

SERVIS

№ 1, 2017

ILMIY-AMALIY JURNALI



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2017 йил, 1 сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

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

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош мухаррир:
проф. М.Р.Болтабаев

**Бош мухаррир
ўринбосари:**
доцент Д.Х.Асланова

Масъул котиб:
профессор М.Қ.Пардаев

Мухаррир:
Ҳ.А.Рахимов

Техник мухаррир:
С.Хусенов

Саҳифаловчи:
В.Сирлибоев

Корректор:
Ҳ.Н.Очилова

1 йилда 4 мартаба
чоп этилади.

**Ўзбекистон ҳудудида
тарқатилади.**

Тахририят манзили:
140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темура кўчаси, 9-уй,
тел.: +998(66)233-28-38,
+998(66)233-17-88
факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:
samiservis@mail.ru

Тахририят кенгаши раиси:

М.Р.Болтабаев – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институти ректори, иқтисод фанлари доктори, профессор

Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар проректори,
иқтисод фанлари номзоди, доцент

Тахрир кенгаши аъзолари:

Б.Ю.Ҳодиев – Тошкент Давлат иқтисодиёт университети
ректору, иқтисод фанлари доктори, профессор.

Б.А.Бегалов – Тошкент молия институти ректори,
иқтисод фанлари доктори, профессор.

Б.К.Ғойбназаров – ЎЗР Президенти ҳузуридаги Давлат
бошқаруви академияси проректори, иқтисод фанлари
доктори, профессор.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ магистратура бўлими раҳбари,
иқтисод фанлари доктори, профессор

О.М.Муртазаев – Самарқанд кишлок хўжалик институти
кафедра мудири, иқтисод фанлари доктори, профессор

З.Ж.Адилова – Тошкент Давлат иқтисодиёт университе-
ти кафедра мудири, иқтисод фанлари доктори, профессор

Р.Х.Эргашев – Қарши муҳандислик-иқтисодиёт
институти профессори, иқтисод фанлари доктори

И.С.Тўхлиев – Халқаро туризм ва туризм сервис
кафедраси профессори, иқтисод фанлари доктори

М.Қ.Пардаев – Менежмент ва статистика кафедраси
профессори, иқтисод фанлари доктори

М.М.Мухаммедов – Касб-хунар таълими кафедраси
профессори, иқтисод фанлари доктори

К.Б.Уразов – Бухгалтерия ҳисоби ва аудит кафедраси
мудири, иқтисод фанлари доктори, профессор

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ ўқув ишлари бўйича
проректори, иқтисод фанлари доктори, профессор

Б.Абдукаримов – Иқтисодиёт кафедраси профессори,
иқтисод фанлари номзоди

И.Б.Сувонов – Туризмни ривожлантириш Давлат
қўмитаси Самарқанд вилояти ҳудудий бошқармаси
бошлиғи.

МУНДАРИЖА

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ	
Ф.Х.Набиев, М.Қ.Пардаев Интеллектуал мулк ўзининг қиймати ва бозорига эга бўлиши лозим	4
О.М.Пардаев Синергетик самарадорликнинг назарий масалалари ва уларни баҳолаш йўллари	9
Л.Н. Халикова Аҳоли турмуш даражаси ва фаровонлигини оширишда Амир Темурнинг қилган хизматлари	14
ОЗИҚ-ОВҚАТ ХАВФСИЗЛИГИ	
Р.Нормахматов, Ғ.Я.Пардаев Ўзбекистонда етиштириладиган айрим ёнғоқ мевалари оксилнинг биологик қиймати баҳолаш масалалари	18
ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Б.Ш.Сафаров, О.З.Хайдаров, Ф.Ф.Зоҳидов Государственная поддержка и стимулирование инновационных процессов в науке и образовании	22
А.П.Ҳазратов Самарқанд вилоятида автомобилларда юк ва йўловчи ташиш хизматларини кўрсатувчи корхоналар самарадорлигини ошириш йўллари	25
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
М.Қ.Пардаев, Ҳ.А.Раҳимов Туризмни ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш масалалари	29
Д.Х. Асланова, М.Т. Алимова Самарқанд вилоятида туризмнинг ривожланиш ҳолати ва истиқболлари	37
И.С.Тухлиев, А.А. Аблакулов Ўзбекистон туризм хизматлар бозорига инновацион жараёнлардан фойдаланиш йўналишлари	45
Р.Ҳайитбоев, М.Даминов Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели	49
D.Z.Norkulova, A.Sh.Suyarov Motel tipidagi mehmonxonalar va ularning xalqaro turizm bozoridagi rivojlanish ko'rsatkichlari, ularni O'zbekiston hududida tashkil qilish	53
Ж.Н.Абиев Туризм тармоғининг иқтисодиётда тутган ўрни ва унга таъсир этувчи омилларни аниқлаш йўллари	57
И.Р.Бердиқулова Туризмни ривожлантиришнинг инновацион омиллари ва уларни амалга ошириш муаммолари	62
Н.Б.Тагирова Меҳмонхона хўжалигида рақобатнинг ўзига хос хусусиятлари	65
B.Sobirov Formation of consumer behavior models on the market of tourist services in Uzbekistan	70

Д.Норкулова Европейский опыт организации детско-юношеского и молодёжного туризма	75
I.S.Tuxliev, Sh.Sh.Rakhmonov, M.G.Khusenova Utilizing foreign countries' experiences to create a new tour direction for the blind and sighted people	82
КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК	
Озода Пардаева Тадбиркорликни ривожлантиришнинг устувор вазифалари	86
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Н.Д.Бобоев, Д.Х.Холмаматов Моддий ресурслар ҳаракатини ташкил қилиш ва бошқаришда ҳудудий логистика сервисини ишлаб чиқишнинг йўллари	91
Г. Остоноқулова Мебель ишлаб чиқариш тармоғида рақобат, инновация ва маркетинг	99
Ҳ.И. Турдибеков Алоҳида ҳудудларда хизмат кўрсатиш тармоқларини кластерли ёндашув асосида ривожлантириш имкониятлари	107
МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ	
Ж.Р.Зайналов, З.О.Ахроров, М.С.Хамраев Замонавий молиявий хизматлар сифатини ошириш имкониятлари	112
И.И.Жаббаров Хизмат кўрсатиш корхоналарини молиявий соғломлаштиришнинг назарий масалалари	117
БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ	
К.В. Urazov, О.Х. Jumanov Standard methods and methods of analysis of (financial) accounting reports	117
А.З.Авлоқулов Бухгалтерия ҳисобида “чиқим”, “сарф” ва “харажат” тушунчаларининг тавсифланиши	119
М.Хайитбоев Ички аудит хизмати фаолиятининг самарадорлигини баҳолаш йўналишлари	129
О.Х. Jumanov The essence of audit and audit activities	135
Обид Пардаев Хизмат кўрсатиш соҳасида аудиторлик таҳлилининг ўтказиш орқали самарадорликни ошириш йўллари	139
О.Т.Астанақулов Хизмат кўрсатиш соҳасида функционал қиймат таҳлилидан фойдаланиш имкониятлари	145
АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ	
“И” ҳарфига оид атамаларнинг таърифлари	147

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

Ф.Х.Набиев – СамДУ профессори, ф.ф.д.

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

ИНТЕЛЛЕКТУАЛ МУЛК ЎЗИНИНГ ҚИЙМАТИГА ВА БОЗОРИГА ЭГА БЎЛИШИ ЛОЗИМ

Аннотация: мақолада интеллектуал мулк ҳақида, унинг қиймати ва бозори бўлишлиги хусусида гап кетмоқда. Интеллектуал мулк ҳам сотилиши ва сотиб олиниши лозимлиги исботланмоқда. Интеллектуал мулкка қанчалик қизиқиш уйғонса, уни ҳам шунчалик эгаллашга ҳаракат қилади ва пировардида одамларда билим олишга талаби ошади. Мақолада худди шу каби тавсиялар ўз аксини топган.

Калит сўзлар: мулк, моддий бойлик, интеллектуал мулк, тадбиркорлик, хусусий тадбиркорлик, интеллектуал тадбиркорлик, тадбиркорлик муҳити, ишбилармонлик муҳити.

Бугун мамлакатимиз иқтисодиётида муҳим ўринга эга бўлган тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш учун кенг имкониятлар яратилган. Буни мамлакатимиз иқтисодиётида ва аҳоли даромадларининг ошиб боришида, уларнинг ҳаёт даражаси ва сифатининг юксалишида тадбиркорлик ҳиссасининг ортиб бораётганлигида яққол кўриш мумкин. Шу туфайли, тадбиркорлик фаолиятини янада ривожлантиришга қаратилган қатор дастурий ҳужжатлар қабул қилинди ва қилинмоқда. Бундай ҳужжатлар қаторига Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2016 йил 5 октябрдаги «Тадбиркорлик фаолиятини янада ривожлантиришни таъминлаш, хусусий мулкни ҳар тарафлама қўллаб-қувватлаш ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатидан яхшилаш тўғрисида»ги Фармони, 2017 йил 1 февралда қабул қилинган «Тадбиркорлик субъектларига давлат хизматларини кўрсатиш механизмларини такомиллаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарорини, 2017 йил 7 февралда қабул қилинган «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги Фармони, 2017 йил 18 апрелда «Ўзбекистон Республикаси хусусийлаштирилган корхоналарга кўмаклашиш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасини ташкил этиш тўғрисида»ги Фармони ва шу куннинг ўзида қабул қилинган «Хусусийлаштирилган корхоналар билан ишлаш самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорини, 2017 йил 5 майда қабул қилинган «Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш бўйича вакили институтини ташкил этиш тўғрисида»ги Фармони, 2017 йил 14 майда қабул қилинган «Бандлик соҳасида давлат сиёсатини янада такомиллаштириш ва меҳнат органлари фаолияти самарадорлигини тубдан ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони каби бир қанча меъерий-ҳуқуқий ҳужжатларни келтириш мумкин.

Бугунги кунда тадбиркорликнинг асосий шакли хусусий мулкка асосланган тадбиркорлик бўлиб, унинг асосий мақсадимоддий бойлик яратишга қаратилган. Моддий бойликнинг асосий қисмини хусусий мулк ташкил қилади. Шу туфайли моддий бойлик яратишга ва уни ўзлаштиришга бўлган эътибор аҳоли ўртасида жадаллик билан ривожланмоқда. Аммо жамиятнинг тўлақонли ривожланиши учун хусусий мулк билан бирга интеллектуал мулкнинг ҳам

кўпайиши ва ривожланишини тақозо қилади. Ҳозирги пайтда интеллектуал мулк одамларда фақат давлат таълим тизими орқалигина шакллантирилмоқда ва унинг асосий қисмини профессионал билим ташкил қилмоқда.

Мамлакатимизда рўй бераётган янгиланишлар ва улар билан боғлиқ шиддатли ўзгаришлар ҳар бир инсондан, у оддий ишчи бўладими, ёки катта раҳбарми, ўта масъулиятлиликни ва ҳалолликни талаб қилмоқда. Бу зарурият ҳар бир кишидан профессионал билим билан бирга чуқур маънавият соҳиби, ҳалол-покиза инсон бўлишликни тақозо қилади.

