadbirlar asosida ishlab chiqarayotgan qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini aniqlash uchun marketing tadqiqotlarini o'tkazishni ta'minlash hamda obyektiv baholash va unga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, korxonaning innovatsion faoliyatini samarali boshqarish uchun zarur bo'lgan bosqichlariga oid olimlar fikrini o'rgangan holda, kuzatish, iqtisodiy tahlil, statistik guruhlash, qiyosiy va tizimli tahlil kabi usullardan foydalanildi.

**Tahlil va natijalar:** Iqtisodiyotning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta'minlashda olib borilayotgan ilmiy tadqiqot ishimizda mavjud boshqaruvning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari hamda boshqarish jarayonida innovatsion tadbirlardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

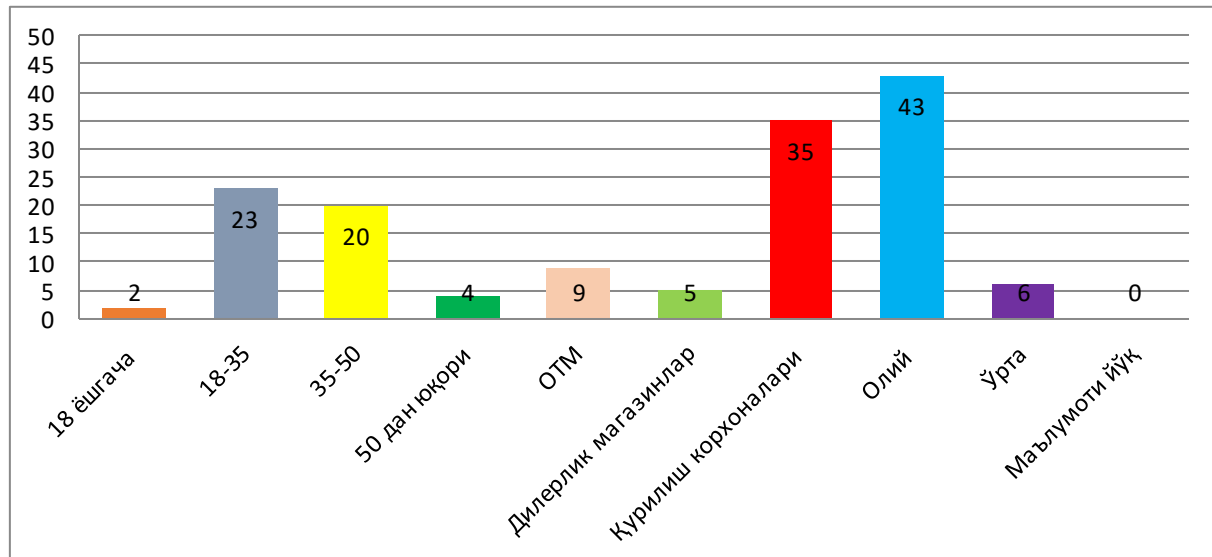
“BMAX BUILDING MATERIALS” MChJ ning ishlab chiqarayotgan qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini aniqlashda O'zbekiston Respublikasidagi doimiy mijozlari hamda Samarqand viloyatidagi qurilish korxonalarining malakali mutaxassislari tomonidan bildirilgan fikrlar asosida o'tkazilgan marketing tadqiqotlari natijalariga asoslangan holda baholab o'tiladi.

Ekspertlar baholashni samarali amalga oshirishda asosiy ikkita narsaga e'tibor qaratish lozim bo'ladi. Birinchidan amalga oshirilishi lozim bo'lgan so'rovnoman tuzish, unga kiritilishi lozim bo'lgan savollarni to'g'ri tanlash bo'lsa, ikkinchidan so'rovnoman o'tkazish davomida to'g'ri respondentlarni tanlashdir. Bularni inobatga olgan holda so'rovnoma muallif tomonidan ishlab chiqildi va uni shakllantirish jarayonida sohada uzoq muddat faoliyat olib borgan, yuqori tajribaga ega bo'lgan mutaxassislarning fikr va mulohazalari ham inobatga olindi. Natijada so'rovnoma qurilish sohalarida faoliyat yurituvchi, lekin u yoki bu darajada o'rganilayotgan muammoning ilmiy va amaliy masalalarini yechish bilan bog'liq bo'lgan ekspertlar fikrini aniqlashni hisobga oluvchi 97 ta muqobil javoblarni o'z ichiga qamrab olgan 19 ta tahliliy savollar majmui ko'rinishiga ega bo'ldi.

Respondentlarni to'g'ri tanlash kerakli ma'lumotlarni yig'ish hamda baholashni to'g'ri amalga oshirish garovi bo'lib xizmat qiladi. Chunki, tahlilni amalga oshirish hamda xulosalarni

chiqarish aynan respondentlar tomonidan berilgan javoblar natijalariga asoslanadi. So‘rovnomanini o‘tkazish uchun respondentlarni tanlab olish uch xil yo‘nalishda guruhlandi: yoshi, ish joyi va boshqaruv pog‘onasi hamda ilmiy salohiyati.

Mamlakatimiz Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev tashabusi bilan yoshlarga e‘tibor katta bo‘lmoqda, shuning uchun Respondentlarni tanlashda yosh jihatidan olganda asosiy e‘tibor 20-60 yoshdagi shaxslarga qaratilgan bo‘lib, kuzatish hamda amalga oshirilgan tahlil natijalarini ko‘rsatishicha boshqaruv pog‘onasiga chiqish asosan 20 yoshdan keyin bo‘ladi, shu bilan birga 20-61 yosh atrofida boshqaruvda band bo‘lganlar boshqalarga nisbatan ancha harakatchan, zamon talablariga moslashuvchan va innovatsion boshqaruvni tashkil qilishdagi asosiy vositalardan biri bo‘lgan, zamonaviy axborot texnologiyalaridan keng foydalanuvchilar hisoblanadi. So‘rovnomada qatnashgan respondentlarning 90 foizi ushbu yosh guruhiga kiruvchilarni tashkil etadi.



**1-rasm. Marketing tadqiqotlari so‘rovnomasida qatnashgan respondentlarning tarkibi**

Respondentlarni tanlashda ikkinchi mezon sifatida ish joyi va boshqaruv pog‘onasi olingan. Ushbu mezon bo‘yicha respondentlar 3 guruhga ajratilgan bo‘lib, salmoqli ulushni boshqaruv sohasida ilmiy tadqiqot olib borayotgan, shu bilan birga bevosita ishtirok etayotgan oliy ma‘lumotli vakillar egallagan. Sababi ular boshqaruv jarayonini ham nazariy, ham amaliy jihatdan chuqur tahlil qilish salohiyatiga ega, bundan tashqari innovatsion boshqaruv hamda boshqaruvning zamonaviy tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari bilan yaqindan tanishish hisoblanadi. Shu o‘rinda ta‘kidlab o‘tishimiz mumkinki, qurilish korxonalari, qurilish mahsulotlarini sotayotgan dilerlik magazinlari vakillarining olinishi mavjud boshqaruv tizimi va muammolarni yaxshiroq o‘rganishga xizmat qildi.

Ekspert so‘rovnomasi bo‘yicha ilmiy ishimizda 49 ta respondent qamrab olingan bo‘lib, ularning 95,9 foizini erkaklar, 4,1 foizini ayollar tashkil etdi.

Ishtirokchilarning 2,1 foizi 18 yoshgacha bo‘lganlar, 47,9 foizi 18-35 yoshdagilar, 41,7 foizi 35-50 yoshdagilar, 8,3 foizi 50 yosh va undan yuqoridagilardan tashkil topgan.

Respondentlarni tanlashda ularning ilmiy salohiyatiga ham alohida e‘tibor qaratildi va tanlangan respondentlarning 87,8 foizi oliy ma‘lumotga ega, 12,2 foizi o‘rta ma‘lumotga ega.

Biroq anketalar qayta ishlanganidan keyin statistik ijtimoiy axborot nuqtayi nazaridan eng to‘liq va ishonchli javob deb hisoblangan 49 ta ekspertning fikri tahlil uchun foydalanishga qabul qilindi. So‘rovnomada, ekspertlarga Respublikada innovatsion iqtisodiyotni boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlariga o‘z nuqtayi nazarlarini bildiradigan qator savollar bilan birga Respublikada innovatsion boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha o‘z takliflari va tavsiyalarini bayon qilish imkonini berildi.

So‘rovnoma natijalari bo‘yicha shakllantirilgan hamda qayta ishlangan ma‘lumotlar bazasi, uni tahlil qilish natijasida olingan xulosa va takliflar berilgan.

**Xulosa va takliflar:** Innovatsion tadbirlar asosida qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun marketing tadqiqotlarini o‘tkazish imkoniyatlarni aniqlash maqsadida turli yo‘nalishlardagi analitik guruhlash usullaridan foydalanish amaliyotini

kengaytirish tavsiya etiladi. Marketing tadqiqotlarini o'tkazish va tahlil qilish o'zgaruvchilarning o'zaro muvofiq bo'lgan ma'lum belgilar asosida tasniflashni nazarda tutadi. Ushbu usul asosida marketingda segmentlash bo'yicha olib boriladigan tadqiqotlar ko'lamini kengaytirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Fikrimizcha, mamlakatimizda innovatsion tadbirlar asosida qurilish mahsulotlarining bozordagi holatini yanda rivojlantrish uchun quyidagi asosiy yo'nalishlarni amalga oshirilishi maqsadga muvofiq:

- Global bozorlarni samarali tahlil etishda, bozorni segmentlash usulidan foydalanishni amalga oshirish orqali marketing tadqiqotlarini o'tkazishni samarali tashkil etish zarur;

- Korxonalarda innovatsion tadbirlar asosida ishlab chiqarilayotgan qurilish mahsulotlarini xorijiy bozorlarga chiqarish uchun marketing tatqiqotini o'tkazish bo'yicha davlatlararo bir tizimga keltiruvchi mexanizmlarni takomillashtirish;

- Qurilish industriyasi korxonalarini guruhlariga bo'lgan holda marketing tatqiqotini o'tkazish bo'yicha dasturlarni ishlab chiqish;

Demak. Korxonalar marketing amaliyotida raqobat muhitini tahlil etish, segmentlash, narxlashtirish, tavor strategiyalarini ishlab chiqishda innovatsion tadbirlardan foydalanish maqsadga muvofiq. Global bozorlarni samarali o'zlashtirishda, o'rganishda innovatsion yondashuvlarni tahlil etish usulidan foydalanishni amalga oshiradigan marketing tadqiqotlari samaradorlikni oshiradi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. <http://www.globalconstruction2030.com>
2. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. М.: Вильямс, 2002. — 956 с.
3. Майкл Портер. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. © Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2015
4. Smith, W. (1956), "Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies," Journal of Marketing, 21, 3-8.
5. Wind, Y. (1978), "Issues and Advances in Segmentation Research," Journal of Marketing Research, 15 (August), 317- 37.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 5 noyabr kuni meva-sabzavotchilik tarmog'ini yanada rivojlantirish va eksportini oshirish, aholi tomorqasidan samarali foydalanishni ta'minlash masalalariga bag'ishlangan videoselektor yig'ilishi. Uza.uz
7. Эгамов Р. (2021). Пути обеспечения конкурентоспособности строительной продукции на основе инновационной деятельности. Экономика и инновационные технологии, (6), 133-138. извлечено от [https://inlibrary.uz/index.php/economics\\_and\\_innovative/article/view/12192](https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/12192)
8. B.K. Abdusamatov F.M.Rakhmonova., R.M.Egamov Ways to increase the competitiveness of construction products based on marketing research //International Journal of Education, Social Science & Humanities. Vol. 2023, No. 11, July-August 546-551 s.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Р.Эгамов, Ш.Жуманов, А.Сайдирасулов</b><br/> <b>Методы проведения маркетинговых исследований для повышения конкурентоспособности строительной продукции на основе инновационных мероприятий</b><br/> <b>Аннотация:</b> В научной статье представлена подробная информация о проведении маркетинговых исследований для повышения конкурентоспособности строительной продукции, производимой на основе инновационных мероприятий. Сделаны предложения и рекомендации по анализу и оценке конъюнктуры рынка продукции предприятий стройиндустрии.<br/> <b>Ключевые слова:</b> инновации, инновационные мероприятия, строительство, строительная продукция, маркетинг, маркетинговые исследования, оценка строительной продукции, конкурентоспособность.</p> | <p><b>R.Egamov, Sh.Jumanov, A.Saydirasulov</b><br/> <b>Methods for conducting marketing research to improve the competitiveness of construction products based on innovative activities</b><br/> <b>Abstract:</b> The scientific article provides detailed information on conducting marketing research to improve the competitiveness of construction products produced on the basis of innovative measures. Proposals and recommendations have been made on the analysis and assessment of the market conditions for the products of construction industry enterprises<br/> <b>Keywords:</b> innovations, innovative activity, construction, building products, marketing, marketing research, evaluation of building products, competitiveness.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Shoira Azimovna Musayeva** – SamISI professori  
**Dilfuza Ilxomovna Usmonova** – SamISI dotsenti

## "DAKA-TEX" MCHJ XKNING FAOLIYATIDA MARKETINGNI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada zamonaviy boshqaruv nazariyasida marketing tamoyillarining ahamiyati, tahliliy funktsiya mazmunini ochib berish, marketing taxlilining asosiy yo‘nalishlari va ko‘rsatkichlarini aniqlash, Ishlab chiqarish korxonalarida marketing tahlilini takomillashtirish yo‘llarini ishlab chiqish ko‘rib chiqilgan.

**Kalitli so‘zlar:** Korxona, raqobat, boshqaruv tizimi, tovar, talab, taklif, sotish, samaradorlik.

**Kirish.** Mamlakatimizda olib borilayotgan iqtisodiy islohotlar ishlab chiqarish korxonalariga keng imkoniyatlar eshigini ochib bermoqda. Ularga berilayotgan imtiyozlar va preferensiyalar samarasi o‘laroq, korxonalarning o‘z ixtiyorida qoladigan mablag‘larining ko‘payishi, yangi kuchlar ishga tushirilishi hamda aholi farovonligi oshishiga xizmat qilmoqda. Iqtisodiyotimizda, mamlakatning xo‘jalik faoliyatida bunday ijobiy o‘zgarishlarni ko‘rish, albatta, quvonarli. Ammo, bugun har birimiz yaxshi bilamizki, bozor iqtisodiyoti o‘ta shafqatsiz va raqobat, deya atalmish kurashlar majmui ta’sir doirasida amal qiladigan iqtisodiy tizim hisoblanadi. Bu tizimda ayrim korxonalar bir-birlari bilan hamkorlik qilib faoliyat yuritishadi, turdosh korxonalar esa, doimiy raqobat kurashida bo‘ladilar. Ular o‘z xo‘jalik faoliyatlarida har doim zamon talabiga, aniqrog‘i bozor talabiga moslashib, turli-tuman tovarlar ishlab chiqaradilar va realizatsiya qiladilar.

Korxonada marketingning ichki sohasi o‘tib borish ahamiyati uning tashkiliy tuzilmasida o‘z aksini topadi. Marketingni boshqarish – tovar va xizmatlarga bo‘lgan talabni oshirish, foydani ko‘paytirish uchun bajariladigan rejalashtirish, tashkil etish, muvofiqlashtirish, nazorat, audit va rag‘batlantirish funksiyalari majmuyidan iborat. Marketingni boshqarish marketing faoliyatini intensivlashtirish vositasi va falsafasi sifatida ko‘rib, uning maqsadi sotuvni tashkil etish va rag‘batlantirish emas, balki firma tovar va xizmatlariga raqobatli bozor sharoitida talabni boshqarishdir.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.** Xorijiy tajribalarga tayanib shuni ta’kidlash lozimki korxonaning bozordagi raqobatbardoshligi uning bozorga yo‘naltirilgan siyosatining samaradorligi bilan belgilanadi. Marketing tamoyillarini rivojlantirish va ularni amalda qo‘llash bo‘yicha ko‘plab iqtisodchi olimlar shug‘ullanib kelgan Ular qatoriga F.Kotler, M.Porter, D.Evans, I.Ansoff, M.Berman, M.Golubkov, P.Samuelson, D.Marshall kabi tanikli olimlarni kiritishimiz mumkin.

Mamlakatimizda qator yillar davomida marketing sohasida olib borilgan izlanishlar milliy xususiyatlardan kelib chiqqan holda marketing nazariyasini rivojlantirishga katta hissa qo‘shgan olimlarni ham e’tirof etish lozim. Bularga R.Ibragimov, YO.Abdullaev, A.Saliyev, M.Sharifxo‘jayev, D.Raximova, Sh.Ergashxodjayeva va boshqalarni kiritish mumkin.

Shunday qilib, marketingni boshqarish ijtimoiy-iqtisodiy tizimning turli iyerarxik boshqaruv pog‘onasida marketingning funksional va institutsional faoliyatini integrallashgan, ya’ni bir-biriga chambarchas bog‘langan holda boshqaradi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, abstrakt-mantiqiy fikrlash, guruhlash, taqqoslash, omilli tahlil, tanlanma kuzatish usullaridan foydalanilgan.

**Tahlil va natijalar.** Tadqiqot maqsadiga “Daka-Tex” MCHJ XK ni samarali boshqarishda marketing tamoyillarini qo‘llash usullarni aniqlash kiradi.

Ushbu maqsadga erishish uchun tadqiqotda quyidagi vazifalar hal qilingan:

- Zamonaviy boshqaruv nazariyasida marketing tamoyillarining ahamiyati;
- Marketing faoliyatida tahliliy funktsiya mazmunini ochib berish;
- Marketing tahlilining asosiy yo‘nalishlari va ko‘rsatkichlarini aniqlash;
- Tanlangan korxonaning marketing faoliyati tahlilini amalga oshirish;
- Ishlab chiqarish korxonalarida marketing tahlilini takomillashtirish yo‘llarin ishlab chiqish.

Funksional ma’noda marketing menejment biror bir qarorni shakllantirish jarayoni, rejalashtirish va amalga oshirishni boshqarish sifatida tushuniladi.

Institutsional ma'noda esa, marketing menejment - bu rahbarlik, boshqaruv kuchi sifatida talqin etilib, huquqiy va tashkiliy vakolatlar asosida firmaning barcha bo'limlari o'rtasida funksional vazifalarni to'g'ri va muvofiqlashgan ravishda taqsimlash orqali ko'zlangan maqsadga erishishni samarali boshqarishdir.

Marketing – menejment muhitini shakllantiruvchi asosiy omillarga madaniyat, siyosat va tizim yoki struktura kiradi.

Keling endi “Daka-Tex” MCHJ XK dagi iqtisodiy holatni marketing menejmenti nuqtai nazaridan ko'rib chiqamiz:

**1-jadval**

**2019-2022-yillar davomida “Daka-Tex” MCHJ XK ning daromad, xarajat va sof foydasi tahlili**

| Ko'rsatkichlar                                            | 2019-yil<br>oxirida<br>(mln. so'm) | 2020-yil<br>oxirida<br>(mln. so'm) | 2021-yil<br>oxirida<br>(mln. so'm) | 2022-yil<br>oxirida (mln.<br>so'm) |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Mahsulot (tovar, ish va xizmat)larni sotishdan sof tushum | 50 991,18                          | 62 262,55                          | 58 138,12                          | 71 248,91                          |
| Sotilgan mahsulot (tovar, ish va xizmat)larning tannarxi  | 41 963,90                          | 59 041,81                          | 54 648,53                          | 63 347,52                          |
| Davr xarajatlari va soliqlar                              | 3 843,72                           | 2 063,21                           | 2 508,81                           | 4 202,35                           |
| Hisobot davrining sof foydasi(zarari)                     | 5 236,70<br>(12%)                  | 1 626,45<br>(3%)                   | 1 096,73<br>(2%)                   | 3 682,63<br>(6%)                   |

Yuqoridagi moliyaviy hisobotlar tahlilidan ma'lum bo'lmoqdaki korxona so'ngi yillarda iqtisodiy o'sish qayd etmoqda. Lekin, ushbu jadvallardan yana shu ma'lum bo'lmoqdaki, mahsulot sotishdan tushum oshgani sayin mahsulotning tannarxi xarajatlari ham oshib bormoqda. Bu esa korxona sof foydasiga sezilarli salbiy ta'sir ko'rsatayotgani yuqoridagi raqam va dinamikalaridan ko'rishimiz ma'lum. Bu holat korxona faoliyatida marketing menejmenti usullarini qayta ko'rib chiqish va uni rivojlantirish usullarini qo'llash zarur ekanligini tasdiqlamoqda.

Yana shuni qo'shimcha qilishimiz kerakki, korxona o'z faoliyatida iste'molchilar bilan to'g'ridan to'g'ri ishlash, axborot almashinish reklama kabi axborot vositalaridan o'z o'rnida qo'llamaypti. Assortiment borasida ham barcha jins vakillarining to'la talabini qondiradigan tovarlar soni biroz kam. Korxona o'z faoliyatini yaqinda boshlaganini inobatga olib, bu kamchiliklar bartaraf etilishi ko'zga ko'rinmaydigan va bartaraf etilishi mumkin bo'lgan ishlardir.

Yuqoridagi kamchiliklarni hisobga olgan holda, korxona marketingi nuqtayi nazaridan B2B bozori va mijozlariga nisbatan marketing tamoyillariga tayangan holda o'zining rivojlanish strategiyasi va albatta, marketing dasturini ishlab chiqishi kerak bo'ladi.

Marketing menejmenti har qanday korxona muvaffaqiyatida muhim rol o'ynaydi va bu, ayniqsa, to'qimachilik sanoatida ahamiyatga egadir. Biz quyida “Daka-Tex” MCHJ XK da marketingni boshqarish usullarini ishlab chiqishning turli yo'llari bo'yicha bir qancha takliflarimizni taqdim etmoqdamiz.

Bunday usullarga bozor tadqiqotlari, raqamli marketing, sanoat tadbirlarida qatnashish, kuchli brend identifikatorini yaratish, maxsus mahsulotlarni ishlab chiqish va tahlillardan foydalanish kiradi. Biz taklif etayotgan marketing usullarini tatbiq etish korxonaga yuqori raqobatbardosh bozorda o'zini farqlashga yordam beradi va pirovardida sotuvlar va daromadlarning o'sishini ta'minlaydi.

Ip va trikotaj sanoati raqobatbardosh va tez rivojlanayotgan bozor hisoblanadi. Ushbu sohadagi kompaniyalar o'z mavqeini kengaytirishga intilayotganligi sababli, bozordagi mavjud tendensiyalar va imkoniyatlarni tushunish muhimdir. Shu ma'noda biz statistik ma'lumotlarni tahlil qilib, kompaniyalar ip va trikotaj bozorida o'z pozitsiyalarini kengaytirish uchun qabul qilishi mumkin bo'lgan strategiyalarni taqdim etmoqdamiz.

Bozor tendensiyalari. So'nggi bozor tadqiqotlariga ko'ra, jahon ip va trikotaj bozori 2022-2026-yillarda 42,18 milliard dollarga o'sishi kutilmoqda va prognoz davrida CAGR 5,77%ga o'sishi kutilmoqda<sup>1</sup>. Bozorning o'sishi, birinchi navbatda, moda va to'qimachilik sanoati

<sup>1</sup> [https://www.reportlinker.com/p06359992/Global-Yarn-Market.html?utm\\_source=GNW](https://www.reportlinker.com/p06359992/Global-Yarn-Market.html?utm_source=GNW)

tomonidan trikotaj buyumlarga talabning ortishi bilan bog'liq. Bundan tashqari, elektron tijorat platformalarining yuksalishi kompaniyalarning kengroq mijozlar bazasiga kirishini osonlashtirdi, bu esa bozorda raqobatning kuchayishiga olib keldi.

O'zbekiston Respublikasida ham ip va trikotaj bozori o'sib borayotgan sanoat bo'lib, turli bozor tendensiyalari va ishlanmalari doimiy ravishda yuzaga keladi. Kompaniyaning ushbu bozordagi mavqeini kengaytirish uchun O'zbekistondagi so'nggi bozor tendensiyalari va iste'molchilar talablaridan xabardor bo'lish juda muhimdir. Ushbu paragrafda biz O'zbekistondagi ip va trikotaj sanoatining joriy bozor tendensiyalari bo'yicha o'rganishlarimiz natijalarini va “Daka-TeX” MCHJ XK ning bozordagi o'z pozitsiyasini samarali kengaytirish uchun foydalanishi mumkin bo'lgan strategiyalarni taqdim etamiz.

## 2-jadval

### O'zbekiston Respublikasida to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqishning o'zgarishi tahlili<sup>1</sup> (avvalgi yilga nisbatan, %)

| Ko'rsatkich                                                 | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |
|-------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqishning o'zgarishi(%) | 108,7 | 104,5 | 128,5 | 119,4 |

Yuqorida mavjud ma'lumotlar asosida korrelyatsiya tenglamasini topish uchun eng kichik kvadratlar usulidan foydalanamiz.

$$y = kx + b$$

Ushbu korrelyatsion tenglamada  $k$  va  $b$  parametrlarni va  $R$  korrelyatsiya koeffitsiyentini topish uchun quyidagi formulalar orqali aniqlaymiz:

$$k = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2}$$

$$b = \frac{\sum_{i=1}^n x_i^2 \sum_{i=1}^n y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n x_i y_i}{n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2}$$

$$R = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2} \sqrt{n \sum_{i=1}^n y_i^2 - (\sum_{i=1}^n y_i)^2}}$$

Bu parametrlarni topish uchun quyidagi jadvalni tuzib olamiz:

## 3-jadval

| Yillar                      | x<br>(shartli yil) | Y<br>(foizi) | $x \cdot y$ | $x^2$ | $y^2$    |
|-----------------------------|--------------------|--------------|-------------|-------|----------|
| 2019                        | 1                  | 108,7        | 108,7       | 1     | 11815,69 |
| 2020                        | 2                  | 104,5        | 209         | 4     | 10920,25 |
| 2021                        | 3                  | 128,5        | 385,5       | 9     | 16512,25 |
| 2022                        | 4                  | 119,4        | 477,6       | 16    | 14256,36 |
| $\Sigma(\text{yig'indisi})$ | 10                 | 461,1        | 1180,8      | 30    | 53504,55 |

Yuqoridagi ma'lumotlar va formulalardan quyidagi qiymatlarni topamiz:

$$k = \frac{4 \cdot 1180,8 - 10 \cdot 461,1}{4 \cdot 30 - 10 \cdot 10} = 5,61$$

$$b = \frac{30 \cdot 461,1 - 10 \cdot 1180,8}{4 \cdot 30 - 10 \cdot 10} = 101,25$$

$$R = \frac{4 \cdot 1180,8 - 10 \cdot 461,1}{\sqrt{4 \cdot 30 - 10^2} \sqrt{4 \cdot 53504,55 - 461,1^2}} \approx 0,6693;$$

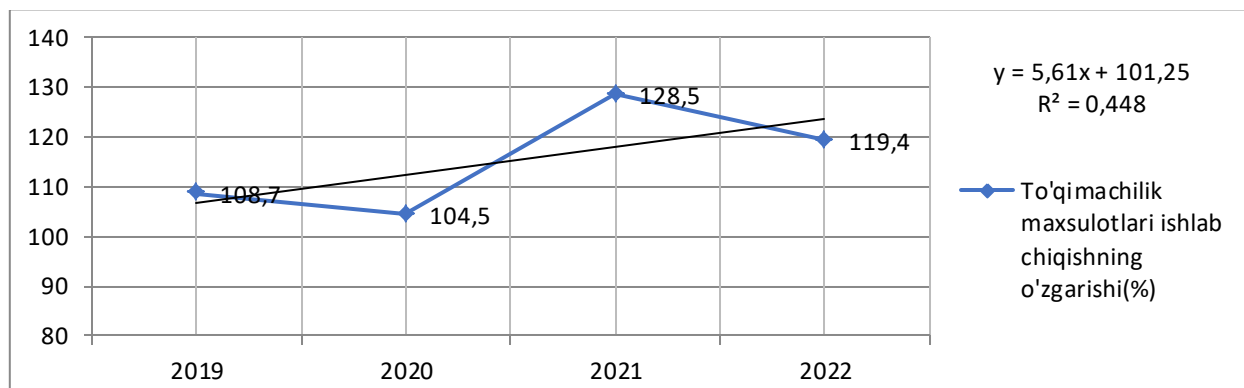
Ushbu hisob-kitoblar natijasida:

$$y = 5,61x + 101,25$$

funksiyaga ega bo'lamiz va bunda korrelyatsiya koeffitsiyenti  $R \approx 0,67$  ni tashkil etmoqda.  $R > 0$  ekanligidan berilgan qiymatlar o'zaro to'g'ri proporsional va korrelyatsiya koeffitsiyenti 0

<sup>1</sup> <https://www.stat.uz> sayt ma'lumotlari asosida

ga nisbatan 1 ga yaqinroqligidan biz yechib chiqargan korrelyatsion tenglama qiymatlar tendensiyasi o'rtasidagi bog'lanish yaqinroq ekanligini aytishimiz mumkin.



**1-rasm. O'zbekiston Respublikasida to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqishning o'zgarishi dinamikasi (avvalgi yilga nisbatan, %)**

Albatta, bozor hajmining o'zgarishiga juda ko'plab omillar, shuningdek Covid-19 va ba'zi davlatlar o'rtasidagi konfliktlar kabi boshqarib bo'lmaydigan omillar ham ta'sir qiladi. Lekin, shunday vaziyatda ham korxona rivoji uchun bizga bozor prognozi kerak bo'ladi. Bu korrelyatsiya funksiyasi orqali O'zbekistonda to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining kelgusi yillar uchun taxminiy o'sish darajasini prognoz qilishimiz mumkin.

**4-jadval**

| Ko'rsatkich                                                 | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023*  | 2024*   |
|-------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|---------|
| Shartli yil<br>(formuladagi x qiymati)                      | 1     | 2     | 3     | 4     | 5*     | 6*      |
| To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqishning o'zgarishi(%) | 108,7 | 104,5 | 128,5 | 119,4 | 129,3* | 134,91* |

\*korelyatsiya funksiyasining prognozi

Bu prognoz jadvalidan ko'rishimiz mumkinki keyingi yillarda to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish bozori hajmining o'zgarish darajasi doimiy o'sish tendensiyasini ko'rsatmoqda. Va bu korxonaning keyingi yillar uchun mahsulot ishlab chiqarish va realizatsiya qilishi bilan bog'liq rejalari uchun muhim ma'lumot hisoblanadi.

O'zbekistondagi bozor tendensiyalari va iste'molchilar talablaridan xabardor bo'lish kompaniyaning ip va trikotaj bozoridagi o'rni va mavqeini kengaytirishda muhim ahamiyatga ega. Barqaror amaliyotlarni qabul qilish, an'anaviy dizaynlarni taklif qilish, kuchli onlayn mavjudlikka ega bo'lish hamda tabiiy va organik materiallardan foydalanish orqali "Daka-Tex" MCHJ XK O'zbekistondagi mavjud bozor tendensiyalariga murojaat qilishi va bozordagi o'z pozitsiyalarini kengaytirishi mumkin. Statistik ma'lumotlarni tahlil qilish va bozor tendensiyalarini tushunish, tadqiqot va tahlillarni o'tkazish, mahsulotlarni innovatsiya qilish, mahalliy dizaynerlar va hunarmandlar bilan hamkorlik qilish ham korxonaga raqobatdosh ustunlikka ega bo'lish, ushbu dinamik sanoatda muvaffaqiyat qozonish va bozorda uzoq muddatli muvaffaqiyatlarga erishish uchun keng imkoniyat yaratadi.

**Xulosa va takliflar.** Xulosa qilib aytganda, "Daka-Tex" MCHJ XK ni savdo hajmi yildan yilga oshmoqda, ammo, uning iqtisodiy samaradorligi, shuningdek sof foydasining ulushi pasayganligi ma'lum. Shunday vaziyatda korxona boshqaruvida marketing tamoyillarini qo'llanishligi uning samaradorligini oshirishga yordam beradi.

Korxona boshqaruvida markening menejmenti usullarini qo'llash bo'yicha quyidagi usullarni taklif etamiz:

**1.Bozor tadqiqoti.** Bozor tadqiqotlari marketingni boshqarishning samarali usullarini ishlab chiqishda hal qiluvchi qadamdir. Korxonalar o'zlarining marketing strategiyalari va mahsulot ishlab chiqishlari haqida ma'lumot berish uchun mijozlarning ehtiyojlari, afzalliklari va xatti-harakatlari haqida ma'lumot to'plashlari mumkin. Bu o'z mahsulotlarini sotib olish ehtimoli yuqori bo'lgan aniq tarmoqlar, hududlar yoki demografiyani aniqlashni o'z ichiga olishi mumkin.

2. Raqamli marketing. Raqamli marketing bugungi raqamli asrda juda ham zarur. Korxonalar mijozlar bilan bog‘lanish va ular bilan bog‘lanish uchun veb-sayt, ijtimoiy media va boshqa raqamli kanallar orqali kuchli onlayn mavjudligini rivojlantirishi mumkin. Bunga mijozlarga qiymat beradigan va korxonani sohada yetakchi o‘ringa qo‘yadigan o‘quv qo‘llanmalari, mahsulot qo‘llanmalari va sanoat yangiliklari kabi yuqori sifatli kontent yaratish kiradi.

3. Sanoat tadbirlarida qatnashish. Savdo ko‘rgazmalari kabi sanoat tadbirlarida qatnashish mahsulotlarni namoyish qilish, aloqalarni o‘rnatish va yetakchilarni yaratishning samarali usuli hisoblanadi. Shuningdek, u qimmatli tarmoq inkoniyatlari va bozordagi so‘nggi tendensiyalar va innovatsiyalar haqida tushuncha berishi mumkin.

4. Brend identifikatori. Kuchli brend identifikatorini rivojlantirish mahsulotlarni raqobatchilardan farqlash va maqsadli auditoriya bilan rezonanslashish uchun ham juda muhimdir. Barqaror va esda qolarli brend identifikatorini yaratish vaqt o‘tishi bilan brend xabardorligi va mijozlarning sodiqligini oshirishga yordam beradi.

5. Maxsus mahsulotlar. Maxsus mahsulot va xizmatlarni taklif qilish mijozlarning noyob ehtiyojlarini qondirishi va sodiqlikni yaratishi mumkin. Bu mijozlarning o‘ziga xos ehtiyojlari va afzalliklariga mos keladigan maxsus mahsulotlarni ishlab chiqish uchun ular bilan hamkorlik qilishni o‘z ichiga olishi mumkin.

6. Tahlil. Analitikadan foydalanish samarali marketingni boshqarish usullarini ishlab chiqish uchun nihoyatda muhimdir. Korxonalar marketing samaradorligini kuzatish, ma‘lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish va marketing strategiyalarini doimiy ravishda yaxshilash uchun ma‘lumotlar tahlilidan foydalanishi mumkin. Bu marketing kompaniyalarining samaradorligini o‘lchash uchun veb-sayt trafigin, ijtimoiy media ishtirokini va boshqa ko‘rsatkichlarni kuzatishni o‘z ichiga oladi.

