



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2024
2/1-сон



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2024 йил, 2/1-сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

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

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

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:

и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

Бош муҳаррир

ўринбосари:

и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:

и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:

и.ф.д. Ф.А.Сафаров

катта ўқит. Ш.З.Ўразов

Техник муҳаррир:

и.ф.н., доц. А.Н.Холиқулов

Корректор:

PhD С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:

ассис. Х.Н.Очилова

1 йилда 4 мартаба
чоп этилади.

Ўзбекистон ҳудудида
тарқатилади.

Тахририят манзили:

140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,
+998(66)233-17-88

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Тахририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институти ректори, и.ф.д., профессор

Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Тахрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти
хузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,
профессор

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

Б.К.Ғоибназаров – и.ф.д., профессор.

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

Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

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

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

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

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

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.

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

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

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

А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

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

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

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод
фанлари доктори

Л.Н.Халикова – СамИСИ профессори в.б., DSc

Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти в.б., DSc

МУНДАРИЖА :

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ	
Мурод Муҳаммедович Муҳаммедов, Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев “Хизмат” тушунчасининг иқтисодий кагегория сифатида назарий таҳлили	5
Ибодулла Ҳасанович Ибрагимов, Рустам Алижонович Мусабоев Истеъмолчилик хулқининг трансформацион хусусиятлари	11
Аскар Хайдарович Джумаев Жаҳон хўжалигида иқтисодий тизимларнинг қиёсланишининг услубий жиҳатлари	16
Shahobiddin Ziyadullayevich O‘rozov Amir Temur ijtimoiy faoliyatida ratsionallik yondashuvi	20
Lola Nazarovna Xalikova Ijtimoiy himoyalashga oid nazariy qarashlar	24
РАҚАМЛИ ВА ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ	
Боҳодир Ибрагимович Исроилов, Бобуршоҳ Боҳодир ўғли Ибрагимов Рақамли иқтисодиёт шароитида солиқ ҳуқуқбузарликларини таснифлашнинг ўзига хос хусусиятлари	28
Қулмамат Джонузоқович Мирзаев, Гиёс Турабекович Юлдашев Республикамизда деҳқончиликни инновацион асосда ривожлантиришни асосий тараққиёт тенденциялари	32
Жунайдулло Садиевич Файзиев Умумий овқатланиш корхоналарини дастурий – аппарат комплексларидан фойдаланиб автоматлаштириш	37
САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ	
Раҳматулла Хидирович Эргашев Мева-сабзавотчилик маҳсулотлари кооперацияси ва унинг самарадорлигини ошириш	42
ХИЗМАТ КўРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Зариф Юсупович Аминов Инсон иқтисодий хавфсизлигига ишчи кучи сифатининг таъсири	49
Zubayda Ubaydullayevna Shodmanova Xizmat ko‘rsatish sohasidagi korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta’minlashdagi kamchilik va muammolar	53
Bekjon Shukurillayevich Musayev Oliy ta’lim xizmatlarini raqamli texnologiyalar asosida targ‘ib qilishning uslubiy asoslari	57
Sadoqat Qudratovna Bultakova Xizmat ko‘rsatish sohasi va uning O‘zbekistonda o‘shish dinamikasi	63
Luiza Komilovna Haydarova Xizmat ko‘rsatish korxonalarida innovatsiyalarni tatbiq etish zaruriyati va omillarini tahlili	67
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Akram Abduraxmonovich Azizqulov Xatirchi tumanida ziyorat turizmini rivojlantirish imkoniyatlari	74

kamaytirishi, o‘z aktivlarini himoya qilishi va tobora o‘zgaruvchan biznes muhitida uzoq muddatli barqarorlikni ta‘minlashi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Mirziyoev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat‘iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz. – T.: O‘zbekiston, 2017.-592 b.
2. Вечканов Г.С. Экономическая безопасность. Учебник для вузов. –СПб. Питер. 2007
3. Q. Abdurahmanov Mehnat iqtisodiyoti. Nazariya va amaliyot. Fan nashryoti 2019
4. Isaxodjaev A., Rasulov A. Xufiyona iqtisodiyot va iqtisodiy xavfsizlik. –T.: O‘zbekiston Respublikasi IIV Akademiyasi, 2004.
5. Z. Aminov. Xizmat ko‘rsatuvchi korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta‘minlash yo‘llari. Iqtisod fanlari nomzodi ... dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand. 2009. 10-b.
6. Iqtisodiy xavfsizlik: Darslik / T.T. Jo‘rayev, Sh.R. Qobilov, Sh.A. Allayarov, X.S. Asatullayev; - T.: "Iqtisod-Moliya", 2020
7. Abulqosimov X.P. Iqtisodiy xavfsizlik: Nazariya va amaliyot. O‘quv qo‘llanma. - T.: Noshirlik nashriyoti, 2019 - 620 b.
8. Abulqosimov X.G., Rasulov T.S. va b. Mamlakat iqtisodiy xavfsizligi va raqobatbardoshligini ta‘minlashning barqaror yo‘nalishlari. Monografiya. - T.: "Innovatsion rivojlanish nashriyot - matbaa uyi". 2019. - 395 b.
9. Абулқосимов Х.П. Давлатнинг иқтисодий хавфсизлиги. - Т.: «Академија», 2012. -102 б.
11. Xolikova L.N., Iskandarov B.A.. Iqtisodiy xavfsizlik. O‘quv qo‘llanma. 2023