Инсонларнинг қорнини тўйдириш билан бирга маънавиятини юксалтириш орқали унинг кўнглини тўқ қилиш ҳам бугунги кунда ҳаётий заруриятдир. Бунга албатта таълим тизимини ривожлантириш орқали эришилади. Ушбу мақсадга эришиш учун ҳам Давлатимиз раҳбари ва ҳукумати катта аҳамият бериб келмоқда. Бу борада 2016 йил 30 декабрдаги мамлакатимиз фан намоёндалари, академиклар ва зиёлилар билан бўлган учрашувдаги сўзлаган нутқида фан ва таълимни ривожлантириш борасида катта дастурий масалалар айтилди. Шу қисқа пайтда ҳам фан ва таълимни ривожлантиришга хос бир қанча фармон ва қарорлар қабул қилинди. Булар қаторига Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 14 февралда қабул қилинган “Имом термизий халқаро илмий-тадқиқот марказини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори, 2017 йил 17 февралда қабул қилинган “Фанлар академияси фаолиятини, илмий-тадқиқот ишларини ташкил этиш, бошқариш ва молиялаштиришни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорини, 2017 йил 14 мартда қабул қилинган “Ўрта махсус, касб-ҳунар таълими муассасалари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорини, 2017 йил 20 апрелда имзоланган “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорини, 2017 йил 5 майда қабул қилинган “2017/2018 ўқув йилида Ўзбекистон Республикасининг олий таълим муассасаларига ўқишга қабул қилиш тўғрисида”ги қарорини, 2017 йил 22 майдаги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Олий ўқув юртидан кейинги таълим тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорларини киритиш мумкин. Ушбу ҳужжатларда фан ва таълимни ривожлантириш орқали эришиладиган интеллектуал мулкни кўпайтириш учун тегишли шароит яратилишига, унинг такомиллашиши ва жамият ҳаётидаги ўрнини муттасил ошириб боришлигига катта аҳамият берилган.

Ҳозирги кунда мамлакатимизда етарли миқдорда интеллектуал мулк эгалари, яъни интилигенция шаклланди. Аммо улар, ушбу мулкдан фақат ўзларининг эҳтиёжларини профессионал иш фаолияти жараёнида қондириш учунгина фойдаланмоқдалар. Ушбу мулкни хусусий мулк сингари расмий ўқув муассасаларидан бошқа ҳолатларда бошқаларга улашиш учун тегишли шароит ҳам, уларни такомиллаштириш учун манфаатдорлик ҳам, сотиш учун бозори ҳам деярли шаклланмаган. Чунки, интеллектуал бойлик эгаси уни бошқа истеъмолчиларга сотиши учун унинг бозори бўлишлигини тақозо қилади. Том маънода айтадиган бўлсак, интеллектуал бойликни яратиш ва кўпайтириш борасида тадбиркорлик деярли шаклланган эмас. Аммо бозор муносабатлари шароитида хусусий мулкка асосланган хусусий тадбиркорлик қанчалик ривожланган бўлса, интеллектуал мулкка асосланган интеллектуал тадбиркорлик ҳам шунчалик ривожланган бўлиши, бунинг учун эса, жамиятимизда интеллектуал мулкка эҳтиёж туғилганва у истеъмол қилинадиган бўлиши лозим.

Тўғри ҳозирги кунда мамлакатимизда инновацион ғоялар ва ишланмалар бозори шаклланди, ҳар йили уларнинг ярмаркаси ўтказилиб, бир қисм интеллектуал мулк маҳсулотлари сотилмоқда. Аммо билманинг ҳаммаси

амалиётга мўлжалланган эмас. Унинг бир қисми, бевосита инсонларни тарбиялашга, уларнинг тафакқурини ўзгартиришга мўлжалланган. Интеллектуал мулкнинг айнан ушбу қисми фойдаланилмасдан қолмоқда ва фойдаланганда ҳам унчалик қадрланмасдан келмоқда.

Бунга бир мисолни келтиришни жоиз, деб топдик. Яқинда меҳнат жамоаларида, маҳаллаларда ҳозирги замон муаммолари ва уларни ҳал қилиш, аҳолининг фаровонлигини юксалтириш, яшаш даражаси ва сифатини ошириш борасида, ҳукуматимиз олиб бораётган ички ва ташқи сиёсатни ўзида жамлаган Ўзбекистон Республикасининг 2017-2021 йилларга мўлжалланган ҳаракатлар стратегиясини аҳолига тушунтириш юзасидан кенг кўламда маърузалар ўқиш лозим бўлди. Унга айнан интеллектуал мулк соҳиблари, вилоятимизда жойлашган олий таълим муассасалари профессор-ўқитувчилари, олимлар, санъат ва маданият ходимлари жалб қилинди. Аммо ушбу тадбирга ҳам доим иштирок этиб юрадиган фақат бир гуруҳ фидойи маърузачиларгина қатнашди. Қолган олимлар ҳам мазкур масалани жуда яхши билишади, улар жамоа ўртасида маъруза қилиш қобилиятига ҳам эга. Аммо уларнинг аҳоли ўртасида маърузаларни ўқишга иштирок этмаслигига сабаб, интеллектуал мулк соҳибларининг мулки хусусий мулк сингари кадр-қиммати муносиб баҳоланмаётганлигини эътироф этди.

Бозор муносабатлари шароитида, қилинган меҳнат, сарфланган самарали вақт маълум даражада рағбатлантирилиши, аниқроқ айтганда уларнинг ҳақи тўланиши лозим. Чунки, ҳамма ҳам ҳозирги пайтда фидойилик билан жамоат ишларида иштирок этишга вақтини ҳам, кучини ҳам фидойилик билан сарф қилишни хоҳлашмайди.

Олимларимиздан бири билан суҳбат қилиб, бунга тўлиқ амин бўлдик. У кишини ҳам тарғибот ишига таклиф қилиб мурожаат этдик.

– Чиройли маъруза қила оласиз, бизлар билан бирга юринг, эртага Нарпай туманига борар эканмиз, деб бирга юришни таклиф қилдик. У киши гапга изох бермасдан:

– Ўзларинг бориб келинглар, дейишди. Биз:

– Нима учун аҳоли билан мулоқотга чиқмайсиз, бунинг ҳам бир завқи, гашти бор, энг муҳими, бугунги ҳолатни одамларга тушунтириш, уларнинг дарди-ташвишлари билан танишиб келасиз, дедик. Домла бизга:

– Тасаввур қилинг, бу ердан эрталаб чиқиб Сиз айтган туманга борасиз, аҳоли билан учрасасиз, бир кун тўлиқ вақтингиз кетади. Фақат ўзингизнинг қийналганингиз қолади. Ҳеч ким, ушбу жараёни қайта эслаб ҳам ўтирмайди, қилган меҳнатингиз ҳам, барча ташвишларингиз ҳам унитилади. Унга ҳақ ҳам тўланмайди, шу туфайли шахсан менга ҳеч қандай фойдаси йўқ, деди.

Биз домлани тушундик. Интеллектуал меҳнат ҳам қадрланиши, бозор муносабатлари шароитида қилинган меҳнат тақдирланиши, аниқроқ айтганда, бундай машаққатли меҳнат учун, таъкидланганидек, ҳақ тўланиши лозим. Аммо бу ҳолат ҳозирча анъанага киритилмаган. Хорижга бориб, бирорта маъруза қилинса, албатта гонарар тўланиб, қилинган меҳнат рағбатлантирилади, дурустгина пул тўланади. Бундай тартибни ўзимизга ҳам ўрнатсак, мақсадга мувофиқ бўлар эди. Интеллектуал меҳнат ҳам ўз қадрини, унинг соҳиби эса, ўз рағбатини топган бўларди.

Лекин гап, ушбу интеллектуал мулкнинг истеъмоли учун ҳақни ким тўлайди, деган саволга жавоб топиш бироз мураккаб. Булардан келиб чиқиб, интеллектуал меҳнатнинг маҳсулоти бўлган интеллектуал мулкни баҳолашни иккита йўналиш бўйича олиб борилишини таклиф қиламиз. **Биринчидан**, интеллектуал мулк баҳоланиши ва бунинг учун ҳақни интеллектуал мулк истеъмолчилари томонидан тўланишини йўлга қўйиш лозим.

Ҳозирги пайтда ақлий меҳнатнинг маҳсули бўлган билим ва маънавиятни, яъни интеллектуал мулкни, асосан жисмоний меҳнатнинг маҳсули бўлган моддий бойлик сингари баҳолаш масаласи эътибордан четда қолмоқда. Бироқ дунё миқёсида умумий меҳнат таркибида ақлий меҳнатнинг улуши анча юқорилаб кетганлиги туфайли, унинг ўрни ва кадри ошиб бормоқда. Шунинг учун, бизнинг мамлакатимизда ҳам, ақлий меҳнатни кадрлашга хизмат қиладиган интеллектуал мулкни шакллантириш, ривожлантириш ва ундан самарали фойдаланиш замон талабига айланиб бормоқда. Инсон шундай мавжудотки у нима кадрланса шунга интилиб яшайди ва кадрланмаган нарсаси эътибордан четда қолиб кетаверади, унга интилмайдди. Интеллектуал мулк бўлган билим ва маънавиятга интилиб яшаши учун зиёлиларнинг, яъни интеллектуал мулк эгаларининг ҳам меҳнати, фақат иш жойида эмас, балки бутун фаолиятида, шу жумладан турли ташкилотларда ўқиладиган маърузаларида ҳам қиймати жиҳатидан ҳам кадрланиши лозим.

Интеллектуал мулкни шакллантириш, ривожлантириш ва улардан самарали фойдаланиш борасидаги **иккинчи йўналиш**, хусусий тадбиркорларнинг маънавиятини, турли тарғибот ва ташвиқот орқали, кўтаришга қаратилмоғи лозим. Шуни инобатга олиш жоизки, жамиятни модернизация қилиш, унинг таркибий қисми бўлган иқтисодий ривожлантириш учун иқтисодий омиллар билан бирга маънавий-маърифий омиллар ҳам ҳамоҳанг тарзда “учаётган кушнинг икки қаноти” сифатида олиб борилмоғи лозим. Ҳар бир хусусий тадбиркор, ўзининг профессионал маҳорати билан бирга юксак маънавиятли бўлиб шаклланган бўлиши ҳам ҳаётий заруратдир.

Бугунги кунда таълим тизимида тадбиркорликнинг иқтисодий омилларига асосий аҳамият берилиб, маънавий омилларнинг уйғунлигини таъминлаш масаласи биров эътибордан четда қолиб кетмоқда. Ҳар бир тадбиркор, мутахассис, тадбиркорликка қанча ўқитилса, маънавиятининг шаклланишига ҳам унданда кўпроқ ўқитилиши лозим, токи у маънавиятли тадбиркор бўлиб етишгунча бўлган босқични ўтиши мақсадга мувофиқ. Ҳозирги кунда айнан тадбиркорларнинг, уларнинг ўзига хос касбий маънавияти хусусида алоҳида фан ўқитилмайдди. Шунинг учун бугунги фаолият кўрсатаётган тадбиркорларда, маънавиятни юксалтириш борасида тадбиркорлик фаолиятини йўлга қўйиш зарурияти ҳам келиб чиқмоқда.