Marketingni boshqarishning samarali usullarini ishlab chiqish har qanday korxona muvaffaqiyati uchun juda muhimdir va bu ayniqsa yuqori raqobatbardosh ip va to‘qimachilik sanoatida ahamiyatlidir. Bozor tadqiqoti, raqamli marketing, sanoat tadbirlarida qatnashish, kuchli brend identifikatorini yaratish, maxsus mahsulotlarni ishlab chiqish va tahlillardan foydalanish kabi usullarni amalga oshirish orqali “Daka-Tex” MCHJ XK raqobatchilardan ajratib turadigan ustunlikka ega bo‘lishi, maqsadli auditoriyasini kengaytirishi, ular bilan mustahkam aloqa qilishi va buning natijasida savdoning o‘sishi va daromadlarni oshirishga erishishi mumkin.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Ш.Мусаева, Д.Усмонова</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Совершенствование управления маркетингом в деятельности ООО «Дака-текс»</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В данной статье рассматривается значение принципов маркетинга в современной теории управления, раскрывается содержание аналитической функции, определяются основные направления и показатели маркетингового анализа, разрабатываются пути совершенствования маркетингового анализа на производственных предприятиях.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> предприятие, конкуренция, система управления, товары, спрос, предложение, продажи, эффективность.</p> | <p style="text-align: center;"><b>Sh.Musaeva, D.Usmonova</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Improvement of marketing management in the activities of Daka-teks LLC.</b></p> <p><b>Abstract:</b> This article discusses the importance of marketing principles in modern management theory, reveals the content of the analytical function, determines the main directions and indicators of marketing analysis, develops ways to improve marketing analysis at manufacturing enterprises.</p> <p><b>Keywords:</b> enterprise, competition, management system, goods, demand, supply, sales, efficiency.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Музаффар Шокиржонович Ахмедов** – НамМТИ, Менежмент кафедраси таянч докторанти

## ГЛОБАЛЛАШУВ ШАРОИТИДА БОШҚАРУВНИНГ МОТИВАЦИОН НАЗАРИЯЛАРИНИНГ ПЕРСОНАЛ БИЛАН ИШЛАШДАГИ АҲАМИЯТИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> мақолада бошқарувнинг мотивацион назарияларининг тавсифи ва ҳозирги кунда корхоналарда уларни қўллашнинг ўзига хос жиҳатлари тадқиқ этилган. Персонал мотивациясини ташкил этиш бўйича тавсиялар берилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> персонал, эҳтиёж, мотивация, мотивацион назария, эҳтиёжлар пирамидаси, ERG назарияси, мотивацион омиллар, гигиеник омиллар.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Кириш.** Ҳозирги глобаллашув шароитида корхоналарни юқори иқтисодий ўсишини таъминлаш учун персоналга бўлган эътиборни тизимли равишда яхшилаб бориш талаб этилади. Корхоналарда персонални бошқариш фаолиятида мотивация тизимини такомиллаштиришга қаратилган изланишлар жаҳон миқёсида доимий олиб борилмоқда. Хусусан республикамызда ҳам кейинги пайтларда персонал мотивациясига катта аҳамият берилмоқда. Ҳозирги кескин рақобат шароитида персоналдан самарали фойдаланиш учун айнан мотивация омилларини такомиллаштириш талаб этилади. Бунинг учун эса мотивациянинг мазмунли назарияларига ҳам ўрни келганда эътибор қаратиш лозим бўлади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 — 2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясида “Жаҳон миқёсидаги мураккаб жараёнларни ва мамлакатимиз босиб ўтган тараққиёт натижаларини чуқур таҳлил қилган ҳолда кейинги йилларда «Инсон қадри учун» тамойили асосида халқимизнинг фаровонлигини янада ошириш мақсадида: ... инсон қадрини юксалтириш ва эркин фуқаролик жамиятини янада ривожлантириш орқали халқпарвар давлат барпо этиш ..”<sup>1</sup> билан боғлиқ энг устувор бўлган вазифалар белгилаб берилди. Мазкур халқчил бўлган вазифаларни ижросини юқори даражада таъминлаш, корхоналарда персонални бошқаришнинг мотивацион жиҳатларини такомиллаштириш бўйича илмий ва амалий таклиф ва тавсияларни ишлаб чиқишни талаб этади. Бунда бошқарувнинг мазмунли назариялари ўрни бекиёсдир. Шунинг учун ҳам бошқарувнинг мазмунли назарияларини таҳлилий кўриб чиқиб, уларни ҳозирда корхоналарда қўллаш имкониятларини янада такомиллаштириш долзарб ҳисобланади.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Бошқарувнинг мазмунли мотивацион назарияларини А.Маслоу, К.Алдерфер, Ф.Герсберг, Д.Макклеланд каби олимлар таъсис этган. Бошқарувнинг мазмунли назариялари таҳлили, уларни корхоналарда қўллаш йўл-йўриқларини Ю.Г.Одегов, Г.Г.Руденко, Кибанов А.Я., Воденко К.В., В.И.Герчиков, Ю.Г.Одегова, М.В. Полевой, Веснин В.Р., Генкин Б.М., Дятлов В.А., Егоршин А.П. О.Акимова, В.Грибов, В.Гришина, В.Крисанов, каби бир қатор МДХ давлатлари олимларининг илмий ишларида ҳам кўриб чиқилган. Мамлакатимиз олимларидан Қ.Абдурахмонов, Ш.Холмўминов, А.Хайитов, М.М.Азларова, А.Акбаров, Г.Абдурахмонова, Н.Алимовалар ўз илмий ишларида тадқиқотлар олиб борганлар. Бироқ ҳозирги кунда корхоналарда мазмунли мотивацион назарияларни қўллаш тизими тўлиқ очиб берилмаган. Шу жиҳатдан мақола долзарб ҳисобланади.

**Тадқиқот методологияси.** Ушбу мақолада мотивацион назарияларнинг мазмуни, ўзига хос хусусиятлари, афзалликлари ва камчиликлари ва ҳозирги кунда замонавий корхоналарда қўллаш йўл-йўриқлари каби масалаларни тадқиқ қилишда тарихийлик, миқдор ва сифат, мантикий, тизимли таҳлил усуллари қўлланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Мотивация муаммолари дастлаб персонални бошқариш назарияларининг учта гуруҳига кирган: классик назариялар, инсоний муносабатлар назариялари ва инсон ресурслари назариялари<sup>2</sup>.

Биз эса тадқиқот доирасида ушбу назарияларни ўзида мужассам қилган мазмунли назарияларга эътибор қаратамиз.

XX асрнинг 30-йилларидан кейин персонал мотивациясининг мазмунли тушунчалари пайдо бўла бошлаганди. Бу назария асосида персонални ҳаракатга келтирадиган эҳтиёжни аниқлашга ва шу асосида персоналга таъсир қилишга уринилган.

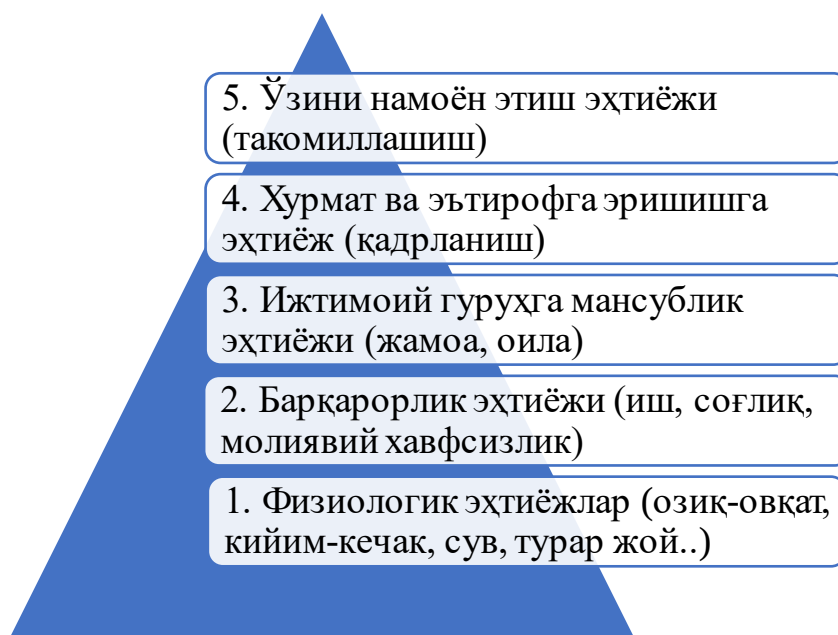
Энг кенг тарқалган назариялардан бири Абрахам Маслоуга тегишли ҳисобланиб, унга кўра персоналнинг мотивлари ўз эҳтиёжларидан келиб чиқиши ва персонал беш даражадаги эҳтиёжларга эга эканлиги таъкидланган<sup>3</sup>. Бу назария бўйича барча эҳтиёжлар қатъий иерархик тузилма шаклида тартибга солинган<sup>4</sup> (1-расм).

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022-2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60-сонли фармони. <https://lex.uz/docs/58410633>

<sup>2</sup> Кибанов А.Я., Баткаева И.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Учебник. Москва Инфра-М 2010. – с.7

<sup>3</sup> [Maslow, 1943] A theory of human motivation. Psychological Review, 50 (1943), p. 370-396

<sup>4</sup> Маслоу А. Самоактуализация. // Психология личности: тексты. - М.: изд-во Московского университета, 1982. - С. 108-117.



**1-расм. А.Маслоу эҳтиёж даражалари пирамидаси<sup>1</sup>**

Д.Гринберг ва Р.Бароннинг фикрича А.Маслоу назарияси ишни бажаришда эҳтиёжларни қондиришнинг бир неча самарали усуллари тақдим этади.<sup>2</sup> Яъни персоналга мавжуд эҳтиёжларига асосан мотивациялаш тизимини. Бир эҳтиёж таъминлангач, персонал эҳтиёж даражаси ўсиб боради. А.Маслоу назарияси кўп танқидларга учраган. Лекин бу назария корхона персоналини бошқаришда мотивацион тизимни ишлаб чиқишда бошланғич нукта бўлиб ҳисобланади. А.Маслоу эҳтиёжлар назариясининг асосий камчилиги шундаки, бир поғона юқори эҳтиёжга ўтишда ундан аввалги ҳар бир поғона эҳтиёжларнинг қондирилганлик даражасини ўлчашнинг ҳеч қандай усули кўзда тутилмаган. Шу билан бирга бу назарияда инсондаги индивидуал фарқлар тўлиқ инобатга олинмаган. Хусусан корхоналардаги ҳамма персонал ҳам поғоналарни айнан шундай босиб ўтмайди.

А.Маслоудан сўнг персонални мавжуд эҳтиёжларига асосланиб мотивациялаш юзасидан Клейтон Альдерфер ўзининг ERG<sup>3</sup> (exists/relatedness/growth) назариясини тақлиф этган. (1-жадвал).

1961 йилдан 1978 йилгача олим ва унинг ҳамкасблари турли эмпирик тадқиқотлардан сўнг ERG назариясини яратдилар. Бу назария А.Маслоу назариясига мутаносиб келади. Фикримизча бу назарияда ҳам мотивацион омиллар тўлиқ қамраб олинмаган, яъни Альдерфернинг фикрича барча эҳтиёжлар шу уч қисм асосида шаклланади ва шунга мувофиқ мотивацион ҳолатни ташкил қилиш керак.

**1-жадвал**

**К.Альдерфернинг ERG назарияси<sup>4</sup>**

| Устун эҳтиёж даражаси | Даражада юзага келадиган эҳтиёжлар                                        | Қандай мотивация қилиш керак                                                                   |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Мавжудлилик           | озик-овқат, кийим, сув, тоза ҳаво, уйку, қулай меҳнат шароити ва бошқалар | пул, меҳнат шароитлари, иш жойидаги қулайлик, пенсия тизими, суғурта тизими, тиббий ёрдам.     |
| Алоқа                 | ижтимоий мулоқотга киришиш, ўз ютуқларини бошқалар томонидан тан          | меҳнатни ташкил этишнинг гуруҳ шакллари, хизматни жамоатчилик томонидан эътироф этишнинг турли |

<sup>1</sup> Мелникова М.Н. Мотивационный менеджмент. Учебное пособие. Хабаровск, 2013.425с

<sup>2</sup> Гринберг Д., Бэйрон Д. Организационное поведение: от теории к практике. - М.: Вершина, 2004 с.

<sup>3</sup> Волгина О.И. Мотивация труда персонала финансово-кредитных организаций... - С. 18; Гринберг Д., Бэйрон Р. Указ. соч. - С. 299-300; Уткин Э.А., Бутова Т.В. Указ, соч. - С. 22-23

<sup>4</sup> <https://www.hr-director.ru/article/67732-teoriya-motivatsii-erg-alderfera-20-m7#rab2>

|      |                                                                            |                                                                                                                                                   |
|------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | олиш, жамоанинг муқим аъзоси бўлиш ва бошқалар                             | шакллари: унвонлар ва мукофотлар.                                                                                                                 |
| Ўсиш | шахсий ўсиш, ўзини-ўзи такомиллаштириш, ўз-ўзини англаш истаги ва бошқалар | ижодий иш, топшириқларни бажариш воситалари ва усуларини танлашда кенг эркинлик, унинг ҳаракатларини матбуотда ёритиш, оммавий нутқларда эслатиш. |

1959 йилда Ф.Герцберг ва унинг ҳамкасблари ўзига хос мотивация моделини яратди. Ф.Герцберг бир қатор мутахассислар гуруҳи билан Лак-бўёқ фирмасида ходимларни ишдан қониқиши ва қачон қониқмаслиги юзасидан сўровнома ўтказдилар. Ўтказилган тадқиқотлар илмий асослангач Ф.Герцберг персонал фаолиятига таъсир қилувчи омилларни “Гигиеник омиллар” ва “Мотивация омилларига” ажратди<sup>1</sup> (2-жадвал).

2-жадвал

**“Гигиеник омиллар” ва “мотивация омиллари” гуруҳлари<sup>2</sup>**

| Гигиеник омиллар                                                              | Мотиватор омиллар                            |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Корхона сиёсати                                                               | Муваффақият                                  |
| Иш шароитлари                                                                 | Хизмат поғонасидаги қўтарилиш                |
| Иш ҳақи                                                                       | Иш натижаларини тан олиш                     |
| Бошлиқлар, ҳамкасблар ва қўли остидаги ходимлар билан шахслараро муносабатлар | Юқори даражадаги масъулият                   |
| Ишни бевосита назорат қилиш устидан назорат                                   | Ижодий соҳа ва иш соҳасида ўсиш имкониятлари |

Ф.Герцбергнинг фикрича персоналда гигиеник омилларни етишмаслиги унга ишдан қониқмасликни беради. Бироқ, персонални тўлиқ ҳажмда ишга жалб қилиш учун гигиеник омилларни ўзи етарли эмас. Шунинг учун гигиеник ва мотивацион омиллар биргаликда мавжуд бўлиши лозим. Герцбергнинг икки факторли назариясида мотиваторлар ва гигиена омиллари корхонада турли ҳолатларда бўлиши мумкин (3-жадвал).

3-жадвал

**Герцбергнинг икки факторли назарияси бўйича комбинация<sup>3</sup>**

| Омиллар                          | Кутиладиган ҳолатлар                                                                                                                                     |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Юқори гигиена ва юқори мотивация | Персонални юқори мотивацияда ва юқори даражада ишлаши кузатилади                                                                                         |
| Юқори гигиена ва паст мотивация  | Персонал компанияда ўз ишини сақлаб қолиш нуқтаи назаридан ишлайди. Лекин кутилганидан юқори мақсадларга эришишга интилиш бўлмайди                       |
| Паст гигиена ва юқори мотивация  | Персоналга ички томондан етарлича мотивация берилган бўлса ҳам, меҳнат шароитлари бажарилмагани учун персонал бошқа корхонага ўтиш эҳтимоли юқори бўлади |
| Паст гигиена ва паст мотивация   | Иш жойида доимий қўнимсизлик ва норозиликка олиб келади.                                                                                                 |

Фикримизча келтирилган гигиеник омиллар ҳам бевосита мотиватор сифатида қўрилиши мумкин, яъни бир персоналга туртки бўлган омил бошқасига туртки бўлмаслиги мумкин. Масалан, кимдир меҳнат шароити аъло даражада эканлигидан мотивация олса, бошқаси хизмат поғонасида ўсишдан мотивация олади. Шунинг учун бу назарияни барча персонал учун умумийлаштириб бўлмайди.

Персонал фаолиятини мотивациялашни эҳтиёжлар асосида қўрган яна бир олим Девид Макклеланд бўлиб у ҳам 1961 йилда персонал эҳтиёжларига асосланиб мотивация қилиш бўйича назария ишлаб чиқди. Унинг илмий фикрларига кўра корхона персоналида 3 турдаги эҳтиёжлар кузатилади (2-расм).

<sup>1</sup> [Herzberg et al., 1959] The motivation to work. Wiley, (1959)

<sup>2</sup> Травин В.В. Менеджмент персонала предприятия: Учеб. - практ. пособие.- М.: Дело, 2003.с 135

<sup>3</sup> Муаллиф ишланмаси



2-расм. Макклеланд назарияси

Олим персоналда бошқаларга таъсир этишга, ўз сўзига эга бўлишга, ўзига бошқаларни диққатини қаратишга ва нотикликка интилиш мавжудлиги айнан унда ҳокимиятга бўлган эҳтиёждан келиб чиқишини таъкидлайди.

Муваффақиятга эҳтиёж – бу ўз ишини севиш ва унга қизиқиш билан эътибор бериб ишни бажариш асосида ғалабага эришишга интилиш юзасидан завқланишга эҳтиёж сезишдир. Корхонада мавжуд персонал таркибидан муваффақиятга эҳтиёж сезадиганлари масъулиятни ўз зиммасига олишга, ишда илмга асосланиб таваккал қилишга, муаммони самарали ҳал қилишга мойил бўладилар.

Тегишлиликка эҳтиёж сезадиган персонал жамоасига ғамхўр, ёрдамга ошиқадиган, дўстликни афзал кўрадиган ва бошқа ижтимоий хислатларга эга бўлади. Албатта жамоа яхши шаклланган бўлса, персоналнинг аксарият қисми шу жамоанинг ажралмас қисми бўлишга эҳтиёж сезади. Шу эҳтиёжга асосланиб унга мотивация бериш самарали ҳисобланади. Д.Макклеланд асосан Маслоу пирамидасидаги юқори поғонада турадиган эҳтиёжларга асосланиб мотивация тизимини жорий этишни кўриб чиққан. Унинг фикрича барча ишчилар шу учта эҳтиёж йўналиши атрофида бўлади.



3-расм. "ATLANT TOWELS" МЧЖда персонал мотивациясига таъсир қилувчи омиллар таҳлили

Назарияларнинг атрофлича назарий таҳлилидан сўнг Наманган вилояти, Уйчи туманидаги "ATLANT TOWELS" МЧЖда персонал мотивациясига таъсир қилувчи омиллар таҳлили сўровнома асосида олиб борилди. Корхонада мавжуд ишчилар атрофлича

кузатилгандан сўнг уларнинг иштиёқига таъсир қилувчи самарали мотивацион омиллар юзасидан натижа олинди (3-расм).

Таҳлилдан мавжуд корхонада персоналнинг физиологик ва ижтимоий эҳтиёжлари асосий таъсир омиллари эканлигини қўришимиз мумкин.

**Хулоса ва таклифлар.** Республикамизда енгил саноат корхоналари фаолиятини янада ривожантиришда энг асосий омил бўлган персоналга эътиборни янада ошириш лозим. Бунинг учун бевосита персонал иштиёқини оширадиган мотивацион назариялардан ўринли фойдаланиш талаб этилади. Юқоридаги назарий ва сўров таҳлилларидан келиб чиқиб қуйидаги таклифларни бериш мумкин:

- Ҳар бир корхона раҳбарлари мотивацион назарияларни менталитетни ҳисобга олган ҳолда самарали қўллаш тизимини жорий этиш;

- Корхонада персонал мотивацияси бўйича кунлик мониторинг ташкил этиш;

- Бошқарув усуллари мотивация омили сифатида билиб, доимий ва ўринли қўллаб бориш;

- А.Маслоу эҳтиёжлар пирамидаси бўйича ишчиларни рақамли технология асосида турларга ажратиш тегишли база яратиш ва шунга мувофиқ таъсир чораларини қўриш;

- Персоналнинг иш ва оила мувозанатига бўлган эҳтиёжга эътиборни ошириш;

- Персоналнинг кунлик иш вақтидаги овқатланиш рационига табиий энергиясини оширадиган маҳсулотларни киритиш ва корхонада фитобарларни ташкил этиш.

Хулоса қилиб айтганда, юқоридаги таклифларни амалга оширилиши, корхонанинг персонал билан муносабатининг кескин яхшиланишига, уларнинг иштиёқини сезиларли равишда ошишига олиб келади. Натижада корхонанинг иқтисодий ва бошқарув самарадорлигини доимий ўсиб боришини таъминланади.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60-сонли Фармони. <https://lex.uz/docs/58410633>
2. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г. Мотивация персонала. – Учебное пособие. – Москва. Алфа-Пресс 2010.с 338.
3. Кибанов А.Я., Баткаева И.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Учебник. Москва Инфра-М 2010. – с.7
4. [Maslow, 1943] A theory of human motivation. Psychological Review, 50 (1943), p. 370-396
5. Травин В.В. Менеджмент персонала предприятия: Учеб. - практ. пособие.- М.: Дело, 2003.с 135
6. <https://www.hr-director.ru/article/67732-teoriya-motivatsii-erg-alderfera-20-m7#rab2>

| М.Ахмедов                                                                                                                                                                                            | M.Axmedov                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Важность мотивационных теорий менеджмента в работе с персоналом в условиях глобализации</b></p>                                                                                                | <p><b>Importance of motivational theories of management in work with personnel in the context of globalization</b></p>                                                                                                             |
| <p><b>Аннотация:</b> В статье описаны мотивационные теории управления и рассмотрены особенности их применения на современных предприятиях. Даны рекомендации по организации мотивации персонала.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article describes motivational theories of management and examines specific aspects of their application in modern enterprises. Recommendations on the organization of personnel motivation are given.</p> |
| <p><b>Ключевые слова:</b> личность, потребность, мотивация, содержательно-мотивационная теория, пирамида потребностей, ЭРГ-теория, мотивационные факторы, гигиенические факторы.</p>                 | <p><b>Keywords:</b> personality, need, motivation, content-motivational theory, pyramid of needs, ERG-theory, motivational factors, hygienic factors.</p>                                                                          |

# МОЛИЯ, ПУЛ МУОМАЛАСИ ВА КРЕДИТ

Нуриддин Эламонович Эрназаров – СамИСИ, “Молия” кафедраси PhD., доцент в.б.

## АКЦИЗ СОЛИҒИНИ ҲИСОБЛАШ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

**Аннотация:** Ушбу мақолада давлат бюджети даромадларини таъминлашда акциз солиғини ҳисоблаш механизмини такомиллаштириш йўналишлари тадқиқ этилган ҳамда давлат бюджетининг молиявий барқарорлигини акциз солиқлари орқали мустаҳкамлаш бўйича илмий таклиф ва амалий тавсиялар шакллантирилган.

**Калит сўзлар:** давлат бюджети, бюджет даромадлари, солиқ механизми, бюджет барқарорлиги, солиқ тушумлари, акцизоти товарлар, солиқ амалиёти.

**Кириш.** Замонавий ривожланиш шароитида акцизлар мамлакат бюджет тизимининг даромад қисмини шакллантиришнинг энг муҳим манбаларидан бири ҳисобланади. Бундан ташқари, мамлакатда ижтимоий-иқтисодий жараёнларни давлат томонидан молиявий қўллаб-қувватлаш имконини беради. Бугунги кунда акциз солиғини солиқ солиш механизмини такомиллаштириш жараёнлари билан боғлиқ муаммо жуда долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Йиллар давомида акциз солиғи тизимини амал қилиш механизми доимий равишда ўзгариб бормоқда. Айтиш жоизки, бугунги кунда давлат бюджети даромадларини таъминлашда акцизоти товарлардан солиқ тушумлар амалиёти ҳали ҳам мукамал эмас. Шу билан бирга, бюджет даромадларини таъминлашда акцизоти товарларни солиққа тортишдан тушадиган тушумлар мисолида кўриб чиқишда уларнинг молиявий йўналишини ҳисобга олиш керак, чунки акциз солиғи акциз тўланадиган товарлар истеъмолини чеклаш сифатида ҳам ҳаракат қилиши мумкин.

Давлат бюджети даромадлари аҳоли фаровонлигини таъминлаш, аҳоли турмуш даражасини яхшилаш, бюджет даромадларини мунтазам ошириб бориш масаласи ислохотларнинг асосий йўналишларидан бири бўлиб, бугунги кунда долзарблик касб этади. Ушбу муҳим вазифа мамлакатимизда тадбиркорликни ривожланиши ҳамда мамлакатда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар ташқи бозорда ўз ўрнини топишга хизмат қилмоқда. Зеро, иқтисодий ислохотлар солиқлар, шу жумладан, давлат бюджети даромадлари барқарорлигини таъминлашда акциз солиғи таъсирчанлигини оширишга ижобий аҳамият касб этади.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Бугунги кунда давлат бюджети даромадлари барқарорлигини таъминлашда солиқларнинг таъсирчанлигини ошириш борасида кўплаб илмий тадқиқотлар олиб борилган бўлса-да, давлат бюджети даромадлари барқарорлигини оширишда акциз солиғи таъсирчанлигини оширишга қаратилган илмий тадқиқотлар кам ўрганилган масалалардан иборат. Шу боисдан ҳам бюджет даромадларини мустаҳкамлаш борасида акциз солиғининг бюджет даромадларини таркибида ортиб бориши ёки пасайиб боришининг ижобий ва салбий жиҳатларини ўрганиш муҳимдир.

Хусусан маҳаллий иқтисодчи олим А.С.Жўраев тадқиқотлари мамлакатимизда илк бор давлат бюджети солиқли даромадлари ижросида тўлов интизоми, солиқларни ундиришда бюджетга боқиманда қарздорлик масалалари тадқиқ этилган[4]. проф. Ж.Р.Зайналов фикрича “солиқ назариясидан маълумки, билвосита солиқлар маҳсулот баҳосига ёки хизмат таърифига устама шаклида қўйилиб, олинадиган солиқлардир. Бундай тартиб солиқ тўловчининг даромадига ёки унинг мол-мулкига тўғридан-тўғри таъсир этмайди[5].

И.А. Майбуrow қуйидаги таърифни беради: “Солиқ механизми - бу солиқ муносабатларини ташкил этишнинг турли жиҳатларини тартибга солишнинг шакллари ва усуллари мажмуи бўлиб, уларнинг ҳаракати ва тузилиши давлатнинг молия соҳасидаги бошқарув фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари билан белгиланади”[6]. Англия иқтисодчиси, файласуф ва жамоат арбоби Жон Стюарт Милл (1806-1873) “бевосита солиқлар солиқ тўловчининг ўзидан ундирилса, билвосита солиқлар бўйича солиқ юки

солиқ тўловчига бошқа шахслар томонидан ўтказилади” деб таърифланган[7]. Бугунги кунда мамлакатимизда олиб борилаётган ижтимоий-иқтисодий ислохотлар, мамлакатимизда бюджет даромадларини мустаҳкамлаш макроиқтисодий барқарорликни таъминлашни долзарб вазифалардан бири сифатида белгилаб беради. Бу эса келажакда самарали ишлаши лозим бўлган акциз солиғини иқтисодий категория сифатида тўрта катта стратегик аҳамиятга эга бўлган муносабатларни ривожлантиришда имконият яратиб бериши лозим. Фикримизча, акциз солиғи механизми бу - солиқ тизимида акцизости товарларни ҳар бир товар позицияси бўйича солиқни ҳисоблаш амалиётини ташкил этишдаги молиявий муносабатлардир. Шу боис, акциз солиғини ҳисоблаш механизмни такомиллаштириш мақсадида акцизости товарлар позицияларини солиққа тортиш амалиётида солиқни ҳисобланиш амалиётини ўрганиш муҳим ҳисобланади.

**Тадқиқот методологияси.** Мақолани тайёрлашда адабиётларни тизимли таҳлили асосида давлат бюджети даромадларини шакллантиришда акциз солиғининг алоҳида аҳамиятга эга эканлигини ўзида ифода этади.

**Таҳлил ва натижалар.** Давлат бюджети даромадларини таъминлашда акциз солиғи механизмни такомиллаштиришда бюджетнинг солиқли тушумларида акцизости товарлардан тушумларнинг миқдорида бевосита боғлиқдир. Ушбу солиқли даромадларнинг амалдаги миқдорини таҳлил этиш орқали тушумларнинг миқдорини пасайиши ёки кўпайишига таъсир этувчи омилларнинг таъсирчанлиги маълум даражада давлат бюджетининг даромадлар кўрсаткичига боғлиқдир. 2021-2023 йилларда акциз солиғи тушумларининг акцизости товарлар кесимидаги ҳолати 1-жадвал маълумотларидан кўриш мумкинки, таҳлил этилаётган амалдаги ҳолатда бюджет даромадларига акциз солиғидан тушум 2021 йилда нисбатан 13,087,0 млрд.сўмни 2022 йилда эса 13,455,0 млрд.сўмни ташкил этган. 2023 йилда 17 884.0 млрд.сўмлик солиқ тушуми тушиши прогност қилинган. Моҳиятига кўра акциз солиғини кўп ҳолатларда инсон организмга салбий таъсир этувчи маҳсулотлар тамаки ва алкоголь маҳсулотларига қўйилиши эътироф этилган бўлса-да, акцизости товарлар таркибида 2021-2023 йилларда табиий газни реализация қилишдан тушган солиқ тушуми 2021 йил 33 фоиз, 2022 йил 31,3 фоиз ва 2023 йил прогнози бўйича 39.8 фоизни ташкил этиб энг юқори кўрсаткични ташкил этган.

1-жадвал

**Акцизости товарлар реализациясидан давлат бюджетига тушумлар таҳлили[1,2,3]**

| Т/р | Акциз солиғидан тушум<br>жами                                                 | 2021 й               | 2022 й               | 2023 й<br>прог.      | 2021 йилга<br>нисбатан 2023<br>йилдаги фарқи<br>% да |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------------------------------------|
|     |                                                                               | 13 087,0<br>млрд.сўм | 13 455,0<br>млрд.сўм | 17 884,0<br>млрд.сўм |                                                      |
|     | <b>Жами</b>                                                                   | <b>100</b>           | <b>100</b>           | <b>100</b>           |                                                      |
| 1   | Тамаки маҳсулотларидан                                                        | 14,7                 | 14,8                 | 14,8                 | +0,1                                                 |
| 2   | Алкоголь маҳсулотларидан                                                      | 12,9                 | 13,3                 | 11,2                 | -1,7                                                 |
| 3   | Нефть маҳсулотлари ва бошқа<br>акциз тўланадиган товарлар ва<br>хизматларидан | 3,9                  | 4,3                  | 3,0                  | - 0,9                                                |
| 4   | Табиий газдан                                                                 | 33,0                 | 31,3                 | 39,8                 | + 6,8                                                |
| 5   | Мобил алоқа хизматидан                                                        | 8,3                  | 6,4                  | 5,7                  | - 2,6                                                |
| 6   | Якуний истеъмолчиларга<br>бензин, дизел ёқилғиси ва газ<br>реализациясидан    | 22,0                 | 25,1                 | 22,3                 | + 0,3                                                |
| 7   | Импорт товарларидан                                                           | 2,4                  | 2,8                  | 2,2                  | - 0,2                                                |
| 8   | Полиэтилен гранулалардан                                                      | 2,8                  | 2,0                  | 1,9                  | + 0,1                                                |

2021 йилда тамаки маҳсулотларидан 14,7 фоиз, 2022 йилда 14,8 фоиз ва 2023 йил прогнозига кўра ҳам 14,8 фоизни ташкил этган бўлса, алкоголь маҳсулотларидан мос равишда 12,9 фоиз, 13,3 фоиз ва 11,2 фоизни ташкил этган. Якуний истеъмолчиларга бензин, дизел ёқилғиси ва газ реализациясидан 2021 йилда 22 фоиз, 2022 йилда 25.1 фоизни ва 2023 йил прогнози бўйича 22,3 фоизни ташкил этган. Таҳлил натижаларига кўра кейинги

уч йилда табиий газ реализациясидан тушум +6.8 фоизга, Якуний истеъмолчиларга бензин, дизел ёқилғиси ва газ реализациясидан +0.3 фоизга ўсганлигини кўриш мумкин, бироқ лекин тамаки маҳсулотларидан +0,1 фоиз ошган бўлса, алкоголь маҳсулотларидан -1,7 фоизга камайган. Мобил алоқа хизматидан тушум эса -2,6 фоизга пасайган. Мобиль алоқа хизматини кўрсатганлик учун акциз солиғи ставкаси 15 фоиздан 10 фоизгача камайтирилган. Мамлакатимизнинг солиқ тушумлари таркибида эгри солиқлар шу жумладан акциз солиғи юқори салмоққа эга. Ушбу солиқ суммасининг ўзгаришига бир нечта омиллар таъсир кўрсатади.

Солиқ суммасининг ошишига таъсир қилувчи омилларни таҳлил этиш билан бирга акциз солиқ суммасининг бюджет даромадлари ҳолатига таъсир қилишини кўриб чиқиш лозим. Бюджет даромадларида акциз солиғининг улуши қанча кўп бўлса, бюджет боқимондаларидаги улуши ҳам шунчалик кўпни ташкил этади.

**Хулоса ва таклифлар.** Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, давлат бюджети даромадларини таъминлашда акцизоти товарлардан солиқ тушумларни ошириш мақсадида қуйидагиларни амалга ошириш лозим:

Акцизоти товарларнинг ижтимоийлик моҳиятига эътибор қаратиш лозим, яъни аҳоли қатламининг барчаси фойдаланадиган товарлардан солиқ тушуми ортиб бормоқда. Аҳолининг кам сонли қатлами истеъмол қиладиган товарлар тамаки маҳсулотлари, алкоголь маҳсулотларига солиқ ставкасини ошириш зарур.

Импорт қилинадиган ва ишлаб чиқариладиган акцизоти товарлардан солиқ тушумларни доимий инвентаризация қилиш билан истеъмол қилинадиган акцизоти товарлар балансини аниқлаш.

Акциз солиғи бўйича солиқ имтиёзларини мазмун тўғрисида тадбиркорларда амалий кўникмаларни шакллантириш бўйича тарғибот ишларини амалга ошириш лозим.

Давлат бюджети даромадларини ошириш мақсадида бугунги кунда истеъмолда бўлган аҳоли соломатлиги учун зарарли бўлган (энергетик ичимликлар, картошка чипслари) маҳсулотларга акциз солиғини жорий қилиш.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг 2022 йил 30 декабрдаги ЎРҚ-812-сонли “2023 йил учун Ўзбекистон Республикасининг Давлат бюджети тўғрисида”ги Қонуни.
2. Ўзбекистон Республикасининг 2021 йил 30 декабрдаги ЎРҚ-742-сонли “2022 йил учун Ўзбекистон Республикасининг Давлат бюджети тўғрисида”ги Қонуни.
3. Ўзбекистон Республикасининг 2020 йил 30 декабрдаги ЎРҚ-657-сонли “2021 йил учун Ўзбекистон Республикасининг Давлат бюджети тўғрисида”ги Қонуни.
4. Жўраев А. Солиқлар ва солиққа тортиш. – Т.: Шарқ, 2009. – 448 б.
5. Ж.Р.Зайналов ва бошқ. Солиқлар ва солиққа тортиш. Дарслик – Т.: “Иқтисод-Молия ” 2021. -264 б.
6. Теория и история налогообложения: учебное пособие / И. А. Майбуrow, Н. В. Ушак, М. Е. Косов. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – С.211.
7. Черника. А.Г. Налоги.-М.: Финансы и статистика, 1996.-17 -18 – с.

| <p style="text-align: center;"><b>Н.Эрназаров</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Совершенствование механизма исчисления акцизного налога</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p style="text-align: center;"><b>N.Ernazarov</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Improvement of the excise tax calculation mechanism</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье исследуются направления совершенствования механизма исчисления акцизного налога для обеспечения доходов государственного бюджета, а также формулируются научные предложения и практические рекомендации по укреплению финансовой устойчивости государственного бюджета за счет акцизных сборов.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> государственный бюджет, доходы бюджета, налоговый механизм, устойчивость бюджета, налоговые поступления, подакцизные товары, налоговая практика.</p> | <p><b>Abstract:</b> In this article, directions for improving the excise tax calculation mechanism for ensuring state budget revenues are researched, and scientific proposals and practical recommendations are formulated to strengthen the financial stability of the state budget through excise taxes.</p> <p><b>Keywords:</b> state budget, budget revenues, tax mechanism, budget stability, tax revenues, excise goods, tax practice.</p> |

# БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ

**Мажит Жанызақович Бауетдинов** – PhD, Қорақалпоқ давлат университети мустақил изланувчиси, Тошкент давлат иқтисодиёт университети ҳузуридаги Педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тармоқ маркази бўлим бошлиғи

## ДЕБИТОР ҚАРЗДОРЛИКНИ КАМАЙТИРИШ ҚОРХОНАЛАРНИНГ ЛИКВИДЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ЗАРУРИЙ ШАРТИ СИФАТИДА

**Аннотация.** Мақолада қорхоналар дебитор қарздорликларини бошқариш бўйича иқтисодчи олимларнинг назарий қарашлари тадқиқ қилинган ва муаллиф томонидан амалий тадқиқотлар ва таҳлиллар натижасида фикрлар берилган. Шу билан бирга Ўзбекистон Республикасида фаолият юритаётган қорхоналар ўртасидаги дебитор қарздорликни камайтириш билан боғлиқ бўлган долзарб муаммолар аниқланган ва уларни ҳал қилишга қаратилган илмий таклифлар ишлаб чиқилган.

**Калит сўзлар:** қорхона, дебитор қарздорлик, пул маблағлари, барқарорлик, инвестиция, фоиз ставкаси, вексел, аванс тўловлари, давлат бюджети, факторинг, жорий актив, инновацион маҳсулот.

**Кириш.** Янги Ўзбекистоннинг 2022-2026 йилларга мўлжалланган тараққиёт стратегиясида миллий иқтисодиёт барқарорлигини таъминлаш ва ялпи ички маҳсулотда саноат улушини оширишга қаратилган саноат сиёсатини давом эттириб, саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмини 1,4 бараварга ошириш, саноат тармоқларида йўқотишларни камайтириш ва ресурсларни ишлатиш самарадорлигини ошириш, иқтисодиётда молиявий ресурсларни кўпайтириш мақсадида, келгуси 5 йилда фонд бозори айланмасини 200 миллион АҚШ долларидан 7 миллиард АҚШ долларига етказиш, мамлакатда инвестиция муҳитини янада яхшилаш ва унинг жозибadorлигини ошириш, келгуси беш йилда 120 миллиард АҚШ доллари, жумладан 70 миллиард доллар хорижий инвестицияларни жалб этиш чораларини кўриш, тадбиркорлик фаолиятини ташкил қилиш ва доимий даромад манбаларини шакллантириш учун шароитлар яратиш, хусусий секторнинг Ялпи ички маҳсулотдаги улушини 80 фоизга ва экспортдаги улушини 60 фоизга етказиш миллий иқтисодиётни жадал ривожлантириш ва юқори ўсиш суръатларини таъминлашнинг устувор йўналишлари сифатида эътироф этилган [1]. Бу эса, қорхоналарнинг ликвидлигини таъминлаш заруриятини юзага келтиради. Ўз навбатида, қорхоналарнинг ликвидлигини таъминлаш бу борадаги долзарб масалалардан бири бўлган дебитор қарздорликни камайтириш масаласини илмий асосда тадқиқ қилиш заруриятини юзага келтиради.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** А.Косой қорхоналар ўртасидаги дебитор қарздорликни бошқаришнинг қуйидаги принципларини таклиф этади:

- тўловчиларнинг мажбуриятлари бўйича тўловлар принципи;
- нақд пулсиз ҳисоб-китобларнинг оқилона тезлиги принципи;
- тўловларнинг даврий кетма-кетлиги принципи;
- харажатларнинг самарадорлиги принципи [2].