<p>З.Шодманова</p> <p>Недостатки и проблемы в обеспечении экономической безопасности предприятий сферы услуг</p>	<p>Z.Shodmanova</p> <p>Shortcomings and challenges in ensuring economic security for service sector enterprises</p>
<p>Аннотация: в данной статье рассмотрены основные недостатки и проблемы, с которыми сталкиваются предприятия сферы услуг при организации системы экономической безопасности. Условия достижения экономической безопасности представлены посредством комплексной оценки рисков. Принят ряд мер по защите экономической безопасности предприятий сферы услуг от различных угроз, устранению проблем и недостатков.</p> <p>Ключевые слова: экономическая безопасность, информационная безопасность, глобализация и международные угрозы, стратегия поставок, внутренние и внешние угрозы, операционные сбои, гибкость.</p>	<p>Abstract: this article examines the main shortcomings and problems faced by enterprises in the service sector in the organization of the economic security system. Conditions for achieving economic security are presented through a comprehensive risk assessment. A number of measures have been taken to protect the economic security of enterprises in the service sector from various threats, to eliminate problems and shortcomings.</p> <p>Keywords: economic security, information security, globalization and international threats, supply strategy, internal and external threats, operational failures, flexibility.</p>

Bekjon Shukurillayevich Musayev – SamISI dotsenti, mustaqil izlanuvchisi

OLIY TA’LIM XIZMATLARINI RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TARG‘IB QILISHNING USLUBIY ASOSLARI

Annotasiya: ushbu maqolada oliy ta‘lim muassasalari web-saytini baholashning sotsiologik so‘rov usuli bo‘yicha o‘tkazilgan tadqiqot natijalari keltirilgan. O‘tkazilgan tadqiqot natijalari bo‘yicha Samarqanddagi OTMlarning web-saytiga tashrif buyuruvchilarning tashrif maqsadi, OTMlar web-sayti jozibadorligi so‘rov usuli orqali baholash natijalari, OTMlar web-saytida joylashtirilishi kerak bo‘lgan kontentlarga talab tahlili keltirilgan.

Kalit so‘zlar: web-saytning dizayni, web-saytning navigatsiyasi, web-saytning interaktivligi, web-saytning kontenti, web-saytning internet ko‘rinishi, targ‘ib qilish vositasi.

Kirish. Oliy ta’lim xizmatlarini raqamli texnologiyalar orqali targ’ib qilishda ijtimoiy tarmoqlar, ya’ni ijtimoiy media marketing muhim o’rin tutadi. Avvalo shuni ta’kidlash kerakki, ijtimoiy tarmoqlar o’zlarining ko’ngilochar xususiyatlari tufayli ko’p hollarda oliy ta’lim muassasalari tomonidan uzoq muddatli reklama strategiyalarida qo’llaniladi. Bu ijtimoiy media marketingida qo’llaniladigan ko’rsatkichlarning asosiy xususiyatini belgilaydi. To’liq rasmni yaratish uchun ularni ma’lum bir lahzaning statistikasida emas, balki dinamikada ko’rib chiqish kerak. Bir qator OTMLar uchun ijtimoiy tarmoqlar SMM yo’nalishida ishlashning sof pragmatik strategiyasidan foydalanishga imkon beradi. Bu esa maqsadli auditoriyani ta’lim muassasasi va ta’lim yo’nalishlarini tanlashga faol tayyorlash va rag’batlantirishni nazarda tutadi.

Samarqand viloyatidagi OTMLarning web-saytlarining jozibadorligini baholash uchun tadqiqotimiz davomida quyidagi uslubiyatdan foydalandik:

- talabalar va OTMLarning maqsadli auditoriyasi ehtiyojlari nuqtai nazaridan OTM web-saytining jozibadorligini aniqlash uchun sotsiologik so’rov o’tkazildi;
- Samarqand viloyatidagi OTMLar web-saytining kontentlari va ularning mazmunini baholash uchun sifat jihatidan tanlangan mezonlar bo’yicha tadqiqot o’tkazildi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. OTMLar web-saytini baholash uslubiyati bo’yicha Rossiyalik mutaxassis D.A.Shevchenko ilmiy tadqiqot ishlari olib borgan. K.V.Pitelinskiy oliy ta’lim muassasalari web-saytining sifatini baholash ko’rsatkichlari bo’yicha ilmiy ishlar olib borgan. K.V.Pitelinskiy olib borgan tadqiqotlari natijasida oliy ta’lim muassasalari web-saytining sifatini baholash ko’rsatkichlar tizimini ishlab chiqqan. Xorijiy mutaxassislardan yana biri C.Maslowskyning fikricha “WEB-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”. 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.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolani yozishda oliy ta’lim xizmatlarini raqamli texnologiyalar asosida targ’ib qilishning uslubiy asoslarini yoritishda OTMLar web-saytining kontentlari va ularning jozibadorligini baholashda sotsiologik so’rov usulidan foydalanilgan. So’rov natijalarini tahlil qilishda tizimli tahlil, statistik tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Talabalar va OTMLarning maqsadli auditoriyasi ehtiyojlari nuqtai nazaridan OTM web-saytining samaradorligini aniqlash uchun sotsiologik so’rov o’tkazish bo’yicha ishlab chiqilgan so’rovnoma asosida tadqiqot 2023-yilning iyun, iyul va avgust oylarida o’tkazildi. O’tkazilgan tadqiqotda turli yoshdagi hamda turli ta’lim shakllaridagi Samarqand viloyatidagi OTMLarning 3026 nafar bakalavriat talabalari, magistratura talabalari, doktorant va mustaqil izlanuvchilari ishtirok etdi.

So’rov natijalarini tahlil qilish shuni aniqlashga imkon berdiki, so’rovda ishtirok etganlarning 59,2 % erkaklar, 40,8 foiz ayollarni tashkil etdi. So’rovda qatnashgan talabalar, magistrlar, doktorantlar, mustaqil izlanuvchilarning yosh bo’yicha tahlilidan ma’lum bo’lishicha 17-20 yosh (48,1 %), 21-25 yosh (30,4 %), 26-30 yosh (11,2 %), 31-35 yosh (6,1 %) va 36-40 yosh (4,2 %) tashkil etdi. Respondentlarning 35,2 foizi 3-kursda, 24,5 foizi 2-kursda tahsil olmoqda. Respondentlarning 67,4 foizi kunduzgi, 30,6 foizi sirtqi va 2,3 foizi kechki bo’limda o’qiydi.

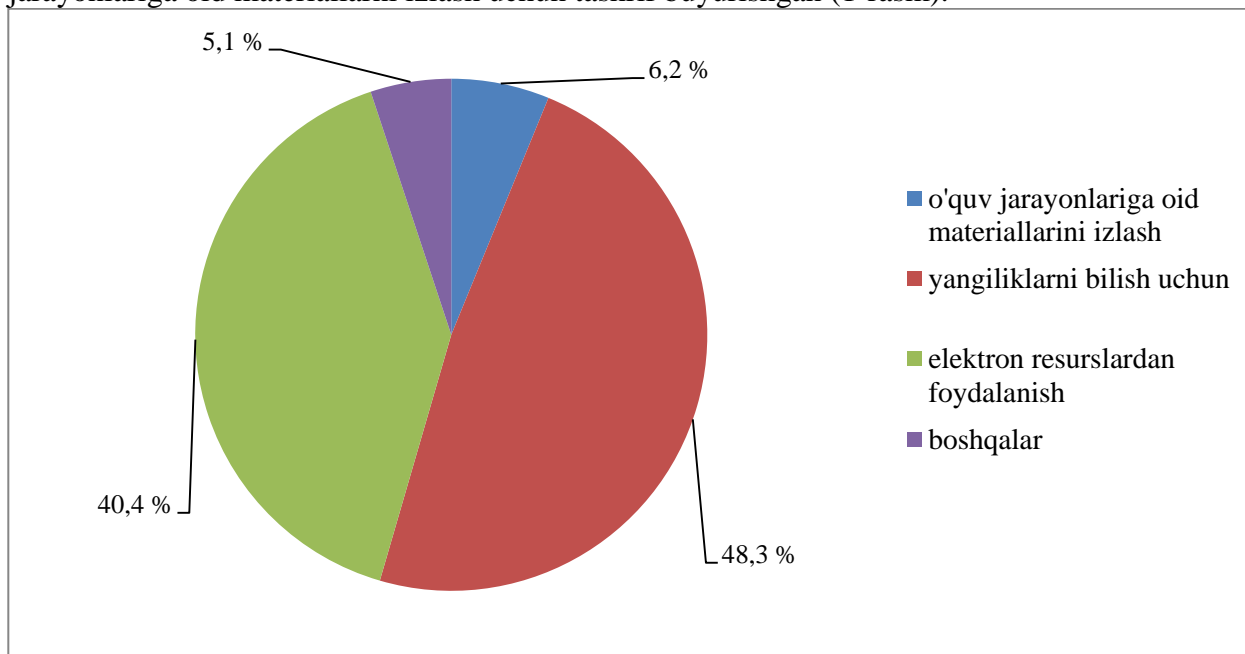
So’rovnomaning birinchi savoliga ko’ra so’rovda qatnashgan talabalar OTMLarning web-saytidan foydalanadimi yoki yo’qligini o’rganish rejalashtirilgan edi. So’rov natijalariga ko’ra, respondentlarning barchasi, ya’ni 100 foizi OTMLarning web-saytidan foydalanadi.