Бу борада фаолият олиб бораётган маънавият тарғибот маркази имконияти чекланган бўлиб, улар томонидан аҳолининг барча қатламларини қамраб олиниши муаммо бўлиб қолмоқда. Масалан, тадбиркорлик фаолияти билан банд бўлганлар ходимлар маънавий-маърифий тадбирлар билан тўлиқ қамраб олинмаган. Ваҳоланки, аҳолини барча қатламлари сингари тадбиркорлик ва хизмат соҳасида банд бўлганлар ҳам маънавий-маърифий тарғибот жараёнлари билан қамраб олинган бўлишлари лозим. Чунки бугунги кунда турли оқимлар, диний экстремизм, “оммавий маданият” ниқоби остида кириб келаётган кўпоровчилик ва ахлоқсизликка қарши **маънавий иммунитетни шакллантиришда** аҳолининг барча қатламларини, шу жумладан тадбиркорларни ҳам қамраб олиш мақсадга мувофиқ. Чунки тадбиркорларда пул айланади. У ҳалол топилган ва ҳалол йўлларга сарфланадиган бўлишлиги лозим.

Тадбиркорларнинг энг муҳим, ҳали англалмаган жиҳатларидан бири – улар жамиятнинг тарбиячиларидир. Биргина сотувчиларни олайлик. Ундан маҳсулотларни катта ҳам, кичик ҳам харид қилади. Атрофдагилар кўриб турибдики, улар бошқаларга нисбатан бой-бадавлат яшайди. Аммо фаолиятига назар ташланса, уларнинг айримлари, тарозидан уриб қолаётганлигига гувоҳ бўлади, турли товламачиликлар билан шуғулланаётганлигини ҳам яшириш қийин, солиқ тўлашдан бош тортиш учун солиқ солинадиган объектни яшириб

кўрсатаётганлиги ҳам сир эмаслигини билишади, яширин иктисодиёт билан шуғулланаётганлиги яққол кўзга ташланиб туради (масалан, норасмий бандликни ривожлантириб, ҳеч жойда рўйхатдан ўтказмасдан одамларни ишлатиб, уларга тўланадиган иш ҳақи ҳам ҳеч жойда қайд этилмасдан қолаётган ҳолатлар ҳам кам эмас). Уларни кўриб турган аҳоли бойишнинг йўли шундай эканда, деб тушунишади. Айнан тадбиркорликни бошламаган ёшларда шундай руҳият олдиндан шаклланиб, ушбу ишга қўл уришга ҳеч иккиланмасдан кириб боради. Бу албатта, айрим тадбиркорларнинг қонунни бузиши билан бирга, ёшлар тарбиясига ҳам салбий таъсир кўрсатаётганлигидан далолатдир. Шу туфайли мамлакатимизда, хусусан вилоятимизда ҳам тадбиркорлар маънавиятини юксалтириш борасида жуда катта ва изчил ишларни амалга ошириш лозим бўлади.

Хулоса қилиб айтганда, интеллектуал мулк қачонки ўзининг қийматига, истеъмолчисига ва бозорига эга бўлсагина у кўпаяди, такомиллашади, жамият тараққиётига мисли кўрилмаган даражада хизмат қилиши мумкин. Биргина мисол: ҳозир институт ва университетларни битираётган жуда кўп иқтидорли талаба ва магистрлар кўп ҳолларда илмий-тадқиқот ва таълим соҳасидан кўра, тадбиркорлик билан шуғулланишни афзал кўради, чунки, жуда катта салоҳиятли профессионал олим, профессорга нисбатан, оддий олий маълумотли ёки маълумоти етарли бўлмаган тадбиркор бир неча баробар бой-бадавлат яшаётганлигини кўриб улғаяётган ёшлар, ҳеч маҳал таълим ёки илмий иш билан шуғуллангиси, шу соҳада умрини ўтказгиси келмайди.

Ҳозирги пайтда таълим соҳасига келаётган ёшларнинг ҳаммаси иқтидорли, деб бўлмайди. Уларнинг фикрича, ушбу соҳа, пул ишлаши нуқтаи назаридан, бир мунча осон туюлади. Яширишдан на ҳожат, айримлар ушбу соҳага бизнес сифатида қарашади. Уларнинг таълим соҳасига келиши, олдин қандай дарс бераман экан, деб эмас, қанча “ишлар” эканман, деган ўй-фикр устуворликни ташкил қилади. Афсуски, бундайлар таълим тизимининг ҳамма босқичларида оз бўлсада, мавжуд.

Юқоридаги қусурларга барҳам бериш учун, таълим тизими бизнес эмас, ҳақиқий адолат мактабига айланиши керак. Энг аввало, талаба олий ўқув юртларига адолатли танлаб олиниши ва уларга дарс берувчилар ҳам унданда каттароқ талаб билан аудиторияга қўйилиши лозим. Талабада қандай баҳо оламан, деган ақида бўлмаслиги керак. Унинг ўй-fikри қандай ўқийман ва билим оламан, деган ташвиш билан банд бўлиши лозим. Ҳурматли домлаларда қандай қилсам, талабаларга етарли даражада билим бераман, деган ташвиш ва руҳият шакланган бўлсагина таълим тизими ривож топади ва мос равишда жамиятнинг жадал тараққиёти таъминланади.

<p style="text-align: center;">М.К.Пардаев, Ф.Х.Набиев</p> <p style="text-align: center;">Интеллектуальная собственность должна иметь свою стоимость и рынок</p> <p>Аннотация: в статье рассматриваются сущность интеллектуальной собственности, необходимость ее стоимости и рынка. Обоснована возможность покупки и продажи интеллектуальной собственности. Чем выше интерес к интеллектуальной собственности, тем больше возможность ее освоения и роста потребности в знаниях. В статье</p>	<p style="text-align: center;">M.Pardaev, F.Nabiev</p> <p style="text-align: center;">Intellectual property must have its own value and market</p> <p>Abstract: The article deals with the essence of intellectual property, the need for its value and market. The possibility of buying and selling intellectual property is grounded. The higher the interest in intellectual property, the greater the possibility of its absorption and the growing need for knowledge. The article gives</p>
--	---

<p>приведены рекомендации на данную тему. Ключевые слова: собственность, материальная ценность, интеллектуальная собственность, предпринимательство, частное предпринимательство, интеллектуальное предпринимательство, предпринимательская среда, деловая среда.</p>	<p>recommendations on this topic. Keywords: property, material value, intellectual property, entrepreneurship, private entrepreneurship, intellectual entrepreneurship, business environment, business environment.</p>
---	---

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

СИНЕРГЕТИК САМАРАДОРЛИКНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ ВА УЛАРНИ БАҲОЛАШ ЙЎЛЛАРИ

<p>Аннотация: мақолада синергетик самарадорликнинг назарий масалалари ва уларни математик усуллар билан баҳолаш йўллари қараб чиқилган. Унда назарий масалаларнинг амалиётда қўлланилиши аниқ мисоллар билан кўрсатиб берилган. Синергетик самарадорликка эришиш йўллари бўйича илмий тавсиялар ҳам келтирилган. Калит сўзлар: синергетика, синергетик самарадорлик, харажат, самара, кучларнинг бирлашиши, тизимли таъсир.</p>
--

Синергетик самарадорлик тушунчаси амалиёт учун муҳим аҳамиятга эгаллигини инобатга олиб, унинг мазмунини аниқ ёритиб берадиган такомиллашган таъриф ишлаб чиқилди. **Синергетик самарадорлик** деганда, бирорта соҳа ёки фаолиятда юқори натижани қўлга киритиш учун ҳамкорликда, барча дахлдор куч ва имкониятларни бирлаштирган ҳолда қилинган ҳаракатлар харажатларининг алоҳида ҳолатда қилинган харажатларга нисбатан ижобийлиги тушунилади.

Шунингдек, ишда сенергетик фаолият самарадорлигини аниқлаш учун қуйидаги математик моделдан фойдаланиш асосланиб, унинг қуйидаги формуласи тавсия этилди:

$$Csa = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^n Ki ;$$

Бунда: Csa – синергетик самарадорлик;

m – синергетик натижа учун қилинган харажатлар (фойдаланилган ресурслар);

i – кучларнинг (субъектнинг) тартиб рақами;

n – бирлашиш лозим бўлган алоҳида кучлар (субъектлар)нинг умумий сони;

Ki – i -кучнинг (субъектнинг) индивидуал миқдори.

Юқорида тадқиқ қилинган синергетика, синергетик самара ва синергетик самарадорлик тушунчаларининг таърифлари билан бирга, уларнинг математик моделларини ҳам ишлаб чиқиш лозим. Бунинг учун, юқорида келтирилган маълумотларга асосланадиган бўлсак, ўша тадқиқ қилинган 3 та хўжалик юритувчи субъектлар алоҳида ҳаракат қилиб, ўрта ҳисобда уларнинг умумий харажати 400,0 млн. сўмни ташкил қилди. Улар кучларини бирлаштириб биргаликда ҳаракат қилганда, ушбу кўрсаткичнинг миқдори 420,0 млн. сўмни ташкил қилди, деб фараз қиламиз. Кўриниб турибдики, иккинчи ҳолатда хўжалик юритувчи

субъектлар биринчи ҳолатга нисбатан кўпроқ харажат қилган. Шунга қарамасдан синергетик самарадорлик, кучлар бирлаштирилган пайтда тарқоқ ҳолатга нисбатан юқори.

Биринчи ҳолатда харажатлар рентабеллиги 28,25 %га (113,0 : 400*100) тенг. Аммо иккинчи ҳолатда эса, ушбу кўрсаткичнинг даражаси 30,95 %га (130,0:420,0*100) тенг, яъни синергетик самарадорлик 2,70 бандга (30,95 – 28,25) юқори. Синергетик самарадорлик ҳар бир минг сўм қилинган харажатга нисбатан қанча соф фойда олинганлигини, яъни харажатлар рентабеллигини кўрсатади. Бунинг битта субъектда аниқланиши бўйича математик шаклини қуйидагича ифодалаш мумкин:

$$C_{схр} = \frac{C_{ф}}{R_{ха}} * 100;$$

Бунда: $C_{схр}$ – битта корхонадаги самарадорлик, яъни харажатлар рентабеллиги;
 $C_{ф}$ – битта субъектда эришилган самаранинг миқдори, яъни олинган фойда суммаси;
 $R_{ха}$ – мазкур субъектда қилинган харажатлар.

Ушбу формула битта субъект бўйича самарадорликни ифодалаб турибди. Аммо кучлар бирлаштирилганда унинг кенгайтирилган шакли, яъни синергетик самарадорликни аниқлаш учунқуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$C_{схр} = \left(\sum_{i=1}^n C_{фi} : \sum_{i=1}^n R_{xi} * 100 \right)$$

Таҳлил жараёнида навбатдаги босқичда синергетик самарадорликнинг фарқи аниқланди. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta C_{схр} = \left(\sum_{i=1}^n C_{фi\chi} : \sum_{i=1}^n R_{xi\chi} * 100 \right) - \left(\sum_{i=0}^n C_{фi\rho} : \sum_{i=1}^n R_{xi\rho} * 100 \right);$$

Бунда: $\Delta C_{схр}$ – синергетик самарадорликнинг фарқи;
 $C_{фi\chi}$ – кучларни бирлаштирган пайтдаги синергетик самаранинг ҳақиқий миқдори;
 $R_{xi\chi}$ – кучларни бирлаштирган пайтдаги қилинган харажатларнинг ҳақиқий миқдори;
 $C_{фi\rho}$ – кучлар бирлаштирилмаган ҳолатдаги синергетик самаранинг ҳақиқий миқдори;
 $R_{xi\rho}$ – кучлар бирлаштирилмаган ҳолатдаги қилинган харажатларнинг ҳақиқий миқдори;
 $(\sum_{i=1}^n C_{фi\chi} : \sum_{i=1}^n R_{xi\chi} * 100)$ – кучлар бирлашган пайтдаги синергетик самарадорлик даражаси;
 $(\sum_{i=0}^n C_{фi\rho} : \sum_{i=1}^n R_{xi\rho} * 100)$ – алоҳида кучлар бирлаштирилмаган пайтдаги синергетик самарадорлик даражаси.