Фикримизча, А.Косойнинг тўловларнинг даврий кетма-кетлиги принципи республикамиз амалиёти учун амалий аҳамиятга молик. Бунинг сабаби шундаки, мамлакатимизнинг хўжалик амалиётида тўловларнинг мақсадли кетма-кетлиги қўлланилмоқда ва бунда давлат бюджетига тўловлар устувор аҳамиятга эга, деб ҳисобланади.

А.Тихоновнинг хулосасига кўра, монетизация даражаси М4 пул агрегати бўйича 50 фоиздан юқори бўлган мамлакатларда инфляция даражаси, одатда, 10 фоиздан ошмайди, реал фоиз ставкаси эса, 1,5-5,0% даражасида бўлади. Монетизация даражаси паст бўлган,

яъни 20 фоизгача бўлган мамлакатларда инфляция даражаси нисбатан юқори бўлиб, реал фоиз ставкаси салбий бўлади ёки паст даражада бўлади [3].

О.Лазарева ва И.Советовнинг фикрига кўра, дебитор қарздорликни энг кенг тарқалган турлари қуйидагилардир:

- товарлар, ишлар, хизматлар учун дебитор қарздорлик;
- аванс тўловлари бўйича дебитор қарздорлик;
- олинган векселлар бўйича дебитор қарздорлик;
- бюджет билан ҳисоблашишлар бўйича дебитор қарздорлик;
- ходимлар билан ҳисоблашиш бўйича дебитор қарздорлик [4].

В.Ковалевнинг хулосасига кўра, идеал ҳолатда корхоналар дебитор қарздорликни юзага келишига йўл қўймасликлари керак. Бироқ, бозор иқтисодиёти шароитида ресурсларнинг бир қисмини дебитор қарзга иммобилизация қилмасдан туриб фаолият кўрсатишнинг амалда иложи йўқ [5].

М.Хромовнинг фикрига кўра, дебитор қарздорликни ундириш жараёнлари ва босқичларини аниқлашда юридик мутахассисларнинг мажбурий ундириш бўйича профессионализмига эмас, балки сотишни ташкил қилишнинг қаттиқ назорат қилинадиган технологияларига ишониш самаралироқдир [6].

М.Юсуповнинг фикрича, кишлоқ хўжалик маҳсулотларига белгиланган давлат харид нархлари билан кишлоқ хўжалик техникаларининг нархлари ўртасида жиддий номутаносибликнинг мавжудлиги фермер хўжаликлари ва кишлоқ хўжалик корхоналари фаолиятини ривожлантиришга тўсқинлик қилади [7].

О.Намозовнинг хулосасига кўра, иқтисодиётни етарли даражада пул маблағлари билан таъминлаш масаласини ҳал қилиш учун монетар сиёсатда пуллар таклифини тартибга солишга қаратилган чора-тадбирларни амалга оширишнинг ўзи етарли эмас. Параллель равишда пулларга бўлган талабни қайта таркиблаш бўйича қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш лозим:

- ишлаб чиқариш секторидаги корхоналарни институционал ислоҳ қилишни амалга ошириш;
- миллий иқтисодиёт ўсишининг локомотивлари бўлган таянч тармоқларни жадал ривожлантиришга қаратилган самарали саноат ва кишлоқ хўжалик сиёсатларини амалга ошириш;
- юқори унумли меҳнатга рағбатлантириш тизимини кучайтириш, аҳолининг реал даромадларини ошириш учун фискал ва тадбиркорлик шарт-шароитларини яратиш;
- иқтисодиётнинг ички хусусий секторида даромадлар ва талабни узлуксиз ўсиб бориши учун зарур бўлган шароитларни яратиш;
- давлатнинг иқтисодий фаолиятини, иқтисодиётни либераллаштириш контекстида, босқичма-босқич оқилонлаштиришни амалга ошириш;
- реал секторда тармоқлараро номутаносибликларга барҳам бериш ва молиявий оқимларни оптималлаштириш мақсадида баҳоли тартибга солишни амалга ошириш зарур [8].

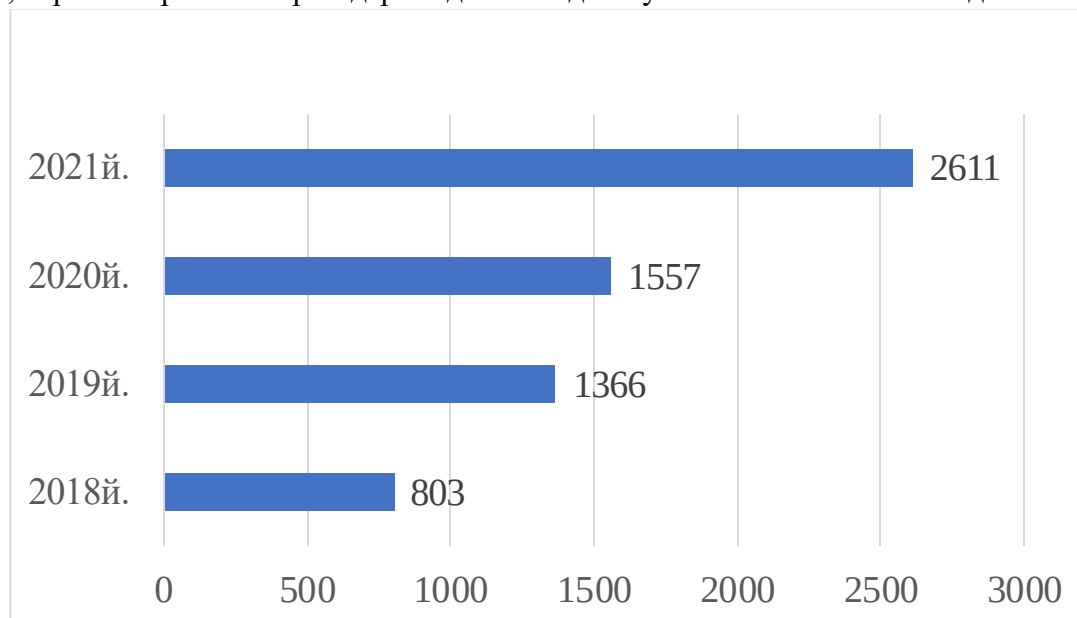
**Тадқиқот методологияси.** Корхоналарда дебитор қарздорликни камайитириш орқали корхоналарнинг ликвидлилигини таъминлашга қаратилган мазкур тақиқотда Ўзбекистон Республикаси Президенти Фармонлари, Вазирлар Маҳкамаси Қарорларида келтирилган устувор йўналишлар ва иқтисодчи олимларнинг назарий қарашларидан фойдаланилган. Тадқиқот жараёнида тизимли ёндашув, қиёсий ва солишгирма таҳлил, баҳолаш усулларида фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 29 мартдаги 166-сонли Қарори билан тасдиқланган 2021 - 2025 йилларда давлат иштирокидаги корхоналарни бошқариш ва ислоҳ қилиш стратегиясида давлат иштирокидаги корхоналарнинг 45 фоизи томонидан давлат бюджетига дивиденд тўлангани, ушбу дивидендларнинг 90 фоизи 5 та йирик корхонага тўғри келиши уларнинг аксарияти фаолиятининг самарадорлиги паст даражада эканлиги сифатида қайд этилган [9]. Бу эса,

корхоналар фаолиятининг молиявий барқарорлик даражасининг паст эканлигидан далолат беради.

Шу ўринда қайд этиш жоизки, корхоналар фаолиятининг молиявий барқарорлиги бевосита уларнинг пул оқимини барқарорлигига боғлиқ. Корхоналар пул оқимининг барқарорлиги эса, дебитор қарздорликнинг ва товар-моддий захираларнинг айланиш тезлигига боғлиқ.

Корхоналарда дебитор қарздорликни бошқариш амалиётининг самарадорлиги, аввало, корхоналарнинг етарли даражада ликвидли бўлиши билан белгиланади.



1-расм. “Ўзметкомбинат” АЖда дебитор қарздорлик микдорининг ўзгариши, млрд. сўм<sup>1</sup>

1-расм маълумотларидан кўринадик, “Ўзметкомбинат” АЖда дебитор қарздорликнинг 2018-2021 йилларда ўсиш тенденциясига эга бўлган. Бу эса, мазкур даврда харидор ва буюртмачиларнинг “Ўзметкомбинат” АЖ олдида қарздорлигини кескин ошганлиги билан изоҳланади.

1-жадвал

Ўзбекистон Республикасида иқтисодиётнинг пул маблағлари билан таъминланганлик даражаси ва тижорат банклари кредитларининг ўртача йиллик фоиз ставкаси<sup>2</sup>, (фоизда)

| Кўрсаткичлар                                                                         | йиллар |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------|------|------|------|------|
|                                                                                      | 2018   | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Иқтисодиётни пул маблағлари билан таъминланганлик даражаси, %                        | 20,5   | 17,8 | 18,5 | 19,6 | 21,2 |
| Тижорат банкларининг миллий валютадаги кредитларининг ўртача йиллик фоиз ставкаси, % | 20,5   | 24,2 | 22,3 | 20,8 | 21,9 |

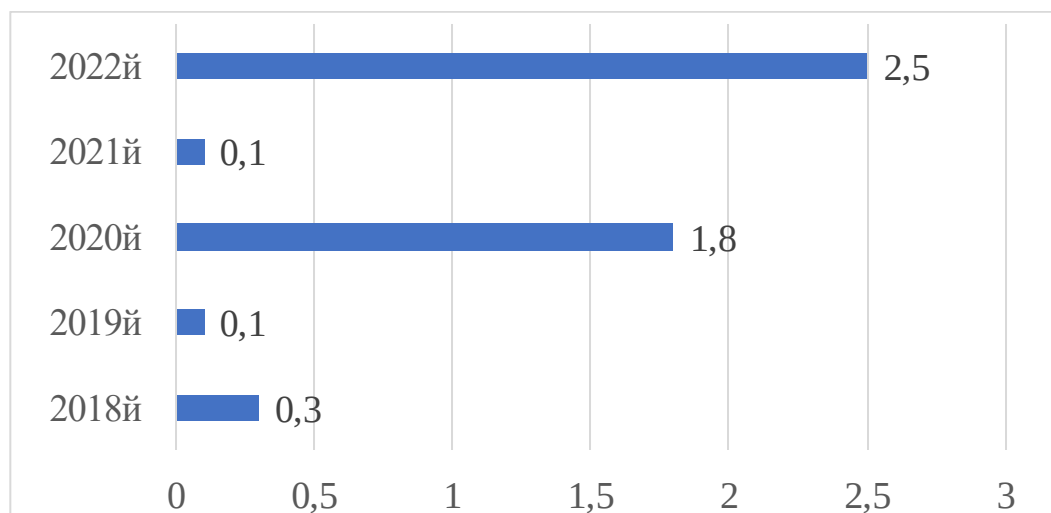
1-жадвал маълумотларидан кўринадик, Ўзбекистон иқтисодиётининг пул маблағлари билан таъминланганлик даражаси 2022 йилда 2018 йилга нисбатан сезиларли даражада ошган. Бироқ, таҳлил қилинган давр мобайнида ушбу кўрсаткичнинг даражаси нисбатан паст бўлган.

<sup>1</sup> Расм муаллифи томонидан “Ўзметкомбинат” АЖнинг баланс ҳисоботлари маълумотлари асосида тузилган.

<sup>2</sup> Жадвал муаллиф томонидан Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг статистик маълумотлари асосида тузилган.

1-жадвал маълумотларидан кўринадики, республикамиз тижорат банклари томонидан миллий валютада берилган кредитларнинг фоиз ставкаси таҳлил қилинган давр мобайнида юқори бўлган.

Дебитор қарздорликнинг айланиш тезлигининг паст эканлиги республикамиз корхоналари жорий активларининг ҳажмида пул маблағларининг улушини жуда паст бўлишига олиб келмоқда (2-расм).

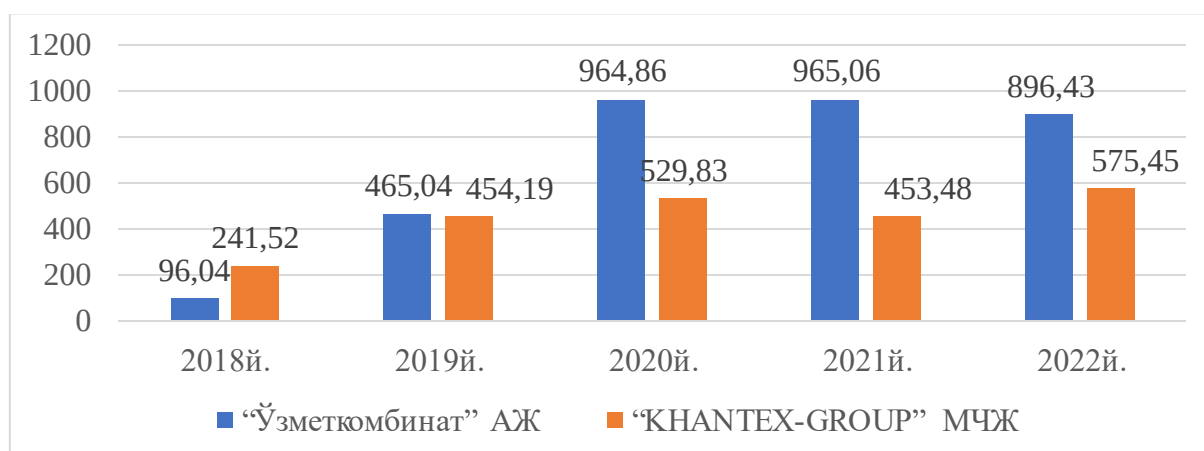


2-расм. “KHANTEX-GROUP” МЧЖда пул маблағларининг жорий активлар ҳажмидаги салмоғи, фоизда<sup>1</sup>

2-расм маълумотларидан кўринадики, “KHANTEX-GROUP” МЧЖнинг жорий активлари ҳажмида пул маблағларининг салмоғи 2018-2022 йилларда жуда кичик бўлган. Бу эса, унинг тижорат банкларининг кредитларидан фойдаланиш даражасини оширишга тўсқинлик қилади. Жамият жорий активлари таркибида асосий салмоқни (48,8 фоиз) товар моддий захиралар эгаллаган бўлиб, шунинг ичида ишлаб чиқариш захиралари асосий қисмини ташкил этади (81,8 фоиз).

Дебитор қарздорликнинг даражасини белгиловчи муҳим кўрсаткичлардан бири кредитор қарздорликнинг даражаси ҳисобланади. Чунки, дебитор қарздорликнинг айланиш тезлиги кредитор қарздорликнинг айланиш тезлигига тўғри пропорционалдир.

3-расм маълумотларидан кўринадики, “Ўзметкомбинат” АЖнинг кредитор қарздорлиги миқдори 2018-2021 йилларда ўсиш тенденциясига эга бўлган. Бу эса, мазкур даврда хом-ашёлар миқдорини сотиб олиш ҳажмининг ошганлиги билан изоҳланади. Ушбу кўрсаткич 2022 йилда 2018 йилга нисбатан сезиларли даражада ошган.



3-расм. “Ўзметкомбинат” АЖ ва “KHANTEX-GROUP” МЧЖларнинг 2018-2022 йилларда кредит қарздорлиги миқдорининг ўзгариши, млрд.сўм<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Расм муаллифи томонидан “KHANTEX-GROUP” МЧЖ нинг баланс ҳисоботлари маълумотлари асосида тузилган.

3-расм маълумотларидан кўринадики, “KHANTEX-GROUP” АЖнинг кредитор қарздорлиги миқдори 2018-2020 йилларда ўсиш тенденциясига эга бўлган. Бу эса, мазкур даврда хом-ашёлар миқдорини сотиб олиш ҳажмининг ошганлиги билан изоҳланади. Мазкур кўрсаткич 2022 йилда 2018 йилга нисбатан сезиларли даражада ошган.

**ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР.** Тадқиқот жараёнида қуйидаги хулосаларни шакллантирдик:

- тўловларнинг даврий кетма-кетлиги принципи республикаимиз амалиёти учун амалий аҳамиятга молик бўлиб, тўловларнинг мақсадли кетма-кетлигида давлат бюджетига тўловлар устувор аҳамиятга эга бўлади;

- иқтисодиётнинг пул маблағлари билан таъминланганлик даражаси билан корхоналар ўртасидаги дебитор қарздорликнинг миқдори ўртасида тўғридан-тўғри алоқадорлик мавжуд;

- “Ўзметкомбинат” АЖда дебитор қарздорликнинг 2018-2021 йилларда ўсиш тенденциясига эга бўлган ва ушбу ҳолат харидор ва буюртмачиларнинг “Ўзметкомбинат” АЖ олдида қарздорлигини мазкур даврда юқори ўсиш суръатларига эга бўлганлиги билан изоҳланади;

- Ўзбекистон иқтисодиётининг пул маблағлари билан таъминланганлик даражаси 2022 йилда 2018 йилга нисбатан сезиларли даражада ошганлиги корхоналар ўртасидаги дебитор қарздорликни бошқариш амалиётига салбий таъсир кўрсатади;

- “KHANTEX-GROUP” МЧЖнинг жорий активлари ҳажмида пул маблағларининг салмоғи 2018-2022 йилларда жуда кичик бўлган. Бу эса, унинг дебитор қарздорлигини айланиш тезлигини паст эканлигидан далолат беради.

Фикримизча, корхоналар ўртасидаги дебитор қарздорликни камайтириш йўли билан уларнинг ликвидлилигини таъминлаш учун қуйидаги тадбирларни амалга ошириш лозим:

1. Корхоналар томонидан узатма тижорат векселларини, яъни тратталарни муомалага чиқариш лозим ва тратталар муомаласини ривожлантириш мақсадида қуйидаги аниқ чораларни белгилаб олиш керак:

- тратталарни ҳақиқатда сотилган товарлар ва кўрсатилган хизматлар суммаси миқдорида чиқарилишини назорат қилиш лозим (тратталарни ҳақиқатда сотилган товарлар ва кўрсатилган хизматлар суммасидан ортиқча миқдорда чиқарилиши таъминланмаган векселларни пайдо бўлишига олиб келади ва ушбу ҳолат пул муомаласининг барқарорлигига салбий таъсир кўрсатади);

- тратталарни тижорат банклари томонидан сотиб олишни йўлга қўйиш керак;

- тижорат банклари томонидан сотиб олинган тратталарни Марказий банкда қайта ҳисобга олинишини таъминлаш зарур.

2. Корхоналарда дебитор қарздорликнинг айланишини тезлаштириш мақсадида дебитор қарздорликни инкассация қилишга асосланган факторинг хизмати кўрсатиш амалиётини такомиллаштириш учун, биринчидан, дебитор қарздорликни регресс ҳуқуқи билан ва регресс ҳуқуқсиз сотиб олишда дисконт ставкалари аниқ белгилаб қўйилиши керак; иккинчидан, тижорат банклари томонидан пул оқими барқарор бўлган корхоналар гуруҳи шакллантирилиши лозим; учинчидан, факторинг хизматлари бозорида соғлом рақобат муҳитини шакллантириш зарур.

3. Давлат бюджетининг давлат буюртмалари билан боғлиқ бўлган харажатларини кўпайтириш йўли билан иқтисодиётнинг пул маблағлари билан таъминланганлик даражасини ошириш лозим.

Давлат бюджетининг давлат буюртмалари билан боғлиқ бўлган харажатларини кўпайтириш йўли билан иқтисодиётнинг пул маблағлари билан таъминланганлик даражасини ошириш қуйидаги самарани беради:

- давлат буюртмасида иштирок этаётган корхоналарнинг пул маблағлари ҳажми ошади ва унинг бошқа корхоналар олдидаги кредитор қарздорликни тулаш имконияти кенгаяди;

<sup>1</sup>Жадвал муаллиф томонидан ТИФ Миллий банкининг йиллик ҳисоботлари маълумотлари асосида тузилган

- корхоналарнинг инновацион потенциали ошади, чунки, корхоналар инновацион товарлар учун катта миқдорда буюртма олади;
- давлат инновацион маҳсулотни биринчи харидори бўлганлиги сабабли ушбу маҳсулотни яратган корхона инновацион маҳсулотни рақобат курашидан ташқари яратиш имконияга эга бўлади. Бу эса, корхонанинг илмий-техник ривожланишининг ички даражасини ошириш имконини беради.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли Фармони. Янги Ўзбекистоннинг 2022-2026 йилларга мўлжалланган Тараққиёт стратегияси тўғрисида//www.lex.uz.
2. Косой А.М. Платежный оборот: исследование и рекомендации. Монография. – М.: КНОРУС, 2012. – 296 с.
3. Тихонов А. Коэффициент монетизации: некоторые аспекты теории, сравнительный анализ и практические выводы//Банковский вестник. – Минск, 2000. – №25 (132). – С. 4-9.
4. Лазарева О.С., Советов И.Н. Управление дебиторской задолженностью предприятий//Электронный научный журнал «Век качества» Online scientific journal «Age of Quality», 2020. – № 4.
5. Ковалев В.В. Как читать баланс [Текст] / В.В. Ковалев, В.В. Патров. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2003. – 520 с.
6. Хромов М.Ю. Дебиторка. Возврат, управление, факторинг. - СПб.: Питер, 2008. — 205 с.
7. Юсупов М.С. Қишлоқ хўжалигини давлат томонидан тартибга солишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштириш. И.ф.б. фалсафа докт. дисс. автореф. – Т.: 2018. – 56 б.
8. Намозов О.Ш. Монетарная политика в переходной экономике: концептуальные подходы и программные направления. Автореф. дисс. на соик. уч. ст. д.э.н. – Ташкент, 2001. – С. 24.
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 29 мартдаги 166-сонли Қарори. 2021 - 2025 йилларда давлат иштирокидаги корхоналарни бошқариш ва ислоҳ қилиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида//Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 29.03.2021 й., 09/21/166/0257-сон; Қонунчилик маълумотлари миллий базаси, 18.03.2022 й., 07/22/168/0228-сон; 10.06.2022 й., 09/22/323/0508-сон; 04.04.2023 й., 09/23/139/0190-сон.

| М.Бауетдинов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | M.Bauetdinov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Снижение дебиторской задолженности как необходимое условие обеспечения ликвидности предприятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Reduction of accounts receivable as a necessary condition for ensuring liquidity of enterprises</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Аннотация:</b> В статье рассматриваются теоретические взгляды экономистов на управление дебиторской задолженностью предприятий, а автор приводит мнения в результате практических исследований и анализа. При этом выявлены актуальные проблемы, связанные со снижением дебиторской задолженности у предприятий, действующих в Республике Узбекистан, и разработаны научные предложения, направленные на их решение.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> предприятие, дебиторская задолженность, денежные средства, устойчивость, инвестиции, процентная ставка, вексель, авансовые платежи, государственный бюджет, факторинг, оборотный капитал, инновационный продукт.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article discusses the theoretical views of economists on the management of receivables of enterprises, and the author gives opinions as a result of practical research and analysis. At the same time, urgent problems associated with a decrease in receivables from enterprises operating in the Republic of Uzbekistan were identified, and scientific proposals were developed aimed at solving them.</p> <p><b>Keywords:</b> enterprise, accounts receivable, cash, stability, investments, interest rate, promissory note, advance payments, state budget, factoring, working capital, innovative product.</p> |

Тўлқин Исмагулла ўғли Яхёев – СамИСИ ўқитувчиси

## ҚУРИЛИШ КОРХОНАЛАРИ МОЛИЯВИЙ ҲОЛАТИНИ РЕЙТИНГ БАҲОЛАШ МЕХАНИЗМЛАРИ

**Аннотация:** ушбу мақола қурилиш корхоналарининг рейтинг баҳолаш, унинг фаолият жараёнларининг алоҳида хусусиятлари ҳамда қурилиш корхоналарининг иқтисодий таҳлилнинг объекти сифатидаги алоҳида хусусиятлари тўғрисида.

**Калит сўзлар:** қурилиш корхоналари, таҳлил, қурилиш соҳаси, иқтисодий таҳлилнинг объекти, қурилиш корхоналарида иқтисодий таҳлилнинг мақсади, давлат, акциядорлик, ширкат, хусусий, қўшма ва бошқа пудрат қурилиш-монтаж ташкилотлари.

**Кириш.** Қурилиш халқ ҳўжалигининг барча тармоқларига хизмат кўрсатиб, асосий фондларни қайта такрор ишлаб чиқариш учун шароитларни таъминлайди, халқ ҳўжалигининг мақбул таркибини барпо этиш, ишлаб чиқарувчи кучларни мақсадга мувофиқ жойлаштириш, республиканинг янги табиий бойликларини ўзлаштириш, бўш меҳнат ресурсларини ижтимоий ишлаб чиқаришга жалб этишга ёрдам беради. Республикада қурилиш ишлари пудрат, субпудрат ва қисман ҳўжалик усулларида олиб борилади. Қурилиш индустрияси негизини давлат, акциядорлик, ширкат, хусусий, қўшма ва бошқа пудрат қурилиш-монтаж ташкилотлари, шунингдек, ўз моддий-техника ва ишлаб чиқариш базасига, малакали ишчи ва мутахассис кадрларга эга бўлган корхоналар, транспорт ва бошқа ёрдамчи ҳўжаликлар ташкил этади. Ўзбекистонда қурилиш-монтаж компаниялари, корпорациялари, қурилиш акциядорлик жамиятлари ва бирлашмалари, қуйи пудрат ташкилотлари, кичик корхоналар, қўшма корхоналар, лойиҳа ва илмий ҳамда қурилиш соҳасига мослаштирилган илмий тадқиқот институтлари фаолият кўрсатади.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Ушбу мавзу бўйича маҳаллий ва хорижий адабиёт манбалари таҳлили, қурилиш соҳасида фундаментал тадқиқотлар қаторида И.С.Степанова [1], Аренс Э.А. [2], ДЖ.К. Лоббек [3], Серов В.М. [4], Гурков И.Б [5] сингари хорижий олимларнинг, М.К.Пардаев[6], Н.Т.Тухлиев [7], Э.В.Голышева [8], М. Мирахмедов [9], А.А.Эшпаев [10], К.Б.Уразов [11], сингари маҳаллий иқтисодчи олимларнинг қурилиш соҳасидаги турли масалалари бўйича илмий тадқиқот ишларини олиб бормоқдалар.

**Тадқиқот методологияси.** Илмий-тадқиқот ишида статистик ва иқтисодий таҳлил усуллари, таҳлил, синтез, мавҳумий-мантиқий таҳлил, шунингдек, танловли кузатув, социологик сўров, SWOT-таҳлил, киёслов усулларида фойдаланилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Қурилиш корхоналари томонидан амалга оширилаётган иш(хизмат)ларни уларнинг бажарилиш муддати, ишлаб чиқариш ҳамда хизмат кўрсатиш хусусияти мавжудлиги, натижаларнинг фарқланиши, субпудратчилар хизматидан фойдаланилиш даражаси ҳамда кўрсатилаётган иш(хизмат)ларнинг тартиблаштириш йўналишларини инобатга олган ҳолда қурилиш корхоналари томонидан бажариладиган иш(хизмат)лар натижаларининг фарқи жиҳатлари инобатга олиниб янги моддий кўринишдаги объект яратадиган ҳамда мажмуани модернизация қиладиган иш(хизмат)лар каби таснифласак мақсадга мувофиқ бўлади (1-расм).

1-расмда қурилиш хизматларининг таснифланиши ушбу корхоналарнинг ҳисоб юритишида ва таҳлил жараёнида алоҳида аҳамиятга эгадир.

Ушбу таснифдан келиб чиқиб қурилиш корхоналарида бажариладиган қурилиш ишлари ҳисобини юритиш жараёнида 2000 – асосий ишлаб чиқариш счёти таркибида иккита аналитик счётлар:

**2010** – янги объект яратилиши бўйича кўрсатиладиган иш(хизмат)лар;

**2020** – объектларни модернизация қилиш бўйича кўрсатиладиган иш(хизмат)лар каби очилиши ҳамда ҳисоб алоҳида юритилиши мақсадга мувофиқдир.

Натижада давлат активларини бошқариш агентлиги томонидан ташкил қилинган КРІ – корхоналарнинг муҳим самарадорлик кўрсаткичларини баҳолаш тизимига киритилган қурилиш корхоналарининг самарадорлик кўрсаткичларига киритилган “қурилиш корхона-



**1-расм. Қурилиш корхоналари томонидан бажариладиган иш (хизмат)ларни якуний натижаси бўйича таснифи<sup>1</sup>.**

ларининг янги объектлар яратувчанлик коэффициенти” кўрсаткичини аниқлаш ҳамда статистика томонидан қабул қилинадиган “12 корхона шакли”, 1-кб шакли ҳамда 4-кб (қурилиш, савдо, хизмат) ҳисоботларини тўлдириш жараёнида маълум қулайликлар яратади.

Қурилиш корхоналарининг янги объектлар яратувчанлик коэффициенти қуйидагича аниқланади.

$$ЯК = \frac{ЯҚО}{ЖБҚ} = \frac{2010 \text{ счёт}}{2010 \text{ счёт} + 2020 \text{ счёт}}$$

ЯК – яратувчанлик коэффициенти,

ЯҚО – янги қурилган объектлар миқдори,

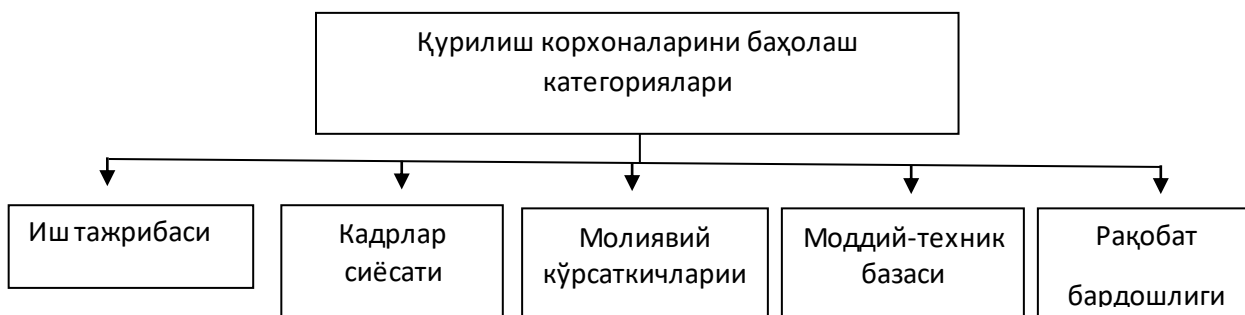
ЖБҚ – жами бажарилган қурилиш ишлари.

Қурилиш корхоналарида бажариладиган қурилиш ишларининг якуний натижаси бўйича таснифланиши бевосита мамлакатимизда бугунда қурилиш корхоналарининг рейтинг кўрсаткичларини аниқлашда ҳам ўз самарасини кўрсатади.

Бугунги кунда мамлакатимизда қурилиш корхоналари рейтинги Қурилиш вазирлиги томонидан ишлаб чиқилган қуйидаги категориялар бўйича [reying.mc.uz](http://reying.mc.uz) сайти орқали баҳоланиб келинмоқда. Бу категориялар қурилиш корхоналарининг мамлакатимизда ўрни, бошқа қурилиш корхоналари билан рақобатлаша олиш даражаси, тендерларда қатнашиш жараёнида ғолибликка эришиш имкониятлари ҳамда қайси даражадаги қурилиш объектларини қуришга даъвогарлик қилишигача ўз имкониятларини белгилаб беради.

Қурилиш корхоналари ушбу категориялар бўйича баҳоланиши натижасида тўртта гуруҳга ажратилади.

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан берилган.



2-расм. Қурилиш корхоналарини баҳолаш категориялари

1-жадвал

| Ишончлилик тоифаси | Рейтинг баҳоси | Ишончлилик даражаси | %<br>дан | %<br>гача |
|--------------------|----------------|---------------------|----------|-----------|
| <b>A</b>           | <b>AAA</b>     | 1-юқори даража      | 85       | 100       |
|                    | <b>AA</b>      | 2-юқори даража      | 75       | 85        |
|                    | <b>A</b>       | 3-юқори даража      | 65       | 75        |
| <b>B</b>           | <b>BBB</b>     | 1-ўрта даража       | 55       | 65        |
|                    | <b>BB</b>      | 2-ўрта даража       | 40       | 55        |
|                    | <b>B</b>       | 3-ўрта даража       | 35       | 40        |
| <b>C</b>           | <b>CCC</b>     | 1-қоникарли даража  | 30       | 35        |
|                    | <b>CC</b>      | 2-қоникарли даража  | 25       | 30        |
|                    | <b>C</b>       | 3-қоникарли даража  | 20       | 25        |
| <b>D</b>           | <b>DDD</b>     | 1-қуйи даража       | 7        | 20        |
|                    | <b>DD</b>      | 2-қуйи даража       | 5        | 7         |
|                    | <b>D</b>       | 3-қуйи даража       | 0        | 5         |

Эндиликда қурилиш корхоналари ўзининг даражаларини ўзгаришини ушбу категориялар орқали яратилган сайт бўйича кузатиб боришлари ҳамда ўз фаолиятини яхшилаш йўллари бўйича бошқарув қарорларини қабул қилишлари мумкин.

Юқорида келтирилган категорияларга аҳамият қаратиладиган бўлса бешта категориядан учтасини яъни молиявий кўрсаткичлар, моддий-техник база ҳамда рақобатбардошлик категорияларини молиявий ҳолат таҳлилисиз амалга ошириш мумкин эмас.

Корхоналарда молиявий ҳолат бу бошқарув тизими, инвесторлар ҳамда бутун мамлакат даражасида ҳам ўта муҳимдир. Шу боисдан молиявий ҳолат таҳлилининг узлуксиз амалга ошириб бориш муҳим заруриятдир. Молиявий ҳолат таҳлиliga кўплаб хорижий ҳамда мамлакатимиз олимлари ўз таърифларини ишлаб чиққан. Масалан, М.И. Баканов молиявий ҳолат таҳлиliga қуйидагича таъриф берган “Молиявий ҳолат таҳлили деганда молиявий ресурсларнинг турлари бўйича мавжудлигини, рақобатбардошлигини, давлат ва бошқа хўжалик субъектлари олдидаги мажбуриятларини бажариш қобилиятини ифодаловчи кўрсаткичлар каби муҳим жиҳатлар мажмуаси тушунилади”. Юқоридаги таърифдагидек молиявий ҳолат таҳлилининг фақатгина кўрсаткичлар ёки кўрсаткичлар тизими деб қарасак “Молиявий ҳолат таҳлили” терминининг тўлиқ қамраб ололмаган ҳисобланамиз. Буни қуйида мамлакатимиз ҳамда хорижий олимлар томонидан корхонанинг молиявий ҳолатига берилган таърифларда ҳам кўришимиз мумкин. Шундай таърифлардан бири Пардаев М.Қ. томонидан берилган таърифдир. Унга кўра молиявий ҳолатга қуйидагича таъриф берилган “Молиявий ҳолат - корхонани молиялаштиришга қодирлик даражаси<sup>1</sup>”. Бундан ташқари Л.И. Донсова, Н.А.Никифоровалар молиявий ҳолатга “Молиявий ҳолат – корхона активлари ва капиталининг таркибий элементларининг баланслиги шунингдек улардан самарали фойдаланиш даражасини характерловчи ифода ҳисобланади<sup>2</sup>” деб таъриф берган.

<sup>1</sup>Pardayev M.Q. Iqtisodiy tahlil nazariyasi.Samarqand.: Zarafshon, 2005-yil, 183-bet.

<sup>2</sup>L.I.Donsova, N.I. Nikiforova., “Анализ финансовой отчетности”, М: Дело и сервис, стр-6.

**Хулоса ва таклифлар.** Юқорида бериб ўтилган таърифлар албатта корхонанинг молиявий ҳолатини ҳамда корхоналарда молиявий ҳолат таҳлилини маълум даражада ёритиб берган. Ушбу таърифлардан келиб чиққан ҳолда қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат ҳамда молиявий ҳолат таҳлиliga ўз таърифимизни ишлаб чиқдик.

Қурилиш корхоналарининг молиявий ҳолати корхонанинг активлари ҳамда унинг ташкил топиш манбаларининг ҳолат ҳамда ҳаракат билан бир қаторда корхонанинг тўловга қодирлиги, молиявий барқарорлиги, даромадлиги, натижавийлиги ва албатта рентабеллигидир.

Қурилиш корхоналарида молиявий ҳолат таҳлили корхонанинг айти пайтдаги молиявий ҳолатини маълум белгиланган таҳлилий кўрсаткичлар асосида ўрганиш, молиявий ҳолатни ифодаловчи кўрсаткичларни динамик ҳамда таркибий ўзгаришни баҳолаш, фаолият давомида эришилган натижаларга омиллар таъсирини аниқлаш ва корхонада мавжуд фойдаланилмаётган имкониятларни топиш билан шуғулланувчи соҳа ҳисобланади<sup>1</sup>.