So’rovda qatnashgan talabalar, magistrlar, doktorantlar, mustaqil izlanuvchilarning qarib 60 foizi OTMLarning web-saytiga haftada bir marta tashrif buyurishadi (59,8 %). Respondentlarning 23,4 foizi saytdan oyiga bir marta foydalanadi.

Marketing nuqtai-nazardan qaralganda iste’molchi u yoki bu xizmatdan foydalanishni ma’lum bir maqsadlardan kelib chiqib xarid qiladi. Targ’ib qilish materiallaridan ham foydalanishning asosiy maqsadlari bo’ladi. Iste’molchi qanday axborotni izlamoqda, qaysi

ehtiyoji uchun, bu juda muhim hisoblanadi. Taklif etuvchilar aynan shularni o‘rganish asosida o‘zlarining taklifini shakllantiradi. OTMlar web-saytiga tashrif buyurish maqsadini ham o‘rganish tadqiqotda e‘tibor berildi.

O‘tkazilgan so‘rovnoma qatnashgan respondentlarning 48,3 foizi yangiliklarni bilib olish uchun OTM web-saytiga tashrif buyurishar ekan. Ayniqsa, ta‘til davrida OTMda qanday yangiliklar bo‘lishi talabalarni qiziqtirishadi. Elektron resurslardan foydalanish maqsadida OTM web-saytiga tashrif buyuradiganlar 40,4 foizni tashkil etmoqda. Respondentlarning 6,2 % o‘quv jarayonlariga oid materiallarni izlash uchun tashrif buyurishgan (1-rasm).



1-rasm. Samarqanddagi OTMlarning web-saytiga tashrif buyuruvchilarning tashrif maqsadi tahlili¹, %

Tadqiqotning navbatdagi bosqichida Samarqand viloyatidagi oliy ta‘lim muassasalarining web-saytlari samaradorligi tadqiq qilindi. Tadqiqot olib borilgan oliy ta‘lim muassasalarining web-saytini o‘rganishda quyidagi mezonlarga e‘tibor qarlatildi:

- web-saytning dizayni;
- web-saytning navigatsiyasi;
- web-saytning interaktivligi;
- web-saytning kontenti;
- web-saytning internet ko‘rinishi.

Sayt – talabalarni, kasbiy qayta tayyorlash dasturlari tinglovchilarini jalb qilish, o‘quv rejalar haqida ma‘lumot berish, talabalar, professor-o‘qituvchilar va abiturentlar bilan muloqot qilish uchun zarur vositadir (1-jadval).

1-jadval

Oliy ta‘lim muassasasining web-saytini yaratishning afzalliklari

Afzalliklar	Afzalliklar mazmuni
Axborotni qayta ishlash va yig‘ish vositasi	Ta‘lim sifati va samaradorligi uchun zarur bo‘lgan ma‘lumotlarni (oliy ta‘lim muassasasi tadbirlari, madaniy hayoti, ilmiy nashrlar, uslubiy adabiyotlar va boshqalar) yig‘ish va kerakli auditoriyaga yetkazish
Kibermakonda vakillik (nomzodlik)	Abiturentlar uchun Internet orqali oliy ta‘lim muassasasini qidirish va solishtirish qulay bo‘lishi lozim. Abiturentlarni jalb qilish uchun foydalanish xizmatlar va resurslarni joylashtirish lozim. Talabalar, abiturentlar va ularning ota-onalari va boshqalar oliy ta‘lim

¹ Muallifning Samarqand viloyatidagi oliy ta‘lim muassasalarining veb-saytlari qay darajada ishlayotganligini bilish maqsadida o‘tkazgan so‘rovnoma natijalari asosida hisob-kitob qilingan.

	muassasasining o‘quv kurslari, dasturlari, qabul kvotalari va boshqa ma’lumotlarni o‘z vaqtida olishi muhim hisoblanadi.
Raqobat ustunligini ta’minlash	Ta’lim texnologiyalarining rivojlanishi davlat oliy ta’lim muassasalari bilan xususiy oliy ta’lim muassasalari, shuningdek, o‘quv markazlari o‘rtasida raqobatni keskinlashtirmoqda. IT-texnologiyalaridan foydalanmaydigan, Internet qidiruv tizimini samarali ishlatmaydigan, raqamli texnologiyalarjan foydalanib o‘z xizmatlarini targ‘ib qilmaydigan oliy ta’lim muassasalari raqobat kurashida yengiladi.
Oliy ta’lim muassasasi ishini optimallashtirish	Oliy ta’lim muassasasi, uning filiallari, boshqa ta’lim muassasalari bilan aloqalarini optimallashtirish tizimini yaratish, masofaviy ta’lim tizimini rivojlantirish va h.k. imkonini beradi.
Targ‘ib qilish vositasi	Keng auditoriyani qamrab oladigan va u yerdan doimiy ravishda oliy ta’lim muassasasi haqida ma’lumot olish imkonini beruvchi arzon vosita hisoblanadi.