Тадқиқотларимизнинг кўрсатишича, маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари самарадорлигини оширишда синергетика, синергетик самара ва синергетик самарадорлик тушунчаларидан фойдаланиш мумкин экан.

Маҳсулотларни сақлаш ва сотиш жараёнида синергетик самарадорлик миқдорини харажатлар рентабеллиги билан бирга уларнинг натижавийлигини ҳам аниқлаш мумкин. Бунда ҳар бир субъектнинг самарадорлигини аниқлашни тавсия қиламиз. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш мумкин:

$$Cca = \frac{Q}{Sxa};$$

Бунда: Cca – битта субъектда харажатлар самарадорлиги;

Q – кучлар бирлаштирилмаган пайтдаги алоҳида субъектнинг ҳисобот йилидаги барча тушуми;

Sxa – кучларни бирлаштирилмаган пайтда алоҳида субъектнинг харажатлари.

Ушбу формуладан кўришиб турибдики, синергетик самарадорликни фойдаланиш харажатларга нисбати билан ҳам ва харажатларнинг натижавийлиги билан ҳам баҳолаш мумкин экан. Ушбу формуладан фойдаланиб, синергетик самарадорликни аниқлаш учун, кучларни бирлаштирган ҳолатдаги куйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$Cca = \left(\sum_{i=1}^n Q : \sum_{i=1}^n Sxa \right)$$

Кучларни бирлаштирган ҳолатда синергетик самарадорликни ифодалаш ва уларни таҳлил қилиш учун куйидаги жадвалдан фойдаланишни тавсия қиламиз (1-жадвал).

1-жадвал

“Bahmal Golden Apple” қўшма корхонасида 2014 йилда эришилган синергетик самарадорликнинг ҳисоб-китоби¹

Т/р	Фаолиятда иштирок этадиган субъектлар	Эришилган синергетик натижа, минг сўм (1 тонна маҳсулотга олинган даромадлар суммаси)			
		Алоҳида бўлганда	Бирлаштирилганда	Фарқи (+,-)	Ўзгариш суръати, %
1.	Маҳсулотни (картошкани) етиштирувчилар харажати	875,6	875,6	-	100,0
2.	Тайёрловчилар харажати	97,8	X	+97,8	X
3.	Ташувчилар харажати	62,3	X	+62,3	X
4.	Сақловчилар харажати	124,7	X	+124,7	X
5.	Сотувчилар харажати	451,8	X	+458,8	X
6.	Кучлар бирлашганда қилинган ташиш ва сақлаш билан боғлиқ харажатлар, минг сўм (2+3+4+5)	736,6	745,9	+9,3	101,3
7.	Жами харажатлар, минг сўм	1612,2	1621,5	+9,3	100,6
8.	Кучларни бирлаштириб сотилган маҳсулот ҳажми, минг сўм	5739,4	6534,6	+795,2	113,9
9.	Синергетик самарадорлик, сўм (8қ / 7қ)	3,56	4,03	+1,37	110,4

Жадвалдан кўришиб турибдики, маҳсулотларни етиштирувчи фермер хўжалиги 875,6 минг сўм харажат қилган. Уни ишлаб чиқаришдан то сотишгача бўлган жараёнда тўртта мустақил хўжалик юритувчи субъектлар иштирок этган. Буларнинг ҳар бири ушбу маҳсулотни етиштирилган жойидан сотилгунча бўлган

¹ “Bahmal Golden Apple” қўшма корхонаси ва бошқа ҳамкор субъектлар маълумотлари асосида муаллифнинг ҳисоб-китоби.

жараёнда иштирок этиб, тегишли тарзда харажатлар қилишган. Улар алоҳида бўлган пайтда қилинган харажатларнинг умумий суммаси 736,6 минг сўмни ташкил қилган. Биргаликда ҳаракат қилганда харажатлар жами 745,9 минг сўмни ташкил қилган. Бу ҳолатда ҳам харажатлар ўсган. Аммо унинг ўсиш суръати атиги 101,3 %ни ташкил қилган. Мазкур ҳолатда 1 тонна картошкани сотиш учун қилинган жами харажатлар кучлар бирлаштирилмаганда 1612,2 минг сўмни ташкил қилган. Кучлар бирлаштирилганда унинг миқдори 1621,5 минг сўмга тенг ёки 9,3 минг сўмга кўп бўлган. Ушбу кўрсаткичнинг ўзгариш суръати 100,6 %ни ташкил қилади. Кўриниб турибдики, кучлар бирлаштирилганда ҳам маҳсулотнинг ҳар тоннаси учун қилинган харажатлар, шунингдек, сотилган маҳсулотнинг ҳажми ҳам анча ошган. Унинг ўзгариш суръати 113,9 %ни ташкил қилади. Мос равишда, синергетик самарадорлик ҳар тонна картошкadan 1,37 минг сўмни, ушбу кўрсаткичнинг ўсиш суръати эса 110,4 %ни ташкил қилган.

Энди савол туғилади, нима учун кучлар бирлаштирилганда, харажатлар кўп бўлиши билан бирга, маҳсулот ҳам кўп сотилган. Албатта, мазкур ҳолатда харажатлар кучлар бирлаштирилганда ҳам бироз кўп бўлган. Аммо унинг ўсиш суръати, сотилган маҳсулотга нисбатан анча паст, бироқ, кучлар бирлаштирилгандаги сотилган маҳсулот кўп бўлган. Бунга сабаблар қуйидагилар. Биринчидан, совутгичда сақланган маҳсулотнинг нобудгарчилиги жуда кам бўлган. Иккинчидан, ушбу маҳсулотнинг сифати барра ҳолида сақланиб қолинган. Учинчидан, яхши сақланган маҳсулотлар одатдагиларга нисбатан бироз кимматроққа сотилган.

Биз тадқиқот давомида етиштирилган маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари билан шуғулланадиган соҳани ўргандик. Ўрганиш объекти сифатида Тошкент шаҳрида жойлашган “OSC TARIM GIDA SOGUTMA” Туркия Ваколатхонаси қошидаги қўшма корхонанинг совутгичи ва “KONGRESS BARAKA AGRO” масъулияти чекланган жамиятга қарашли совутгич корхонасини танладик. Ушбу корхоналарда олма маҳсулотини сақлаш бўйича илмий тадқиқот ишларини олиб бордик.

Мазкур корхоналарда маҳсулотларни етиштириш, ташиш, сақлаш ва сотиш тизимини амалга оширишда “боғдан – дастурхонгача” усулини жорий қилиш учун 2013-2014 йилнинг ҳосилини йиғиш ва сақлаш бўйича 2013-2014 йиллар давомида тажриба ўтказилди. Унинг натижасини 2014 йилнинг март ойида текшириб кўрилди ва самарадорлиги аниқланди.

2013 йил 10 октябрдан 2014 йил 10 мартгача Бахмал туманида жойлашган интенсив боғда етиштирилган олма 5,0 (беш) тонна “OSC TARIM GIDA SOGUTMA” корхонасининг сақлаш учун совутгичга қўйилди. Мазкур омборда ушбу интенсив боғда етиштирилган олма 5 ой муддат давомида сақланди. Шу муддатдан кейин унинг вазни ўлчанди ва самарадорлиги аниқланди. Шу давр давомида интенсив боғда етиштирилган олма ўз вазнини (айрим чириганлари билан бирга) ўрта ҳисобда 1,27 % йўқотганлиги аниқланди.

Мазкур ҳолатни таққослаш учун оддий анъанавий усулда сақланган олма маҳсулоти ҳам олинди. Ҳосил етиштирилган жойда, яъни Бахмал туманида ҳам 5 тонна маҳаллий олма сақлашга қўйилди. 5 ойдан кейин уларнинг ҳажми ўлчанганда 18,56 % (чириганлари билан бирга) вазнининг йўқотилганлиги аниқланди. Шу даврда интенсив боғда етиштирилган олмада нобудгарчиликнинг камайиши бўйича мазкур совутгичда самарадорлик унинг умумий вазнига нисбатан 17,29 %ни (18,56 – 1,27) ташкил қилди. Бундан ташқари, сақлашга қўйилган давр билан сақлангандан кейинги даврда олманинг улгуржи нархи 5000 сўмдан 9500 сўмгача ошди. Бу ўрта ҳисобда 1,9 мартага (9500 : 5000) ошганлигидан далолат бериб турибди.

Шуни эътиборга олиш жоизки, шу даврда олманинг сақланганлиги учун совутгичга ҳар бир кг.га 420 сўмдан ҳақ тўлайди. Бу 1 тонна олма учун 420,0 минг сўмни ташкил қилади.

Шу даврда 1 тонна олманинг самарадорлиги, натурал миқдорда 172,9 кгни (185,6 – 12,7) ташкил қилди. Ушбу кўрсаткич суммада 4379,35 минг сўмга $\{(1000 - 12,7 * 9500) - (1000 * 5000)\}$ тенг бўлди. Соф самарадорлик 1 тонна олмадан 3959,35 минг сўмга (4379,35 – 420,0) тенглигини кўрамиз. Олмани совутгичда сақлаганлиги учун ҳар бир килограммига 3,96 минг сўм (3959,35 : 1000) фойда қилинганлигига гувоҳ бўлдик.

Худди шундай тажрибани “KONGRESS BARAKA AGRO” масъулияти чекланган жамиятига қарашли совутгич корхонасида ҳам амалга оширдик. Бунда ҳам юқорида қайд қилинганидек, олма маҳсулотини етиштириш, ташиш, сақлаш ва сотиш тизимини амалга оширишда “Боғдан – дастурхонгача” усулини жорий қилиш масаласи синаб кўрилди. Мазкур корхонада 2013-2014 йиллар давомида тажриба олиб борилди. Тажрибага 2013 йил 20 сентябрдан 2014 йил 15 мартгача сақлаш учун 1,0 (бир) тонна маҳаллий боғда етиштирилган сараланган олма кўйилди ва 5 ой 25 кун муддат давомида сақланди. Шу даврда унинг вазни ўлчаниб, сақлаш бўйича соф самарадорлиги аниқланди.

Ушбу даврда маҳаллий олма ўз вазнини 3,4 % йўқотганлиги (бунинг аксарият қисми чириш ҳисобига) аниқланди. Оддий анъанавий усулда ҳосил етиштирилган жойда маҳаллий олма сақланганда 18,56 % йўқотилганлиги юқорида қайд қилинган эди. Шу даврда нобудгарчиликнинг камайиши бўйича мазкур совутгичда самарадорлик олманинг умумий вазнига нисбатан 15,16 %ни (18,56 – 3,4) ташкил қилди. Бундан ташқари, сақлашга кўйилган давр билан сақлангандан кейинги даврда олманинг улгуржи нархи ўрта ҳисобда 2,2 мартага (2,2 минг сўмдан 4,8 минг сўмга) ошган.