Берилган таърифларнинг алоҳида хусусияти ушбу таърифларда таҳлил жараёнини барча босқичлари қамрови мавжуддир.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. - “Халқ сўзи”, 2020 йил 25 январ.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига ўтиш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори, 2020 йил 24 феврал, ПҚ-4611-сон.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Қурилиш – монтаж ишлари сифатини тубдан яхшилаш ва қурилишни назорат қилиш тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4586 сонли Қарори. 06.02.2020.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини қурилиш тармоғини модернизация қилиш, жадал ва инновацион ривожлантиришнинг 2021-2025 йилларга мўлжалланган стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-6119 сонли Фармони – 28.11.2020.
5. Экономика строительства: Учебник / под общей ред. И.С.Степанова. - 3-е изд., доп. и перераб. - М.: Юрайт-Издат, 2004..
6. Арнс Э.А., ДЖ.К. Лоббек. Аудит. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001.
7. Шодмонов Ш.Ш, Гафуров У.У. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. Т.: Фан ва технология, 2005.
8. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. Учебное пособие. – М.: ТЕИС, 2004.
9. Гусева М.И., Коготкова И.З. Маркетинг в строительстве. Учебное пособие.(Серия «Высшая школа»). – М.: Книжный мир, 2011.
10. Мирахмедов М., Шомирзаев Э. Қурилиш мажмуасини ташкил этиш ва менежмент. –Тошкент: ТАҚИ, 2012.
11. Нурибетов Р.И. Лойиҳалар таҳлили ва уларни бошқариш. Ўқув қўлланма. - Т.: ТАҚИ, 2012.
12. Нурибетов Р.И. Корпоратив бошқарув.- (ўқув қўлланма) – Т.: ТАҚИ, 2012.-156 б.
13. Раҳимов Қ.Е. Қурилишда маркетинг ва ягона буюртмачи хизматини ташкил этиш. Дарслик. – Т.: ТАҚИ, 2018.

| Т.Яхёев                                                                                                                                                                                                                                                                        | T.Yahyoyev                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Механизмы оценки финансового состояния строительных предприятий</b>                                                                                                                                                                                                         | <b>Mechanisms for rating the financial status of construction enterprises</b>                                                                                                                                                                                         |
| <b>Аннотация:</b> В статье речь идет о классификации строительных предприятий, особенностях процес-сов их деятельности и особенностях строительных предприятий как объекта экономического анализа.                                                                             | <b>Abstract:</b> The article deals with the classification of construction enterprises, the features of the processes of their activities and the features of construction enterprises as an object of economic analysis.                                             |
| <b>Ключевые слова:</b> строительные предприятия, анализ, строительная отрасль, объект экономического анализа, цель экономического анализа в строительных предприятиях, государственные, акционерные, частные, совместные и другие подрядные строительно-монтажные организации. | <b>Keywords:</b> construction enterprises, analysis, construction industry, object of economic analysis, purpose of economic analysis in construction enterprises, state, joint-stock, private, joint and other contract construction and installation organizations. |

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан берилган.

UDK 338.012

**Abdulaziz Abdullayevich Gulamov** – Toshkent davlat transport universiteti prorektori, i.f.d.

**Xurshidaxon Alisherovna Yegamberdiyeva** – Toshkent davlat transport universiteti mustaqil izlanuvchi

## VAGON PARKINI ANIQLASHDA OMILLAR TAHLILIDA MA'LUMOTLAR TAQSIMOTINING BIR XILLIGINI TEKSHIRISH

**Annotatsiya.** Vagon parkning ratsional hajmining yuk tashish hajmiga, vagon aylanmasiga va statik yuklamaga yoki boshqa operatsion ko'rsatkichlarga bog'liqlik darajasini aniqlash muhim natijadir. Ushbu maqolada vagon parkni aniqlashning ishonchli modelini yaratish uchun korrelyatsiya va regressiya tahlilidan foydalangan holda vagon parkiga ta'sir qiluvchi omillarni baholashning metodologiyasi ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** korrelyatsiya va regressiya tahlili, natija ko'rsatkichi, omil ko'rsatkichlari, ko'p faktorli korrelyatsiya, standart og'ish, variatsiya koeffitsiyenti.

**Kirish.** Kutilayotgan yuk tashish hajmiga qarab asoslantirilgan yuk vagonlari parkini baholash muammosini to'g'ri hal etish, shubhasiz, muhim ahamiyatga ega. Zero, vagon parki temir yo'l transporti asosiy fondining muhim tarkibiy qismlaridan biridir.

Ilmiy tadqiqotlarning zamonaviy yo'nalishlari temir yo'l transportining ekspluatatsion faoliyati jarayonlarining ehtimollik va korrelyatsiya xarakteriga ega ekanligi bilan tavsiflanadi. Ushbu xususiyatlarni hisobga olgan holda ishlab chiqilgan temir yo'l transportining ekspluatatsion faoliyati samaradorligini tavsiflovchi usullar yoki modellar temir yo'l transportini rivojlantirishning strategik rejalarini ishlab chiqishda qabul qilinadigan qarorlar samaradorligini oshirish imkonini beradi.

Bunday usul va modellarni aniqlashga qaratilgan tadqiqot ishlarini olib borishda temir yo'l transporti faoliyati samaradorligiga eng katta ta'sir ko'rsatadigan ko'pgina tashqi va ichki omillarning ta'sirini hisobga olish, ya'ni uning miqdoriy holatini to'g'ri aniqlash zarur.

**Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.** Bu yo'nalishda qator olimlar ilmiy izlanishlar olib borishgan. Senko va Gurskiy (2009), Skalozub, Soltisuk va Cherednichenko (2007), Kramarenko (2010), Cherednichenko (2009), Korolevskaya va Morozova (2013), Leinova (2013) ilmiy ishlarini ilmiy ishlar sifatida tavsiflash mumkin, ko'proq tadqiqot bilan bog'liq.

Ushbu tadqiqotchi va olimlarning ilmiy ishlarida transportning zarur hajmini amalga oshirish uchun yuk oqimining o'zgaruvchan sharoitlarini hisobga olgan holda vagonlar parkini aniqlashning aniq tartiblari va usullari keltirilgan.

Xususan, Senko va Gurskiy (2009) tadqiqot ishlarida yuk vagonlari parkini baholashda korrelyatsiya va regressiya usulidan foydalanilgan; baholashda individual va jamoaviy ekspert baholash usullaridan ham foydalanildi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Ushbu maqolada tahlil metodologiyasining statistik tahlil usulidan foydalanilgan.

Statistik tahlil - bu ma'lumotlarni tizimli tahlil qilish va statistik qonuniyatlar asosida mazmunli xulosalar chiqarish imkonini beruvchi tadqiqot metodologiyasidir. Maqolada statistik tahlilning asosiy tamoyillari va usullari, shuningdek, uning tarkibiga kiruvchi korrelyatsiya tahlili tarkibiga kiruvchi standart og'ish va variatsiya koeffitsiyentlarini aniqlash usullaridan foydalanilgan.

Korrelyatsiya tahlili yuqorida aytilganidek statistik usul bo'lib, o'zgaruvchilar o'rtasida bog'liqlik mavjudligi yoki qanchalik kuchli ekanligini aniqlash uchun korrelyatsiya koeffitsiyentlaridan foydalanadi. Korrelyatsiya koeffitsiyenti ikki o'lchovli tavsiflovchi statistika bo'lib, ikki o'zgaruvchining munosabati (qo'shma o'zgaruvchanligi) miqdoriy o'lchovidir.

Vagonlar parkini prognozlash modelini tahlil qilish temir yo'l transportining ekspluatatsion faoliyatiga ta'sir ko'rsatadigan eng samarali ko'rsatkichlarni aniqlashdan boshlanadi - omillar ta'sirida vagonlar parkini statistik baholash va uning u yoki bu omillar bilan qanchalik bog'liqligi.

Har qanday modelning mohiyatini aniqlashning eng muhim bosqichlaridan biri bu modelga ta'sir qiluvchi asosiy parametrlarni tanlashdir.

Modelga ta'sir etuvchi omillarni tanlash to'g'ri qilingandek tuyulsa ham, uni qo'llab-

quvvatlaydigan mantiqiy dalillardan tashqari, juda ko‘p matematik yoki xarajat dalillari taqdim etilishi kerak.

Obyektiv dalillar quyidagilar bo‘lishi mumkin: qaror qabul qilish usuliga mos keladigan qat’iy matematik hisoblar, ko‘pincha butun guruh yoki hatto usullarning ketma-ketligi. Muhimlik darajasini hisoblashda foydalaniladigan asosiy ko‘rsatkichlar to‘plamini va bu ko‘rsatkichlarga nisbatan qo‘llaniladigan bog‘liqlikni asoslash uchun korrelyatsiya va regressiya tahlili usulidan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi to‘liq bo‘lmagan, ehtimollik munosabatlaridagi omillarning ta’sirini o‘lchash uchun korrelyatsion tahlil usullari qo‘llaniladi. [1]

### **Tahlil va natijalar.**

Korrelyatsiya va regressiya odatda statistik tadqiqotning jamlangan jarayoni sifatida ko‘rib chiqiladi, shuning uchun ulardan foydalanish ko‘pincha korrelyatsiya va regressiya tahlili deb ataladi, bu esa har qanday iqtisodiy ko‘rsatkichning o‘zgarishi ko‘p sonli omillarga bog‘liqligini isbotlaydi, lekin ulardan faqat ba’zilari o‘rganilayotgan ko‘rsatkichga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

Boshqa omillar ta’sirining ulushi shunchalik ahamiyatsizki, ularni e’tiborsiz qoldirish o‘rganilayotgan obyektning sezilarli og‘ishlariga olib kelishi mumkin emas. Aksariyat hollarda iqtisodiy hodisalar o‘rtasida qat’iy funksional bog‘liqlik mavjud emas, shuning uchun iqtisodiyotda biz funksional haqida emas, balki korrelyatsiya yoki statistik bog‘liqliklar haqida gapiramiz.

Bunday munosabatlar kuzatilganda, bir parametr bog‘liq ko‘rsatkich (natija ko‘rsatkichi), boshqa parametrlar esa mustaqil ko‘rsatkichlar (omil ko‘rsatkichlari) sifatida tanlanadi. Juftlangan regressiya (korrelyatsiya) ikkita tasodifiy qiymat o‘rtasidagi munosabatni ko‘rib chiqishda qo‘llaniladi. Bir nechta parametrlarning bog‘liqligi ko‘p omilli (ko‘p) regressiya (korrelyatsiya) deb ataladi. [1]

Korrelyatsiya va regressiya tahlilining omili sifatida ko‘rsatkichlarni tanlash juda muhim vaziyatdir. Tahlilning yakuniy natijalari omillar qanchalik to‘g‘ri tanlanganiga bog‘liq. Faktorlarni tanlash asosiy nazariy va kasbiy bilimlarga, shuningdek, amaliy tahlil qilish tajribasiga asoslanadi.

Quyidagi qoidalarga rioya qilish kerak:

- ko‘rsatkichlar orasidagi sabab-natija munosabatlarini hisobga olish kerak, chunki ulargina o‘rganilayotgan hodisaning mohiyatini ochib beradi;

- ko‘p faktorli korrelyatsiya modelini yaratishda natija ko‘rsatkichiga hal qiluvchi ta’sir ko‘rsatadigan eng muhim omillarni tanlash kerak, chunki barcha shart va sharoitlarni qamrab olish deyarli mumkin emas;

- chiziqli tipdagi korrelyatsiya modeliga natija ko‘rsatkichi bilan munosabati egri chiziqli xarakterga ega bo‘lgan omillarni kiritish tavsiya etilmaydi.

O‘zgaruvchanlik koeffitsiyenti qanchalik katta bo‘lsa, o‘rganilayotgan obyektlarning tarqalishi shunchalik katta bo‘ladi va kamroq tekislanadi. O‘zgaruvchanlik qatorining o‘zgaruvchanligi quyidagicha hisoblanadi: agar o‘zgarish 10% dan oshmasa, ahamiyatsiz; o‘zgaruvchanlik 10-20% bo‘lsa, o‘rtacha; o‘zgaruvchanlik 20% dan ortiq bo‘lsa, lekin 33% dan oshmasa, sezilarli. 33% dan yuqori o‘zgarishlar ma’lumotlarning heterojen ekanligini va odatda namunaning birinchi va oxirgi qatorlarida sodir bo‘ladigan atipik kuzatuvlar chiqarib tashlanishi kerakligini ko‘rsatadi.

Avvalo, axborotning ishonchliligiga, uning obyektiv voqelikka mos kelishiga ishonch hosil qilish kerak, chunki ishonchsiz ma’lumotlardan foydalanish tahlilning noto‘g‘ri natijalariga va noto‘g‘ri xulosalarga olib keladi. Axborot o‘rtacha daraja atrofida taqsimlanishi bo‘yicha bir xil bo‘lishi kerak. Agar o‘rtacha darajadan sezilarli darajada farq qiladigan obyektlar guruhlari mavjud bo‘lsa, bu manba ma’lumotlarining bir darajada emasligini ko‘rsatadi.

Axborotning bir xilligi mezoni har bir omil va natija ko‘rsatkichi uchun hisoblangan standart og‘ish va o‘zgaruvchanlik (variatsiya) koeffitsiyenti hisoblanadi. Standart og‘ish individual qiymatlarning o‘rtacha arifmetik qiymatdan mutlaq og‘ishini ko‘rsatadi. Uning qiymatini aniqlash formulasi quyidagicha keltirilgan: [2]

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{N}} \quad (1)$$

Bu yerda:  $\sigma$  – standart og‘ish;

$x_i$  – indikatorning i-qiymati;

$\bar{x}$  – indikatorning arifmetik o‘rtachasi;

$N$  – umumiy tanlab olingan qiymatlar soni.

Bu ehtimollik nazariyasi va statistikada eng keng tarqalgan ko‘rsatkichdir. Standart og‘ish tasodifiy o‘zgaruvchining ( $x$ ) uning dispersiyasini xolis baholashga asoslangan uning matematik kutilganligiga nisbatan ildiz-o‘rtacha kvadrat tarqalishidir. U tasodifiy o‘zgaruvchining o‘lchov birliklarida o‘lchanadi. Standart og‘ish tasodifiy miqdor dispersiyasining kvadrat ildiziga teng. [5]

Iqtisodiyotda standart og‘ish vaqt o‘tishi bilan bir narsaning (masalan, narx) qanchalik o‘zgarishining o‘lchovidir. Ya’ni, standart og‘ish qanchalik ko‘p bo‘lsa, tanlangan qiymatlar qatorining o‘zgaruvchanligi shunchalik kuchli bo‘ladi.

Standart og‘ish qiymatlar to‘plamini tahlil qilish uchun ishlatiladi. Ba’zan bir xil o‘rtachaga ega bo‘lgan ikkita to‘plam qiymatlarning tarqalishi nuqtayi nazaridan butunlay boshqacha bo‘lib chiqishi mumkin.

Ammo biz namuna bilan ishlayotganimiz uchun biz  $\sigma$  qiymatini bilmaymiz (bu umumiy o‘lchovdir). Shunday qilib, umumiy tanlama qiymatlarining o‘rtacha standart og‘ishi ham noma’lum. Biroq, umumiy tanlama qiymatlariga kiritilgan kuzatish birliklarining haqiqiy to‘plamiga ega bo‘lgan holda, biz  $S_n$  namunasining standart og‘ishini formula bo‘yicha hisoblashimiz mumkin, bu yerda  $n$  - haqiqiy tanlama hajmining soni:

$$S_n = \sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 / (n - 1)} \quad (2)$$

Variatsiya koeffitsiyenti  $V$  individual qiymatlarning o‘rtacha arifmetikdan chetlanishining nisbiy o‘lchovini ko‘rsatadi. U quyidagi formula bo‘yicha hisoblanadi: [4]

$$V = \frac{\sigma}{\bar{x}} * 100 \quad (3)$$

Ehtimollar nazariyasi va statistikada variatsiya koeffitsiyenti chastota taqsimotining standart o‘lchovidir. U ko‘pincha foiz sifatida ifodalanadi va standart og‘ish  $s$  ning o‘rtacha  $m$  ga nisbati sifatida aniqlanadi. Variatsiya koeffitsiyenti tahlilning aniqligi va takrorlanishini ifodalash uchun bir qator iqtisodiy masalalarni yechishda keng foydalaniladi, iqtisodchilar va investorlar tomonidan iqtisodiy modellarda qo‘llaniladi.

Yanada ishonchli usul - bu kvartil dispersiya koeffitsiyenti, kvartillararo diapazonning yarmi kvartillarning o‘rtacha qiymatiga bo‘linadi. Ko‘pgina hollarda, variatsiya koeffitsiyenti bitta mustaqil o‘zgaruvchi (masalan, bitta zavod mahsuloti) uchun qaram o‘zgaruvchining bir necha marta takroriy o‘lchovlari (masalan, ishlab chiqarish jarayonida xatolik) uchun hisoblanadi. Biroq, chiziqli yoki hatto logarifmik jihatdan chiziqli bo‘lmagan va har bir qiymat uchun siyrak o‘lchovlar bilan mustaqil o‘zgaruvchi uchun uzluksiz diapazonni o‘z ichiga olgan ma’lumotlar (masalan, tarqalish grafigi) maksimal ehtimollikni baholash yondashuvidan foydalangan holda yagona variatsiya koeffitsiyenti hisobiga mos kelishi mumkin.

Vagonlar parkining ko‘p faktorli korrelyatsiya va regressiya modeliga (bog‘liq o‘zgaruvchiga) yuqorida ko‘rsatilgan talablarni hisobga olgan holda, quyidagi omillarning ta’sirini hisobga olish kerak: yuk poezdining o‘rtacha og‘irligi (brutto), tonna –  $x_1$ ; lokomotivning o‘rtacha ish unumdorligi, tonna kilometr brutto –  $x_2$ ; yuk poyezdining o‘rtacha uchastka tezligi, km/soat –  $x_3$ ; vagon aylanmasi, sutka –  $x_4$ ; tranzit vagonni bitta stansiyada turish vaqti, soat –  $x_5$ ; vagonni bitta yuk operatsiyasi ostida turish vaqti, soat –  $x_6$ ; vagonning o‘rtacha statik yuklamasi, tonna –  $x_7$ ; yuk jo‘natish, yiliga tonna –  $x_8$ ; texnik tezlik, km/soat –  $x_9$ ; vagonning o‘rtacha ish unumdorligi, tonna-kilometr netto –  $x_{10}$ .

Biz standart og‘ish va variatsiya koeffitsiyentining qiymatlarini hisoblashimiz kerak. Bu

ko'rsatkichlarni asosiy statistik xarakteristikalar yig'ma jadvali ko'rinishida olishimiz va qo'shimcha hisob-kitoblarni amalga oshirishimiz mumkin. Buning uchun boshlang'ich ma'lumotlar va Excelda tavsiflovchi statistika maxsus dasturidan foydalanamiz. Namunaning dastlabki ma'lumotlarini bir xillik uchun tekshirish natijalari 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval

**Bog'liq va mustaqil o'zgaruvchilarning variatsiya koeffitsiyentini hisoblash**

| Qiymat          | Arifmetik o'rtacha | Standart og'ish | Variatsiya, % |
|-----------------|--------------------|-----------------|---------------|
| y               | 21108,91667        | 789,0544927     | 3,7380        |
| x <sub>1</sub>  | 2912,916667        | 86,42543642     | 2,9670        |
| x <sub>2</sub>  | 1077,375           | 69,58594588     | 6,4588        |
| x <sub>3</sub>  | 31,08333333        | 0,720900111     | 2,3192        |
| x <sub>4</sub>  | 4,883333333        | 0,93749505      | 19,1979       |
| x <sub>5</sub>  | 13,78916667        | 1,311982943     | 9,5146        |
| x <sub>6</sub>  | 34,09083333        | 2,792732316     | 8,1920        |
| x <sub>7</sub>  | 53,32916667        | 2,795992126     | 5,2429        |
| x <sub>8</sub>  | 65,25              | 4,659984393     | 7,1417        |
| x <sub>9</sub>  | 40,12312189        | 1,195965738     | 2,9807        |
| x <sub>10</sub> | 249,0583333        | 34,89069838     | 14,0090       |

Jadvaldan olingan natijalarni tahlil qiladigan bo'lsak, biz ko'pchilik ko'rsatkichlar uchun namunani bir xil deb hisoblash mumkin degan xulosaga kelishimiz mumkin, chunki o'zgarish koeffitsiyenti ushbu ko'rsatkichlarning qiymatlarida 10% dan oshmaydi. Biroq, tipik bo'lmagan kuzatuvlarni istisno qilish usulini qo'llash mumkin, chunki u namunaviy elementlarning sonini kamaytiradi.

**Xulosa va takliflar.** Yuqorida hisoblangan variatsiya koeffitsiyentini ko'rib chiqadigan bo'lsak, eng katta variatsiya koeffitsiyentiga x<sub>4</sub> va x<sub>10</sub> ko'rsatkichlar ega. Bu degani bu ikkita omil natijaviy ko'rsatkichga nisbatan normal taqsimlangan. Qolgan ko'rsatkichlarning variatsiya ko'rsatkichlari esa 10% dan past.

Ma'lumotlarning ishonchliligi faqat o'zgaruvchanlik koeffitsiyenti 20% ga yaqin bo'lgan, ya'ni o'rtacha daraja qiymatiga ega bo'lgan ko'rsatkichlarni tahlildan chiqarib tashlash orqali yo'q qilinishi mumkin. Ammo omillarni kamaytirish uchun faqat bitta ko'rsatkichga tayanish bashoratning aniqligini kamaytirishi mumkin. Shunday qilib, biz dastlabki ma'lumotlarda barcha ko'rsatkichlar to'plamini qoldirib, tahlilni davom ettirishimiz mumkin.

Ammo omil ko'rsatkichlari tarkibini tasdiqlashdan oldin korrelyatsiya va regressiya tahlilining keying sharti - boshlang'ich ma'lumotlarning normal taqsimot qonuniga muvofiqligini tekshirish kerak.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. Андреева Н., Червякова М. "Развитие методов прогнозирования с использованием корреляционного и регрессионного анализа". Анализ хозяйственной деятельности 37: 38-45. 2013.
2. Багузин, Сергей. "Построение модели множественной регрессии". 2014.
3. Бараз В., Пегашкин В. Использование MS Excel для статистического анализа данных: Учебное пособие. Использование MS Excel для статистического анализа данных. 2-е изд. Нижний Тагил, Свердловская область: НТИ (филиал) УрФУ. 2014.
4. Болдырев Д. Корреляционный и регрессионный анализ. Невинномысск, Северный Кавказ: Невинномысский технологический институт. 2016.
5. Чередниченко, М. "Разработка методики анализа эффективности использования основных производственных фондов операторов железнодорожного транспорта". Вестник Днепропетровского национального университета путей сообщения имени академика В. Лазаряна, 185-191. 2009.
6. Королевская В., Морозова П. "Формирование системы критериев оценки эффективности использования вагонного парка железных дорог стран-участниц снг". Вестник университета. "Экономико-математическое обоснование эффективности использования вагонного парка". 2013.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>А.Гуламов, Х.Егамбердиева</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Проверка однородности распределения данных при факторном анализе для определения вагонного парка</b></p> <p><b>Аннотация:</b> Определение степени зависимости рационального размера вагонного парка от объема перевозок грузов, вагонооборота и статической нагрузки или других эксплуатационных показателей является важным результатом. В данной работе разработана методика оценки факторов, влияющих на подвижной состав, с использованием корреляционно-регрессионного анализа для создания надежной модели оценки подвижного состава.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> корреляционно-регрессионный анализ, зависимый показатель, факторный показатель, многофакторная корреляция, стандартное отклонение, коэффициент вариации.</p> | <p style="text-align: center;"><b>A.Gulamov, Kh.Egamberdieva</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Checking the homogeneity of the data distribution in factor analysis in determining the fleet of cars</b></p> <p><b>Abstract:</b> Determining the degree of dependence of the rational size of the car fleet on the volume of freight transportation, car turnover and static load or other operational indicators is an important result. This paper develops a methodology for evaluating factors affecting rolling stock using correlation and regression analysis to create a reliable rolling stock evaluation model.</p> <p><b>Keywords:</b> correlation and regression analysis, dependent indicator, factor indicator, multifactor correlation, standard deviation, coefficient of variation.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Олим Муртазаев** – д.э.н., профессор Самаркандского филиала ТГУЭ

**Гайрат Аблакулович Ибрагимов** – PhD, старший преподаватель Самаркандского филиала ТГУЭ

## АНАЛИЗ АГРОСЕРВИСНЫХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПРИБЫЛЬ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ОСНОВНЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КУЛЬТУР

**Аннотация:** В статье исследуется доля факторов системы агросервиса в прибыли от выращивания основных сельскохозяйственных культур с помощью модели случайных эффектов панели данных, даются соответствующие предложения и выводы. Исследование проводилось на примере 14 районов Самаркандской области, на основе данных за 14 лет.

**Ключевые слова:** сервис, услуга, агросервис, модель случайных эффектов, статистический анализ изменения агросервисных факторов, регрессионный анализ сервисных факторов, химические услуги, поставки ГСМ, услуги МТП, услуги АВП.

**Введение.** Удовлетворение спроса на сельскохозяйственную продукцию в условиях глобализации и усиления конкуренции в мировой экономике требует во многом повышения эффективности отрасли. Опыт развитых стран показывает, что повышение эффективности сельскохозяйственных предприятий, в том числе фермерских, во многом связано с развитием оказываемых им аграрных услуг. «Развитие сети общественных организаций, сотрудничество с фермерскими хозяйствами, оказание комплексных услуг по животноводству и соответствующее регулирование государством мелкого аграрного производства позволит обеспечить продовольственную и экономическую безопасность страны, обеспечить население качественным, конкурентоспособным и экологически безопасным продуктом потребления, материального благосостояния населения страны позволяет решать задачи повышения уровня жизни и эффективности производства в целом»<sup>1</sup>.

**Обзор литературы.** Формирование содержания и сущности агросервиса находит отражение в научных исследованиях. Само слово «сервис» также происходит от английского слова «service», что означает «услуга».

По мнению К.Ж.Мирзаева, объекты инфраструктуры являются поставщиками агроуслуг в сельском хозяйстве нашей страны. Однако здесь следует отметить, что агроуслуги относятся только к инфраструктурным объектам сельскохозяйственного производства.

<sup>1</sup>Мансуров А. П., Федотова О. И., Зубренкова О. А. Зарубежный опыт развития крестьянских (фермерских) хозяйств // Вестник НГИЭИ. 2017. - № 9 (76). - стр. 143.

По Э. С. Файзиёву, услуга — это прежде всего продукт труда, основное определение этого продукта — удовлетворение специфических потребностей людей. За счет оказанной услуги увеличивается ценность продукта, то есть увеличивается себестоимость. Принимая это во внимание, было бы неправильно называть услугу продуктом.

Также И.Рафиков, Ш.Файзиёва, Ш.Хайдарова, Х.Камолов охватывали сервисные услуги в качестве технической службы. Однако, как уже отмечалось, сервис – это широкое понятие.

И.Очилов разделил услуги на две категории: материальные и нематериальные создатели услуг.

**Методология исследования.** При написании научной статьи был проведен статистический анализ изменения агросервисных факторов, влияющих на рентабельность основных сельскохозяйственных культур в Самаркандской области, с использованием метода многофакторной корреляции со случайными эффектами и трендовыми моделями. Были изучены 14-летние (2007-2020 гг.) данные по 14 районам. В результате количество наблюдений составило 196.

**Основная часть.** В качестве основных видов сельскохозяйственных культур выбрано производство хлопка, зерна и овощей. Изучены, как предоставляемые услуги химические услуги, стоимость поставки топлива, услуги МТП и АМТП, агроветеринарные услуги и услуги АВП.

Таблица №1

**Статистический анализ изменения агросервисных факторов, влияющих на прибыль при производстве основных сельскохозяйственных культур в Самаркандской области<sup>1</sup>**

| Переменные                      | Количество наблюдений | Средняя  | Стандартная ошибка | Минимальная стоимость | Максимальная стоимость |
|---------------------------------|-----------------------|----------|--------------------|-----------------------|------------------------|
| Прибыль от хлопководства        | 196                   | 71,34563 | 243,9343           | -1302,222             | 657,0826               |
| Прибыль от зерноводства         | 196                   | 321,0631 | 238,4401           | -309,8321             | 1187,607               |
| Прибыль от овощеводства         | 196                   | 2139,297 | 1535,89            | 266,3636              | 9147,776               |
| Стоимость химических услуг      | 196                   | 3992,08  | 3522,795           | 0                     | 20229,3                |
| Стоимость поставки ГСМ          | 196                   | 3207,243 | 3484,819           | 8,6                   | 18280                  |
| Стоимость услуги МТП и АМТП     | 196                   | 549,8057 | 576,1308           | 5,9                   | 2720                   |
| Стоимость услуги Зооветеринарии | 196                   | 70,36646 | 45,78442           | 3,43                  | 224,8                  |
| Стоимость услуг АВП             | 196                   | 252,869  | 226,4201           | 0                     | 1270,4                 |
| Годы                            | 14                    | 2013,5   | 3,462373           | 2007                  | 2020                   |

Как видно из таблицы №1, в 2007-2020 гг. средняя валовая прибыль по хлопку в сельском хозяйстве Самаркандской области на районном уровне составила 71,35 тыс. сум/га, а в зерноводстве и овощеводстве - 321,06 и 2139,29 тыс. сум/га соответственно. За отчетный период использование химических услуг в сельском хозяйстве в среднем составило 3992,08 тыс. сумов, поставки топлива в среднем 3207,24 тыс. сумов, услуги МТП и АМТП в среднем 549,81 тыс. сумов, агроветеринарные услуги в среднем 70,37 тыс. сумов,

<sup>1</sup> Разработано автором на основе данных управления сельского хозяйства Самаркандской области

услуги АВП в среднем 252,87 тыс. сум. Также видно, что некоторые районы пострадали от производства хлопка и зерна в 2007-2020 гг.

Поскольку данные были долгосрочными панельными данными, влияние факторов было рассмотрено с использованием модели случайных эффектов. Предполагается, что факторы, не наблюдаемые в модели случайных эффектов, не коррелируют с независимыми переменными на каждом временном интервале<sup>1</sup>:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 x_{it1} + \dots + \beta_k x_{itk} + v_{it} \quad (1)$$

$Y$  – произвольная переменная (прибыль от хлопка, прибыль от зерна и прибыль от овощеводства);

$x$  – произвольная переменная, ( $x_1$  – стоимость химии,  $x_2$  – стоимость ГСМ и другие);

$\beta$  – коэффициенты;

$v$  – частота ошибок.

Согласно модели случайного воздействия, стоимость услуг с использованием химических средств, стоимость поставки топлива, стоимость услуг МТП и МТП оказала статистически значимое влияние на размер прибыли, полученной при производстве хлопка, зерна и овощей, основных сельскохозяйственных культур в Самаркандской области. Только услуги АВП оказал статистически значимое влияние на размер прибыли от овощей.

Соп. в этом случае, если предположить, что влияние анализируемых факторов равно 0, размер прибыли увеличится, скажем, на 291 тысячу сумов зерном.  $N$  – количество наблюдений, в примере – 196 наблюдений (14 лет 14 районов  $14 \times 14 = 196$ ).  $r^2 = 0,24$ , 24% изменения валовой прибыли по хлопку были непосредственно связаны с указанными выше факторами, 34% – с тем же зерном и 17% – с овощами (см. таблица №2).

На основе данных Таблицы №2 приведены функции модели Случайных эффектов факторов (Random effects model), влияющих на рентабельность производства основных сельскохозяйственных культур в Самаркандской области:

$$Y_{\text{хлопок}} = -20 - 0,0217x_1 + 0,0163x_2 + 0,0736x_3 + 0,0791x_4 + 9,846x_5 \quad (2)$$

$$Y_{\text{зерно}} = 291 + 0,0323x_1 - 0,0106x_2 + 0,0344x_3 + 0,352x_4 - 17,646x_5 \quad (3)$$

$$Y_{\text{овощи}} = 135,8 - 0,0386x_1 + 0,0348x_2 - 0,102x_3 + 0,777x_4 + 135,8x_5 \quad (4)$$

Таблица №2

Регрессионный анализ сервисных факторов, влияющих на прибыль при производстве основных сельскохозяйственных культур в Самаркандской области (Random effects model – модель случайных эффектов)<sup>2</sup>

| №  | Факторы влияющие на прибыль            | Прибыль от продукции, тыс. сумов |                        |                     |
|----|----------------------------------------|----------------------------------|------------------------|---------------------|
|    |                                        | Хлопок                           | Зерно                  | Овощи               |
| 1. | Стоимость химических услуг             | -0.0217***<br>(0.00802)          | 0.0323***<br>(0.00484) | -0.0386<br>(0.0300) |
| 2. | Стоимость поставки ГСМ                 | 0.0163*<br>(0.00879)             | -0.0106*<br>(0.00601)  | 0.0348<br>(0.0386)  |
| 3. | Стоимость услуг МТП и АМТП             | 0.0736**<br>(0.0320)             | 0.0344*<br>(0.0207)    | -0.102<br>(0.131)   |
| 4. | Услуги АВП                             | 0.0791<br>(0.106)                | 0.352***<br>(0.0732)   | 0.777*<br>(0.471)   |
| 5. | Изменение посевных площадей под хлопок | 9.846**<br>(4.259)               | x                      | x                   |
| 6. | Изменение посевных площадей под зерно  | x                                | -17.64***<br>(2.378)   | x                   |
| 7. | Изменение посевных площадей под овощей | x                                | X                      | 135.8***<br>(34.95) |

<sup>1</sup>Wooldridge, J. M. (2016). Introductory econometrics: A modern approach. NelsonEducation.

<sup>2</sup> Разработано автором с программой STATA на основе данных управления сельского хозяйства Самаркандской области

|     |       |                   |                     |                      |
|-----|-------|-------------------|---------------------|----------------------|
| 8.  | _cons | -20.00<br>(32.66) | 291.0***<br>(43.00) | 1813.5***<br>(243.5) |
| 9.  | N     | 196               | 196                 | 196                  |
| 10. | r2    | 0.24              | 0.34                | 0.17                 |

\* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01 скобки - стандартная ошибка

Увеличение единицы химических услуг по хлопку означает уменьшение прибыли на 0,022 тыс. сумов, в результате - уменьшение на  $-0,022 \pm 0,00802$  тыс. сумов, так как стандартная ошибка составляет 0,00802. Это означает, что прибыль в зерноводстве увеличится на  $0,0323 \pm 0,00484$  тыс. сумов, в овощеводстве - на  $0,0386 \pm 0,0300$  тыс. сумов.

Увеличение топливных услуг увеличит прибыль на  $0,0163 \pm 0,00879$  тыс. сумов по хлопку, на  $-0,0106 \pm 0,00601$  тыс. сумов по зерну и на  $0,0348 \pm 0,0386$  тыс. сумов по овощам.

Увеличение стоимости услуг МТП и АМТП приведет к увеличению прибыли на  $0,0736 \pm 0,0320$  тыс. сумов по хлопку,  $0,0734 \pm 0,0207$  тыс. сумов по зерну и снижению на  $-0,102 \pm 0,131$  тыс. сумов по овощам.

Увеличение услуг АВП на единицу приведет к увеличению прибыли на  $0,0791 \pm 0,106$  тыс. сумов по хлопку,  $0,352 \pm 0,0732$  тыс. сумов по зерну,  $0,777 \pm 0,471$  тыс. сумов по овощам.

Анализ показывает, что увеличение площадей под хлопком еще на 1 в области увеличит среднюю прибыль по хлопку на  $9\,846 \pm 4\,259$  тысяч сумов. Увеличение посевных площадей снизит среднюю прибыль на  $-17,64 \pm 2\,378$  сумов. Увеличение площади овощей на 1 повысит среднюю прибыль на  $135,8 \pm 34,95$  тыс. сум.

Таблица №3

Расчет прибыли от продукции по видам оказываемых услуг<sup>1</sup>

| №  | Виды услуг   | Полученная прибыль, тыс. сум/га |               |              |               |
|----|--------------|---------------------------------|---------------|--------------|---------------|
|    |              | Хлопководство                   | Зерноводство  | Овощеводство | Всего         |
| 1. | Химические   | -87,82                          | 127,74        | -155,69      | -115,77       |
| 2. | ГСМ          | 51,31                           | -35,28        | 112,25       | 128,28        |
| 3. | МТП и АМТП   | 40,69                           | 18,69         | -56,08       | 3,3           |
| 4. | АВП          | 19,98                           | 89,01         | 196,48       | 305,47        |
|    | <b>Всего</b> | <b>24,16</b>                    | <b>200,16</b> | <b>96,96</b> | <b>321,28</b> |

На основании данных таблицы №3 рассчитаем эффективность оказываемых услуг. Они рассчитываются следующим образом:

Эффективность в хлопководстве:

$$KXS_{\text{хлопок}} = \frac{-87,82 + 51,31 + 40,69 + 19,98}{8002,02} \cdot 100\% = \frac{24,16}{8002,02} \cdot 100\% = 0,3\%$$

Эффективность в зерноводстве:

$$KXS_{\text{зерно}} = \frac{127,74 - 35,28 + 18,69 + 89,01}{8002,02} \cdot 100\% = \frac{200,16}{8002,02} \cdot 100\% = 2,5\%$$

Эффективность в овощеводстве:

$$KXS_{\text{овощи}} = \frac{-155,69 + 112,25 - 56,08 + 196,48}{8002,02} \cdot 100\% = \frac{96,96}{8002,02} \cdot 100\% = 1,2\%$$

Эффективность услуг для всех трех культур (хлопок, зерно и овощи) (химические; ГСМ, МТП и АМТП и АВП) определяется следующим образом:

$$KXS_{\text{услуги}} = \frac{-115,77 + 128,28 + 3,3 + 305,47}{8002,02} \cdot 100\% = \frac{321,28}{8002,02} \cdot 100\% = 4,0\%$$

Это означает, что продуктивность сельскохозяйственных культур (хлопок, зерно и овощи) обычно создается многими факторами, из которых доля изученных нами услуг сос-

<sup>1</sup> Разработано автором на основе данных управления сельского хозяйства Самаркандской области

тавляет 4,0%.