Sayt zamonaviy raqamli texnologiyalardan foydalangan holda oliy ta’lim muassasasining ta’lim imijiga urg‘u beradi va doimo dolzarb ma’lumotlarni targ‘ib qiladi. Barcha oliy ta’lim muassasasi rahbariyati arzon, tez va sifatli web-sayt yaratishga intiladi. Lekin bu boradagi asosiy muammo oliy ta’lim web-saytining sifatini ta’minlashdan iborat. Saytning sifati asosan web-dizanerning malakasi bilan belgilanadi. Web-dizayn sohasida mamlakatimizda kadrlarning professional tayyorgarligi hali ham mavjud emas. Sayt sifati bo‘yicha nazariy ishlar hali ham bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. Saytlarni loyihalash, yaratish, ishlatish yoki taqqoslash bo‘yicha aniq tajribali mutaxassislar yetarli emas. Ko‘pincha web-dizaynerlar saytni texnik jihatdan qanday yaratishni bilishadi. Ammo, qanday mazmundagi axborotlarni, qachon kerakligi (potensial iste’molchilar ehtiyojlari), kimga (maqsadli auditoriya), qay yo‘sinda targ‘ib qilishni bilishmaydi.

So‘rovnomada OTMlarning web-saytining samaradorligini 5 balli tizimda baholash ham o‘rganildi. Baholash mezonlari quyidagilardan iborat:

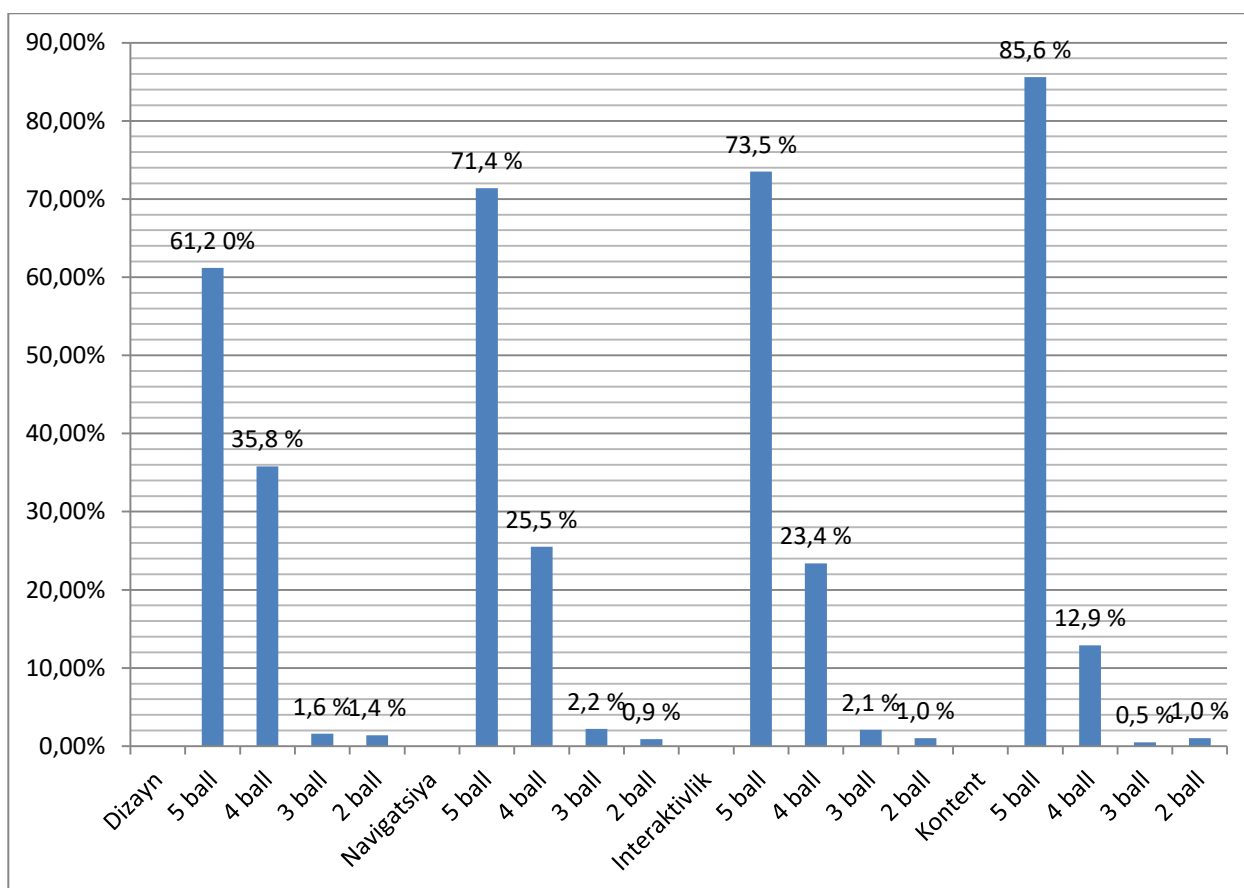
- dizayn (uslubning yaxlitligi, shriftning o‘qilishi, fotosuratlar/videolarni ko‘rish qulayligi);
- navigatsiya (sayt xaritasining mavjudligi, uchinchi tomon resurslariga/fayllariga o‘tishda ogohlantirish, qidiruv funksiyasi, navigatsiya qulayligi);
- interaktivlik (teskari aloqa, ijtimoiy tarmoqlarga havolalar, obuna bo‘lish imkoniyati, yangilangan ma’lumotlar);
- kontent (aloqa sahifasining mavjudligi, asosiy ma’lumotlarning mavjudligi (hujjatlar), o‘quv jarayoni haqidagi ma’lumotlarning mavjudligi, darsdan tashqari mashg‘ulotlar to‘g‘risidagi ma’lumotlarning mavjudligi, qabul komissiyasidan ma’lumotlarning mavjudligi).