Шу даврда 1 тонна олманинг самарадорлиги натурал миқдорда 151,6 кгни (185,6 – 34,0) ташкил қилади. Мазкур кўрсаткич суммада 2436,8 минг сўмга $\{(1000 - 34 * 4800) - (1000 * 2200)\}$ тенг бўлди. Ҳар бир кг учун сақлаш харажати 350 минг сўм миқдорда белгиланган. Умумий сақлаш харажати 1 тонна олма учун 350,0 минг сўмни (1000 * 350) ташкил қилади. Соф самарадорлик 2086,8 минг сўмга (2436,8 – 350,0) тенг. Оддий анъанавий усулда етиштирилган маҳаллий олманинг 1 кгнинг совутгичда сақлаш самарадорлиги 2,1 минг сўмга (2086,8 : 1000) тенг экан.

Мазкур тизимнинг моҳияти шундаки, етиштирилган олма маҳсулоти боғда терилган пайтида сараланиб, бирданига транспорт орқали ташилиб, совутгичга кўйилади. Совутгичда тегишли муддатда сақлангач, сотишга чиқариш учун ҳам транспортда ташилади ва сотиш манзилига етказилади. Бунда олмалар 5-8 ой давомида сақланиши мумкин. Айрим ҳолларда интенсив боғда етиштирилган олма 10 ойгача ҳам сақланади. Бизнинг олиб борган тадқиқотимиз ушбу хулосаларга келиш учун асос бўлди.

<p style="text-align: center;">О.М.Пардаев</p> <p style="text-align: center;">Теоретические вопросы синергетической эффективности и пути ее оценки</p>	<p style="text-align: center;">O.Pardaev</p> <p style="text-align: center;">Theoretical questions of synergetic efficiency and ways of its evaluation</p>
<p>Аннотация: в статье рассмотрены теоретические вопросы синергетической эффективности и пути ее оценки посредством математических методов. В ней приведено применение теорети-</p>	<p>Abstract: Theoretical questions of synergetic efficiency and ways of its evaluation by means of mathematical methods are considered in the article. It presents the application of theoretical</p>

<p>ческих проблем на практике посредством конкретных примеров. Приведены научные рекомендации по достижению синергетической эффективности.</p> <p>Ключевые слова: синергетика, синергетическая эффективность, затраты, эффект, объединение усилий, системное влияние.</p>	<p>problems in practice through concrete examples. Scientific recommendations on achieving synergetic efficiency are given.</p> <p>Keywords: synergetics, synergetic efficiency, costs, effect, integration of efforts, systemic influence.</p>
--	--

Л.Н.Халикова – СамИСИ “Касб таълими” кафедраси доценти, и.ф.н.

АҲОЛИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИ ВА ФАРОВОНЛИГИНИ ОШИРИШДА АМИР ТЕМУРНИНГ ҚИЛГАН ХИЗМАТЛАРИ

<p>Аннотация: Амир Темур мамлакатнинг сиёсий бирлигини мустаҳкамлашда, жаҳонгирликда янги зафарларга эришишда, ягона марказлашган давлатни вужудга келтиришда, фан ва маданиятни ҳамда иқтисодиётни ривожлантиришда маънавий рағбатлантиришни буюк ҳаракатлантирувчи куч деб билди ҳамда моддий ва маънавий рағбатлантиришдан бир-бирини тўлдирувчи омил сифатида фойдаланди.</p> <p>Калит сўзлар: тарихий, манба, натижа, ривожланиш, жамият, самарали, давр, кучли, фойдаланиш, тегишли.</p>
--

Амир Темур моддий ва маънавий рағбатлантиришда жамиятни, жамоани шахсни ҳаракатга келтирувчи улкан куч деб қаради ва ундан давлатни, иқтисодиётни бошқаришда дастуру амал сифатида фойдаланди.

Моддий рағбатлантириш тизимидан кенг фойдаланиш туфайли Амир Темур амирлар, саййидлар, уламолар, сипоҳларни ўз атрофига бирлаштиришга эришди, мамлакатда тинчлик, барқарорликни вужудга келтирди. Эгаллаган вазифаси ва бажарган хизматига қараб, маошни даражама-даража ошириш тизими ҳозирги замонда амал қилаётган тариф сеткасини эслатади. Амир Темур айниқса, кўшинларнинг жанговорлик руҳини кўтариш, муҳолиф кучлар устидан ғалаба қилиш, кўзланган мақсадга тезроқ эришиш учун моддий манфаатдорлик тамойилидан усталик билан фойдаланган. Сипоҳийларнинг ойлик ҳақлари вақтида берилган. Рум юришида эса сипоҳийларнинг руҳини кўтариш мақсадида етти йиллик озуқаларини бирданига берган. Мамлакат ички ва ташқи сиёсатида барқарорликни таъминлашда, раиятнинг турли қатламлари орасида бирликни вужудга келтиришда, турли элат ва миллатларни марказлашган давлат атрофида бирлаштиришда моддий рағбатлантириш тамойилига амал қилиш катта натижаларга олиб келди. Дастури амал булиб хизмат қилган бу тамойилнинг турли қирраларини соҳибқироннинг куйидаги сўз ва амалий ишларида кўриш мумкин:

- хайри-эҳсон ишларим билан одамлар кўнглидан жой олдим;
- амирларим ва сипоҳийларимни мартаба ва унвонлар, зару-зеварлар билан хушнуд этдим. Дирҳам ва динорларни улардан дариг тутмадим;
- саййидлар, уламо, шайхлар ва бошка диний арбобларга суюрғол белгилаб, ҳар бирининг вазифасини тайин қилдим ;
- ҳар эл ва ҳар мамлакатнинг улуғларини, бошлиқ оқсоқолларини кадрладим, уларга совға-саломлар бериб хизматларидан фойдаландим;
- аҳли мажлис бўлмиш саййидлар, олимлар, фозил кишилар, ҳакимлар, табиблар, мунажжимлар, қиссахонлар, хабарчилар, тарихчиларга ўз кўлларига қараб суюрғол, вазифа ва маош белгиласинлар деб буюрдим;

- раъият, ҳар бир диёр аҳолисининг аҳволидан огоҳ бўлиб турдим.

Амир Темур мамлакатнинг сиёсий бирлигини мустаҳкамлашда, жаҳонгирликда янги зафарларга эришишда, ягона марказлашган давлатни вужудга келтиришда, фан ва маданиятни ҳамда иқтисодий ривожлантиришда маънавий рағбатлантиришни буюк ҳаракатлантирувчи куч деб билди ҳамда моддий ва маънавий рағбатлантиришдан бир-бирини тўлдирувчи омил сифатида фойдаланди.

Ғалабалар ва ютуқларга илҳомлантирувчи куч сифатида маънавий рағбатлантиришнинг Амир Темур услуги биз учун тарихий сабоқдир. Унинг энг яхши томонларидан фойдаланиш, мазмунан ва шаклан кенгайтириш ва чуқурлаштириш жамиятимизнинг тараққиёт ва ривожда бекиёс аҳамият касб этишини инобатга олиб, Амир Темурнинг маънавий рағбатлантириш услубларини мухлисларнинг ўзларига ҳавола қилишни лозим топдик:

- лашкарни, раиятни атрофимга бирлаштириш учун мурувват, меҳрибонлик қилдим;
- ширин сўз ва очик юз билан уларни ўзимга ром этдим;
- қилган бир хизматини ўн баробар қилиб тақдирлаб, дилларини хушнуд қилдим;
- амирларим ва сипоҳларимни мартаба ва унвонлар билан хушнуд этдим;
- ҳар эл ва ҳар мамлакатнинг бошлиқ оқсоқолларини кадрладим;
- фуқаро ва қўл остимдагиларга раҳмдиллик қилдим. Золимлардан мазлумлар ҳаққини олдим;
- раият аҳволидан огоҳ бўлдим, улуғларини оға қаторида, кичикларини фарзанд ўрнида кўрдим;
- ким менга дўстлик қилган бўлса, давлату неъмат мартабасига эришганимда унутмадим, ҳақларини адо этдим;
- менда бирон кимсанинг ҳақи бўлса ҳақини ҳеч вақт унутмадим. Бирон кимса билан танишган бўлсам, уни ҳеч вақт назаримдан четга қолдирмадим;
- -сайидлар, уламою машоих, оқилу донолар, муҳаддислар, хабарчилар (тарихчилар)ни танланган, эътиборли одамлар ҳисоблар, иззату ҳурматларини жойига қўйдим;
- қайси бири кўзга кўринарли бирор хизмат кўрсатар экан, инъомлар бериб, бошқалардан айрича ҳурматладим, сўнгра кўрсатган хизматига яраша мартабасини янада кўтарар эдим.

Амир Темур давлати иқтисодий сиёсатида аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш муҳим ўрин эгаллаган.

Амир Темур давлат тузуми тарихини ўрганиш шуни кўрсатдики, унинг замонида соҳибқироннинг бевосита раҳнамолигида ижобий ҳимоялашнинг кенг камровли тизими амал қилган.

Агар илгарилари ижтимоий ҳимоялаш ислом дини ахлоқ қоида-тузуқларига мувофиқ ихтиёрий ҳайри-эҳсон шаклида устуворлик қилган бўлса, Амир Темур даврида аҳолини ижтимоий ҳимоялашнинг давлат тизими ҳам вужудга келиб, иқтисодий сиёсатнинг устувор йўналишига айланган.

Амир Темур марказлашган давлат вужудга келтириш жараёнида раиятнинг мол-мулкни талон-тарож қилишдан ҳимоя қилди. Ички ва ташқи босқинчи, талончи, қароқчиларнинг йўли тўсилди.

Ҳамма замонларда ҳам шу жумладан, Амир Темур замонида ҳам аҳолини адолату-инсофдан чекинган, имону инсофни нафс балосига алмаштирган амалдорлар ҳокимлар, беклар, қозилар, ясовуллар, закотчилар ва шунга ўхшашлардан ҳимоя қилиш талаб қилинган. Сипоҳийлар томонидан ҳам қонун қонидани бузиш ва кези келганда аҳоли мулкни талон-тарожлик, зўравонлик

билан тортиб олиш ҳолатлари содир бўлган.

Амир Темур ўғри, қароқчи, зўравонларни “ясо” асосида жазолаган, фасодчи, бузуқи, нафси ёмон кишиларни мамлакатдан ҳайдаб чиқарган. “Ҳокимлар, сипоҳ ва раиятдан қайси бирининг халққа жабр-зулм етказганини эшитсам, уларга нисбатан дарҳол адолату инсоф юзасидан чора кўрдим” (“Темур Тузуклари”) 56 бет. Раиятга золимлар томонидан етказилган ашёвий ва жисмоний зарарлар, шариатга мувофиқ одамлар ўртасида муҳокама қилинар, исботлангандан кейин зарарлар тўланар ва шариат қоидаларига мувофиқ жазолари белгиланарди.

Йўлларни кўриқлаш, ўткинчи савдогарлар, мусофирларнинг мол-мулки ва бошқа нарсаларини манзилдан-манзилга етказиб кўйиш учун йўлни кузатувчилар, зобитлар тайинланган эди. Агар йўл устида бирортасининг нарсаси йўқолса, ўзи ўлдирилса ёки бошқа қор-ҳол юз берса, булар учун жавоб бериш уларнинг зиммасига юкланарди.

Агар доруғалар (шаҳар ҳокими) ва ҳокимлар халққа жабр-зулм қилиб, уларнинг иқтисодий аҳволи хароб ҳолга келтирилса, кимки бировнинг молини зўрлик билан тортиб олган бўлса, мазлумнинг моли қайтариб эгасига топширтирилган, гуноҳкорлар эса дарра уриш ёки жарима солиш билан жазоланган, агар у сипоҳий бўлса уни тутиб мазлум кўлига топширганлар.