**Заклучение и рекомендации.** Регрессионный анализ факторов обслуживания, влияющих на рентабельность основных сельскохозяйственных культур Самаркандской области, позволил получить следующие важные научные результаты:

1. Чрезмерное использование химических услуг приводит к снижению прибыли от хлопка. У этого есть два аспекта:

а) наблюдается рост затрат из-за стоимости услуг;

б) незначительное снижение урожайности из-за увеличения засоления земель (увеличение химуслуги на 1 единицу приведет к уменьшению суммы прибыли от хлопка на 0,022 тыс. сум).

2. В ходе исследования установлено, что услуги поставки ГСМ положительно влияют на прибыль при производстве хлопка (0,0163 тысячи сумов) и овощей (0,0348 тысячи сумов).

3. Выявлено, что увеличение объема технических услуг (хлопок (0,0736 тыс. сум) и зерно (0,0344 тыс. сум) положительно скажется на прибыли. А по овощеводству отрицательно скажется на прибыли - 0,102 тыс. сумов.

4. Услуги АВП показали положительный результат по всем видам продукции. Увеличение услуг позволит увеличить прибыль по хлопку на 0,0791 тысячи сумов, зерну - на 0,352 тысячи сумов, овощам - на 0,777 тысячи сумов. В наши дни даже стоимость водосберегающих технологий приводит к огромным расходам, но приводит к увеличению прибыли. Потому что они не только экономят воду, но также повышают производительность и экономят другие ресурсы.

Полагаем, что внедрение перечисленных предложений в производство в более широком диапазоне и в более короткие сроки послужит повышению роли, значимости и экономической эффективности предприятий агросервиса.

#### Список использованной литературы:

1. Wooldridge, J. M. (2016). Introductory econometrics: A modern approach. Nelson Education
2. Мансуров А. П., Федотова О. И., Зубренкова О. А. Зарубежный опыт развития крестьянских (фермерских) хозяйств // Вестник НГИЭИ. 2017. - № 9 (76). - стр. 143.
3. Ibragimov Gayrat Ablalulovich. Consulting Services in Uzbekistan Agriculture //Regional economic cooperation in Central Asia: Agricultural production and trade. 24-26 November 2014. Halle (Saale) |Germany.
4. Ibragimov Gayrat Ablalulovich. Farms as a form of entrepreneurship in Agriculture / International Scientific conference-Symposium “Agricultural Transitions along the Silk Road: Restructuring, Resources and Trade in the Central Asia Region”.-Almaty, 2016.
5. Ibragimov Gayrat Ablalulovich. The impact of agricultural services on farm profits //SAARJ Journal on Banking & Insurance Research (SJBIR). ISSN: 2319-1422 Vol 10, Issue 1, January 2021, Impact Factor SJIF 2020 = 7.126. –p 19-24
6. Ibragimov Gayrat Ablalulovich. The impact of agricultural services on farm profits//SAARJ Journal on Banking & Insurance Research (SJBIR). ISSN: 2319-1422 Vol 10, Issue 1, January 2021, Impact Factor SJIF 2020 = 7.126. –p 19-24
7. Ibragimov Gayrat, Murtazaev Olim, Rakhmonov Davlat. Klaster tizimining qishloq xo‘jaligi samaradorligiga ta’siri//Agroiqtisodiyot. –Toshkent, 2020. -№1. -20-23 b.
8. Ibragimov Gayrat Ablalulovich, Raxmonov Davlat, Vahobova Shahodat. Qishloq xo‘jaligida klaster tizimi: tashkil etish, muvaffaqiyatlar va kamchiliklar// Servis. –Samarqand, 2020. -№3. -29-32 b.
9. Kurramov Ortijon Kayumovich, Ibragimov Gayrat Ablalulovich, Tursunov Ozod Matlubovich. Agrarian reforms in Uzbekistan: resources and results//Trends in Economics and Management for 21th Century: inter. conf. 2012 20th-22nd September. – Brno, Czech Republic, 2012. –pp-120-121.
10. Murtazaev Olim, Ibragimov Gayrat Ablalulovich The Effectiveness of Economic Relationships and Forecasting between Farms and Agricultural Services//The Indian Journal of Economics (ISSN: 0019-5170) Issue 400. Pages 6
12. Tursunov Ozod, Ibragimov Gayrat. Roles of investment and service system sector in agriculture//Visnik XNAU: Seriya Yekonomichni nauki. –XNAU, Xarkov, Ukraina, 2013. –№3. –s 203-215.

13. Данные управления сельского хозяйства Самаркандской области, 2007-2020 гг.

| <p><b>O.Murtazayev, G.Ibragimov</b><br/> <b>Asosiy qishloq xo‘jalik ekinlarini yetishtirishdan olingan foydaga agroxizmatlar omilining ta’siri tahlili</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p><b>O.Murtazaev, G.Ibragimov</b><br/> <b>Analysis of agriservice factors affecting profit in main agricultural products</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Annotatsiya:</b> Maqolada agroservis tizimi omillarining asosiy qishloq xo‘jalik ekinlari yetishtirishdan olinadigan foydada ulushi ma’lumotlar paneli tasodifiy ta’sir modeli orqali o‘rganilib, tegishli taklif va xulosalar berilgan. Tadqiqotlar Samarqand viloyati misolida 14 yillik ma’lumotlar 14 tuman misolida olib borilgan.</p> <p><b>Kalit so‘zlar:</b> xizmat, servis, agroservis, tasodifiy ta’sirlar modeli, agroservis omillari o‘zgarishining statistik tahlili, xizmat ko‘rsatish omillarining regression tahlili, kimyoviy xizmatlar, yoqilg‘i ta’minoti, MTP xizmatlari, SIU xizmatlari.</p> | <p><b>Abstract:</b> The article examines the share of factors of the agroservice system in the profit from the cultivation of major crops using a data panel random effects model, gives corresponding suggestions and conclusions. The study was conducted on the example of 14 districts of the Samarkand region, data for 14 years.</p> <p><b>Keywords:</b> service, agriservice, random effects model, statistical analysis of changes in agriservice factors, regression analysis of service factors, chemical services, fuel supplies, MTP services, WUA services.</p> |

Очилов Илҳом Сайиткулович - ТДИУ мустақил тадқиқотчиси (DSc), и.ф.н., доцент

### КЛАСТЕРЛАР ФАОЛИЯТИДА ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИК КЎРСАТКИЧЛАРИ ТАҲЛИЛИ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Аннотация:</b> Мамлакатимизда ташкил этилаётган кластерларда ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш, фойдани ошириш ва молиявий барқарорликка эришиш стратегияси танлаб олинган. Шу сабабли мақолада кластерлар фаолиятидаги иқтисодий самарадорлик кўрсаткичлари таҳлил қилинган ҳамда илмий-амалий тавсиялар ишлаб чиқилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> ташкилий-иқтисодий, кластерлар фаолияти, самарадорликни ошириш, пахта-тўқимачилик кластерлари, давлат субсидияси, банк кредити, рейтинг кўрсаткичи, самарадорликни баҳолаш, кўрсаткичлар таҳлили.</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Кириш.** Мамлакатимизни 2022-2026 йилларга мўлжалланган тараққиёт стратегияси мақсадларидан бири “қишлоқ хўжалигини илмий асосда интенсив ривожлантириш орқали деҳқон ва фермерлар даромадини камида 2 баравар ошириш, қишлоқ хўжалигининг йиллик ўсишини камида 5 фоизга етказиш” ҳисобланади [1].

Ушбу вазифалардан келиб чиқиб, мамлакатимиз қишлоқ хўжалигида ташкил этилаётган кластерларда ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш, фойдани ошириш ва молиявий барқарорликка эришиш стратегияси танлаб олинган. Шу мақсадда кластер таркибига кирувчи корхоналар фаолиятини ташкил қилиш ва самарадорлигини оширишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Шунингдек, сўнгги йилларда мамлакатимизнинг турли минтақаларида кўплаб кластер лойиҳалари амалиётга жорий этилмоқда. Бозор иқтисодиёти шароитида кластерларни шакллантириш ва ривожлантириш илмий-методологик ва амалий-назарий жиҳатдан асосланганликни талаб этади.

**Кластер ва унинг таркибига кирувчи корхоналар фаолияти самарадорлигини ошириш** билан боғлиқ бўлган ресурслар тежамкорлиги, ходимлар меҳнатидан фойдаланиш самарадорлиги, хизмат кўрсатиш сифати ҳамда унинг натижадорлигини ошириш, истеъмолчилар талабини қондириш каби масалалар кластерларни ташкил этишга доир муаммолардан ҳисобланади.

Корхоналар рақобатбардошлигини ошириш мақсадида пахта хом ашёсини етиштиришдан тортиб унга дастлабки ишлов бериш, маҳсулотларни тўқимачилик ва тикув-трикотаж корхоналарида қайта ишлаш ҳамда юқори қўшилган қийматга эга бўлган трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқариш жараёнларини уйғунлаштирувчи кластер моде-

лини амалиётда қўллаш, ишлаб чиқариш жараёнига янги инновацион технологиялар, ноу-хау ва ишланмаларини жорий этиш орқали юқори сифатли ва рақобатбардош маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва экспорти ҳажмини ошириш, шунингдек, миллий маҳсулотлар брендларини жаҳон савдо бозорларида кенг тарғиб қилиш каби мақсадларга инвестицияларни йўналтириш долзарб ҳисобланади. 2025 йилга бориб тўқимачилик маҳсулотлари экспорти ҳажмини 7 млрд. АҚШ доллариغا етказиш каби вазифалар белгиланган [2].

Кластерлар фаолиятидаги самарадорлик масалаларини «Navbahor Tekstil» MChJ, «Baht-Textile» MChJ QK, «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ, «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерларида ўтказилган тадқиқотларимиз асосида таҳлил қиламиз.

**Адабиётлар таҳлили.** Трансформация шароитида кластерлар самарадорлигини ошириш методологиясини такомиллаштириш билан боғлиқ муаммоларнинг баъзи назарий, ташкилий ва методологик жиҳатлари мамлакатимиз олимлари ва хорижий олимлар томонидан ёритилган. Аммо уларнинг илмий тадқиқотларида кластерларнинг **самарадорлик кўрсаткичлари, самарадорликнинг комплекс кўрсаткичлари, КРІ орқали баҳолаш** каби масалалар чуқур кўриб чиқилмаган.

Драгишвич ва Обадиқ фикрича, кластерларнинг самарадорлиги қуйидаги кўрсаткичлар ёрдамида ўлчанади: ишлаб чиқариш ҳажми, харажатлар, сотиш ҳажми, яратилган иш ўринлари сони, иш ҳақи, ҳосилдорлик, нархлар, қўшимча қиймат, корхоналар сони, инновациялар ва бошқалар [3].

М.Обидовнинг фикрича, кластерларда харажатларни таснифлаш ва ҳисобини юритишда уларни вужудга келиши ва иқтисодий мазмунига мослигини таъминлаш, кластер тизимидаги корхоналарнинг харажатлари тўғрисида тўлиқ ва ишончли ахборотларни шакллантириш, маҳсулот таннархини тўғри аниқлаш лозим [4].

А.Авлақулов фикрича, “Чиқим”, “сарф” ва “харажат” категорияларини чуқур таҳлил қилиш бухгалтерия ҳисобида муҳим масалалардан биридир, чунки ушбу категориялар хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятининг асосий кўрсаткичларидан бири бўлган маҳсулот таннархининг тўғри шаклланишида муҳим аҳамият касб этади [5].

Қ.Абдурахмонов корхоналарда меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини ошириш омиллари, уларни ўлчаш усуллари, меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш омиллари, иш ҳақининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти ва корхона персоналини ижтимоий жиҳатдан бошқаришнинг назарий жиҳатларини тадқиқ қилган [6].

Т.Д. Бурменко тадқиқотларида хизмат кўрсатиш корхоналарида самарадорликни ошириш омиллари ва резервлари, уларни ўлчаш усуллари, корхонада меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш омиллари, иш ҳақининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти, иш ҳақини тўлаш шакллари ва усуллари, унинг асосий вазифалари ва функциялари тадқиқ этилган [7].

А.А. Божья-Воля ходимлар фаолиятини баҳолаш ва рағбатлантириш тизимига доир тадқиқотлар олиб бориб, асосий эътиборни етти маъмурий модель (Англо-Америка, Франция, Германия, Скандинавия, Хитой, Жанубий Корея, Япония) бўйича юқори, ўрта ва қуйи бўғин раҳбар кадрлари фаолият самарадорлигини баҳолаш тизимлари ва элементларини тадқиқ этган [8].

Хитойнинг Сучжоу давлат университети тадқиқотчилари Цяньцзянь Гу ва Кан Чжаолар ходимлар фаолияти самарадорлигини баҳолашда самарадорликнинг муҳим кўрсаткичлари (Key Performance Indicators, KPI)дан фойдаланиш бўйича эмпирик тадқиқот ўтказишган [9].

Ш.Маматовнинг фикрича, ходимлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш тизимини жорий этишда қуйидагиларга алоҳида эътибор қаратиш лозим: 1) корхонанинг узоқ муддатга мўлжалланган ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш; 2) самарадорликнинг муҳим кўрсаткичи рўйхати ва унинг ҳар бир давр учун аҳамиятга эга бўлган мақсади акс эттирилган йиллик бизнес-режасини қабул қилиш; 3) самарадорликнинг муҳим кўрсаткичи бўйича ҳар бир кўрсаткични ҳисоблаш тартиби кўрсатилган корхона фаолиятини баҳолаш

услуги ҳақидаги қоидаларни ишлаб чиқиш; 4) самарадорликнинг муҳим кўрсаткичи бўйича баҳолаш натижалари ҳисобга олинган ҳолда мукофотлаш ва меҳнатга ҳақ тўлаш бўйича қоидалар ҳамда бошқа ҳужжатларни ишлаб чиқиш [10].

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот жараёнида анализ ва синтез, тизимли ёндошув, статистик ва молиявий таҳлилнинг солиштириш, туркумлаш, гуруҳлаш, мутлақ ва нисбий миқдор усуллари қўлланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Сўнгги йилларда мамлакатимизда халқаро амалиётда синалган ва иқтисодий ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этувчи бозор муносабатларига мос кластерлар тизими пахта-тўқимачилик соҳасида устувор бўлиб турибди.

Кластерлар фаолияти бизнес-режасида барча харажатларни акс эттириш, сарфланадиган харажатларни бошқариш, маҳсулотлар таннархини пасайтириш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш муҳим вазифалар ҳисобланади. Шунингдек, бизнес режада ҳам ашё етиштиришдан бошлаб, уни тайёр маҳсулот сифатида сотишгача бўлган ишлаб чиқариш жараёнининг узлуксиз занжирини, шу жараёнларга сарфланадиган харажатларнинг ҳисоби ва унинг назоратини ташкил қилиш, маҳсулотлар таннархини пасайтириш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш, инвестиция лойиҳалари ва янги ишлаб чиқариш қувватларини ишга тушириш учун молиялаштириш манбаларини аниқлаш ва сарфланадиган харажатларни прогноз кўрсаткичлари билан ҳақиқий сарфланишини ҳисобга олиб бориш долзарб масалалардан ҳисобланади.

Пахта-тўқимачилик кластерларида асосий харажатларнинг кўпчилик қисмини моддий харажатлар ташкил қилади. Тармоқда ҳам ашёни чуқур қайта ишлаш асосида бозор талабларидан келиб чиққан ҳолда юқори қўшилган қийматга эга тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва экспорт қилишнинг 2022-2030 йилларга мўлжалланган мақсадли параметрлари прогнозини эконометрик моделлаштиришнинг «E-views», «Stata», «Excel» дастурлари ёрдамида ишлаб чиқилиши ва амалиётга жорий этиш мумкинлиги илмий жиҳатдан асосланди.

2021 йилда «Navbahor Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерининг Конимех ва Навбахор туманларидаги 8200 га ер майдонида 25700 тонна, «Baht-Textile» MChJ ҚК пахта-тўқимачилик кластерининг Кармана ва Қизилтепа туманларидаги 13800 га ер майдонида 46700 тонна, «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерининг Ишпихон ва Оқдарё туманларидаги 9100 га ер майдонида 25300 тонна, «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерининг Пастдарғом ва Нуробод туманларидаги 10934 га ер майдонида 26841 тонна пахта ҳосили етиштирилган (1-жадвал).

1-жадвал

Пахта-тўқимачилик кластерлари тўғрисида умумий маълумот  
(2021 йил)\*

| № | Кластер номи                  | Пахта майдони, га |      |       | Ялпи ҳосил, тонна |       |       | Жами маблағ ажратиш меъёри, млн.сўм |       |        |
|---|-------------------------------|-------------------|------|-------|-------------------|-------|-------|-------------------------------------|-------|--------|
| 1 | «Navbahor Tekstil» MChJ       | Конимех           | 600  | 8200  | Конимех           | 1300  | 25700 | Конимех                             | 3120  | 61680  |
|   |                               | Навбахор          | 7600 |       | Навбахор          | 24400 |       | Навбахор                            | 58560 |        |
| 2 | «Baht-Textile» MChJ ҚК        | Кармана           | 5400 | 13800 | Кармана           | 16200 | 46700 | Кармана                             | 38880 | 112080 |
|   |                               | Қизилтепа         | 8400 |       | Қизилтепа         | 30500 |       | Қизилтепа                           | 73200 |        |
| 3 | «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ | Ишпихон           | 8600 | 9100  | Ишпихон           | 23900 | 25300 | Ишпихон                             | 57360 | 61720  |
|   |                               | Оқдарё            | 500  |       | Оқдарё            | 1400  |       | Оқдарё                              | 3360  |        |

|      |                                         |                |           |       |                |           |       |                |           |       |
|------|-----------------------------------------|----------------|-----------|-------|----------------|-----------|-------|----------------|-----------|-------|
| 4    | «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ | Пастда<br>рғом | 10<br>434 | 10934 | Пастда<br>рғом | 25<br>841 | 26841 | Пастда<br>рғом | 62<br>019 | 64419 |
|      |                                         | Нуробо<br>д    | 500       |       | Нуробо<br>д    | 1<br>000  |       | Нуробо<br>д    | 2<br>400  |       |
| Жами |                                         | 42 034         |           |       | 12 4541        |           |       | 299 899        |           |       |

\*Кластерлар маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

Олинган фойдани кластер таркибига кирувчи корхоналарнинг тайёр маҳсулотга қўшган ҳиссасига қараб мос равишда тақсимлаш механизмини жорий этиш натижалари бўйича амалга оширилган таҳилларимизда ўрганилаётган кластерларда пахта ҳосилдорлиги «Navbahor Tekstil» MChJ 8 (32-27)ц/га, «Baht-Textile» MChJ 5 ц/га, «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ +9 ц/га, «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ 9 ц/га(2,3-жадваллар) ошганлиги аниқланди.

2-жадвал

**Пахта-тўқимачилик кластерларида ўртача ҳосилдорлик таҳлили  
(2019-2022 йиллар, ц/га)\***

| № | Кластер номи                            | 2019 й | 2020 й | 2021 й | 2022 й | 2022 йил<br>2019 йилга<br>нисбатан |
|---|-----------------------------------------|--------|--------|--------|--------|------------------------------------|
| 1 | «Navbahor Tekstil» MChJ                 | 24     | 26     | 30     | 32     | +8                                 |
| 2 | «Baht-Textile» MChJ QK                  | 27     | 28     | 29     | 32     | +5                                 |
| 3 | «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ           | 27     | 28     | 32     | 36     | +9                                 |
| 4 | «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ | 27     | 30     | 34     | 36     | +9                                 |

\*Кластерлар маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

Кластерлар фаолиятини молиялаштириш тизимини такомиллаштириш мақсадида давлат жамғармаси кредит ресурслари ҳисобидан пахта хом ашёси етиштириш харажатларини молиялаштириш учун тижорат банклари орқали мақсадли кредитлар ажратиш ва ушбу кредит муддатида қайтарилмаганда уларга оширилган ставка бўйича фоиз ундириш тартибини белгилаш амалиётининг жорий этилиши натижасида «Navbahor Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластери “Агробанк” АТБдан 2021 йил 7,8 млрд. сўм; «Baht-Textile» MChJ QK пахта-тўқимачилик кластери “Агробанк” АТБдан 2021 йил 3,4 млрд. сўм; «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластери “Ўзсаноатқурилишбанк” АТБдан 2021 йил 44,5 млрд. сўм; «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластери “Асакабанк” АТБдан 2021 йил 115,0 млрд. сўм миқдорида кредит олиб, белгиланган тартиб ва муддатларда қайтаришган.

Шу билан бирга, кластерларнинг ташкилий-иқтисодий ва молиявий механизмлари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш ва кўрсаткичларни таҳлил қилиш услубиётини такомиллаштириш натижасида «Navbahor Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерига 2021 йилда 2,7 млрд. сўм давлат субсидияси ажратилиб, 2021 йилни 5,6 млрд. сўм, 2022 йилни эса 8,1 млрд. сўм; «Baht-Textile» MChJ QK пахта-тўқимачилик кластерига 2021 йилда 1,5 млрд. сўм давлат субсидияси ажратилиб, 2021 йилни 755,1 млн. сўм, 2022 йилни эса 911,8 млн. сўм; «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерига 2021 йилда 1,5 млрд. сўм давлат субсидияси ажратилиб, 2021 йилни 118,9 млн. сўм, 2022 йилни эса 245,8 млн. сўм фойда билан якунлаган (3-жадвал).

Кластерлар фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг комплекс кўрсаткичидан, яъни кластерлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш натижаларига кўра тизим корхоналари

**Пахта-тўқимачилик кластерларининг банклардан олган кредит ва давлат субсидияси маблағлари таҳлили (2021 йил, млрд. сўм)\***

| № | Кластер номи                            | Банк номи                  | Олинган кредит | Давлат субсидияси | Фойда, 2021 йилда | Фойда, 2022 йилда |
|---|-----------------------------------------|----------------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1 | «Navbahor Tekstil» MChJ                 | “Агробанк” АТБ             | 7,8            | 2,7               | 5,6               | 8,1               |
| 2 | «Baht-Textile» MChJ QK                  | “Агробанк” АТБ             | 3,4            | 1,5               | 0,755             | 0,911             |
| 3 | «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ           | “Ўзсаноатқури лишбанк” АТБ | 44,5           | 0,70              | 0,115             | 0,130             |
| 4 | «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ | “Асакабанк” АТБ            | 115,0          | 0,80              | 0,118             | 0,245             |

\*Кластерлар маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

**рейтингини аниқлаш ва рейтинг кўрсаткичлари асосида рағбатлантириш тартибидан фойдаланиш** натижасида «Navbahor Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластери тизимидаги корхоналарда ходимларнинг ойлик иш ҳақи миқдори 2022 йилда 2021 йилга нисбатан 1,5 бараварга, KPI (фаолият самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичи) тизимига ўтилган 2022 йилдан бошлаб эса корхоналар молиявий самарадорлиги 2019 йилга нисбатан 8,0 фоизга; «Baht-Textile» MChJ QK пахта-тўқимачилик кластери тизимидаги корхоналарда ходимларнинг ойлик иш ҳақи миқдори 2022 йилда 2021 йилга нисбатан 2 бараварга, KPI (фаолият самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичи) тизимига ўтилган 2022 йилдан бошлаб эса корхоналар молиявий самарадорлиги 2019 йилга нисбатан 4,0 фоизга; «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластери тизимидаги корхоналарда ходимларнинг ойлик иш ҳақи 2022 йилда 2021 йилга нисбатан 1,5 бараварга, KPI (фаолият самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичи) тизимига ўтилган 2022 йилдан бошлаб эса корхоналар молиявий самарадорлиги 2019 йилга нисбатан 12,0 фоизга; «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластери тизимидаги корхоналарда ходимларнинг ойлик иш ҳақи миқдори 2022 йилда 2021 йилга нисбатан 2,0 бараварга, KPI (фаолият самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичи) тизимига ўтилган 2022 йилдан бошлаб эса корхоналар молиявий самарадорлиги 2019 йилга нисбатан 6,0 фоизга ошган.

Шу билан бирга, кластерлар фаолиятига “Европа меморандуми” кўрсаткичи асосида баҳо бериш амалиётини қўллаш натижасида 2022 йилда «Navbahor Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерига 4,8 млн. АҚШ доллари, «Baht-Textile» MChJ QK пахта-тўқимачилик кластерига 2,5 млн. АҚШ доллари, «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерига 6,0 млн. АҚШ доллари, «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ пахта-тўқимачилик кластерига 8,0 млн. АҚШ доллари миқдоридаги чет эл инвестициялари жалб этилди (4-жадвал).

**Шунингдек, кластерларнинг ташкилий-иқтисодий ва молиявий механизмлари самарадорлиги таҳлилни такомиллаштириш учун қуйидагиларни тавсия қиламиз:**

кластерни бошқаришни юқори малакали мутахассислардан ташкил топган махсус мувофиқлаштурувчи кенгаш орқали амалга ошириш;

кластерни ўз ичига олган ҳудудда юқори самарали техника ва технологияларни ишлаб чиқиш, жорий этиш, илмий-амалий муаммолар ечимлари билан тегишли илмий-тадқиқот муассасалари, юқори малакали мутахассислар тайёрлаш олий ва ўрта махсус таълим муассасалари шуғулланиши;

бошқаришнинг кластер технологиясини жорий этиш юқори қўшимча қийматга эга бўлган маҳсулотлар тайёрлашни таъминланиши, ишлаб чиқариш харажатларини кескин қисқартирадиган энергия олиш, биогаз ишлаб чиқариш ва шунга ўхшаш бошқа технология-

**Пахта-тўқимачилик кластерлари тизимидаги корхоналарда ходимларнинг ойлик иш ҳақи миқдорининг ўсиши ва жалб этилган чет эл инвестицияси маблағлари таҳлили\***

| № | Кластер номи                            | Ходимлар ойлик иш ҳақи (2022 йилда 2021 йилга нисбатан) | Молиявий самарадорлик, 2022 йил 2019 йилга нисбатан, %да (KPI қўлланилгач) | Жалб этилган чет эл инвестициялари миқдори (2022 йил, млн. АҚШ доллари) |
|---|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 1 | «Navbahor Tekstil» MChJ                 | 1,5 баравар                                             | +8,0                                                                       | 4,8                                                                     |
| 2 | «Baht-Textile» MChJ QK                  | 2,0 баравар                                             | +4,0                                                                       | 2,5                                                                     |
| 3 | «Maroqand Sifat Tekstil» MChJ           | 1,5 баравар                                             | +12,0                                                                      | 6,0                                                                     |
| 4 | «Samarqand Kamalak Invest Tekstil» MChJ | 2,0 баравар                                             | +6,0                                                                       | 8,0                                                                     |

\*Кластерлар маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

ларни жорий қилиш ҳамда мажмуанинг барча бўғинларини ақлли машиналар тизими ёрдамида бошқариш имкониятини яратиши;

фойдани бир неча баробарга оширадиган ва мажмуа рақобатбардошлигини янада мустаҳкамлайдиган тизим яратилиши;

кластер сиёсатини амалга ошириш натижалари кластерни ташкил этувчи корхоналарнинг унумдорлиги ва инновацион фаоллигининг ўсиши, кичик ва ўрта бизнеснинг ривожланиши, тўғридан-тўғри инвестициялар ҳажмининг ўсиши, кластерга асосланган ҳудудларнинг барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланишига олиб келиши;

кластерларда ташкилий-иқтисодий самарадорликни баҳолаш учун молиявий, харидорлар, ички ишбилармонлик муҳити, таълим ва кадрлар салоҳиятини ошириш омиллардан фойдаланиш лозим.

**Хулоса ва таклифлар.** Кластерлар фаолиятида иқтисодий самарадорлик таҳлилинини такомиллаштириш учун ривожланган чет мамлакатлар тажрибасидан унумли фойдаланган ҳолда қуйидагиларни амалга ошириш лозим:

олинган фойдани кластер таркибига кирувчи корхоналарнинг тайёр маҳсулотга қўшган ҳиссасига қараб мос равишда тақсимлаш механизмининг жорий этиш;

давлат томонидан қўллаб-қувватлаш жамғармаларига имтиёзли кредитлар, субсидиялар ажратишга доир таклифлар киритиб бориш;

ташкилий-иқтисодий, молиявий механизмлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш ва кўрсаткичларни таҳлил қилиш услубиётини такомиллаштириш;

самарадорликни баҳолашнинг комплекс кўрсаткичидан фойдаланиш ва KPI баҳолаш усулини амалиётга татбиқ этиш;

кластерлар фаолиятига “Европа меморандуми” кўрсаткичи асосида баҳо бериш амалиётини йўлга қўйиш.

**Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси” тўғрисидаги ПФ-60-сон Фармони, 2022 йил 29 январь.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 12 февралдаги ПҚ-4186-сон “Тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноатини ислоҳ қилишни янада чуқурлаштириш ва унинг экспорт салоҳиятини кенгайтириш чора-тадбирлари тўғрисида” Қарори.

3. Dragičević, M., & Obadić, A. (2013). Klasteri i politike razvoja klastera [Clusters and cluster development policy]. Zagreb: Faculty of Economics University of Zagreb.
4. Обидов Р.Р. “Кластер тизимида харажатлар ҳисобини такомиллаштириш” мавзусида иқтисодий фанлари бўйича фалсафа доктори илмий даражаси учун ёзган диссертацияси автореферати. Т.: 2021й. 62 б.
5. Авлокулов А.З. “Молиявий натижалар ҳисоби ва аудити методологиясини такомиллаштириш” мавзусида иқтисодий фанлари доктори (DSc) илмий даражаси учун диссертация автореферати. Т.: 2019 й. 120 б.
6. Абдурахмонов Қ.Х. “Меҳнат иқтисодиёти”. Дарслик, «Меҳнат» - 2009. -512 б.
7. Бурменко Т.Д. Экономика сферы услуг (Вводный курс) / Т.Д.Бурменко. –Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2004. – С.37-38.
8. Божья-Воля А.А. Система оценки и стимулирование результативности деятельности государственных служащих: Автореф. дис... канд. экон. наук. – М., 2012. – С. 4.
9. Qianqian Gu, Kang Zhao. An Empirical Research on the Performance Assessment of Chinese Civil Servants // International Conference on Logistics Engineering, Management and Computer Science (LEMCS 2015). – Pp. 768-776. – Access mode: <https://doi.org/10.2991/lemcs-15.2015.151>.
10. Маматов Ш. Самарадорликни баҳолаш: қадимий ва замонавий мезон. – Кириш режими: [http:// biznes-daily.uz/ru/gazeta-birja/45160-samaradorlikni-baholash-qadimiy-va-zamonaviy-mezon](http://biznes-daily.uz/ru/gazeta-birja/45160-samaradorlikni-baholash-qadimiy-va-zamonaviy-mezon).
11. Saidov M.H., Ochilov I.S. (2023). Improving the analysis of the financial stability of clusters in the process of transformation. Monograph. "Zebo print" publishing house. Tashkent: 2023. – 152 pages.
12. Очилов И.С. (2023). Трансформация ва рақамли иқтисодий шароитида агрокластерлар самарадорлиги таҳлилини такомиллаштириш. Монография. “O‘zkitob savdo nashriyot matbaa ijodiy uyi” нашриёти. Тошкент: 2022. –Б 172.
13. Очилов И.С. (2023). Хизмат кўрсатиш кластерларининг ташкилий-иқтисодий ва молиявий самарадорлиги таҳлили. Agroiqtisodiyot, N1 [27] 2023, Б.151-152.

| И.Очилов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | I.Ochilov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Анализ показателей экономической эффективности деятельности кластеров</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В созданных в нашей стране кластерах выбрана стратегия снижения себестоимости продукции, увеличения прибыли и достижения финансовой устойчивости. По этой причине в статье проанализированы показатели экономической эффективности деятельности кластеров и предложены научно-практические рекомендации.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> организационно-экономическая, деятельность кластеров, повышение эффективности, хлопково-текстильные кластеры, государственная субсидия, банковский кредит, рейтинговый индекс, оценка эффективности, анализ показателей.</p> | <p><b>Analysis of indicators of economic efficiency of cluster activities</b></p> <p><b>Abstract:</b> In the clusters created in our country, a strategy has been chosen to reduce production costs, increase profits and achieve financial stability. For this reason, the article analyzes the indicators of economic efficiency of clusters and gives scientific and practical recommendations.</p> <p><b>Keywords:</b> organizational and economic, cluster activity, efficiency improvement, cotton-textile clusters, state subsidy, bank loan, rating index, performance evaluation, analysis of indicators.</p> |

**Юсуф Ибрагимович Турдибеков** – Самарқанд давлат архитектура-қурилиш университети катта ўқитувчиси

## АВТОТРАНСПОРТ ВОСИТАЛАРИНИ БАҲОЛАШ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ХАРАЖАТ ЁНДАШУВИ МЕТОДИКАСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

**Аннотация:** Ушбу мақолада автотранспорт воситалари хизматларининг харажат ёндашуви усуллари ўрганилди ва харажат ёндашуви методикасини такомиллаштириш бўйича таклифлар тақдим қилинди.

**Калит сўзлар:** автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматлари; харажат ёндашуви; жисмоний эскириш; функционал эскириш; ташқи эскириш; бозор қиймати.

**Кириш.** Ўзбекистонда автомобиллаштириш даражаси ошиб бориши натижасида баҳолаш хизматлари турларидан бири – автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматлари

бўлган эҳтиёж ошиб бормоқда. Автотранспорт воситалари бугунги кунда иқтисодий муносабатлар айланмасига кўпроқ жалб қилинмоқда. Автотранспорт воситалари савдо объекти сифатида, кредит муносабатларида гаров сифати, суғурта объекти сифатида, устав фондига улуш сифатида, ижара объекти сифатида, лизинг объекти сифатида фойдаланилмоқда ва бунда уларнинг қиймати тўғрисидаги ахборотга талаб юзага келади. Бу хизматни автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматлари кўрсатади. Бунда улар баҳолашнинг харажат, даромад ва қиёсий ёндашувларидан фойдаланишади. Ушбу мақолада автотранспорт воситаларини баҳолашда қўлланиладиган харажат ёндашувининг усулларини такомиллаштириш масаласига эътибор қаратилган.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Автотранспорт воситаларининг қийматини баҳолашда қўлланиладиган баҳолаш ёндашувлар бугунги кунда илмий жиҳатдан тўлиқ ўрганиб чиқилмаган. Бу соҳа бўйича Ю.В.Адрианов [3], А.Н.Асаул [4], А.В.Юдин [5] каби россиялик олимлар автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматларининг айрим жиҳатларини такомиллаштириш бўйича ўз фикрларини беришган, лекин уларнинг ишларида харажат ёндашувининг барча усулларининг моҳияти тўлиқ очиб берилмаган. Харажат ёндашувининг кўпгина усуллари мавжуд, лекин автотранспорт воситаларининг ўзига хос жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда уларнинг баъзиларидан автотранспорт воситаларини баҳолашда фойдаланиш мумкин.

**Тадқиқот методологияси.** Автотранспорт воситалари қийматини харажат ёндашуви асосида баҳолаш жараёнида қўлланиладиган усуллар тадқиқ қилинганда индукция ва дедукция, анализ ва синтез, мантикий ёндашув, статистик кузатиш, қиёсий таҳлил каби усуллардан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Автотранспорт воситаларини баҳолашнинг харажат ёндашувида қуйидаги усуллардан фойдаланилади<sup>1</sup>:

- 1) алмаштириш усули;
- 2) турдош объект баҳоси бўйича ҳисоблаш усули;
- 3) элементма-элемент ҳисоблаш усули;
- 4) индексациялаш усули.

Автотранспорт воситасининг харажат ёндашуви асосида қолдиқ қиймати қуйидаги ифодадан аниқланади [6]:

$$C_{\text{қол}} = C \times \left(1 - \frac{\mathcal{E}_{\text{жам}}}{100}\right), (1)$$

бу ерда:  $C$  – янги автотранспорт воситасининг етказиб беришга транспорт харажатлари ва божхона божларини ҳисобга олган ҳолдаги таклиф баҳоси сифатидаги тиклаш қиймати;  $\mathcal{E}_{\text{жам}}$  – жамланган эскириш.

**Алмаштириш усули** аналог (ўхшаш) объектлар баҳоси тўғрисидаги ахборотдан (шартнома баҳоси ёки таъминотчиларнинг таклиф нархлари тўғрисидаги ахборотдан) фойдаланиб қўлланилади.

Аналог (ўхшаш) объектларнинг шартнома ёки таклиф баҳосига тузатишларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- техник, функционал тавсифларига, жиҳозланиши ва бошқа жиҳатлари бўйича фарқларга қараб тузатиш киритиш;
- транспорт, шартномани расмийлаштириш, солиқ, бож ва бошқа йиғимларга қараб тузатиш киритиш;
- аналог объектнинг жойлашган манзилига қараб тузатиш киритиш ва ҳ.к.

Алмаштириш усулида автотранспорт воситасининг тиклаш қийматини қуйидагича баҳолаймиз [2]:

$$C_{\text{т}} = C_{\text{ст.к.авт}} \pm T_1 \pm T_2 \pm T_3 \pm \dots \pm T_n, (2)$$

бу ерда:  $C_{\text{ст.к.авт}}$  – стандарт комплектацияга эга автотранспорт воситаси баҳоси, сўм;  $T_1, T_2, T_3, \dots, T_n$  – аналог объект баҳосига киритиладиган тузатишлар (жиҳозланиш, жойлашган манзили, транспорт, шартномани расмийлаштириш, солиқ, бож ва бошқа

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Ягона миллий баҳолаш стандарти, Т., 2020. <https://lex.uz/docs/4842496>

йиғимлар, шартнома тузилган санаси ва ҳ.к.), сўм.