So‘rovnoma orqali OTMlar web-sayti samaradorligini baholash natijalari 2-rasmda keltirilgan. So‘rovda qatnashgan talabalar, magistrlar, doktorantlar, mustaqil izlanuvchilar OTMlar web-saytining mazmunini eng yuqori, ya’ni, respondentlarning 85,6 foizi kontentni “a’lo” deb baholadi. Umuman olganda, Samarqand viloyatidagi OTMlar web-saytining dizayni (61,2%), navigatsiya (71,4%) va interaktivligi (73,5%) “a’lo” deb baholandi.

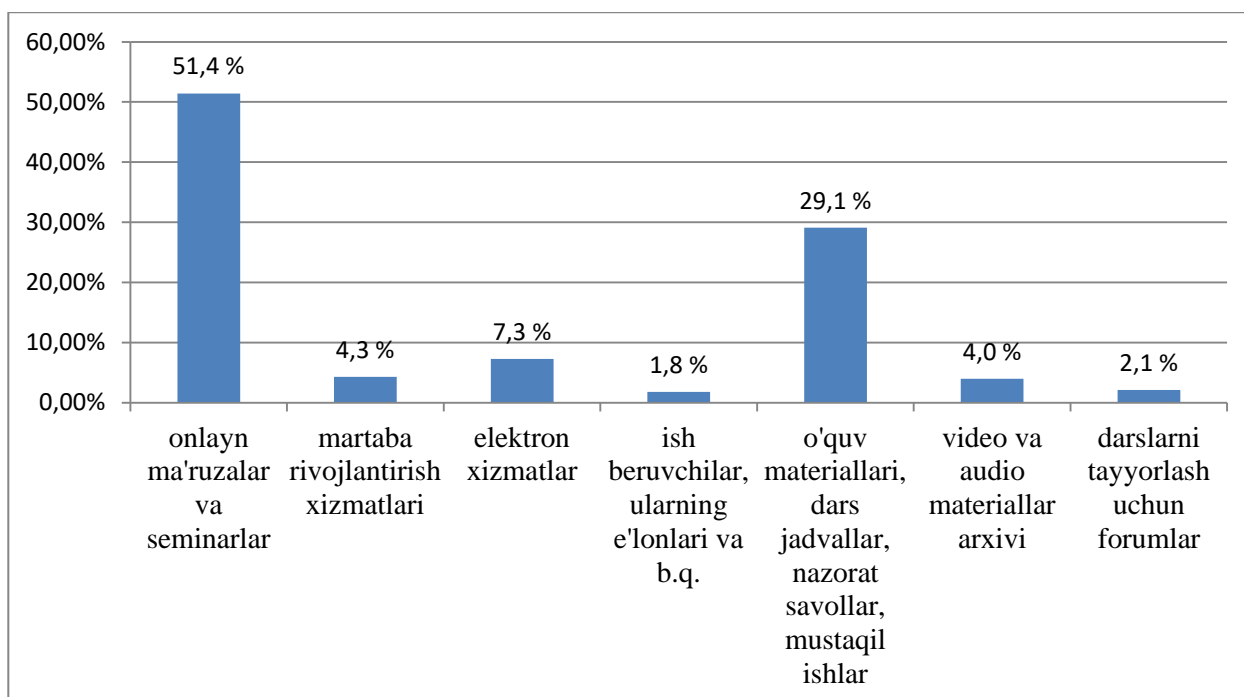
Samarqand viloyatidagi OTMlar web-sayti uchun talabalar, magistrlar, doktorantlar, mustaqil izlanuvchilar tomonidan berilgan baholarning umumiy tahlili shuni ko‘rsatdiki, tanlangan mezonlar bo‘yicha o‘rtacha ball:

- dizayn – 4,54 ball;
- navigatsiya - 4,67 ball;
- interaktivlik – 4,61 ball;
- kontent – 4,82 ball.