Аҳолининг кам таъминланган табақаларини ижтимоий ҳимояпаш ва қўллаб-қувватлаш борасида ҳам изчил иқтисодий сиёсат олиб борилган. Ишсизлик ўша замонларнинг кам катта ижтимоий илллати ҳисобланган. Натурал хўжалик ҳукмронлик қилган замонда меҳнат бозори жуда суст ривожланган эди, шунинг учун ишсизлик гадолар сонининг кўпайишида намоён бўларди.

Амир Темур гадоликка мамлакатни хунук кўрсатувчи омил деб қаради ва бу ижтимоий илллатнинг иқтисодий заминини йўқотмасдан унинг олдини олиш мумкин эмаслигини аниқ таҳлил қилган ҳолда ижтимоий ҳимоя қилишнинг турли усулларидан фойдаланди.

Биринчи навбатда аҳолининг ижтимоий жиҳатдан ночор табақалари-оғирлар, шол, кўр, чўлоқ, қарилик сабаби билан ишлай олмайдиганлар нафақа билан таъминланди. Баъзи маълумотларга қараганда хазинанинг ўн фоизи шу мақсадга сарфланган.

Иккинчи навбатда қилинган иш шу бўлдики, меҳнатга қобилиятли, билагида кучи бор фақир-мискинлар, гадоларни иш ва хунар билан таъминлаш чора-тадбирлари амалга оширилди. “Яна буюрдимки, ҳар мамлакатнинг гадоларига вазифа юклаб иш берсинпар, токи шу йўл билан гадолик расми йўқотилсин”. (“Тузуклар”, 95 бет).

Гадоликни касб қилиб олганларни, нафақа олиб кам гадолик қилувчиларни мамлакат ҳудудидан ҳайдаб юборишга жазо чоралари кўрилган. Дангаса ва текинхўрларга нисбатан ижтимоий фикр – нафрат ва муросасизлик кайфияти уйғотилган.

Амир Темур давлати ижтимоий ҳимоя тизимининг энг муҳим хусусияти шундан иборатки, унда аҳолининг турли қатламларига қатъий табақалаштирилган тарзда ёндашилган. Ижтимоий ҳимоя давлатнинг моддий ёрдамига муҳтож бўлган жамият аъзоларига йўналтирилган. Амир Темур замонида жамиятимизда кам учрайдиган ижтимоий ҳимоянинг камёб усулидан фойдаланилган. Агар фуқародан бирининг уй-жойи бузилиб, тузатишга қурби етмаса, керакли ускуналар етказилиб берилиб, ўй эгасига ёрдам кўрсатилган.

Ижтимоий ҳимояга табақалаштирилган ҳолда ёндашилган деганимизнинг иккинчи бир исботи шуки, қайси бир сипоҳий хизматда юриб қарилик ёшига етса, у улуфадан (маошнинг тури) маҳрум этилмаган ва мартабасидан туширилмаган. Аҳолини ижтимоий ҳимоялаш масалалари, албатта, ҳар бир мамлакат ва

элатларнинг миллий анъаналари ва урф-одатларига таянган ҳолда амалга оширилган. Аҳолини ижтимоий ҳимоялаш тизимида маҳалла-гузарлар алоҳида рол ўйнаган.

Ҳамма замонларда, шу жумладан, Амир Темур замонида ҳам маъориф, соғлиқни сақлаш, мусофирларга ёрдам кўрсатиш, сув чиқариш, кўприклар қуриш давлатнинг ёрдамига муҳтож бўлган. Амир Темур аҳолини ижтимоий ҳимоялаш сиёсатида ҳар бир шаҳарда масжидлар, мадрасалар, хонақола (дарвишлар, қаландарлар, ғариб, мискинлар тўхтайдиган, истиқомат қиладиган жой) қурилган, йуловчи мусофирлар учун йўл устига работлар бино қилинган, дарёлар устига кўприклар қурилган.

Соҳибқирон томонидан амалга оширилган аҳолини ижтимоий ҳимоялаш, айниқса, энг ҳимоясиз ва муҳтож табақаларини кўллаб-қувватлаш сиёсати қуйидаги мақсадларни амалга оширишга хизмат қилган:

- ❖ биринчидан, жамиятда барқарорлик ва иноқлик кайфиятини вужудга келтирган;
- ❖ иккинчидан, фан, маданият, мамлакат ишлаб чиқарувчи кучларини ривожланишига рағбатлантирувчи омил бўлиб хизмат қилган;
- ❖ учинчидан, аҳолини ижтимоий ҳимоялаш Амир Темурнинг "мамлакатни обод, раъиятни рози" қилишдан иборат иқтисодий сиёсатининг узвий қисмини амалга оширишга эришилган;
- ❖ тўртинчидан, Амир Темур давлати довуғи бутун жаҳонга тарқалишига сабаб бўлган ва у халқро аҳамият касб этган.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Темур тузуклари.- Тошкент: Ғ.Ғулом номидаги нашриёт. 1991.-51-58 бетлар.
2. Муҳаммаджонов А. Темур ва темурийлар салтанати. Т.: Қомуслар бош таҳририяти. 1994. 48-53 бетлар.
- 3."Амир Темур ва унинг жаҳон тарихидаги ўрни" мавзусидаги халқро анжуман тезислари.-Тошкент. 1996. 34-35, 44-45 бетлар.
4. Шарафиддин Али Яздий. Зафарнома 14-41 бетлар.

<p>Л.Н.Халикова</p> <p>Благодееия, предоставленные Амиром Темуром, были направлены на повышение уровня жизни и благосостояния населения</p> <p>Аннотация: из исторических источников известно, что Амир Тимур для строительства могущественного государства и справедливого общества, эффективно использовал морально-материальную систему стимулирования населения. Процветание огромного государства при Амуре Тимуре, возможно, было в результате продуманной экономической политики, многие положения которой актуальны и в настоящее время.</p> <p>Ключевые слова: исторический, результат, источник, процветание, общество, эффективно, период, мощный, использовать, соответствующий.</p>	<p>L.Khalikova</p> <p>The services provided by Amir Temur were directed to Improvement of living standards and welfare of the population</p> <p>Abstract: From historical sources we know that Amir Timur for the construction of the powerful state and a just society effectively used moral and material stimulation system to population. Prosperity of the huge state at Amir Timur period may have been as a result of the sound economic policy, many provisions of which are relevant in the present time.</p> <p>Keywords: historical, source, result, prosperity, society, effectively, period, powerful, use, relevant.</p>
--	--

ОЗИҚ-ОВҚАТ ХАВФСИЗЛИГИ

Р.Нормахматов – профессор СамИЭС, д.т.н.

Г.Я.Пардаев – ассистент СамИЭС

К ВОПРОСУ БИОЛОГИЧЕСКОЙ ЦЕННОСТИ БЕЛКОВ НЕКОТОРЫХ ВИДОВ ОРЕХОВ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: в статье рассматривается оценка биологической ценности некоторых видов орехов, выращиваемых в повышено-климатических условиях Узбекистана. Исследование проводилось на основе ядер грецкого ореха помологического сорта «Юбилейный», миндаля «Диссертный» и фисташки «Настоящий». Исследованиями установлено, что фисташки по сравнению с грецким орехом и миндалём отличаются высоким содержанием белковых веществ. Исследования нами аминокислотного состава орехов свидетельствует об их высокой биологической ценности, поскольку в них присутствуют такие незаменимые аминокислоты, как, лизин, валин, лейцин, изолейцин, треонин, триптофан, метионин, фенилаланин.

Ключевые слова: протеин, аминокислота, незаменимые аминокислоты, пищевая ценность, биологическая ценность, сбалансированное, несбалансированное, сырой протеин.

Одними из перспективных видов растительного сырья в Узбекистане являются орехи, которые имеют уникальный химический состав и могут рассматриваться в качестве сырьевого источника для производства широкого спектра биологически активных добавок.

Выступая на открытии международной конференции “О важнейших резервах реализации продовольственной программы в Узбекистане” Президент И.Каримов сказал: “Хорошо известно, структура производимых в стране продовольственных культур, их вкусовые и полезные качества их место в экономике и экспорте от ее географического положения почвенно-климатических условий, и, конечно, сложившегося уровня и культуры земледелия, если хотите, искусства выращивания того или иного продукта, а также востребованности продукции на местном и зарубежных рынках.

Действительно, уникальные почвенно-климатические условия нашей страны, когда мы имеем в среднем 320 солнечных дней в году, последовательную смену всех четырех климатических сезонов, создают исключительно благоприятные возможности для выращивания основных видов высококачественных свежих фруктов и овощей в широком ассортименте... Поданным экспертов, выращенные в наших условиях фрукты и овощи существенно превосходят аналогичную продукцию из других регионов по таким основным потребительским характеристикам, как содержание природных сахаров, amino- и органических кислот, важнейших для здоровья микроэлементов и других биологически ценных веществ, незаменимых в рационе питания”(1).

Следует отметить, что орехи ценятся, прежде всего высоким содержанием белков и сбалансированного сочетания незаменимых аминокислот. В связи с этим нами была поставлена задача изучение содержания белков и их аминокислотного состава основных видов ореха, выращиваемых в Узбекистане. В качестве объектов исследования взяты ядра грецкого ореха сорт “Юбилейный”, миндаля сорт

“Десертный” и фисташки сорт “Настоящий”, произрастающий на территории Узбекистана.

Сырой протеин (массовую долю белка) определяли спектрофотометрическим методом по Каар-калю и методом Кельдаля, путем вычисления содержания общего азота умножением его на перерасчетный коэффициент составляющий для грецкого ореха и фисташек-5,30; для миндаля-5,18 (2).

Результаты исследования общего содержания белков и их аминокислотного состава грецкого ореха миндаля и фисташек представлены в табл. 1.

таблица 1

Общее содержание белков и их аминокислотного состава

Белки и аминокислоты		Содержание в орехах%		
		Грецкий орех	Миндаль	Фисташки
	Общее содержание белков	22,77	22,95	27,01
	Аминокислоты:			
1.	Аспарагиновая кислота	1,26	1,47	1,40
2.	Треонин	0,50	0,48	0,60
3.	Серин	0,63	0,60	0,82
4.	Глутаминовая кислота	1,72	3,75	2,79
5.	Пролин	0,71	0,90	0,80
6.	Глицин	0,72	1,05	0,98
7.	Аланин	0,60	0,64	0,81
8.	Цистеин	0,21	0,32	0,24
9.	Валин	0,75	0,44	1,23
10.	Метионин	0,21	0,38	0,33
11.	Изолейцин	0,63	0,68	0,89
12.	Лейцин	1,17	0,47	1,24
13.	Тирозин	0,51	0,55	0,65
14.	Фенилаланин	0,71	0,74	0,94
15.	Гистидин	0,39	0,48	0,50
16.	Лизин	0,40	0,48	1,02
17.	Аргинин	1,18	2,12	2,01
	Сумма аминокислот	12,30	15,55	17,25

Из данных табл.1. видно, что фисташки по сравнению грецкого ореха и миндаля отличаются высоким содержанием белковых веществ.

Необходимо учитывать, что рацион человека может соответствовать норме по количеству съеденных граммов белка, но быть абсолютно несбалансированным по составу аминокислот, особенно незаменимых.