**Турдош объект баҳоси бўйича ҳисоблаш усули** баҳоланаётган автотранспорт воситасининг русумига ўхшаш аналоглар тўғрисида бозор маълумотлари топилмаганда қўлланилади, бунда ушбу автотранспорт воситаси гуруҳига кирувчи, барча параметрлари бир-бирига ўхшаш бўлган турдош автотранспорт воситасининг баҳосидан фойдаланилади.

Турдош объектнинг тўлиқ ишлаб чиқариш таннархини аниқлашда қуйидаги формуладан фойдаланилади [2]:

$$C_{\text{то.т}} = \frac{(1-K_{\text{кс}}) \cdot (1-H_{\text{фс}}-K_{\text{р}}) \cdot B_{\text{то}}}{(1+K_{\text{кс}}) \cdot (1-H_{\text{фс}})}, \quad (3)$$

бу ерда:  $C_{\text{то.т}}$  – турдош объектнинг тўлиқ ишлаб чиқариш таннархи, сўм;  $B_{\text{то}}$  – турдош объект баҳоси, сўм;  $K_{\text{кс}}$  – қўшилган қиймат солиғи ставкаси;  $H_{\text{фс}}$  – фойда солиғи ставкаси;  $K_{\text{р}}$  – рентабеллик кўрсаткичи.

Сўнгра баҳолаш объектнинг тўлиқ таннархи қуйидаги формула ёрдамида ҳисоблаб чиқилади [2]:

$$C_{\text{т}} = C_{\text{то.т}} \cdot \left(\frac{G_{\text{о}}}{G_{\text{то}}}\right) \cdot \left(\frac{K_{\text{с}}}{K_{\text{с/о}}}\right), \quad (4)$$

бу ерда:  $C_{\text{т}}$  – баҳолаш объектнинг тўлиқ ишлаб чиқариш таннархи;  $G_{\text{о}}$  – баҳоланаётган объектнинг асосий тавсифи кўрсаткичи;  $G_{\text{то}}$  – турдош объектнинг асосий тавсифи кўрсаткичи;  $K_{\text{т}}$  – баҳоланаётган объектни ишлаб чиқаришнинг туркумилиги коэффиценти;  $K_{\text{т/о}}$  – турдош объектни ишлаб чиқаришнинг туркумилиги коэффиценти.

Шундан сўнг баҳолаш объектнинг такрор ишлаб чиқариш тўлиқ қиймати (тиклаш қиймати) қуйидаги формула ёрдамида аниқланади [2]:

$$C_{\text{тқ}} = \frac{(1-H_{\text{фс}}) \cdot C_{\text{т}}}{1-H_{\text{фс}}-K_{\text{р}}}, \quad (5)$$

**Элементма-элемент ҳисоблаш усули**дан фойдаланганда, дастлаб, баҳолаш объектнинг бутловчи қисмлари рўйхати тузилади ва бутловчи қисмлар баҳоси тўғрисида ахборот тўпланади. Олинган ахборотлар асосида баҳолаш объектнинг тўлиқ таннархи қуйидаги формула ёрдамида аниқланади [2]:

$$C_{\text{т}} = \sum H_{\text{з}} + \text{ТХ}, \quad (6)$$

бу ерда:  $C_{\text{т}}$  – баҳолаш объектнинг тўлиқ таннархи;  $H_{\text{з}}$  – бутловчи қисмнинг баҳоси; ТХ – тайёрловчи томонидан амалга оширилган харажатлар (йиғиш харажатлари, ишчиларнинг иш ҳақиси ва б.).

Баҳолаш объектнинг тиклаш қиймати (5) формула ёрдамида аниқланади.

**Индексациялаш усули** статистика органлари белгилайдиган нархларнинг қимматлашиш индексини қўллаш орқали амалга оширилади [2]:

$$C_{\text{тқ}} = C_{\text{б}} \cdot I, \quad (7)$$

бу ерда:  $C_{\text{б}}$  – объектнинг базавий қиймати;  $I$  – нархларнинг қимматлашуви индекси (индекслари).

Баҳолаш масалаларига нисбатан қўлланилганда **эскириш** объектнинг эксплуатация ёки узоқ вақт сақлаш, илмий-техник тараққиёт ва умумий иқтисодий вазият жараёнида ўз қийматининг йўқолиши тушунилади. Ушбу барча омилларни ҳисобга олган ҳолда аниқланган эскириш жамланган эскириш деб аталади ва қуйидаги формула бўйича аниқланади [6]:

$$\mathcal{E}_{\text{жам}} = \left(1 - \left(1 - \frac{\mathcal{E}_{\text{жис}}}{100}\right) \left(1 - \frac{\mathcal{E}_{\text{функ}}}{100}\right) \left(1 - \frac{\mathcal{E}_{\text{ик}}}{100}\right)\right) \times 100, \quad (8)$$

бу ерда:  $\mathcal{E}_{\text{жис}}$  – жисмоний эскириш;  $\mathcal{E}_{\text{функ}}$  – функционал эскириш;  $\mathcal{E}_{\text{ик}}$  – иқтисодий (ташқи) эскириш.

**Жисмоний эскириш** ( $\mathcal{E}_{\text{жис}}$ ) микдори турли усуллар ёрдамида аниқланади<sup>1</sup>:

- асосий параметрларнинг ёмонлашиши усули;
- меъёрий эскириш усули;
- эскиришни ҳисоблашнинг бевосита усули;

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Ягона миллий баҳолаш стандарти, Т., 2020. <https://lex.uz/docs/48424>

- ўртача ҳисобланган эскириш усули;
- ёши ва эксплуатация бошидан босиб ўтган масофани ҳисобга олган усули;
- эксперт усули.

**Асосий параметрнинг ёмонлашиши усули**да жисмоний эскиришни аниқлашда баҳолаш объектига хос маълум бир фойдаланиш параметрининг (энергия самарадорлиги, иш унумдорлиги, қуввати ва ҳ.к.) ёмонлашиши эътиборга олинади [2]:

$$\mathcal{E}_{\text{жис}} = 1 - \left(\frac{X}{X_0}\right)^n, \quad (9)$$

бу ерда:  $X_0$ ,  $X$  – баҳолаш объектининг дастлабки (янги) ва баҳолаш пайтидаги асосий параметри кўрсаткичлари;  $n$  – баҳолаш объекти қийматига асосий параметрнинг таъсир кучини ифодаловчи даража кўрсаткичи (0,6 - 0,8).

**Меъёрий эскириш усули**да баҳолаш объектининг ҳақиқатдаги хизмат муддати меъёрий (норматив) муддатига бўлиш орқали жисмоний эскириш ҳисобланилади [2]:

$$\mathcal{E}_{\text{жис}} = \frac{T_{\text{сам}}}{T_{\text{н}}} * 100\%, \quad (10)$$

бу ерда:  $T_{\text{сам}}$  – баҳолаш объектининг баҳолаш санасидаги ҳақиқатдаги хизмат муддати (ишлаган вақти), йил ёки соат;  $T_{\text{н}}$  – меъёрий (норматив) хизмат муддати, йил ёки соат.

**Жисмоний эскиришни ўлчашнинг бевосита усули**да жисмоний эскиришни бартараф қилиш учун зарур бўлган харажатлари суммаси янги (аналог) объектнинг қийматига бўлинади [2]:

$$\mathcal{E}_{\text{жис}} = \frac{C_p}{C_a} * 100\%, \quad (11)$$

бу ерда:  $C_p$  – жисмоний эскиришни бартараф қилиш учун зарур бўлган харажатлар суммаси, сўм;  $C_a$  – янги аналогнинг қиймати, сўм.

**Ўртача ҳисобланган эскириш усули**да баҳолаш объекти алоҳида конструктив элементларининг баҳолаш объекти умумий қийматидаги салмоғини ҳисобга олган ҳолда ҳақиқатдаги ҳолати бўйича эскириш даражаси аниқланади. Ушбу усулдан ишлаб чиқарувчи корхона техник ҳужжатларига мувофиқ автотранспорт воситасининг алоҳида конструктив элементлари салмоқларининг меъёрлари мавжуд бўлган тақдирда фойдаланиш мумкин. Баҳолаш объекти жисмоний эскириш қуйидаги формула ёрдамида аниқланади [2]:

$$\mathcal{E}_{\text{жис}} = \sum_{i=1}^n a_i \mathcal{E}_{\text{жис } i}, \quad (12)$$

бу ерда:  $\mathcal{E}_{\text{жис } i}$  – баҳолаш объекти  $i$ -конструктив элементининг жисмоний эскириши, фоиз;  $a_i$  – бутун баҳолаш объектининг таннархида  $i$ - конструктив элементи таннархининг салмоғи (коэффициент);  $n$  – баҳолаш объекти конструктив элементларининг сони.

**Ёши ва эксплуатация бошидан босиб ўтган масофани ҳисобга олган усули** норматив-техник ҳужжатлар асосида ҳисобдан чиқарилгунгача бўлган норматив босиб ўтган йўл (хизмат муддати) белгиланмаган автотранспорт воситалари учун жисмоний эскиришни баҳолаш учун фойдаланилганда мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Автотранспорт воситаларининг ёши ва эксплуатация бошидан босиб ўтган масофани ҳисобга олган жисмоний эскириш қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади [6]:

$$\mathcal{E}_{\text{жис}} = 100(1 - e^{-\Omega}), \quad (13)$$

бу ерда:  $\Omega$  – автотранспорт воситаларининг эксплуатация бошидан ёши ва ҳақиқий босиб ўтган йўлига боғлиқ бўлган функция.

Турли транспорт воситалари учун  $\Omega$  функциясининг кўриниши 1-жадвал асосида аниқланади:

**Эксперт усули** автотранспорт воситаларининг жисмоний ҳолатини аниқлаш учун эксперт-мутахассиснинг олдиндан белгиланган баҳолаш шкаласига мос субъектив фикридан фойдаланишга асосланади. Ишончлилиқ даражасини ошириш учун, одатда, эскириш даражасини аниқловчи бир неча экспертлар жалб қилинади. Жисмоний эскириш даражаси бу усулда қуйидаги формула ёрдамида аниқланади [6]:

Турли автотранспорт воситалари учун  $\Omega$  функциясининг кўриниши [6]

| №  | Автотранспорт воситасининг тури                                | $\Omega$ боғлиқлик кўриниши                 |
|----|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 1  | 2                                                              | 3                                           |
| 1  | Миллий енгил автомобиллар                                      | $\Omega = 0,07 T_{\phi} + 0,0035 L_{\phi}$  |
| 2  | Миллий бортли юк автомобиллари                                 | $\Omega = 0,1 T_{\phi} + 0,003 L_{\phi}$    |
| 3  | Россия шатакчи-автомобиллари                                   | $\Omega = 0,09 T_{\phi} + 0,002 L_{\phi}$   |
| 4  | Россия ағдарма-машиналари                                      | $\Omega = 0,15 T_{\phi} + 0,0025 L_{\phi}$  |
| 5  | Россия махсус автотранспорт воситалари                         | $\Omega = 0,14 T_{\phi} + 0,002 L_{\phi}$   |
| 6  | Россия автобуслари                                             | $\Omega = 0,16 T_{\phi} + 0,001 L_{\phi}$   |
| 7  | Европада ишлаб чиқарилган енгил автомобиллар                   | $\Omega = 0,05 T_{\phi} + 0,0025 L_{\phi}$  |
| 8  | Америкада ишлаб чиқарилган енгил автомобиллар                  | $\Omega = 0,055 T_{\phi} + 0,003 L_{\phi}$  |
| 9  | Осиёда (Япониядан ташқари) ишлаб чиқарилган енгил автомобиллар | $\Omega = 0,065 T_{\phi} + 0,0032 L_{\phi}$ |
| 10 | Японияда ишлаб чиқарилган енгил автомобиллар                   | $\Omega = 0,045 T_{\phi} + 0,002 L_{\phi}$  |
| 11 | Чет элда ишлаб чиқарилган юк автомобиллари                     | $\Omega = 0,09 T_{\phi} + 0,002 L_{\phi}$   |
| 12 | Чет элда ишлаб чиқарилган автобуслар                           | $\Omega = 0,12 T_{\phi} + 0,001 L_{\phi}$   |

**Изоҳ:**  $T_{\phi}$  – баҳолаш санасидаги автотранспорт воситаларининг ҳақиқатдаги ёши, йиллар;  $L_{\phi}$  – эксплуатация бошидан баҳолаш санасигача бўлган автотранспорт воситаларининг ҳақиқий босиб ўтган йўли, минг км (мотосоат).

$$\mathcal{E}_{\text{жис}} = \sum \mathcal{E}_{\text{жис } i} \times a_i, \quad (14)$$

бу ерда:  $\mathcal{E}_{\text{жис}}$  –  $i$ -чи экспертнинг эскириш баҳоси;  $a_i$  –  $i$ -чи эксперт фикрининг аҳамиятлилик (вазн) коэффиценти. Экспертлар фикрининг вазнлиги  $\sum a_i = 1$  шартидан келиб чиқиб аниқланади.

**Функционал эскириш**ни аниқлашда турли сифат белгиларини бирлаштирувчи сифатнинг ялпи кўрсаткичини танлаш тавсия қилинади: ишончлилик, узоқ муддатлилик, дизайн, эксплуатацияда тежамлилик ва бошқалар. Хомаки баҳолаш учун функционал эскириш коэффиценти автотранспорт воситаларининг ёшига боғлиқлигини инобатга олинишига рухсат берилади. Функционал эскиришни қуйидаги формула бўйича аниқлаш тавсия қилинади [2]:

$$\mathcal{E}_{\text{функ}} = \left[ 1 - \left( \frac{P_0}{P_{\text{ан}}} \right)^n \right] \times 100, \quad (15)$$

бу ерда:  $P_0$  – баҳолаш объектининг иш унумдорлиги кўрсаткичи (натурал бирликларда ёки пул ифодасида);  $P_{\text{ан}}$  – функционал такомиллашган янги аналогнинг иш унумдорлиги кўрсаткичи (натурал бирликларда ёки пул ифодасида);  $n$  – баҳолаш объекти қийматига таъсир кучини ифодаловчи қўлланилаётган параметрнинг даража кўрсаткичи (0,6 – 0,8).

**Ташқи (иктисодий) эскириш** – автотранспорт воситаси эксплуатация қилинаётган ташқи муҳит ушбу автотранспорт воситасининг фойдали потенциалидан фойдаланишнинг чегаралаш шароитида автотранспорт воситаси қийматининг пасайиши. Автотранспорт воситасининг ишлаб чиқариш қувватидан объектив вужудга келувчи ва доимий фойдаланмасликдан қийматининг пасайиш даражасини кўрсатувчи иктисодий эскириш коэффиценти қуйидаги формула бўйича ҳисобланади [6]:

$$\mathcal{E}_{\text{ик}} = 1 - \frac{Q_{\text{ич}}}{Q_{\text{сич}}}, \quad (16)$$

бу ерда:  $Q_{\text{ич}}$  – замонавий иктисодий шароитларда объектив юзага келган баҳоланаётган автотранспорт воситаси ёрдамида таъминланадиган энг юқори имкониятли маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми;  $Q_{\text{сич}}$  – баҳоланаётган автотранспорт воситасининг самарали ишлаб чиқариш қуввати.

Эскиришни аниқлаш тартибини тўғри танлаш баҳолашда жиддий хатолардан қочишга имкон беради, бунда эскиришнинг қайсидир тури етарлича асосларга эга бўлмаса,

умуман ҳисобга олинмайди ёки икки марта ҳисобга олинади – бевосита ва билвосита аниқланганда.

**Хулоса ва таклифлар.** Хулоса қилиб айтиш мумкинки, автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматлари билан бугунги кунда кўплаб мутахассис-баҳоловчилар шуғулланишади, лекин уларда автотранспорт воситаларини баҳолаш бўйича умумий методика ва стандарт ишлаб чиқилмаганлиги сабабли баҳолаш хизматларини кўрсатишда тушунмовчиликлар, камчиликлар ва усулларни қўллаш бўйича муаммоларга дуч келишмоқда. Уларнинг муаммоларига ечим сифатида автотранспорт воситаларини баҳолашнинг ушбу харажат ёндашуви методикасини таклиф қилдим. Бу билан бу соҳада юзага келаётган фарқланиш ва тушунмовчиликларга барҳам бериларди деб ўйлайман.

Автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматлари соҳасида мавжуд муаммоларнинг ечими бўйича бир қатор таклифларни бермоқчиман:

1) Автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматларининг стандарти ва методикаси яратилиши лозим, чунки баҳолашнинг стандарт ва методикаси бўлмаса, бу соҳада бетартиблик, тизимсизлик, адолатсизлик авж олади. Соҳани назорат қилиш учун, авваламбор, тизим ва меъёрий-ҳуқуқий асос яратилиши керак.

2) Автотранспорт воситалари тўғрисидаги маълумотларни ўзида жамлаган ягона ахборот базасини яратиш лозим, чунки ҳозирга қадар бундай база мавжуд эмас ва баҳоловчилар ўзларига зарур бўлган ахборотларни излаб топиш учун жуда кўп вақтларини сарфлашмоқда.

3) Автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматларини рақамлаштириш зарур, чунки бу замон талаби. Баҳолаш хизматларини автоматлаштириш орқали баҳоловчиларнинг вақти тежаллади, харажатлар қисқаради, хизмат нархи арзонлашади, олинadиган фойда миқдори ошади, хизмат кўрсатиш жараёни тезлашади, шунингдек мижозлар билан онлайн алоқа қилиш имконияти яратилади.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. “Баҳолаш фаолияти тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни, Т., 1999. <https://www.lex.uz/docs/24703>
2. Ўзбекистон Республикаси Ягона миллий баҳолаш стандарти, Т., 2020. <https://lex.uz/docs/4842496>
3. Андрианов Ю.В. Оценка транспортных средств. – М.: Дело, 2002. – 488 с.
4. Асаул А. Н., Старинский В. Н., Бездудная А. Г., Старовойтов М. К. Оценка собственности. Оценка машин, оборудования и транспортных средств: Учебник. под ред. засл. деятеля науки РФ, д-ра экон. наук, профессора А. Н. Асаула. - СПб.: АНО «ИПЭВ», 2011.-287с.
5. Юдин А.В. Оценка стоимости транспортных средств. – М., Московская финансово-промышленная академия, 2005. – 75 с.
6. Ғаниев К.Б., Сафин Ф.Г., Турдибеков Ю.И., Ганиева Ф.К. Автотранспорт воситалари ва қурилиш машиналарини баҳолаш бўйича услубий тавсиялар. – Т.: “Baktria press” нашриёти, 2021. – 160 б.

| Ю.Турдибеков                                                                                                                                                                                      | Yu.Turdibekov                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Совершенствование методики затратного подхода оценочных услуг автотранспортных средств</b>                                                                                                     | <b>Improving the methodology of the cost approach of appraisal services of motor vehicles</b>                                                                                                |
| <b>Аннотация:</b> В данной статье рассматриваются методы затратного подхода оценочных услуг автотранспортных средств и предлагаются предложения по совершенствованию методики затратного подхода. | <b>Abstract:</b> This article discusses the methods of the cost approach for appraisal services of motor vehicles and offers suggestions for improving the methodology of the cost approach. |
| <b>Ключевые слова:</b> оценочные услуги автотранспортных средств, затратный подход, физический износ, функциональный износ, внешний износ, рыночная стоимость.                                    | <b>Keywords:</b> appraisal services of motor vehicles, cost approach, physical wear, functional wear, external wear, market price.                                                           |

Юлдуз Шарафиддиновна Рахмонова – СамИСИ мустақил тадқиқотчиси

## ИНВЕСТИЦИЯВИЙ КЎЧМАС МУЛКНИ ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАР АСОСИДА ТАН ОЛИШ МАСАЛАЛАРИ

**Аннотация:** Ушбу мақолада инвестициявий кўчмас мулкларни тан олиш қоидалари келтирилган. Тан олиш қоидаларини қўллашнинг уч босқичдан иборат услубий тартиби ишлаб чиқилган. Қийматининг ошиши ҳамда ишончли баҳолашларга очиқлашлар келтирилган. Инвестициявий мулклар харид қилинганда тан олиш ҳамда унинг натижаларини бухгалтерия счётларида акс эттириш тартиби, шунингдек “Инвестициявий кўчмас мулк” счётини очиш таклиф этилган.

**Калит сўзлар:** инвестициявий кўчмас мулк, адолатли қиймат, бошланғич таннархи, активдан фойдаланиш ҳукуки, молиявий ҳисобот.

**Кириш.** Мамлакатимизда ислохотлар жадал суръатлар билан олиб борилмоқда. Ишлаб чиқариш қувватини ошириш, кўчмас мулклардан самарали фойдаланиш, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, корхоналарнинг экспорт потенциалини ошириш кун тартибидаги масалалардир. Бу ўз навбатида хорижий инвесторларни кенг жалб қилишни тақозо этади. Хорижий инвестициялар ҳажмини ошириш ва улардан самарали фойдаланиш мақсадида хорижий компаниялар брендларини жалб қилиш ва халқаро стандартларга риоя қилиш ўта муҳим аҳамият касб этади.

2022 — 2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясида “Давлат-хусусий шериклик асосида энергетика, транспорт, соғлиқни сақлаш, таълим, экология, коммунал хизматлар, сув ҳўжалиги ва бошқа соҳаларга 14 миллиард АҚШ долларга тенг инвестиция жалб этиш” [1] вазифасининг қўйилиши ҳам инвестициявий жозибадорликни оширишни тақозо этади. Инвестициявий муҳитни яхшилашда энг муҳим омиллардан бири бу Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари (МХХС)ни жорий ҳисобланади.

Бугунги кунда бизнинг амалиётимизда қўлланилмай келган стандартлардан бири бу 40-сон БХМС “Инвестициявий кўчмас мулк” стандартидир [2]. Ўзбекистонда халқаро стандартлар асосида инвестициявий кўчмас мулкларни (ИКМ) тан олиш ва баҳолашнинг услубий жиҳатларини очиб бериш, уларни амалиётда қўллаш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш ўз ечимини тўлиқ топмаган. Бу эса ИКМларни халқаро стандартларга мувофиқ тан олиш ва баҳолаш масалаларини тадқиқ этишни тақозо этади.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Мамлакатимизда инвестициявий мулкни тан олиш, баҳолаш ва ҳисоботларда акс эттиришнинг услубий масалалари олимларимиз томонидан ўрганилиб келинмоқда. А.З. Авлоқулов [4] “Иқтисодий эркинлаштириш шароитида инвестицион мулк ҳисоби ва аудитини такомиллаштириш” мавзусида 2007 йили номзодлик диссертацияси ёқлаган. С.Н. Ташназаров [6] томонидан “Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари” дарслигида ИКМни тан олиш масалалари ёритилган. Робин Джойс [5] Россия молия академияси гранти бўйича банкларда инвестициявий мулкларни ҳисобга олишга доир ўқув қўлланмасини 2017 йили нашр эттирган. Ўзбеки тилида Татьяна Шолунова [7] томонидан “Инвестициявий мулкка бошқача назар” деб номланган мақоласи чоп эттирилган. Таҳлиллар шунини кўрсатадики, ўзбек тилида чоп эттирилган мақолалар ҳиссаси кам. Бу эса инвестициявий кўчмас мулкларни тан олишнинг илмий асосларини ёритиб берувчи мақолалар чоп эттиришни зарурият қилиб қўяди.

Ўзбекистонда жорий қилиниши мўлжалланган Молиявий ҳисоботнинг миллий стандартлари (МХМС) янги лойиҳасида “Инвестиция кўчмас мулки - бу қуйидаги мақсадларни истисно қилган ҳолда, ижара тўловларини олиш ёки капитал қийматининг ошиши ёки ҳар икки мақсад учун мўлжалланган (кўчмас мулк эгаси томонидан ёки молиявий ижара шартномаси бўйича ижарачи томонидан тутиб туриладиган) кўчмас мулк (ер ёки бино ёки бинонинг бир қисми ёки ҳар иккаласи): (а) ишлаб чиқариш ёки товарлар етказиб бериш ёки хизматлар кўрсатишда, ёки маъмурий мақсадларда фойдаланиладиган; ёки (б) одатдаги фаолият доирасида сотиш учун мўлжалланган” [3] деб таъриф келтирилган.

40-сон БХХС “Инвестициявий кўчмас мулк” стандартига мувофиқ инвестициявий кўчмас мулкни тан олишнинг умумэтироф этилган қоидалари белгиланган: инвестициявий

кўчмас мулкка берилган таърифга жавоб бериши керак; ИКМлардан иқтисодий наф олиш эҳтимоли мавжуд бўлади; унинг қийматини ишончли баҳолаш мумкин [2]. Ушбу қоидаларнинг услубий қўлланилишини тадқиқ этиш муҳим аҳамият касб этади.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот давомида таҳлил ва синтез, илмий абстракция, танқидий ёндашув, монографик кузатув, иқтисодий таҳлил, статистика ва бухгалтерия ҳисоби усулларидан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** ИКМни тан олишнинг услубиётига доир масалаларни кўриб ўтамиз.

*Stainless-Steel МЧЖ корхонаси 2023 йил 1 январдан асосий воситалар гуруҳига кирган бошланғич қиймати 2 450 680 минг сўм бўлган бинони одатдаги фаолиятида фойдаланишини кўзда тутмасдан, балки келгусида қиймати ошишидан даромад олиш учун мўлжалланганлигини эътироф этди. Сўнгги таҳлиллар шуни кўрсатадики, бозорда айнан шу бино жойлашган ҳудудда ер ва биноларнинг нархи ошиши кузатилмоқда. Лекин, қонунчиликка мувофиқ бино остидаги ерни хусусий мулк объекти сифатида баҳолаш имконияти бўлмади. Ушбу бино инвестициявий кўчмас мулк сифатида тан олинадими?*

ИКМ сифатида тан олинishi учун юқоридаги учта мезондан текширувдан ўтказилиши керак ва бир вақтнинг ўзida учта мезон талабларига жавоб бериши керак.

**Биринчи босқич.** ИКМ таърифи талабларига жавоб бериши. Мазкур бино ИКМга берилган таъриф талабларига жавоб беради. Чунки у фойдаланиш учун ва сотиш учун мўлжалланмаган. Қийматининг ошиши натижасида даромад олишга мўлжалланган.

**Иккинчи босқич.** Унинг қийматининг келгусида ошиши эҳтимоли юқори, яъни юқори эҳтимол билан унинг қиймати ошади ва корхона иқтисодий наф олади.

**Учинчи босқич.** Мазкур бинони ишончли баҳолаш имконияти мавжуд. Унинг бошланғич қиймати 2 450 680 минг сўмни ташкил этади. Буни ишончли баҳолаш деб қабул қилиш мумкин. Бино остидаги ернинг баҳоланмаганлиги ва хусусий мулк сифатида тан олинмаганлиги бинони ИКМ сифатида тан олишини инкор қилмайди.

*Эл холдинг компанияси 15 йиллик ижара шартномаси бўйича бошқа ташкилот биносидан 160 м<sup>2</sup> цех-бўлимни субижарага бериш учун ижарага олади. Активдан фойдаланиш ҳуқуқи 978 725 минг сўм деб баҳоланган. Бу цех-бўлим ижарага берувчи корхона ишлаб чиқариш биносининг таркибий қисми ҳисобланади. Компания ушбу цех қисқа муддатли перспективада операцион ижарага беради. Активдан фойдаланиш ҳуқуқини инвестициявий мулк сифатида тан олиш мумкинми?*

Юқоридаги қадамларда учта мезон талабларига мувофиқлигини текшириб чиқамиз.

Биринчи босқич, ушбу кўчмас мулк узоқ муддатли ижарага олинган. Молиявий ижара сифатида баҳолаш мумкин. Ижара муддати 15 йил. Стандартларга мувофиқ активдан фойдаланиш ҳуқуқи дейилганда, ижарачининг ижара муддати давомида базовой активдан фойдаланиш ҳуқуқи тушунилади. Активдан фойдаланиш ҳуқуқи субижара берилган. Қайта ижара бериш операцион ижара шаклида амалга ошган. Операцион ижарадан даромад олиш кўзда тутилган. Фойдаланиш учун ёки соиш учун мўлжалланмаган.

Иккинчи босқич, ижарадан даромад олиш эҳтимоли мавжуд. Чунки, ижарачи билан шартнома тузилган. Шунинг учун юқори эҳтимол билан даромад олинади.

Учинчи босқич, молиявий ижара бўйича олинган 160 м<sup>2</sup> цех-бўлими биноси ишончли баҳоланган. Бу активдан фойдаланиш ҳуқуқи сифатида 978 725 минг сўмга баҳоланган. 17-сон БҲХС “Ижара” га мувофиқ активдан фойдаланиш ҳуқуқи адолатли қиймати бўйича баҳоланган.

Изоҳ сифатида таъкидлаш лозимки, молиявий ижарага бурувчи ташкилотда цех-бўлим биноси унинг умумий ишлаб чиқариш биносининг тақрибий қисми бўлса ҳам, уни алоҳида идентификациялаш ва баҳолаш имконияти бўлганлиги учун инвестициявий мулк объекти бўлиши мумкин.

*Натурел замин МЧЖ компанияси кўчмас мулк, яъни ер харид қилган. Ушбу ташкилот кўчмас мулк биржаси орқали хорижда ер участкасини сотиб олади. Ушбу ер участкасини 5400 минг АҚШ долларида сотиб олади. Холис баҳоловчиларнинг хулосасига*

кўра унинг адолатли (ҳаққоний) қиймати 6800 минг АҚШ долларини ташкил этган. Компания ушбу ер участкасини учинчи шахсларга ижарага топшириши ёки қайта сотиши учун қурилиш олиб боришига қарор қилгани йўқ. Ушбу қарорни компания кейинги ҳисобот даврида қабул қилади. Лекин, ушбу ерни ижарага бериши, ёки қурилишни амалга ошириб сотиши бўйича қарорлардан бири қабул қилиниши аниқ.

Ташилотнинг ҳисоб сиёсатида ИКМни адолатли қийматида акс эттириши кўзда тутилган.

Ушбу ер участкаси захира сифатида ёки ИКМ сифатида тан олинадими?

Ушбу харид қилинган ер участкаси захира сифатида тан олинishi учун ушбу ер участкасидан ишлаб чиқариш, сотиш ёки маъмурий-бошқарув мақсадларида фойдаланиш керак бўлади.

40-сон БҲХС “Инвестициявий кўчмас мулк” стандартининг 8 банди б-хатбошида “Айни вақтда келгусида ишлатилиши аниқланмаган Ер. Агарда ташкилот мулкдор эгалигидаги кўчмас мулк сифатида ердан фойдаланиш ёки одатдаги фаолияти давомида қисқа муддатли перспективада реализация қилиш учун қарор қабул қилмаган бўлса, у ҳолда ушбу ер капиталнинг ўсиши учун мўлжалланган деб ҳисобланади” деб қайд қилинган.

Лекин, ушбу ҳолатда иккита қарордан биттасини, яъни ижарага бериши ёки қурилишни амалга ошириб сотиши аниқ. Фақат қайси бирини қабул қилиши аниқ эмас. Бундан ташқари ижара оператив ижарами ёки молиявий ижарага топшириши ҳам аниқ эмас. Лекин, улардан бирининг юз бериши аниқ. Агарда ижарага бериш, сотиш ёки қурилишни амалга ошириш қисқа муддатда умуман аниқ бўлмаганда эди, у ҳолда халқаро стандартнинг 8-бандининг б-хатибоши қоидаларига мувофиқ келар эди. Бу эса уни келгусида капиталнинг ўсиши сифатида баҳолаш ва натижада кўчмас мулкни ИКМ деб тан олишга асос бўлар эди.

Шу сабабли масаланинг ечими сифатида Ерни захира сифатида тан олишга асос бор. 2-сон МҲХС “Захиралар” стандартига мувофиқ захиралар мажбурий тартибда таннархи ёки реализациянинг бўлиши мумкин бўлган соф қийматидан энг кичиги бўйича баҳоланиши шарт. Ернинг адолатли қиймати бу фаол бозорда сотиш мумкин бўлган қийматидир. Бу эса адолатли қийматини соф сотиш қиймати деб олишга асос бўлади. Масаланинг шартда ернинг таннархи 5400 минг АҚШ доллари, адолатли қиймати 6800 АҚШ доллари тенг. Демак, ер келгусида сотиш учун мўлжалланганлигини инобатга олиб унинг ҳисобда акс эттириладиган қиймати таннархи бўйича 5400 минг АҚШ долларини ташкил этади.

Агар ташкилот келгуси ҳисобот йилида ерни капитал қийматининг ўсиши сифатида тутиб туришга қарор қилса, ушбу ҳолатда ер инвестициявий кўчмас мулк сифатида тан олинади. Ҳисоб сиёсатида ИКМни адолатли қийматида акс эттириш кўзда тутилганлиги боис, ҳисобда унинг адолатли қийматини 6800 минг АҚШ доллари сифатида акс эттирамиз. Ушбу ҳолатни қуйидаги бухгалтерия ёзувларида акс эттиришни таклиф этамиз.

Капитал қуйилмалар (Ер хариди).....5 400 000 АҚШ доллари

Тўланадиган сўтлар..... 5 400 000

Асос: Ташкилот хориждан опцион орқали 5400 минг АҚШ долларида ер харид қилиб олди.

Ердан капитал қийматининг ошиши сифатида даромад олишни мўлжалланганлиги боис инвестициявий мулк сифатида тан олиш ва адолатли қийматида ҳисобга олиш кўзда тутилган. 40-сон БҲХС “Инвестициявий кўчмас мулк” стандартига мувофиқ адолатли қиймати ва таннархи ўртасидаги фарқ фойда ва зарарларда акс эттирилади. Ушбу жараёни бухгалтерия сўтларида акс эттирамиз:

Инвестициявий мулк (Ер участкаси).....6 800 000 АҚШ доллари

Капитал қуйилмалар (Ер хариди).....5 400 000

Фойда ва зарарлар.....1 400 000

Асос: Ер участкасининг бошланғич таннархи 5400 минг АҚШ доллари, ҳолис баҳоловчи ташкилотларнинг берган адолатли баҳоси 6800 минг АҚШ долларини ташкил

этган. Адолатли ва бошлангич қийматининг ўртасидаги фарқ қийматнинг ошиши сифатида фойда ва зарарларда акс эттирилади.

Юқоридаги ИКМни тан олишга доир амалий мисоллар ва уларни бухгалтерия ҳисобида акс эттиришга доир услубий тартиблар халқаро стандартларга мувофиқ келади ҳамда ИКМларни баҳолаш учун хизмат қилади.

**Хулоса ва таклифлар.** Инвестициявий кўчмас мулкни тан олишга доир тадқиқотлар асосида қуйидаги хулосалар қилинди:

халқаро стандартда инвестициявий кўчмас мулкни тан олишда ИКМлардан иқтисодий наф олиш эҳтимоли мавжуд бўлиши ҳамда унинг қийматини ишончли баҳолаш мумкинлигига оид шартлари кўрсатилганлиги инобатга олиниб, тадқиқот ишида ИКМлардан қайдай иқтисодий нафлар олишини ва ишончли баҳоланиши мумкинлиги асослаб берилди;

Халқаро стандартларга мувофиқ равишда ИКМларни учта босқичда тан олиш услубий тартиби таклиф этилди ва амалий мисолларда кўрсатиб берилди;

ИКМ харид қилиш ва уни қайта баҳолаш натижасида олинган фойда ва зарарларни бухгалтерия счётида акс эттириш мақсадида “Инвестициявий мулк” счётини очиш ва унинг асосий бухгалтерия ёзувлари таклиф этилди.

Ушбу таклифларнинг амалиётда қўлланилиши мамлакатимизда ИКМларни халқаро стандартла асосида тан олиш ва баҳолаш имкониятини беради. Бу эса маълумотларнинг ҳаққоний ва ишончли бўлишини таъмин этади.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. 2022 — 2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси. // <https://lex.uz/docs/5841063>
2. 40-сон БХХС “Инвестициявий кўчмас мулк” // <http://finotchet.ru/articles/1272/>
3. Ўзбекистон молиявий ҳисоботларнинг миллий стандартлари лойиҳаси // [https://imv.uz/media/budget activity files/MXXC Лойиҳа. pdf](https://imv.uz/media/budget%20activity%20files/MXXC%20Loyiha.pdf)
4. Авлокулов А.З. Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида инвестицион мулк ҳисоби ва аудитини такомиллаштириш: 08.00.08: Иқтисод фанлари номзоди диссертацияси автореферати. Ўзбекистон Республикаси Банк-молия академияси. – Т., 2007. -24-б.
5. Робин Джойс . Учебное пособие по МСФО (2017) <http://finotchet.ru/articles/1272/>
6. С.Н. Ташназаров. Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартлари. Дарслик. Т.: 2019. - 584 б.
7. Татьяна Шолунова. Инвестициявий мулкка бошқача назар // [https://gazeta.norma.uz/publish/doc/text107819\\_investiciyaviy\\_mulkka\\_boshqacha\\_nazar](https://gazeta.norma.uz/publish/doc/text107819_investiciyaviy_mulkka_boshqacha_nazar)

| Ю.Рахмонова                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Y.Rakhmanova                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Вопросы признания инвестиционной недвижимости на основе международных стандартов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Issues of recognition of investment property on the basis of international standards                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p><b>Аннотация:</b> В данной статье представлены правила признания инвестиционной недвижимости. Разработана трехэтапная методическая процедура применения правил признания. Раскрывается информация о повышении стоимости и достоверных оценках. Предлагается признавать закупку инвестиционной недвижимости и отражать ее результаты на бухгалтерских счётах, а также открыть счёт «Инвестиционная недвижимость».</p> <p><b>Ключевые слова:</b> инвестиционная недвижимость, справедливая стоимость, первоначальная стоимость, право пользования активом, финансовая отчетность.</p> | <p><b>Abstract:</b> This article presents the rules for the recognition of investment property. A three-step methodological procedure for applying the recognition rules has been developed. Disclosures are made to appreciation and reliable valuations. It is proposed to recognize the purchase of investment property and reflect its results in the accounting accounts, as well as to open an "Investment property" account.</p> <p><b>Keywords:</b> investment property, fair value, initial cost, right to use asset, financial reporting.</p> |

# ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА

Джахонгир Расулович Зайналов – СамИСИ, “Молия” кафедраси мудири, и.ф.д., проф.