Shuningdek, respondentlardan Samarqand viloyatidagi OTMlarning web-saytidagi kontentlarni yana qanday mavzular bilan boyitish, o‘quv jarayoni bilan bog‘liq yana qanday bo‘limlar, materiallar bo‘lishi kerakligi o‘rganildi. Kelgusida OTMlar web-sayti orqali talabalar topishi va foydalanishi uchun kerakli bo‘lgan kontentlar 3-rasmda keltirilgan.



2-rasm. OTMLar web-sayti jozibadorligi so‘rov usuli orqali baholash natijalari¹



3-rasm. Samarqand viloyatidagi OTMLar web-saytida joylashtirilishi kerak bo‘lgan kontentlarga talab²

So‘rovda qatnashgan talabalar, magistrlar, doktorantlar, mustaqil izlanuvchilarning yarmi-

¹ Muallifning Samarqand viloyatidagi oliy ta’lim muassasalarining veb-saytlari qay darajada ishlayotganligini bilish maqsadida o‘tkazgan so‘rovnoma natijalari asosida hisob-kitob qilingan.

² Muallifning Samarqand viloyatidagi oliy ta’lim muassasalarining veb-saytlari qay darajada ishlayotganligini bilish maqsadida o‘tkazgan so‘rovnoma natijalari asosida hisob-kitob qilingan.

dan ko‘pi OTMlar web-saytida onlayn ma’ruzalar va seminarlar bo‘lishi kerakligini (51,4 %), o‘quv materiallar, dars jadvallar, nazorat savollar, mustaqil ishlar (29,1 %) va elektron xizmatlarga oid kontentlar (7,3 %) bo‘lishi kerakligini ta’kidlashgan. Shunga alohida e’tibor berish kerak, asosiy talab WEB-saytdan onlayn ma’ruzalar va seminarlarning mavjudligi muhim deb hisoblashmoqda.

Xulosa va takliflar. Olib borilgan tadqiqot natijalaridan kelib chiqib muallif tomonidan OTM Web-sayt jozibadorligini baholash mezonlari taklif etilgan.

OTM web-saytining dizayni OTMning "yuzi"dir. Bizning fikrimizcha, ushbu parametr kamida quyidagi mezonlarni o‘z ichiga olishi kerak:

- uslubning yaxlitligi;
- shriftning o‘qilishi;
- mikrosayt dizayni bilan muvofiqligi;
- fotosuratlar/videolarni ko‘rish qulayligi;
- o‘zaro brauzer va platformalar.

Interaktivlik – saytning interaktiv funksiyalarining mavjudligi va sifati, shu jumladan uning aloqa imkoniyatlari. OTM web-saytlarini ushbu mezon bo‘yicha baholash uchun quyidagi mezonlar ajratiladi:

- fikr-mulohazalarning mavjudligi;
- ijtimoiy tarmoqlarga havolalar mavjudligi;
- obuna opsiyasi;
- axborotni yangilash;
- saytda ro‘yxatdan o‘tish imkoniyati;
- ichki axborot tizimining mavjudligi;
- tugmani boshqa saytga joylashtirish imkoniyati.

Navigatsiya – saytdan foydalanish qulayligi, uning tuzilishining shaffofligi bo‘lib, quyidagi mezonlarni o‘z ichiga olishi mumkin:

- sayt xaritasining mavjudligi;
- uchinchi tomon resurslariga/fayllariga o‘tish haqida ogohlantirishlar;
- qidiruv samaradorligi;
- navigatsiya qulayligi.

Samarqand viloyatidagi OTMlarning web-saytidan maqsadli auditoriyaning qiziqishlari, talablari, tashrif maqsadlari asosida foydalanish samaradorligini oshirish bo‘yicha quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi:

OTMning brendlari atrofida mavzuli portallar, bloggerlar va elektron ommaviy axborot vositalari yozmoqchi bo‘lgan tadbirlarni yaratish, ya’ni, bular konferentsiyalar, davra suhbatlari, seminarlar bo‘lishi mumkin;

web-saytda professor-o‘qituvchilarning bloglarini yoki hech bo‘lmaganda mavzular bo‘yicha bo‘lingan nashrlar bo‘limini yaratish;

Joylashtirish mumkin bo‘lgan OTMning mahorat darslari, suhbatlar, onlayn ma’ruza darslar va boshqa materiallarni o‘z ichiga olgan video portalni yaratish;

Google Scholar bilan noshirlik va kutubxona bo‘yicha hamkorlik qilish va ma’lumotlarning ochiqligini ta’minlash;

Professor-o‘qituvchilarning nashrlari, ilmiy ishlari natijalarini va talabalarning eng yaxshi ishlarini doc, pdf va ppt formatlarida joylashtirish;

OTMlar web-saytida onlayn ma’ruzalar va seminarlar, o‘quv materiallar, dars jadvallar, nazorat savollar, mustaqil ishlar, amaliy mashg‘ulotlar va mustaqil ishlarni bajarish bo‘yicha uslubiy ko‘rsatmalar bo‘yicha alohida kontentlar yaratish;