Для взрослого человека может быть принята следующая формула сбалансированности незаменимых аминокислот (количество граммов в сутки): Тринтофан-1,0; Лейцин- 4-6; Изолейцин- 3-4; Треонин- 2-3; Лизин- 3-5; Метионин- 2-4; Фенилаланин- 2-4; Валин- 3-4.

Исследование нами аминокислотного состава орехов (табл.1) свидетельствует о их высокой биологической ценности, поскольку в них присутствуют все незаменимые аминокислоты. По нашим данным сумма незаменимых аминокислот в белке грецкого ореха составляет- 5,94%, в белке миндаля- 6,82%, а в белке фисташек- 8,76%.

Сравнение наших данных по содержанию незаменимых аминокислот в исследованных видах орехов с рекомендуемой формулой сбалансированности незаменимых аминокислот также показывают, что орехи фисташек более сбалансированы по содержанию незаменимых аминокислот, чем грецкого ореха и миндаля.

Следует отметить, что в белках растительных продуктов питания нехватает незаменимая аминокислота - лизин. Поэтому лизин для продуктов растительного происхождения считается лимитирующей аминокислотой. По нашим данным в 2 раза богаче лизином оказалась фисташка , чем грецкий орех и миндаль.

В целом можно сделать вывод о том, что орехи отличаются высоким содержанием белков и сбалансированы по аминокислотному составу. Поэтому целесообразно ежедневно включать в рацион питания в профилактических целях. Из-за высокой пищевой и биологической ценности орехи также с успехом могут быть использованы в качестве обогатителей в производстве ряда продовольственных товаров.

Список использованной литературы:

1. Каримов И.А. Выступление на открытии международной конференции “О важнейших резервах реализации продовольственной программы в Узбекистане” Газета “Самаркандский вестник”, 2014 года 11 июня, 46 (18526).
2. Кочетов Г.А. Практическое руководство по энзимологии. Учебное пособие. М.: Высшая школа, 1980, с.259.

<p>Р.Нормахматов, Ғ.Я.Пардаев Ўзбекистонда етиштириладиган айрим ёнғоқ мевалари оксилнинг биологик қийматини баҳолаш масалалари</p> <p>Аннотация: мақолада Ўзбекистон табиий-иқлим шароитида етиштириладиган ёнғоқ меваларининг биологик қийматини баҳолаш масалалари кўриб чиқилган. Тадқиқот объекти сифатида грек ёнғоғининг “Юбилейный”, бодомнинг “Диссертный” ва пистанинг</p>	<p>R.Normahmatov, G.Pardaeв To the question of biological value of the proteins of some types of nuts in Uzbekistan</p> <p>Abstract: In the article considered an assessment of biological value of some types of the nuts, which are grown up in high-climatic conditions of Uzbekistan. The research was conducted on the basis of kernels of walnut of a pomologic grade "Yubileyniy", "Dissertny" almonds and a pistachio "Nastoyashiy". By researches it</p>
--	---

<p>“настоящий” навлари олинган. Тадқиқотлар натижасида пистанинг, грек ёнғоғи ва бодомга қараганда оксилга бой эканлиги аниқланган. Улар аминокислота таркиби бўйича ҳам юқори биологик қийматга эга эканлиги аниқланган, чунки уларда ўрин алмаштирайдиган аминокислоталардан лизин, валин, лейцин, изолейцин, треонин, триптофан, метионин ва фенилаланин борлиги аниқланган.</p> <p>Калит сўзлар: протеин, аминокислота, ўрин алмаштирайдиган аминокислоталар, озуқавий қиймати, биологик қиймати, мувозанатлашган, мувозанатлашмаган, ҳўл протеин.</p>	<p>is established that pistachios in comparison with walnut and almond differ in the high content of proteic matters. Researches use amino-acid structure of nuts confirms their high biological value as at them there are such irreplaceable amino acids as, a lysine, valine, leucinum, isoleucine, threonine, a tryptophan, methionine, phenylalanine.</p> <p>Keywords: protein, amino acid, irreplaceable amino acids, nutrition value, biological value, balanced, not balanced, crude protein.</p>
---	--

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС

Б.Ш.Сафаров – заведующий кафедрой СамГУ, д.э.н., доцент

О.З.Хайдаров – ассистент Самаркандского института экономики и сервиса

Ф.Ф.Зокидов – ассистент Самаркандского института экономики и сервиса

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА И СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация: в статье освещаются вопросы государственной поддержки и стимулирования процессов в науке и образовании, его состояние, о государственных механизмах образования. Перспективы развития образования и интеграционных процессов в сфере науки.

Ключевые слова: инновация, государственная поддержка, интеллектуальная собственность, наука и образование, стимулирование инновационных процессов.

В настоящее время индустриальные развитые страны направляет усилия на обеспечение долгосрочного и устойчивого экономического роста путем перехода на инновационный путь развития, который заключается в обеспечении взаимодействия науки, образования, производства и финансово-кредитной сферы. Особое внимание уделяется информационным технологиям, микропроцессорной и энергосберегающей технике, новым материалам, нано- и биотехнологиям — всем стратегическим направлениям, которые связаны с использованием высоких технологий.

Развитые страны начали использовать науку как средство производства богатств. Область инновационной политики охватила структурные соотношения в системе «наука — производство»; формы и способы включения научно-технических результатов в хозяйственный оборот; ресурсное обеспечение сферы нововведений (включая систему непрерывного образования); организационно-правовые и экономические формы инновационной деятельности.

В связи с тем что создание и внедрение нововведений требуют объединенных усилий различных экономических и социальных сфер, инновационный путь развития невозможен без осуществления государственной поддержки. Для этого используются три схемы.

1. Прямое участие государства в реализации специальных целевых программ и ассигнованиях региональных, местных органов власти; создание крупных национальных центров (лабораторий), находящихся на бюджетном финансировании и бесплатно предоставляющих полученные знания широкому кругу потенциальных пользователей.

2. Предоставление субсидий и грантов для осуществления конкретных проектов в области науки, культуры, образования.

Грант является поддержкой или стимулированием государством научных исследований и разработок финансами, собственностью или услугами. Особенно часто грант используется в том случае, если результаты работ неопределенны или не могут в ближайшем будущем принести полезного результата. Для приобретения результатов исследований и разработок, которые могут принести государству непосредственную выгоду, заключается государственный контракт. Он дает право представителю государства контролировать и корректировать ход выполнения разработок.

3. Обеспечение частным предприятиям и лицам благоприятных условий для научно-технологических разработок. Частному бизнесу, вкладывающему средства в научные исследования и приобретение необходимого для этого оборудования, предоставляются разнообразные налоговые льготы, государственные кредиты и гарантии, а также финансирование через участие государства в акционерном капитале.

В ряде случаев заключается кооперативное соглашение, которое не требует, как и грант, заранее жестко заданного и сиюминутно полезного результата. От гранта это соглашение отличается тем, что это — форма совместного инвестирования, а затем раздела полученного результата между частным и государственным секторами. Соглашением четко определяются вклады участников соглашения и права, в том числе и право контроля со стороны государства. Государство должно сосредоточить свои усилия и имеющиеся свободные ресурсы на развитии перспективных для всей национальной экономики наукоемких отраслей, т.е. таких отраслей, которые активно влияют и способствуют развитию других секторов экономики. В связи с этим государственная поддержка стала более избирательной и концентрируется на конкретных направлениях, прежде всего имеющих важное значение для повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке, развития малого и среднего бизнеса, совершенствования инфраструктуры научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Развитие экономики, основанной на знаниях, процесс глобализации товарного и финансового рынков затрагивают и научно-техническую сферу, что создает для государственного регулирования новые проблемы.

В условиях глобализации государство вынуждено отказаться от практики протекционизма и создавать среду, стимулирующую инновации и риск, приток иностранного капитала в инновационную сферу при соблюдении общих условий развития национального предпринимательства.

В связи с этим, в соответствии Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан в 2017-2021 годы в целях создания необходимых организационных условий для развития отечественной науки и образования, повышения ее роли и значимости в обеспечении ускоренного роста экономики республики и создания новых рабочих мест, в Самаркандском государственном университете идёт плодотворная работа для дальнейшей реализации Постановления Президента Республики Узбекистан от 20 апреля 2017 года № ПП-2909 «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования».

Для осуществления этих задач, предлагается создание технопарков при Самаркандском государственном университете.

Например, при будущем создаваемом технопарке СамГУ, предлагается внедрение туристского кластера. Площадкой для инициатив может стать находящийся в городе Самарканде гостиничный комплекс «Афросиёб». Студенты и преподаватели университета смогут осуществлять тут свои научные и прикладные идеи, в последующем проводить трансфер технологий в производство.

Построение кластера должно основываться на добровольных принципах, никто не вправе принуждать другого к каким-либо действиям или обманывать, распространяя заведомо ложную информацию.

Достижения успеха при развитии туристического кластера является совместной задачей бизнеса и органов власти соответствующего уровня (государственной и местной — в зависимости от масштаба кластера и

существующих задач по его развитию); только взаимопонимание и готовность к сотрудничеству между ними гарантируют получение положительных результатов.

Важнейшим элементом кластерного принципа развития региона является установление постоянного диалога всех участников процесса — малых и крупных предприятий, соответствующих властных структур, сервисных и научно-исследовательских организаций, системы профессионального образования, средств массовых информаций и др.

Преимущества кластерного подхода для органов власти состоят в том, что он позволяет комплексно, системным образом рассматривать ситуацию в группе взаимосвязанных предприятий, относящихся к туристической сфере экономики региона. Кроме того, кластерный подход позволяет использовать в качестве «стержня» стратегии развития кластера инициативы, выдвинутые и реализуемые лидерами бизнеса, которые таким образом, гарантированно будут успешно реализованы.

Региональное экономическое развитие на базе создания и стимулирования кластеров предполагает инициативу и активность бизнеса, а также совместных усилий бизнеса, исполнительной и законодательной власти. Роль, которую играют бизнес и власть при создании и развитии отраслевых кластеров различна, но взаимодополняющая.

<p align="center">Б.Ш.Сафаров, О.З.Хайдаров, Ф.Ф.Зохидов</p> <p align="center">Фан ва таълимда инновацион жараёнларни давлат томонидан рағбатлантириш ва қўллаб- қувватлаш</p> <p>Аннотация: мақолада илм-фан ва таълимни шакллантиришда давлат механизмларининг роли, унда давлат томонидан қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш жараёнларига оид масалалар ўрганилган. Илм-фан соҳасида таълим ва интеграция жараёнларини ривожлантириш истиқболлари кўриб чиқилган.</p> <p>Калит сўзлар: инновация, давлат томонидан қўллаб-қувватлаш, интеллектуал мулк, илм-фан, таълим, инновацион жараён.</p>	<p align="center">B.Safarov, O.Khaydarov, F.Zokhidov</p> <p align="center">State support and stimulation of innovative processes in science and education</p> <p>Abstract: the article highlights the issues of state support and stimulation of processes in science and education, its state, and the state mechanisms of education. Prospects for the development of education and integration processes in the field of science.</p> <p>Keywords: innovation, state support, intellectual property, science and education, stimulation of innovation processes.</p>
--	---

А.П.Ҳазратов – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси ассистенти

**САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА АВТОМОБИЛЛАРДА ЮК ВА
ЙЎЛОВЧИ ТАШИШ ХИЗМАТЛАРИНИ КЎРСАТУВЧИ КОРХОНАЛАР
САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ**

Аннотация: мақола Самарқанд вилоятида автомобилларда юк ва йўловчи ташиш хизматларини кўрсатувчи корхоналар самарадорлигини ошириш йўллари бағишланган. Унда ташиш хизматлари самарадорлигини ошириш оширишга таъсир этувчи омиллар, уларни фаоллаштириш йўллари ҳам кўрсатиб

берилган. Тадқиқот натижасида айрим илмий-назарий ва амалий тавсиялар ҳам ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: юк, йўловчи ташиш, юк ташиш, хизматлар, хизматлар самарадорлиги, йўловчи ташишхизматлари, юк ташишхизматлари, йўловчи ташишхизматлари самарадорлиги, юк ташишхизматлари самарадорлиги.