## ИННОВАЦИОН ҒОЯЛАР ЗАМИРИДА ТУРЛИ СОҲАЛАР УЧУН КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШНИ МАҚСАД ҚИЛИБ ОЛГАН ОЛИЙ ТАЪЛИМ

**Аннотация:** Ушбу илмий публицистик мақолада профессор-ўқитувчиларнинг ёш мутахассисларни тайёрлашдаги роли, истиқболда олий таълим бигирувчиларини ўз касб йўналишидан келиб чиқиб ишга жойлаштиришлари, ёшларни нафақат илмий билимларга бўлган кўникмалари, балки бир вақтнинг ўзида маънавий-маърифий кўникмаларга эга бўлган, хориж тажрибаларини ўрганиш орқали ўзининг илмий интилишларини қандай ташкил этилиши, профессор-ўқитувчиларнинг илмий салоҳияти, ўн йиллаб тўплаган илмий-ҳаётий тажрибаларини талаба тайёрлашдаги аҳамияти, талабаларимизни глобал миқёсдаги ҳаракатининг энг беозор кўриниши ўқитувчи нутқида ва фикрлаш тарзида, устимиздаги қийимлар ва ёшлар тарбиясида уларга бўлган муносабатларда ўз аксини топиш билан боғлиқ масалалар, шунингдек ёш талабалар тарбиясига хавф солиши мумкин бўлган хатарларга қарши тинмай бардош бера оладиган ёш мутахассисларни тайёрлаш билан боғлиқ илмий ва тарбиявий қарашлар ёритилган.

**Калит сўзлар:** илмий кўникма, илмий салоҳият, инновация, ислохот, тарбия, маънавият, маърифат, мулоқот, фидоий профессор-ўқитувчи, илмий-ўқув алоқалар, парадигма.

**Кириш.** Мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиёти аввало ўз мамлакатининг иқтисодий тараққиётини чуқур билиш асосида билим ва фан салоҳиятига эга иқтидорли талабаларни тайёрлаш, аввало улар томонидан ихтиролар ҳамда уларни амалиётга жорий этиш, дунё ижтимоий-иқтисодий масалаларига кенг қамровли дунёқарашга эга бўлган талабаларни етиштириш орқали таъминланиши мумкин. Буларни ҳар қандай давлатнинг ёш-кексаси англаб етиши, ўз кундалик ҳаётининг таомилига айлантириш ўз келажагини таъмин этиш билан баробардир.

Ижтимоий-иқтисодий ўсиш, инновацион тараққиёт – жамиятимизнинг танаси бўлса, билим етуқлиги унинг ақли ва жонидир. Ўзимизни йирик саноати ривожланган ўттизталик ва ундан юқори давлатлар қаторида кўриш билан фахрланадиган ва келажак тараққиётга ишонадиган олий маълумотли ва рақобатбардош кадрларни тайёрлаш ҳар бир олий ўқув юртининг шонли ва шарафли мақсадидир. Бундай мақсадга эришишда фидоий профессор-ўқитувчилар илм-фан соҳасидаги билимларини ўрганиш ва улардан олган билимларини истиқболда фойдаланиш жамиятимиз ва унинг тараққиётини таъминлашда жуда аҳамиятлидир.

Бинобарин, олий ўқув юртларида ташкил этилган таълим ва тарбия тизимида банд бўлган профессор-ўқитувчилар иқтисодий тараққиётимиз ривожининг ўзига хос босқичида фаолият кўрсатиб келиши уларда фидоийлик ҳиссининг мужассамлашганлигидан далолат беради.

Энг муҳими, Ватанга юксак муҳаббат, уни доимо ривожини кўриш истаги, Ватан тараққиёти йўлида тенгсиз меҳнат қилиш уларнинг илмий фаолиятида теран ифодасини топган десак муболаға бўлмайди.

Ҳа, Ватан ва Ватан тараққиёти юксак мақсад эканлигини ҳис этган ҳар бир олим ундан айрилишни катта йўқотиш деб билишлари бежиз эмас.

Олимнинг тириклиги – бу ёшларга замонавий фан янгиликларига таянган ҳолда таълим беришдир. Дарҳақиқат, олимнинг етук босқичларга кўтарилиши, билимли шогирдларни тайёрлаш орқали ижтимоий-иқтисодий тараққиётни инновацион ғоялар асосида ривожланишини таъминлаш бу унинг тириклигидир. Шу боис уларни ардоқлаш ҳар бир ёшнинг буюк вазифасидир. Олмни ардоқлаш – бу Ватанни, ота-онани севиш ва барчани ҳурмат-иззат қилишдан далолатдир.

Бир сўз билан айтганда, олий таълим муассасасида тизим бошқарувини, шу давр

муҳитидаги ижтимоий-иқтисодий ҳаётини ислоҳ қилиш ва аҳоли фаровонлигини ошириш орқали, умуман жамиятни янги тараққиёт босқичига, яъни инновацион босқичига олиб чиқишни ҳам мақсад қилиб қўйган профессор-ўқитувчилар ва аниқ амалий тадбирларни ўзида мужассамлаштиришда, амалга ошириш бош-қош бўлиб келаётгани барчага аён. Шундай экан, олий таълим муассасалари жаҳон цивилизациясида нихоятда катта роль ўйнаган ҳолда Республикамиз олий таълим муассасалари улкан тарихий бир ўлкада шарқона турмуш тарзини сақлаган ҳолда уни Шарқ ва Ғарб фан ва таълим тараққиёти натижалари билан бойитишни кўзлаган ҳамда янгича ғоялар билан суғорилган ижтимоий-иқтисодий сиёсатни вужудга келтириш усуллари изловчи ва шу шароитда ўз тақдирини ўзи белгилаш йўлида курашга киришганини кўрсатувчи сертармоқ ва мураккаб нарсаларни ўзида ифода этмоқда.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Янги Ўзбекистон шароитида мамлакатимизда инновацион ғоялар замирида турли соҳалар учун кадрлар тайёрлашга жуда катта эътибор бериб келинмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январда “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60-сонли Фармони [1], Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрдаги “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш Концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармони [2], Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 6 ноябрда қабул қилинган “Ўзбекистоннинг янги тараққиёт даврида таълим-тарбия ва илм-фан соҳаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6107-сон Фармони [3], Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 октябрдаги “Илм-фанни 2030 йилгача ривожлантириш Концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-6097-сонли Фармони [4], 2018 йил 27 июнда “Ёшлар-кеलाжамиз” Давлат дастури тўғрисида”ги ПФ-5466-сонли Фармони [5], 2022 йил 18 июлда қабул қилинган “Олий, ўрта махсус ва профессионал таълим ташкилотларида хотин-қизларнинг таълим олишларини қўллаб-қувватлашга доир чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-323-сон қарорларида [6] инновацион ғоялар замирида турли соҳалар учун сифатли кадрларни тайёрлашга сифатли таълим хизматларига нисбатан иқтисодчи олимлар [7, 8, 9, 10] томонидан аҳамиятли тадқиқот ишларининг амалга ошириб келаётган бўлсаларда, Янги Ўзбекистонга мос стратегияга хос ва бевосита инновацион ғоялар билан суғорилган кадрларни тайёрлаш, уларни турли соҳаларни инновацион ривожланишини таъминлашга жалб этиш зарурияти билан боғлиқ масалалар деярли ёритилмаган. Шу жиҳатдан мазкур илмий мақола ўта долзарб масалалар ечимига бағишланган. Шунингдек, мазкур ҳолатлар илмий мавзунинг мақсад ва вазифаларини белгилаш учун асос бўлиб хизмат қилди десак муболаға бўлмайди.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот давомида анализ ва синтез, комплекс таҳлил ҳамда қийсий таҳлил усулларидадан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Ҳозирда ҳар бир олий ўқув юрти фан ва билим соҳасида истиқлолга эришишни нафақат сиёсий асосларини, балки унинг ижтимоий-иқтисодий омилларини ҳам теран англаб олган ҳолда ўз фаолиятларини ташкил этиб келмоқдалар. Шу вақтга қадар таълим доирасида ўқув ва илмий тадқиқот жараёнлари ҳақидаги қарашлар аксар ҳолларда талабаларнинг фанлардан ўзлаштириш даражаси ўз касби бўйича ишга жойлашганлар юқори бағоланган бўлса, ҳозирда эса талабаларни дарслардаги давомати, талабаларнинг илмий танловлардаги иштироки, улар томонидан тайёрланган ва чоп этилган илмий мақолаларига алоҳида эътибор бериб келиниши кўзга ташланиб қолган. Шу вақтга қадар олий таълим муассасаларида профессор-ўқитувчиларнинг билим ва салоҳиятини баҳоловчи мезонлар ишлаб чиқилмаган, турли таълим йўналишларида бажарилаётган илмий тадқиқот ишларини синергетик самарадорлигини баҳолаш, сўнг ҳақ бир хулосага келган ҳолда профессор-ўқитувчиларнинг фаолиятидаги илмий фаоллигини баҳолаш ўрнига, улар фаолиятининг фақат тарбиявий томонларига эътибор қаратилиб келинмоқда. Талабалар ота-оналарининг ўз фарзандини маънавий-маърифий тарбиялашдаги фаолиятида эса узилишлар юзага келмоқда. Фарзандим ўқишга кирдим, унинг тарбиясини ҳам ўқитув-

чилар ўз зиммасига олсин деб фикрлайдиган ота-оналар йил сайин ошиб бормоқда.

Уларнинг иқтисодий-ижтимоий жараёнларга нисбатан қарашлари ҳамда таълимотлари эса таълим соҳасида банд бўлган профессор-ўқитувчиларнинг фаолиятида узилишларни юзага келтириб чиқармоқда. Илм ва фан устида кўпроқ банд бўлиш билан бирга талаба тарбиясига ҳам жалб этиб келинмоқда.

Айтиш жоизки, талаба тарбияси жуда қимматли жараёндир, талабанинг ота-онаси берган тарбия хусусиятлари ҳақида ахборотга эга бўлмаган профессор-ўқитувчи ўз фарзандини тарбиялагани каби бошқанинг фарзандини тарбиялашда ожизлик қилиши ҳақиқатдир. Бундай масаланинг ечими учун ўқитувчи – ота-она – талаба тарбияси тузимини шакллантириш ҳам талаб этилади.

Агар институт профессор-ўқитувчилар таркибига бир назар ташлайдиган бўлсак, унда жами профессор-ўқитувчиларнинг 60-65 фоиз ёш ўқитувчиларга тўғри келмоқда, уларнинг 20 фоизи эса оила қуришга улгурмаган ўқитувчилардир. Улар ўзига тенгдош бўлган талабаларга қандай тартибда тарбия бериши лозимлиги ҳозиргача ўрганилмаган объект бўлиб қолмоқда. Чунки ёш ўқитувчиларнинг аксарияти тарбиячи деган таълимга эга эмас.

Янги Ўзбекистон шароитида олий таълим муассасасини ривожлантириш, уларда илмий салоҳиятни мустаҳкамлаш, фан, таълим ва ишлаб чиқариш интеграциясини кучайтириш, илмий-тадқиқот фаолияти самарадорлигини оширишга эришиш таълим сифатини оширишнинг муҳим омили, уларнинг ресурс салоҳиятини ривожлантириш ва рақобатбардошлигини ошириш катта аҳамиятга эга бўлиши лозим.

Илмий асосда ўрганилган бирор бир жиддий услубий кўрсатмалар ёки тадқиқотлар мавжуд эмас.

Шу ўринда айтиш лозимки, олий таълим муассасаларида фаолият олиб бораётган профессор-ўқитувчилар ёшларни илмга, билимга чорловчи оддий эмас, улар мамлакатимизда ижтимоий-иқтисодий вазиятни, халқнинг маънавий-маърифий ҳолати даражасини яхши билган таълим соҳасининг фидоийларидир, бу жараёнларнинг ижобий ва салбий томонларини чуқур таҳлил эта оладиганлардир.

Улар мамлакатимизнинг мустақиллигини тобора кучайтиришни таъминлаш, қўпмиллатли аҳолининг ижтимоий, сиёсий, иқтисодий тараққиёт йўлига олиб чиқиши учун биринчи навбатда халқнинг умумий маданий, маърифий ва билим савиясини давр талаблари ва имкониятларига асосланиб ривожлантириш лозимлигини тушуниб етганлардир.

Уларнинг таълим тизимини ривожлантириш, таълим ва фан ютуқларидан келиб чиқиб танлаш ва барқарорлаштириш, саноати ривожланган мамлакатлар тажрибасини ўрганишга чақириш борасидаги фаолияти ҳам пировард натижада мустақилликни янада мустаҳкамлашга эришиш мақсадлари билан боғланган.

Олий таълимнинг профессор-ўқитувчилари фаолиятининг асосий моҳияти фан ва таълимда мавжуд қолоқлик, тушқунлик, қарамлик ботқоқидан олиб чиқибгина қолмасдан, ютуқларга эришиш, рақобатбардош олий таълим муассасаларини барпо этиш мумкинлигини таъминлашдан иборатдир.

Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегиясида таълим тизимини кенгайтириш ва уларда талабаларни ҳар томонлама билимли бўлиши учун шарт-шароитларни тубдан яхшилашни жиддий ошириш, педагог ва мутахассисларнинг малака даражасини юксалтиришни тарихий аҳамияти ниҳоятда катта бўлди.

Шу сабабли доимо ўзгариб бораётган ҳозирги даврда таълим тизими эҳтиёжларини тўлиқ ҳисобга олиш имкониятига эга бўлган инновацион ечимларни топиш талаб этилади. Ҳар бир олий ўқув юрти талабасига алоҳида ёндошиш, унинг шахсини, ҳуқуқларини ҳурмат қилиш олий таълим муассасаларининг асосий мақсадлари бўлиши ҳам керак. Бу тизимда таҳсил олаётган талабаларнинг истиқболли ҳаёти нуқтаи назаридан уларни ўқитиш, уларда замонавий илмий-амалий кўникмалар ҳосил қилиш, ўзи танлаган таълим йўналиши бўйича ишга жойлашишини жуда муҳимлиги амалда исботланиб келинмоқда.

Ҳар қандай ислохотни натижавийлигига гувоҳ бўлиш учун сабр керак бўлади. Сабр

кичик давлатни давлатга, йирик давлатни эса ислоҳ этишга қодир. Чунки олий таълим инсон фаолиятининг барча соҳаларига янги технологияларни яратишга, уларни жорий этишга, халқ турмуш даражасини кўтаришга муҳим шароитяратиб бермоқда. Шунинг учун ҳам саноати ривожланган давлатлар каби бизда ҳам олий таълимда тайёрланган кадрларни ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг муҳим инновацион омили сифатида қаралиши муҳимдир.

Ҳа, янги дунёвий инновацион ўзгаришлар даври Ўзбекистон олий таълим муассасаларида кадрларни тайёрлашда улкан аҳамиятга эга, зеро бугунги кунда юртимизнинг бўлғуси инновацион ривожланиши учун замин яратилмоқда. Ўзбекистондаги таълим жиҳатлари жаҳон таълим контексти билан узвий боғлиқ бўлгани боис, бутун дунёда таълим соҳасида юз бераётган жараёнлар унга ҳам ўз таъсирини кўрсатмоқда. Жаҳон таълим тизимидаги цивилизациясининг ўзи эса ёш талабанинг янгича типи шаклланиши жараёнларига кўп жиҳатдан боғлиқ, зеро у таълим тизимининг ўзаги ҳисобланади.

Ўз-ўзидан маълумки, бу ерда ўзини қуршаган таълим муҳитида мўлжал олиш ва цивилизациянинг ривожланиш йўлларини прогноз қилишга қодир бўлган талаба билими, унинг амалий кўникмалари, дунёқараши, илмга эга бўлиши талаба обрўси учун катта роль ўйнайди.

Талаба ва унинг фаолиятини интеграл яхлитлик сифатида тушуниш учун талай вақт талаб этилади. Қолаверса, Янги Ўзбекистон шароитида инновацион жараёнларни шиддат билан турли соҳаларга кириб келиши замон талабларига жавоб берадиган ёш талабаларга янги парадигма (ўрнатма) сифатида қараш, уларни умуминтилиш жиҳатларини ўрганишни талаб этади.

#### **Хулоса ва таклифлар.**

Ҳозирда ижтимоий тармоқлар, янгиликлар, сериаллар, ток-шоулар, смс хабарлари, компьютер ўйинлари ҳамда интернетдаги чексиз ахборот манбаларининг мавжудлиги, улардан фойдаланишда чекловларнинг йўқлиги, сўнгги йилларда таълимнинг яна бир ўзига хос тури – online ўқув тизими ва моҳияти талабалар ҳаётига кириб келди. У компьютер ва видеотехника уйғунлиги негизида шаклланган бўлиб, видеотелефонлар, электрон банклар ҳамда интернет деярли аксарият ўқитувчиларга хос бўлган айрим жиҳатларни компьютер экранларида кўрсатиш ва интернетнинг қудратли мулоқот воситасига айлантириш имконини бермоқда. Оқибатда, бевосита мулоқот ҳамда китоблар мутолааси иккинчи, учинчи, ҳатто тўртинчи даражага тушиб қолиши ҳеч гапмас. Чунки монитор ўзгача фикрлаш, мулоқот қилиш, ўқиш, илмий-амалий кўникмаларга бўлган муносабатларни юзага келтирмоқда. Қолаверса, бу ердаги мулоқот тезкорлик, қисқа ҳозиржавобликни талаб этади.

Шу боис ҳам Янги Ўзбекистон шароитида барпо этилаётган жамиятимиздаги олий ўқув юртларини ривожлантириш Президентимиз Ш.М.Мирзиёевнинг таъбирига кўра, олий ўқув юртларида ёшларнинг маънавиятини, маърифатини эътиборга олган ҳолда талабаларни илмга ва фанга бўлган интилишларини алоҳида эътибор бериш ҳаётий заруриятга айланиб қолмоғи лозим.

Шу маънода инновацион ривожланиш жараёнида олий ўқув юртларида таълимни тубдан ислоҳ қилиш ва янада ривожлантириш концепцион мақсад қилиб олиниши илмий билимларга эга бўлган профессор-ўқитувчилар тарбиясида бўлган, улардан билим олган ёш авлодни мукаммал, нафақат илмий кўникмаларга, балки шу билан бирга юксак маънавий-маданий дунёқарашга эга бўлган баркамол авлод бўлиб етишига ҳам замин яратилади.

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

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январда “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60-сонли Фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрдаги “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш Концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармони.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 6 ноябрда қабул қилинган “Ўзбекистоннинг янги тараққиёт даврида таълим-тарбия ва илм-фан соҳаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-6107-сон Фармони.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 октябрдаги “Илм-фанни 2030 йилгача ривожлантириш Концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-6097-сонли Фармони.

5. 2018 йил 27 июнда “Ёшлар-келажагимиз” Давлат дастури тўғрисида”ги ПФ-5466-сонли Фармони.

6. 2022 йил 18 июлда қабул қилинган “Олий, ўрта махсус ва профессионал таълим ташкилотларида хотин-қизларнинг таълим олишларини қўллаб-қувватлашга доир чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-323-сон қарори.

7. Ваҳабов А.В. Олий таълим сифатини оширишнинг хорижий тажрибасидан Ўзбекистон олий таълим тизимини ислоҳ этишда фойдаланиш имкониятлари // Олий таълим сифати иқтисодий диагностикаси: жаҳон амалиёти ва миллий хусусиятлари. Респ. илм. амал. конф. матер. тўп. – Наманган, 2018 й. – 403-407 б.;

8. Ваҳабов А.В. Инсон капиталининг инвестицион самарадорлигини баҳолашнинг услубий асослари // Миллий иқтисодий тармоқларида олий маълумотли кадрларга бўлган эҳтиёжни баҳолаш ва прогнозлаштириш. Илмий мақолалар тўплами. –Т.: Lesson Press. 2017. 5-12 б.

9. Бугунги ёшлар – мустақиллик фарзандлари: буларни замонамизга муносиб қилиб тарбиялашимиз лозим // “Сервис” илмий-амалий журнали, 2021 йил 3-сон, 5-8 б.

10. Тешабаев Т.З. Олий ўқув юртларида инновацион фаолиятни такомиллаштириш йўллари. – Тошкент: Фан ва технология. 2007. – 129 б.

| Дж.Зайналов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | J.Zaynalov                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Высшее образование, направленное на подготовку кадров для различных отраслей, основанное на инновационных идеях</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p><b>Higher education aimed at training personnel for various industries, based on innovative ideas</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Аннотация:</b> В данной научно-публицистической статье раскрывается роль профессорско-преподавательского состава в подготовке молодых специалистов, в будущем трудоустройстве выпускников ВУЗов по специальности, молодых людей, обладающих не только научными знаниями, но, одновременно и духовно-просветительскими навыками, знающих как реализовать свои научные стремления посредством изучения зарубежного опыта, освещается значение научного потенциала профессорско-преподавательского состава, накопленного десятилетнего научного и жизненного опыта в подготовке студентов, наиболее яркого проявления речи учителя и образа мыслей в действиях наших студентов в мировом масштабе, в форме одежды, а также вопросы, связанные с воспитанием молодежи, отношением к ней, в том числе, способность противостоять опасностям, которые могут поставить под угрозу воспитание молодых студентов, научные и воспитательные аспекты, связанные с подготовкой молодых специалистов.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> научный навык, научный потенциал, инновация, реформа, воспитание, духовность, просветительство, диалог, самоотверженный профессор-преподаватель, научно-образовательные отношения, парадигма.</p> | <p><b>Abstract:</b> This scientific and journalistic article reveals the role of the teaching staff in the training the young specialists, in the future employment of university graduates in their specialty, young people who have not only scientific knowledge, but at the same time spiritual and educational skills, who know how to realize their scientific aspirations through study a foreign experience, highlights the importance of the scientific potential the teaching staff, the accumulated ten years of scientific and life experience in the students preparation, the most vivid manifestation of the teacher's speech and way of thinking in the students actions on a global scale, in the form of clothing, as well as issues related to education young people, their attitude towards them, including the ability to withstand the dangers that may jeopardize the education of young students, the scientific and educational aspects associated with the training of young professionals.</p> <p><b>Keywords:</b> scientific skill, scientific potential, innovation, reform, education, spirituality, enlightenment, dialogue, selfless professor-teacher, scientific and educational relations, paradigm.</p> |

УДК 339.15

Хилола Фармоновна Очилова – к.э.н., доцент Ташкентского государственного  
экономического университета

## ОТРАСЛЕВАЯ СИСТЕМА ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

**Аннотация:** В данной статье подробно изучена отраслевая система туристского образования. Автор считает, что система подготовки кадров для туризма может эффективно функционировать, если она отвечает определенным требованиям. Автор сделал вывод, что целесообразно готовить компетентных, квалифицированных людей, конкурентоспособных на рынке труда и способных эффективно работать в своих профессиональных областях в соответствии с международными стандартами.

**Ключевые слова:** система подготовки туристских кадров, туристское образование, туриндустрия, образовательная среда, интеграция науки и практики.

**Введение.** В настоящее время туризм является одним из самых быстрорастущих секторов экономики в мире. Однако уровень профессионального развития в индустрии туризма еще не достиг международных стандартов.

Исследования показали, что существующая система образования в сфере туризма не отвечает требованиям рынка труда как по количеству, так и по качеству человеческих ресурсов. В настоящее время 26 высших учебных заведений и 23 профессионально-технических училища и колледжа предлагают туристское образование по восьми специальностям, но существует только одно отраслевое учебное заведение, что влияет на качество специалистов и их будущее трудоустройство [7].

**Анализ использованной литературы.** Туристское образование и его особенности изучались различными учёными и теоретиками. Большое внимание в исследованиях этих ученых уделялось теоретическим аспектам туристского образования, истории развития туризма и т.д. Зорин И.В. [2] подробно изучила эволюцию образовательных программ в туризме, а также методы управления человеческими ресурсами в туризме в современном контексте и вопросам эффективности в туристской деятельности. Пардаев М.К. и Очилова Х.Н. [5] считают, что в туристском образовании эффективно применение дуального образования, т.е. образования, при котором знания и профессия усваиваются одновременно. Садуллаева Г. [6] отмечает, что система профессионального туристского образования, достигшая определенных успехов в рыночной среде, еще не завершила процесс своего становления. На наш взгляд, сегодня целесообразно решить многие теоретические и методологические проблемы в этом направлении. Когда профессионалы не соответствуют требованиям общественной жизни, возникают напряжения и кризисные ситуации, требующие изменений.

**Анализ результатов исследования.** Существующая система дополнительного профессионального образования также не отвечает запросам работодателей. Высокая текучесть кадров вызвана тем, что работодатели увольняют неквалифицированных сотрудников, но можно повысить квалификацию с помощью курсов обучения. Актуальной проблемой в системе подготовки кадров для туризма является отсутствие учебных классов, в которых отели, туроператоры и рестораны могли бы проводить практические занятия с обучающимися. Кроме того, очень мало времени отводится на практические занятия - 10-15% по сравнению с 50-70% в зарубежных учебных программах [2].

Таким образом, мы пришли к выводу, что сегодня для профессиональной подготовки в индустрии туризма необходимо ввести единую и непрерывную систему обучения, которая учитывает потребности индустрии туризма. На наш взгляд, система туристского образования требует системного взаимодействия между современной педагогикой и экономикой, а также между концепциями и практикой туризма.

Система туристского образования должна отвечать требованиям государства, туристических предприятий и студентов. Государство заинтересовано в создании системы непрерывной профессиональной подготовки кадров для индустрии туризма, способной

выпускать профессионалов, способных эффективно решать задачи по усилению роли туризма в модернизации экономики республики.

Мы понимаем, что общество хочет производить компетентных, квалифицированных людей, конкурентоспособных на рынке труда и способных эффективно работать в своих профессиональных областях в соответствии с международными стандартами [3].

Для совершенствования системы образования в сфере туризма необходимо рассмотреть следующие характеристики:

- Целесообразность создания единой образовательной среды в индустрии туризма;
- Интеграция системы туристского образования с предприятиями-практиками;
- Рост интеллектуального творчества, управленческих элементов высших учебных заведений и профессиональных техникумов туристского направления.

Система подготовки кадров для туризма может эффективно функционировать, если она отвечает следующим требованиям:

- свобода действий, необходимая для достижения поставленных целей, координация нескольких элементов, т.е. система подготовки кадров для туризма должна функционировать как единая система, удовлетворяющая потребности населения и рынка труда в туристских кадрах;
- рациональное использование ресурсов, включая финансовые, человеческие, научные, материальные и технические ресурсы;
- постоянный контроль за ходом реализации мероприятий и своевременное устранение проблем, препятствующих достижению целей;
- преемственность ступеней и модулей образования, т.е. доступность каждого уровня образования, академическая мобильность студентов и преподавателей;
- сотрудничество между участниками системы профессиональной подготовки и обеспечение их комплексных связей;
- контролируемые и неконтролируемые воздействия.

Автором статьи предлагается включить в систему подготовки туристских кадров туриндурию, которая взаимосвязана с образовательной средой, и рассмотреть влияние трех групп факторов:

- Основные факторы, влияющие на каждый элемент системы.
- Факторы, влияющие на сферу туризма.
- Факторы, влияющие на образовательную среду туризма.

Предлагаемый алгоритм системы туристского образования с учетом тесного взаимодействия представлен на рисунке 1.

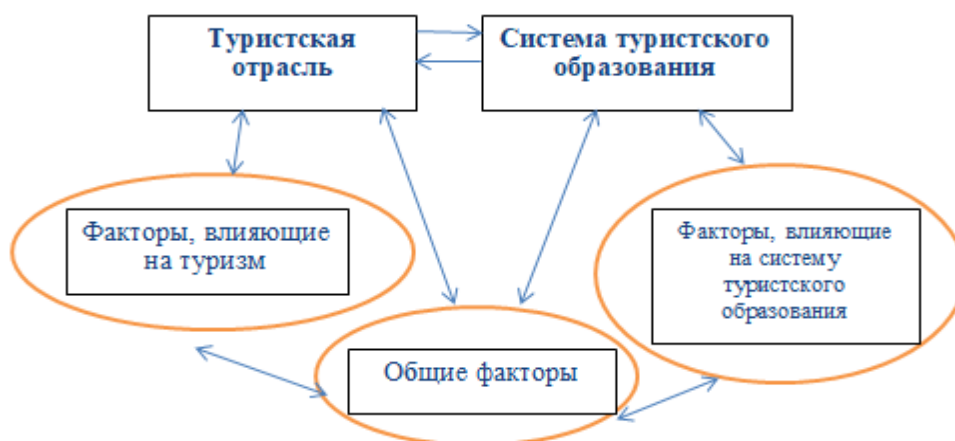


Рис. 1. Алгоритм системы подготовки туристских кадров<sup>1</sup>

Однако полезно помнить, что отношения между элементами являются взаимными, т.е. существуют прямые и косвенные контролируемые и неконтролируемые влияния. Как видно из рисунка 1, индустрия туризма и образовательная среда составляют основу системы

<sup>1</sup> Разработано автором статьи

туристского образования.

Как известно, индустрия туризма является не только потребителем, но и заказчиком кадров для университетов, профессиональных техникумов и колледжей. Таким образом, к ним относятся туристические операторы, государственные министерства, ассоциации, исследовательские центры и институты.

Кадры, работающие в индустрии туризма, продвигаются по службе в соответствии с их квалификацией и уровнем образования, и могут продолжать повышать свою квалификацию на протяжении всей жизни.

**Выводы и предложения.** Таким образом, все элементы индустрии туризма регулярно оценивают профессиональные навыки своих специалистов. Мы считаем, что эта система оценки и мониторинга должна быть стандартизирована для туристической индустрии [4].

Социально-экономическая структура системы подготовки кадров для туризма должна учитывать следующие элементы:

- Нормативно-правовой: то, что гарантирует нормативное обеспечение системы туристского образования;
- Финансовые, кадровые, материальные и технологические ресурсы образовательных учреждений;
- Педагогические, методические и научные механизмы, направленные на реализацию современных инновационных проектов в развитии кадров;
- Информационно-инновационные механизмы сбора информации об обучении и реализации его приемов и методов.

#### Список использованной литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5847 «Об утверждении Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан на период до 2030 года» от 8.10.2019 года
2. Зорин И.В. Теоретические основы формирования содержания профессионального туристского образования. Дис. ... док. пед. наук. - М., 2001.
3. Мерзлова М.П. Концептуальные подходы к формированию взаимодействия профессионального образования и рынка труда. Автореферат дис.д.э.н.- М., 2009.
4. Очилова Х.Ф. Образовательная модель подготовки кадров для отрасли туризма. «Иқтисодий таълим» № 2/2020
5. Пардаев М.Қ., Очилова Х.Н. Дуал таълимда – бирданига билим ва касб-хунар ўрганади // JMBM. 2022. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dual-talimda-birdaniga-bilim-va-kasb-unar-ganadi> (дата обращения: 09.07.2023).
6. Саъдуллаева Г. Туризм хизматлари бозорида таълим туризми тушунчаси моҳияти ва уни ривожлантиришнинг хориж тажрибалари // Инновацион технологиялар. 2020. №2 (38). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-hizmatlari-bozorida-talim-turizmi-tushunchasi-mo-iyati-va-unirivozhlantirishning-horizh-tazhibalari> (дата обращения: 09.07.2023).
7. [www.uzbektourism.uz](http://www.uzbektourism.uz)

| <p style="text-align: center;"><b>X.Ochilova</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Turizm industriyasi uchun kadrlarni tayyorlash tarmoq tizimi</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p style="text-align: center;"><b>Kh.Ochilova</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Branch system of training for the tourism industry</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Annotatsiya:</b> Ushbu maqolada turizm ta'limining tarmoq tizimi batafsil o'rganilgan. Muallif turizm uchun kadrlar tayyorlash tizimi muayyan talablarga javob bersa, samarali faoliyat ko'rsatishi mumkin, deb hisoblaydi. Muallif mehnat bozorida raqobatbardosh, o'z kasbi bo'yicha samarali faoliyat yurita oladigan, xalqaro standartlarga mos malakali, malakali kadrlarni tayyorlash maqsadga muvofiq, degan xulosaga keldi.</p> <p><b>Kalit so'zlar:</b> turizm kadrlarini tayyorlash tizimi, turizm ta'limi, turizm sanoati, ta'lim muhiti, fan va amaliyot integratsiyasi.</p> | <p><b>Abstract:</b> In this article, the branch system of tourism education has been studied in detail. The author believes that the system of training for tourism can function effectively if it meets certain requirements. The author made the conclusion, that it is advisable to train competent, qualified people who are competitive in the labor market and able to work effectively in their professional fields in accordance with international standards.</p> <p><b>Keywords:</b> tourism personnel training system, tourism education, tourism industry, educational environment, integration of science and practice.</p> |

Хилола Нематовна Очилова – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, “Менежмент” кафедраси ўқитувчиси

## ОЛИЙ ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИЧКИ ИМКОНИАТЛАРИ ТАҲЛИЛИ

**Аннотация:** Мақолада мамлакатимизда таълим хизматларини ривожлантириш ҳамда сифатини ошириш учун таълим хизматларининг мамлакат ялпи ички маҳсулотдаги ва хизматлар соҳасидаги улуши таҳлил қилинган ҳамда олий таълим муассасаларининг ривожланишига таъсир қилувчи омиллар таҳлил қилинган.

**Калит сўзлар:** таълим, хизматлар, таълим хизматлари, ялпи ички маҳсулот, таълим хизматларининг ривожланиши, таълим соҳасидаги хизматлар фаолияти, миқдор ва сифат.

**Кириш.** Жаҳонда ҳозирги даврда ҳар бир соҳада инновациянинг жуда тез ривожланиб бориши лозимлигини инобатга олиб иқтисодиёт ва ижтимоий ҳаёт янги-янги мутахассисларни ва шунга мос кадрларни етказиб беришни тақозо қилмоқда. Олий таълим хизматлари сифати ва самарадорлигини ошириш ўта зарур ҳисобланади ва бунинг натижасида аҳолининг яшаш даражаси, мамлакатнинг макроиқтисодий кўрсаткичлари ижобий томонга ўзгаради. Иқтисодиёти энг ривожланган давлатлардан бири АҚШда 2022 йилда таълим хизматлари ҳажми 1,8 трлн. АҚШ долларни ташкил қилиб, ўтган йилга нисбатан ўсиш даражаси 0,2 %ни ташкил қилган<sup>1</sup>. Буюк Британия дунёдаги энг яхши таълим тизимига эга давлат сифатида биринчи ўринда туради. Иккинчи ўринда АҚШ бўлиб, уларнинг 70 фоизга яқини олий ўқув юртларига ўқишга киради. Учинчи ўринда Канада, кейин эса Германия ва Франция. Бундан ташқари Финляндия дунёдаги энг ривожланган таълимга эга давлат сифатида қайд этилган<sup>2</sup>. Ривожланган давлатларнинг таълимга сарфланган харажатлар самарадорлиги мамлакат иқтисодиётининг барқарор ўсишига, унинг рақобатбардошлигининг ошиб боришига олиб келмоқда. Шунга кўра инновацион иқтисодиётни шакллантириш шароитида таълим хизматларини ривожлантириш алоҳида аҳамият касб этмоқда.

Бизнинг мамлакатимизда ҳам Янги Ўзбекистонни ривожланган мамлакатлар қаторига киритиш учун таълим тизимига жуда катта аҳамият берилмоқда. Шунингдек, юқори малакали кадрлар тайёрлайдиган олий таълимга ҳам алоҳида эътибор қаратилмоқда. Жумладан, 2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясидаги 46-мақсадга кўра, олий таълим билан қамров даражасини 50 фоизга етказиш ва таълим сифатини ошириш мақсади белгилаб қўйилган.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Бугунги кунда олий таълимда хизмат кўрсатиш турларига ҳам алоҳида аҳамият берилмоқда. Чунки таълим соҳасини такомиллаштиришда ҳамда самарадорликка эришишда кўрсатиладиган хизматлар алоҳида аҳамиятга эга. Шу туфайли таълим хизматлари сифати ва самарадорлигини ошириш билан иқтисодчи олимларимиз ҳам шуғулланиб келмоқда. Булар жумласига С.С.Ғуломов, Р.Х.Аюпов, М.Э.Пўлатов, А.В.Вахабов, М.Х.Саидов, М.Қ.Пардаев, Қ.Ж.Мирзаев, О.М.Пардаев, М.М.Мухаммедов, Б.И.Исроилов, А.О.Очилов, кабиларни<sup>1</sup> киритиш мумкин. Бироқ, кўрсатиладиган таълим хизматларининг тадбиркорлик фаолияти олимларимиз томонидан етарли даражада тадқиқ қилинмаган ва мос равишда адабиётларда ҳам кам ёритилган.