Talabalar, bitiruvchilar bilan video intervyular, OTMda o‘qish haqidagi videolar potentsial talabalarni o‘qishga kirish to‘g‘risida qaror qabul qilishga ishontirish usullaridan biridir. Shundan kelib chiqib, OTMlarning web-saytlarida vizual kontentlar salmog‘ini oshirish;

HEMIS ta’lim platformasining “Fan resurslari” yorlig‘iga yuklanadigan resurslarni OTMning web-saytiga URL manzil orqali o‘tish xavolalarini joylashtirish, Matbuot xizmati,

OTM web-sayti va HEMISni o‘zaro bog‘laydigan URL manzil xavolalarini yaratish;

OTMning elektron ma’lumotnomalarini, ma’lumotlar bazalarini va statistik ma’lumotlar to‘plamlarining infografikasini yaratish, ulardan foydalanish va ularga havolalarni uchinchi tomon resurslarida joylashtirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Gulyamov S.S., Ayubov R.X., Abdullaev M.Q. Raqamli iqtisodiyot – kadrlar tayyorlashning dolzarb yo‘nalishlari. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnal, №1, 2020 y. 186-198 betlar.

2. Maslowsky, C. (2013). Five Ways Higher Education Marketing Will Change in 10 Years. The EvoLLLution. Retrieved 20 July 2016.

3. Пителинский К.В. Связь имиджа и образовательного процесса в вузе // В сб. докладов XI открытой научной конференции МГТУ «СТАНКИН» и «Учебно-научного Центра Математического моделирования МГТУ «СТАНКИН» и ИММ РАН» под ред. О.А. Казакова Москва 23-25 апреля 2008г, МГТУ «СТАНКИН» -С. 107-110.

4. Рустамбеков И. Олий таълимни рақамлаштириш – устувор вазифа. <https://kun.uz/news/2023/03/28/oliy-talimni-raqamlashtirish-ustuvor-vazifa>.

5. Шевченко Д.А. Сайт вуза: методика и оценка [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://shevchenko.rggu.ru/?p=816>

<p>Б.Мусаев</p> <p>Методологические основы продвижения услуг высшего образования на основе цифровых технологий</p> <p>Аннотация: в данной статье представлены результаты исследования оценки веб-сайтов высших учебных заведений, проведенного с использованием метода социологического опроса. По результатам исследования определены цели посещения сайтов ВУЗов Самарканда, результаты оценки привлекательности сайтов с помощью метода опроса, а также представлен анализ контента, который необходимо разместить на сайте высших учебных заведений.</p> <p>Ключевые слова: дизайн сайта, навигация сайта, интерактивность сайта, контент сайта, видимость сайта, инструмент продвижения.</p>	<p>B.Musaev</p> <p>Methodological foundations of promotion of higher education services based on digital technologies</p> <p>Abstract: this article presents the results of a study of higher education institutions websites evaluation, conducted using the method of sociological survey. Based on the results of the study, the purposes of visiting the websites of universities in Samarkand were determined, the results of assessing the attractiveness of websites using the survey method were determined, and an analysis of the content that needs to be placed on the website of higher educational institutions was presented.</p> <p>Keywords: website design, website navigation, website interactivity, website content, website visibility, promotion tool.</p>
---	---

Sadoqat Qudratovna Bultakova – SamISI doktranti

XIZMAT KO‘RSATISH SOHASI VA UNING O‘ZBEKISTONDA O‘SISH DINAMIKASI

<p>Annotatsiya: maqolada xizmat, servis, tushunchalariga alohida to‘xtalib o‘tilgan va mamlakatimiz iqtisodchi olimlarining bu boradagi ta‘riflari keltirilgan. Shu bilan birgalikda xizmatlar bozorining roli, ahamiyati, xizmatlar sohasining asosiy ko‘rsatkichlari, hududlar bo‘yicha aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan xizmatlar hajmi, xizmatlar bozorini rivojlantirish masalalari va bu borada tegishli xulosa va tavsiyalar keltirilgan.</p> <p>Kalit so‘zlar: xizmat, servis, xizmatlar hajmi, xizmatlar ko‘rsatkichi, xizmat ko‘rsatish sohasi, o‘sish sur‘ati, transport xizmatlari</p>

Kirish. Bugungi kunda mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan korxonalarining 70,4 foizi xizmatlar sohasiga to‘g‘ri kelmoqda hamda jami band bo‘lgan aholining 55 foizidan ortig‘i xizmatlar sohasida ishlab kelmoqda. Jumladan, 2023-yilda korxonalar va tashkilotlar tomonidan

ISSN 2091-5187

❧ “СЕРВИС” ❧

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

22.05.2024 йилда теришга берилди. 7.06.2024 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табоғи 15,76. Ҳисоб-нашриёт
табоғи 12,5. Адади 100 нусха. Буюртма № 0076А/24.

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, 2024.