<sup>1</sup> <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/market-size/educational-services-united-states/>

<sup>2</sup> <https://www.abt.uz/ru/blog/rejting-obrazovaniya-po-stranam-2021>

<sup>1</sup> Ғуломов С.С. ва бошқалар. Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялари. Т.: ТМИ, “Иқтисод-Молия” нашриёти, 2019, 447 бет.; Ғуломов С.С., Аюпов Р.Х. Рақамли иқтисодиёт ва электрон тижорат асослари. Т.: ТМИ, “Иқтисод-Молия” нашриёти, 2020, 510 бет.; Саидов М.Х. Ўзбекистан: инвестиции в человеческий капитал, партнёрства в сфере образования.-М.: Книжный дом газеты «Труд», 2006.-243 с.; Пардаев М.Қ., Мирзаев Қ.Ж., Пардаев О.М. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув Қўлланма. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2014. – 384 б.; Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Таълим хизматлари ва уларнинг самарадорлигини ошириш масалалари. Монография. “Инновацион ривожланиш нашриёт матбаа уйи”, 2020. – 256 б.; М.М.Мухаммедов ва бошқалар. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. Т.:«Фан ва технология» нашриёти 2018. Исроилов Б.И. Таълим тизимида инновацион корпоратив ҳамкорликни ривожлантиришда иқтисодий механизмлар ролини ошириш. ТМИ, ИАК, 2016 й., 26 март.; Очилов А.О. Юқори малакали кадрлар тайёрлашни бошқариш самарадорлигини ошириш. Иқтисодиёт фанлари доктори (Dsc) диссертацияси автореферати – Тошкент, ТДИУ, 2019. – 76-бет.

**Тадқиқот методологияси.** Таълим хизматларининг ҳозирги ҳолатини тадқиқ қилиш жараёнида миқдор ва сифат, индукция ва дедукция, макон ва замон, таҳлил ва синтез, қиёсий таҳлил каби услублардан ва ёндошувлардан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Ҳар қандай сифат кўрсаткичларининг замирида миқдор кўрсаткичларнинг кўпайиши асос бўлади. Чунки миқдор ва сифат ўзаро диалектик боғлиқликда. Шундай экан, мамлакатимизда таълим хизматларини ривожлантириш ҳамда сифатини ошириш учун олий таълим хизматларининг мамлакат ялпи ички маҳсулотдаги ва хизматлар соҳасидаги улушини таҳлил қилишни тақозо қилмоқда (1-жадвал).

1-жадвал

**Ўзбекистон Республикасида олий таълим хизматларининг мамлакат ЯИМда ва хизматлар соҳасидаги ўрни**

| Йил-лар | Мамлакат ЯИМ        |                  | Жами хизматлар      |                  | Хизматлар-нинг ЯИМ-даги улуши, % | Таълим соҳасидаги хизматлари |                   | ЯИМ-даги улуши, % | Хизматлар соҳасидаги улуши, % |
|---------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|----------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|
|         | суммаси, млрд. сўм* | ўсиш суръати, %* | суммаси, млрд. сўм* | ўсиш суръати, %* |                                  | сумма си, млрд. сўм**        | ўсиш суръати, %** |                   |                               |
| 2010    | 78 936,6            | 7,1              | 31 463,8            | 9,6              | 39,8                             | 763,1                        | -9,9              | 1,0               | 2,4                           |
| 2011    | 103232,6            | 7,5              | 40 529,1            | 10,0             | 39,3                             | 1027,4                       | 5,0               | 1,0               | 2,5                           |
| 2012    | 127590,2            | 7,1              | 50 254,7            | 7,8              | 39,4                             | 1385,3                       | 5,2               | 1,1               | 2,8                           |
| 2013    | 153 311,3           | 7,3              | 62 099,2            | 6,8              | 40,5                             | 1793,0                       | 5,2               | 1,2               | 2,9                           |
| 2014    | 186829,5            | 6,9              | 73 600,9            | 7,4              | 39,4                             | 2154,4                       | 9,1               | 1,2               | 2,9                           |
| 2015    | 221350,9            | 7,2              | 86 674,5            | 7,6              | 39,1                             | 2681,4                       | 11,2              | 1,2               | 3,1                           |
| 2016    | 255421,9            | 5,9              | 99 665,5            | 5,9              | 39,0                             | 3263,0                       | 7,8               | 1,3               | 3,3                           |
| 2017    | 317476,4            | 4,4              | 116 901,5           | 6,0              | 36,8                             | 4402,0                       | 25,6              | 1,4               | 3,8                           |
| 2018    | 426641,0            | 5,5              | 151 512,6           | 5,7              | 35,5                             | 5416,5                       | 10,5              | 1,3               | 3,6                           |
| 2019    | 532712,5            | 6,0              | 192 929,1           | 6,7              | 36,2                             | 7164,9                       | 9,5               | 1,3               | 3,7                           |
| 2020    | 605514,9            | 2,0              | 223 049,8           | 1,1              | 36,8                             | 8539,4                       | 1,0               | 1,4               | 3,8                           |
| 2021    | 738425,2            | 7,4              | 272 109,1           | 9,5              | 36,8                             | 12102,6                      | 30,8              | 1,6               | 4,4                           |
| 2022    | 888341,7            | 5,7              | 343 374,3           | 8,5              | 38,6                             | 15395,7                      | 15,3              | 1,7               | 4,5                           |

Юқоридаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, мамлакатимизда ЯИМ қиймати йилдан-йилга ўсиб борган. Бу ўсиш суръатлари 2010-2015 йилгача 7 % атрофида, 2021 йилда ҳам 7,4 % ўсиш суръатига эга бўлган. Айнан мана шу йиллар ЯИМ энг юқори ўсиш суръатларига эга бўлган. Энг паст ўсиш суръати 2020 йилга, яъни 2,0 % га тўғри келган. Бу йилда ЯИМнинг ўсиш суръатларининг кескин пасайишига асосий сабаблардан бири бутун жаҳондаги пандемия сабаб бўлган.

Жами хизматлар ҳам таҳлил қилинаётган даврда йилдан-йилга ўсиш тенденциясига эга бўлган. 2022 йилда хизматлар ҳажми 2010 йилдагига нисбатан қарийб 11 баравар ўсган. Хизматлар ўсиш суръати бўйича таҳлил қиладиган бўлсак энг юқори ўсиш суръатлари 2011 йил 10 %, 2010 йил 9,6 %, 2021 йил 9,5 %, 2022 йил 8,5 % га ўсган. Хизматлар ҳажмида ҳам ўсиш суръати энг паст бўлган йил 2020 йилга тўғри келган, яъни 1,1 %. Бунга юқорида таъкидлаб ўтганимиздек пандемия сабаб бўлган.

Таълим хизматлари соҳаси 2010 йилдан 2022 йилгача ўсиш тенденциясига эга бўлган. Шу давр мобайнида таълим хизматлари мамлакатимизда 20 баравардан ортиқ ўсган. Унинг мамлакат ЯИМдаги улуши 1,0 %дан, 1,7 %гача, хизматлар соҳасидаги улуши эса 2,4 %дан, 4,5 %гача ошган. Демак, бундан кўриниб турибдики, хизматлар ҳажми шу давр мобайнида 11 баравар ўсган, таълим хизматлар эса 20 баравар ўсган. Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, жами хизматларга нисбатан таълим хизматлари қарийб 2 баравар ўсган.

\* <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/national-accounts-2>

\*\* <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/services-2>

Бу мамлакатимизда таълимга қаратилган эътибордан далолатдир. Булардан келиб чиқиб, таълим хизматлари энг тез ўсаётган соҳалардан бири эканлигини алоҳида қайд этиб ўтиш лозим.

Таълим соҳасидаги хизматлар суммаси ҳам 2010 йилдан 2022 йилгача фақат ўсиш тенденциясига эга бўлган. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрда “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармонида олий таълим соҳасида давлат-хусусий шерикликни ривожлантириш, ҳудудларда давлат ва нодавлат олий таълим муассасалари фаолиятини ташкил этиш асосида олий таълим билан қамров даражасини 50 фоиздан ошириш, соҳада соғлом рақобат муҳитини яратиш назарда тутилган. Шу муносабат билан 2021 йилга келиб ОТМлар сони ҳам, талабалар сони ҳам кескин ошганлиги таълим хизматларининг улушининг ошишига асосий сабаблардан деб, ҳисоблаймиз.

Таълим соҳасидаги хизматларнинг ЯИМ даги улуши 2010 йилда 1,0 %ни ташкил этган бўлса, таъкидланганидек, 2022 йилга келиб 1,7 % ни ташкил этмоқда. Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, таълим соҳасидаги хизматлар йилдан-йилга жадал суръатлар билан ривожланмоқда. Келажакда ҳам энг самарали соҳалардан бирига айланиб боради.

Таълим соҳасидаги хизматларни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари кундузги ёки сиртки шаклда, шунингдек, Интернет тармоғи ва почта ёзишмалари орқали давлат томонидан бериладиган ёки хусусий турли даражадаги таълимни ва турли касбларга ўргатишни ўз ичига олади. Бунга турли даражадаги мунтазам мактаб тизими доирасида турли муассасалар томонидан бериладиган таълим, шунингдек, катталар учун таълим (тайёрлаш ва қайта тайёрлаш курслари), таълимни қўллаб-қувватлаш фаолияти ва бошқалар киради.

Таълим соҳасидаги хизматлар фаолиятини амалга оширишда кўрсатилган бозор хизматлари, жумладан, масофавий таълим хизматларини кўрсатиш қиймати (контракт асосида ўқитиш шакли) акс эттирилади.

2022 йилнинг январь-декабрь ойларида таълим соҳасидаги хизматлар ҳажми 15 395,7 млрд. сўмга етди. 2021 йилга нисбатан ўсиш суръати 115,3 % ни ташкил этган (2-жадвал).

2-жадвал

Мамлакатимизда таълим хизматларининг 2018-2022 йиллардаги ўсиш динамикаси<sup>1</sup>

| Йиллар | Таълим хизматлари ҳажми, трл. сўм | Ўсиш суръати, 2018 йилга нисбатан, % | Йиллик ўзгариш суръати, % |
|--------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| 2018   | 5,5                               | 100,0                                | 110,5                     |
| 2019   | 7,2                               | 109,5                                | 109,5                     |
| 2020   | 8,5                               | 154,5                                | 101,0                     |
| 2021   | 12,1                              | 220,0                                | 130,8                     |
| 2022   | 15,4                              | 280,0                                | 115,3                     |

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, мамлакатимизда таълим хизматларининг ҳажми ўсиш динамикасига эга. Таълим хизматларининг ҳажми 2018 йилда 5,5 трл. бўлган бўлса, 2022 йилга келиб эса 15,4 трл.га етган, яъни 2018 йилга нисбатан 2022 йилда таълим хизматлари 2,8 барабар ўсган. Ушбу таълим хизматларининг ҳажми ҳудудлар бўйича ўсиш динамикаси эга (3-жадвал).

Юқоридаги жадвалдан кўриниб турибдики, ҳудудлар кесимида ҳам таълим соҳасидаги хизматлар ҳажмининг ҳолати 2022 йилда ўсиш тенденциясига эга бўлган.

Тадқиқотлар давомида Ўзбекистон Республикасида Олий таълим хизматларининг ривожланишини ўрганиб чиқдик. Олий таълим хизматларининг ривожланиши республикамиздаги олий таълим муассасаларининг ривожланишига бевосита боғлиқ.

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Статистика вазирлиги маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

3-жадвал

Худудлар кесимида таълим соҳасидаги хизматларнинг 2022 йилдаги ҳолати<sup>1</sup>

| Худудлар номи         | Таълим хизматлар ҳажми, млрд. сўмда | Улуши, % да | Ўсиш суръати, % да |
|-----------------------|-------------------------------------|-------------|--------------------|
| Ўзбекистон Респ.      | 15 395,7                            | 100,0       | 115,3              |
| Қорақалпоғистон Респ. | 677,6                               | 4,4         | 113,5              |
| Андижон               | 919,9                               | 6,0         | 133,6              |
| Бухоро                | 839,6                               | 5,5         | 108,6              |
| Жиззах                | 424,7                               | 2,8         | 116,2              |
| Қашқадарё             | 631,9                               | 4,1         | 118,3              |
| Навоий                | 348,2                               | 2,3         | 120,4              |
| Наманган              | 774,5                               | 5,0         | 126,7              |
| Самарқанд             | 1 208,7                             | 7,8         | 112,3              |
| Сурхондарё            | 564,6                               | 3,7         | 110,7              |
| Сирдарё               | 216,3                               | 1,4         | 101,5              |
| Тошкент               | 710,1                               | 4,6         | 127,5              |
| Фарғона               | 1 192,5                             | 7,7         | 117,7              |
| Хоразм                | 526,7                               | 3,4         | 129,7              |
| Тошкент шаҳри         | 6 360,4                             | 41,3        | 111,0              |

Таълим хизматларининг ривожланишига энг катта таъсир қилувчи омиллар қуйидагилардир: олий таълим муассасаларининг сони, ОТМларида таҳсил олаётган талабалар сони, ОТМларида фаолият юритаётган профессор-ўқитувчилар сони. Бу кўрсаткичлар мамлакатимизда кейинги йилларда фақат ўсиш тенденциясига эга бўлган.

Мамлакатимизда сўнгги 4-5 йил ичида олий таълим хизматларига бўлган талаб сезиларли даражада ортиб бормокда. Буни республикаимизда фаолият олиб бораётган олий таълим муассасалари фаолиятининг асосий кўрсаткичларидан ҳам кўриш мумкин (4-жадвал).

4-жадвал

Ўзбекистон Республикасида фаолият олиб бораётган олий таълим муассасалари фаолиятининг асосий кўрсаткичлари<sup>1</sup>

| №    | Кўрсаткичлар                                                   | 2017/2018 ўқув йили | 2018/2019 ўқув йили | 2019/2020 ўқув йили | 2020/2021 ўқув йили | 2021/2022 ўқув йили |
|------|----------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 1.   | Олий таълим муассасалари сони, бирлик                          | 6                   | 8                   | 11                  | 12                  | 14                  |
| 1.1. | Ўсиш суръати, %                                                | 100,0               | 133,3               | 183,3               | 200,0               | 233,3               |
| 2.   | ОТМларида таҳсил олаётган талабалар сони, киши                 | 29125               | 34930               | 41093               | 54827               | 70772               |
| 2.1. | Ўсиш суръати, %                                                | 100,0               | 120,0               | 141,1               | 188,2               | 243,0               |
| 3.   | ОТМлари бакалавриатурасига қабул қилинган талабалар сони, киши | 7492                | 9870                | 11819               | 17772               | 18356               |
| 3.1. | Ўсиш суръати, %                                                | 100,0               | 131,7               | 157,8               | 237,2               | 245,0               |
| 4.   | ОТМлари магистратурасига қабул қилинганлар сони,               | 209                 | 521                 | 791                 | 1143                | 1539                |

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Статистика вазирлиги маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

<sup>1</sup> www.stat.uz

|      | киши                                                                              |       |       |       |       |       |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 4.1. | Ўсиш суръати, %                                                                   | 100,0 | 249,3 | 378,5 | 546,9 | 736,4 |
| 5.   | ОТМларида битирувчилар сони, киши                                                 | 6417  | 6869  | 6842  | 7165  | 8528  |
| 5.1. | Ўсиш суръати, %                                                                   | 100,0 | 107,0 | 106,6 | 111,6 | 132,9 |
| 6.   | ОТМларида фаолият юритаётган профессор-ўқитувчилар сони, (ўқув йили бошида), киши | 2977  | 3323  | 3241  | 3341  | 3849  |
| 6.1. | Ўсиш суръати, %                                                                   | 100,0 | 111,6 | 108,9 | 112,2 | 129,3 |

Юқоридаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, мамлакатимизда сўнгги ўн йил ичида олий таълим муассасалари сони 2,5 бараварга ошган. Сўнгги йилларда олийгоҳларимиз 2,5 баравар кўпайиб, 198 тага етди, қамров даражаси эса 9 фоиздан 38 фоизга ошди<sup>1</sup>. Олий таълим муассасалари сонининг ошиши билан бирга хорижий олий таълим муассасалари сони ҳам ошган. 2000/2001 ўқув йилида хорижий олий таълим муассасалари мавжуд бўлмаган. 2021/2022 ўқув йили келиб эса 25 тага етган.

Олий таълим хизматларининг истеъмолчилари бўлган талабалар сони ҳам кескин ошиб бормоқда. Ўзбекистонда ОТМларида тахсил олаётган талабалар сони сўнгги ўн йил ичида 4,4 баробарга ошган. Яъни, 2000/2001 ўқув йилида тахсил олаётган талабалар сони 183,5 мингга ташкил қилган бўлса, 2021/2022 ўқув йилига келиб эса 808 мингдан ошган. Ўзбекистонда 2022/23 ўқув йили бошланган пайтда талабаларнинг умумий сони 1 040 400 нафарга етган<sup>2</sup>.

ОТМларида фаолият юритаётган профессор-ўқитувчилар сони ҳам сўнгги ўн йилда 2,0 баробарга ошган. 2000/2001 ўқув йилида 18,4 мингга ташкил қилган бўлса, 2021/2022 ўқув йилига келиб 37,4 минг нафарни ташкил қилган. ОТМларига қабул қилинган талабалар сони 2000/2001 ўқув йилида 44,7 мингга ташкил қилган бўлса, 2021/2022 ўқув йилига келиб эса сал кам 236 мингга етган. Қабул қилинган талабалар сонининг бундай 5,3 бараварга ошиб бориши, авваламбор аҳолининг талаб даражасидан келиб чиқилган.

ОТМларини битирган мутахассислар сони охириги ўн йилда 3,3 баробарга ошиб, 2000/2001 ўқув йилидаги 31,6 минг нафардан, 2021/2022 ўқув йилига келиб 103,9 нафарга етган.

**Хулоса ва таклифлар.** Мақолада таълим хизматларининг ЯИМдаги улуши, хизматлардаги улуши, таълим хизматларининг ҳудудлар бўйича маълумотлар ҳамда ОТМга таъсир қилувчи омиллар тадқиқ қилиниб бир қанча хулосаларга келинди.

Биринчидан, мамлакат ЯИМ ҳажми ва ўсиш суръати, жами хизматларнинг ҳажми ва ўсиш суръати, таълим соҳасидаги хизматларининг ҳажми ва ўсиш суръати, ҳамда таълим хизматларининг ЯИМдаги ва жами хизматларидаги улуши таҳлил қилинди ва таълим хизматлари энг тез ўсаяётган соҳалардан бири эканлиги асослаб берилди.

Иккинчидан, таълим соҳасидаги хизматларнинг ҳудудлар кесимида ҳам 2022 йилдаги ҳолати таҳлил қилиниб, 2022 йилда ҳам ўсиш тенденциясига эга бўлганлиги кўрсатиб берилди.

Учинчидан, мамлакатимизда таълим хизматларининг 2018-2022 йиллардаги ҳажми таҳлил қилиниб, таълим хизматларининг ҳажми ўсиш динамикасига эга бўлганлиги ёритиб берилди.

Тадқиқот давомида таълим хизматлари устувор вазифалар эканлиги асосланди. Бизнинг фикримизча ушбу соҳада самарадорликка эришиш учун қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

<sup>1</sup> <https://president.uz/uz/lists/view/5774>

<sup>2</sup> <https://kun.uz/news/2023/02/14/ozbekistonda-talabalar-soni-1-milliondan-oshdi>

Биринчидан, олий таълимда кўрсатиладиган хизматлар сифатига катта аҳамият бериш лозим, сифат қанчалик юқори бўлса, таълимда самарадорликка эришилади. Бунинг натижасида мамлакатнинг ЯИМ ҳажми ошади, ундан хизматларнинг улуши ошади, шу билан биргаликда таълим хизматларининг ҳажми ҳам ошади;

Иккинчидан, муаллимнинг билимини, интеллектуал салоҳиятини ошириш учун унинг жамиятдаги мавқеини ўрнига қўйиш керак. Унга муносиб маош тўланиши билан бирга тизимли равишда интеллектуал соҳаётининг кадрланишини таъминлайдиган механизм яратилиши лозим.

Учинчидан, юқоридагиларни амалга ошириш учун уларнинг билим даражаси интеллектуал салоҳиятини ҳам баҳолайдиган механизм яратилган бўлиши лозим. Бунда фақат ойликни ошириш билан чекланиб қолмасдан, ҳар бир эришилган натижаларни ҳам тақдирлашни қўшиб олиб борилиши мақсадга мувофиқ. Муаллимнинг берадиган билими инсон ҳаётига йўлланма, фаолиятига қўлланма даражасига кўтариш лозим бўлади.

Тўртинчидан, таълим олувчи талабаларимиз ҳам олган билимларига яраша муносиб тақдирланиши лозим. Энг иқтидорли талабалар давлат (шу жумладан, маҳаллий ҳокимиятлар, вазирликлар) эътиборида бўлиб, улардан жамиятимиз тараққиёти учун самарали фойдаланиш имкониятларини ишга солиш мақсадга мувофиқ. Чунки тараққиёт стратегиясида боғча тизимини мактаб таълими билан уйғунлаштириш орқали болаларни мактабга тайёрлаш сифатини янада яхшилаш масаласи қўйилган. Болага боғчадан бошлаб эътибор қаратилсаю, мактабларда муносиб ўқитилса, у олий таълимни битирганидан кейин ишни қаердан бошлашини билмай, қаерга “бош сукишини” билмай турса ҳам жамиятнинг ривожланиши учун инсон капитали кўзда тутилгандек асосий омил бўлмасдан қолиши мумкин.

Бешинчидан, мактабни аъло баҳоларга битирган ўқувчилар, маълум муваффақиятга эришган, турли танловларда ғолибликни қўлга киритган, ихтиролар қилган ўқувчилар олий таълим тизимига имтиҳонсиз, ҳеч қандай қаршиликсиз, бюджет асосида ўқишини таъминлайдиган меъёрий ҳужжатлар ишлаб чиқилса ҳам мақсадга мувофиқ, деб ўйлаймиз. Бугунги кунда олий ўқув юртига киришга жуда катта имкониятлар яратилди. Аммо айрим иқтидорли болалар контракт асосида ўқиши учун имконияти чекланган бўлиши мумкин. Улар яшаш учун бошқа тадбиркорлик йўллари танлаб илмий-тадқиқот соҳасидан узоқлашиб қолиши эҳтимоли ҳам йўқ эмас. Лекин иқтидорлилар тадбиркорликдан кўра илмий соҳада фаолият кўрсатса жамиятга кўпроқ фойдаси тегиши мумкин.

Агар ушбу тавсияларимиз амалга ошса, жамиятимиз муқаррар нафақат иқтисодий, балки ижтимоий жиҳатдан ҳам тараққий этган бўлар эди. Чунки олам бу бепоеён борлик, уни англаш учун илмидан баҳраманд бўлишимиз керак. Олам илмини муаллим (устоз) ўргатади. Ўргатиш жараёни таълимдан иборатдир.

| Х.Очилова                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Н.Оchilova                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Анализ внутренних возможностей развития услуг высшего образования</b></p> <p><b>Аннотация:</b> В целях развития и повышения качества образовательных услуг в нашей стране в статье анализируется доля образовательных услуг в валовом внутреннем продукте страны и сфере услуг, а также анализируются факторы, влияющие на развитие высших учебных заведений.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> образование, услуги, образовательные услуги, валовой внутренний продукт, развитие образовательных услуг, деятельность образовательных услуг, количество и качество.</p> | <p><b>Analysis of internal opportunities for the development of higher education services</b></p> <p><b>Abstract:</b> In order to develop and improve the quality of educational services in our country, the article analyzes the share of educational services in the country's gross domestic product and the services sector, and factors affecting the development of higher education institutions are analyzed.</p> <p><b>Keywords:</b> education, services, educational services, gross domestic product, development of educational services, activities of educational services, quantity and quality.</p> |

## ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР

### Кексалик – буюк неъмат, агар одам унинг қадрига етиб яшаса

Одатда кўпчилигимиз маълум ёшга етганда энди пенсионерман, менга ҳеч нарса керак эмас, деб бутун фаолиятимизни тўхтатиб қўямиз. Аммо тарихга назар солсак ва бугунги кунда ҳам ёнимиздаги одамлар 70 ёшдан кейин ҳам жуда самарали фаолият кўрсатиб келмоқдалар. Агар тарихга назар солсак, жуда кўп мутафаккирлар кексаликда ҳам ижоддан, меҳнат қилишдан тўхтаб қолмаганлар.

Инсонларнинг ёшини ва шу ёшдаги интеллектуал ва жисмоний салоҳиятини дунё миқёсидаги олимлар тадқиқ қилиб келган ва ҳозир ҳам давом этмоқда. Бу борада дунё олимлари, хусусан ўзимизнинг олимларимиз ҳам тадқиқот олиб бормоқдалар. Тадқиқотлар натижаси бир қанча хулосалар қилишга асос бўлмоқда. Булар:

Инсоннинг интеллектуал салоҳияти бўйича биринчи ўринда АҚШ олимлари томонидан олиб борилган тадқиқотларнинг натижаси кўрсатишича одамнинг энг самарали ёши 60 дан 70 ёшгача даврни қамраб олар экан.

Иккинчи ўринда одамларнинг ёши бўйича самарали даври 70 дан 80 ёш ўрталарини ҳам олиш мумкин экан. Чунки одамлар бу ёшда ҳам анча самарали фаолият кўрсатар экан.

Учинчи ўринда турадиган самарали ёш 50 дан 60 ёш оралиғида экан. Чунки бу ёшда ҳам одам анча муваффақиятларга эришиш билан бирга, кейинги ёшлардаги муваффақиятлар учун ҳам пойдевор яратар экан.

Ушбу йўналишни қуйидаги далиллар билан исботлаш мумкин. Жумладан Нобель мукофотида сазовор бўлиб, бундай катта муваффақиятларни қўлга киритган олимларнинг ўртача ёши 62 ёшни ташкил қилади.

Дунё миқёсида жуда катта 100 та компаниялар Президентларининг ўртача ёши ҳам 63 ёшни ташкил қилади. АҚШдаги 100 та йирик черковларнинг руҳонийлари (пасторлари)нинг ўртача ёши ҳам 71 ёшни ташкил қилади. Пошларнинг ҳам ўртача ёши 76 ёшни ташкил қилади.

Булардан ҳам кўриниб турибдики, инсоннинг энг самарали ёши 60 дан 80 ёш оралиғида экан. Ушбу маълумотлар “NEW ENGLAND JOURNAL OF MEDICINE” номли шифокорлар ва психологлар компанияси томонидан эълон қилинган.

Ушбу компаниянинг эътироф этишича одамлар 60 ёшда ўзининг энг юксак ҳис-туйғулари ва ақлий салоҳияти бўйича юқори чўққига чиқиб, ушбу ҳолат 80 ёшгача давом этар экан. Шу йигирма йил инсон учун энг унумдор ва самарали йиллар ҳисобланади.

Мамлакатимизнинг ҳозирги қонунчилиги бўйича 60 ёшдан пенсия ёши белгиланган бўлиб, энг самарали пайғида аксарият одамлар меҳнат қилишдан тўхтатилади. Албатта жисмоний меҳнатдагилар учун балки тўғридир, аммо ақлий меҳнат қилаётган касблар учун бу ҳолатни яна ўйлаб кўриш керакка ўхшайди.

Бундай ҳолатга бир қанча мисолларни келтириш мумкин. Хусусан, шоир Беранже 77 ёшигача самарали фаолият кўрсатганлар. Ҳаммамиз қадрлайдиган Лев Толстой 82 ёшида ҳам фаол фаолиятда бўлганлар, Виктор Гюго эса 83 ёшида ҳам ишлаганлар. Академик Иван Павлов эса 87 ёшда ҳам ижод қилган ва бир қанча ихтиролар қилган.

Рим сенатори Марк Катон 80 ёшида грек тилини ўрганишга муваффақ бўлган. Сократ эса 70 ёшида жуда кўпгина музыка асбобларида куй чалишни ўрганганлар. Айнан шу ёшида ушбу санъатни мукамал ўрганиб, юқори даражага олиб чиқишга муваффақ бўлганлар.

Микеланджело 80 ёшида катта аҳамиятга молик бўлган газламасини (полотносини) яратдилар. Гёте эса 80 ёшида «Фауст» асарини тугатишга муваффақ бўлганлар. Яна бир ҳолат, немис тарихчиси Леопольд Ранке “Дунё тарихи” («Всемирная история») асарини 91 ёшида ёзиб тугатганлар.

Исаак Ньютон 85 ёшида ўта фаол бўлган ва чарчамасдан фаолият кўрсатиб юрганликларини кўп манбаларда қайд этилган. Лев Толстой 82 ёшида ўроқ ўриб, кўп ёшлардан унумли ишлаган. Чунки кўп ёшлар бу кишининг қилган ишлари даражасида иш қила олмаганликлари ҳам эътироф этилган. Лев Толстой айна кексалик ёшида “Уруш ва тинчлик” («Война и мир») асарини ёзиб тугатган. Шу даврда отда сайр қилиб юрадиган, велосипед минадиган, спортнинг кўп турлари билан шуғуллана оладиган, бир оёқда туриб 40 мартага ўтириб турадиган маҳоратга ҳам эга бўлган.

Америка фуқароси композитор ва дирижер Игорь Стравинский 88 ёшида ҳам самарали ижод қилган. Қадимги грек драматурги Софокл 90 ёшгача фаол ижод қилган. Файласуфлар Диоген ва

Демокрит, санъаткор (рассом)лар Тициан ва Микеланджелолар ҳам 80 ёшдан кейин ҳам самарали ижод қилиб, жуда кўшлаб янги асарларни ёзишга муваффақ бўлганлар.

Бернард Шоун билмаган одам бўлмаса керак. Бу киши ҳам 94 ёшигача ижод қилиб келган. Ўзимизнинг иқтисодчи олимларимиздан Мухтор Расулов, Ахмаджон Ўлмасов, Шеркул Шодманов, Исмаил Абдукаримовлар ҳам 80 ва ундан ошган паллада ҳам ижод қилишдан тўхтаган эмас эдилар.

Бугунги кунда 90 дан ошиб, самарали ижод қилиб келаётган ижодкорларимиз ҳам йўқ эмас. Яқинда давлат ва жамоат арбоби, академик Оқил Ўмирзақович Салимов 96 ёшида «Янги Ўзбекистоннинг истеъдодли ёшлари» номли китобини нашр қилишда раҳбарлик қилиб, уни нашрдан чиқариб, тақдироти СамДУда ўтказилди. Бу киши “Янги Ўзбекистон”, “Халқ сўзи” газеталарида энг долзарб мавзуларда мақолаларни ҳам тизимли равишда эълон қилиб бормоқда.

Замондошларимиздан Ёркин Абдуллаев 80 ёшида “Осуда яшашнинг 99 сири” туркумининг 27 жилдини нашрдан чиқариб, ўқувчиларга тақдим қилди. СамИСИ доценти Умар Худайбердиев ҳам 80 ёшида статистика фанидан дарсликни ёзиб тугатди ва нашрдан чиқарди.

Шунингдек, мамлакатимизнинг кўпгина олимлари 70-80 ёш оралиғида жуда катта ишларни амалга оширмоқдалар. СамИСИ профессори Мурод Муҳаммедов 70 дан ошгандан кейин жуда нуфузли тарихий асар “Ўзбекистон иқтисодиётининг тарихи: Амир Темур давридан то ҳозирги кунга қадар” номли 440 бетлик йирик асарни ilk бор нашрдан чиқарди. Чунки мамлакатимиз иқтисодиётининг тарихи шу тарзда ёзилмаган эди. Худди шундай самарали ижод билан туризм соҳасида мактаб яратган олимларимиздан Искандар Тухлиев ҳам шуғулланиб келмоқда. Айнан бугунги кунда бир қанча дарслик ва ўқув қўлланмалар ҳам ёзмоқда.

Маълумки яқинда Америкалик олимлар Европалик олимлар билан ҳамкорликда оламшумил тадқиқот натижаларини эълон қилишга муваффақ бўлдилар. Хусусан, инсон мияси олдингидек 25-30 ёшларда эмас, балки 50 ёшгача такомиллашиб, ривожланиб борар экан. Агар одам фаол ақлий меҳнат билан шуғулланиб борса мия умуман чарчамаслигини ва ўзининг фаол фаолиятини тўхтатмаслигини исботладилар.

Одатда кексаликнинг давоси йўқ, у бедаво дард дейдилар. Бироқ юқоридаги далиллар шуни кўрсатиб турибдики, кексалик одамларда энг самарали фаолият олиб борадиган ёш экан. Фақат одамлар “Энди меники бўлди, пенсиядаман”, деб ўзини “ташлаб” қўймасликлари ҳам лозим экан. Агар одам фаол бўлса, ижоддан тўхтамаса, умрининг охиригача ижод қилиш имконияти борлигини юқоридаги мисоллардан кўриш мумкин.

Таниқли рухшунос Дэниел Эймен “Ҳамма эшитган нарсаларингизга ишонаверманг, ҳатто у ўзингиз кечинмангизда бўлса ҳам”, деб таъкидлаган. Чунки ҳар бир инсоннинг катта тўсиғи, ўзининг сийратида бўлади. Агар муваффақиятларга эришишни хоҳласангиз бундай дунёқарашни “синдириш” кераклигини уқтирган. Бунда кўзда тутилган нарса шундаки, ҳеч маҳал “меники бўлди”, деб ўз фаолиятингизга ўзингиз “нуқта” қўйманг.

Ҳар бир инсоннинг қалби, ички туйғуси, иймони ва маънавий кучи инсоннинг ёши ўтишига боғлиқ бўлиб қолмас экан. Инсон тирик бўлса, бу Аллоҳнинг унга берган бебаҳо неъмат. Фақат инсон ундан самарали фойдаланишни билиши ва шунга ўзини бошқара олиши лозим экан. Агар инсон Аллоҳга таваккал қилиб, астойдил ижод қилса, ёшидан қатъи назар, улкан муваффақиятларга эришиши мумкин экан.

Инсон ҳеч маҳал вақтим йўқ демаслиги керак экан. Ҳозирги яшаб турган онингиз – бу Сизга берилган вақт, катта имконият. Унинг ҳар лаҳзасидан самарали фойдаланиш ҳар бир инсоннинг ўз қўлида.

Кўриниб турибдики, кексалик – энди бўлди дегани эмас, балки у буюк неъмат экан. Фақат одамлар унинг қадрига етиб яшашлари лозим экан, холос. Ҳар бир инсон самарали меҳнат қилишдан тўхтамаса, астойдил ҳаракат қилса, умрининг охириги лаҳзасигача инсониятга нафи тегадиган ишларни қилиши мумкин экан. Бундай инсонлар абадиётга дахлдордирлар.

Юқорида келтирилган мутафаккирларнинг ёшлари тўғрисидаги маълумотларнинг бир қисми Ия Алексеевна Попованинг берган маълумотларидан ҳам олинган.

**Сайдахрор Ғуломов – ЎзР ФА академиги,  
Мамаюнус Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.**

## МУАЛЛИФЛАРГА ЭСЛАТМА

**Таҳририятга мақола юборилганда муаллиф қуйидаги қоидаларга риоя қилиши лозим:**

- ☞ “Сервис” журнали хизмат кўрсатиш ва сервис ҳамда иқтисодиётга оид мавзулардаги 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.
- ☞ **Мақоланинг таркиби:** муаллифнинг фамилияси, исми ва отасининг исми, лавозими ва илмий даражаси, мавзунинг номи, аннотация, калит сўзлар (ўзбек, рус ва инглиз тилларида), кириш. мавзунинг долзарблиги, мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили, тадқиқот методологияси, таҳлил ва натижалар, хулоса ва тақлифлар, фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат бўлиши лозим.
- ☞ Илмий мақоланинг ҳажми жадвал, расмлар, фойдаланилган адабиётлар рўйхати билан бирга 4 бетдан, қисқа хабарлар 3 бетдан, тақризлар 2 бетдан кам бўлмаслиги, MS Word дастурида Times New Roman 14 шрифтида бир интервал оралиғида расмийлаштирилган бўлиши керак.
- ☞ Мақоланинг матни ҳам ўзбек, рус ёки инглиз тилларида ёзилган бўлиб, аниқ, равлон ва адабий тилда таҳрир қилинган ва 1 нусхада қоғоз вариантида муаллифлар имзо чеккан ҳолда электрон версияси билан бирга тақдим этилиши талаб қилинади.
- ☞ 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 фақат китоб шаклида ёритилиши, уларнинг тартиб рақами, номи, жадвал маълумотларининг манбаларига ҳаволалар албатта берилиши лозим. Альбом шаклидаги жадвал ва расмлар қабул қилинмайди.
- ☞ Мақолада мавзунинг долзарблиги, ўрганилганлик даражаси, мавзуга оид бугунги муаммолар ҳамда уларнинг ечимлари ҳусусида ўз фикр-мулоҳазалари ифода этилган, якуний хулосага, аниқ тақлиф ва тавсияларни ўз ичига олган бўлиши керак.
- ☞ Ушбу талабларга жавоб бермайдиган мақолалар чоп этишга қабул қилинмайди ва қайтарилмайди.

“Сервис” журналида эълон қилинаётган материаллардаги далиллар, рақамлар ва маълумотларнинг ишончлилиги учун уларнинг муаллифлари жавобгардир.

Таҳририят фикри муаллифларнинг фикрига мос келмаслиги мумкин. Журналдан кўчириб босилаётган материалларни шу журналдан олинган, деб кўрсатилиши ва албатта ихтибос берилиши шарт.

ISSN 2091-5187

∞ “СЕРВИС” ∞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят  
бўлимида нашрга тайёрланди.

07.09.2023 йилда теришга берилди. 22.09.2023 йилда босишга рухсат этилди.  
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sub>1/8</sub>. “Times” гарнитураси. Офсет  
босма усули. Шартли босма табоғи 15,76. Ҳисоб-нашриёт  
табоғи 13,6. Адади 100 нусха. Буюртма № 0074А/23.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг  
матбаа бўлимида чоп этилди.  
Лицензия № 025316.  
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2023