Транспорт хизматларининг ўзига хос хусусияти ушбу хизматни амалга оширишдаги ишлаб чиқариш воситаларининг доимий ҳаракатда бўлишидир. Буни қуйидагича таққослаш орқали кўрсатиш мумкин. Ҳар қандай sanoat соҳасининг асосий ишлаб чиқариш воситалари (кувват жиҳозлари, айрим двигателлар, ҳар хил машина ва дастгоҳлар) бир ерда доимий ўрнатилган бўлиб, ўз маҳсулотларини корхона ичида ишлаб чиқаради. Транспортда эса ишлаб чиқариш жараёнининг асосий қисми бўлган ҳаракатланувчи воситалар ҳар доим юк ва йўловчиларни жўнатиш жойидан етказиб бориш жойига ташиш шарт, ваҳоланки, ташиш жараёни тугаллангандан сўнг транспортнинг шу жой учун кераги ҳам бўлмаслиги мумкин. Бундай ҳолларда ҳаракатланувчи воситалар юк ва йўловчилар ташиш учун бошқа жойларга юборилади. Транспорт воситалари мунтазам йўналишларда юк ортилган ҳолда ҳаракат қилади. Ишлаб чиқариш жараёнида транспортнинг бу хусусияти кўпинча янги муаммоларни туғдириши мумкин.

Юқорида айтилганидек, юк ва йўловчиларни бир жойдан иккинчи жойга ташиш транспортнинг асосий маҳсулотидир. Транспорт ишини ўлчаш учун ўлчов бирлиги қилиб юк ташишда тонна километр ва тонна, автобусларда йўловчилар ташишда эса йўловчи километр ва йўловчилар сони қабул қилинган.

Юк ва йўловчи ташишдаги транспорт хизматларида асосий ишлар қуйидаги уч таркибий қисмга бўлинади:

1. Транспорт воситаларига юк ортиш ёки йўловчилар чиқариш;
2. Юк ва йўловчиларни бир жойдан иккинчи жойга ташиш жараёнининг ўзи;
3. Транспорт воситаларидан юк ёки йўловчиларни тушириш.

Юк ва йўловчиларни бир жойдан иккинчи жойга ташишда уларни ортиш (чиқариш) ва тушириш таркибий қисмлари ташиш жараёнининг ажралмас қисмидир.

Юк ва йўловчиларга кўрсатилаётган транспорт хизматлари, бир жойдан иккинчи жойга ташиш ҳам ишлаб чиқариш, ҳам муомала доирасига тааллуқлидир. Ҳар бир корхона ичидаги юкларни ташиш корxonанинг ички транспорт (кран, конвейер, корхона ичидаги автомобиль ва темир йўл каби транспорт воситалари) ёрдамида амалга оширилади. Корхона ичидаги транспорт ёрдамида бажариладиган иш шу корхона ишлаб чиқаришининг таркибий қисми ҳисобланади.

Муомала доирасидаги транспорт турли корхона тармоқлари ўртасида ишлаб чиқариш алоқаларини ўрнатувчи восита ҳисобланади. Бундай алоқалар мустақил транспорт корхоналари ва хўжаликлари томонидан амалга оширилади.

Транспорт хизматларининг қай ҳолатда эканлиги ва унинг иш бажариш даражаси муомала вақтига ва муомала харажатига жиддий таъсир этади. Юкнинг йўлда ким ёки узоқ вақт давомида бўлиши транспорт воситасининг иш тезлигига боғлиқ бўлиб, у муомала харажатларининг кўп ёки оз бўлишига таъсир кўрсатади.

Транспорт хизматлари кўрсатишни тадқиқ қилиш жараёнида бир қатор олимларнинг транспорт хизматлари кўрсатишга берган таърифлари ўрганиб чиқилди, жумладан, иқтисод фанлари доктори, профессор М.К.Пардаев,

“Йўловчи ташиш хизматлари дейилганда махсус рухсатномага (лицензиясига) эга бўлган юридик ёки жисмоний шахслар томонидан транспорт воситалари орқали тижорат асосида йўловчилар ва улар юқларининг ҳаракатларини таъминлашга қаратилган хизматлар тушунилади”¹ – деб таъкидлайди.

Транспорт маҳсулотининг қиймати ҳам моддий ишлаб чиқаришнинг ҳамма тармоқларига хос бўлган иқтисодий қонунлар билан таъминланади. Юқ ташиш учун транспорт воситаларидан моддийлаштирилган меҳнат ва транспортда сарф қилинган ижтимоий меҳнат қиймат ҳосил қилади. Юқ ташиш натижасида ҳосил бўлган қиймат ташилган буюм қийматига қўшилади. Демак, маҳсулотнинг ишлаб чиқарилган жойидаги қийматига нисбатан истеъмол қилинадиган жойидаги қиймати кўпроқ бўлади. Бу икки қиймат ўртасидаги фарқнинг (бошқа харажатларни ҳисобга олмаганда) бир қисми муомала доирасидаги чиқимга тенг, иккинчи қисми эса транспорт корхоналари ва хўжалиқларининг соф даромадини ташкил этади.

Транспортда қилинадиган харажатларнинг миқдори, баъзи сабабларга кўра унинг техника билан қай даражада жиҳозланганлигига ҳам боғлиқ. Ҳозирги замон транспорт воситалари киши меҳнатини ортиқча сарф қилишни талаб қилмайди, чунки улар юқсак техник фойдаланиш кўрсаткичларига эгадирлар. Шунинг учун сарфланадиган вақт ва харажатлар нисбатан оз бўлади. Транспорт чикими миқдори унда банд бўлган ишчилар меҳнатининг унумдорлигига ҳам анча боғлиқдир. Меҳнат унумдорлиги қанча юқори бўлса, харажат шунча кам бўлади.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, юқ ва йўловчилар ташиладиган масофанинг узоқ-яқинлиги, юқлар ҳажми ва вазни қилинадиган харажатнинг ошиши ёки камайишининг объектив сабаблари ҳисобланади. Юқ миқдори ва ишчилар сони қанча кўп ва ташиладиган масофа қанча узоқ бўлса, ташиш учун шунча кўп меҳнат ва маблағ сарф қилинади. Ишлаб чиқарувчи кучларнинг мамлакат худудида режали жойлаштирилиши транспорт харажатларига бевосита таъсир этади. Саноат ва қишлоқ хўжалиқ корхоналарининг ривожланиб бориши, хомашё, ёқилғи, қувват манбаларига яқинроқ жойлашиши, иш кучларининг республикамиз худуди бўйича тўғри тақсимланиши иқтисодий районлараро ҳамда ҳар қайси иқтисодий район ичида янги алоқалар пайдо бўлишига қулай шароит яратиб беради. Бу эса ўз навбатида транспорт турларининг ривожланишига имкон туғдиради.

Бугунги кунда мамлакат иқтисодиётининг муҳим асоси ҳисобланган автомобиль транспортида хизмат кўрсатишнинг иқтисодий фаолиятини таҳлил қилиш ва унинг ўрнини баҳолаш муҳим аҳамиятга эга ҳисобланади. Бу борада Ўзбекистон Республикасининг биринчи президенти президенти И.Каримовнинг 2015 йил 16 январдаги йил якунлари бўйича маърузаларида таъкидлаганидек, “Йўл – транспорт инфратузилмасини тараққий эттириш саноатни жадал ривожлантириш ва унинг салоҳиятини оширишга хизмат қилмоқда. 2014 йилда умумий фойдаланиш учун мўлжалланган 540 километр автомобиль йўлини қуриш ва реконструкция қилиш ишлари якунланди”².

¹ Пардаев М.Қ., Мирзаев Қ.Ж. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. Т.: “ИҚТИСОД-МОЛИЯ”, 2014.

² И.Каримов. “2015 йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир”, Халқ сўзи, 2015 йил 17 январь №11.

Автомобиль транспорти – хизмат кўрсатишнинг муҳим тармоғи эканлигини эътироф этган ҳолда, иқтисодиётимизнинг бугунги тараққиётини эътироф этган ҳолда, “... хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётимизни барқарор ривожлантиришнинг энг муҳим манбаи ва омили ҳисобланади. Жаҳон тажрибаси бугун айнан ушбу соҳа ялпи ички маҳсулотни шакллантириш, аҳоли бандлигини таъминлаш, одамларнинг фаровонлигини оширишда етакчи ўрин тутишини кўрсатмоқда”.¹

Хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат иқтисодиётидаги ўрнини оширишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, ривожланган мамлакатлардан “АҚШнинг иқтисодиётида банд бўлган аҳолининг 80 фоизи, Европа Иттифоқи мамлакатларида 50-60 фоизи айнан хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнат қилмоқда. АҚШ, Франция, Дания, Буюк Британия, Япония, Швеция, Германия, Австрия каби мамлакатлар ялпи миллий маҳсулоти таркибида хизматлар улуши 70-78 фоизга етган”.²

Республикамизда автомобиль транспорти хизматларини баҳолаш учун унинг бир қатор хусусиятлари ва таъсир этувчи омилларини ўрганиш тақозо этилади. Ўзбекистоннинг географик жойлашуви ҳамда иқтисодиётни ижтимоий – иқтисодий асосларидан келиб чиқиб, Ўзбекистонда транспорт хизматини ривожлантиришнинг бир қатор хусусиятлари мавжудлиги эътироф этилган:

Биринчидан, Республикамизда пассажир ва юк ташишда автомобиль транспорти хизмат кўрсатишда етакчи мавқега эга ҳисобланади. Бугунги кунда, “...транспортнинг ушбу тури зиммасига умумий ташилаётган юкларнинг 90 фоизи, йўловчиларнинг 95-98 фоизи тўғри келади. Ялпи ички маҳсулот ҳажмида транспортнинг улуши 12 фоиз атрофида бўлса, шунинг 65-70 фоизи автотransпорт ҳиссасига тўғри келади”.³

Иккинчидан, автомобиль транспорти хизматини ривожлантириш, минглаб йўловчиларни манзилларига тез ва арзон етказиш(айниқса, қишлоқ жойларида) саноат ишлаб чиқариш учун зарурий ресурсларни ташиб келтириш мамлакатда илмий асосланган чуқур меҳнат тақсимотини шакллантиришга имкон беради.

Учинчидан, автомобиль транспорти хизматини кўрсатишни ривожлантириш мамлакат тармоқларида саноат кооперацияларини кенгайтиришга имкон бериши, иқтисодиётдаги таркибий жиҳатдан ўзгаришларнинг энг муҳим манбаи ва омили ҳисобланади.

Тўртинчидан, автомобиль транспортининг ривожланиши аҳолини иш билан бандлигини таъминловчи хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришга имкон беради.

Аммо бугунги кунда, Ўзбекистон иқтисодиётида автомобиль транспорти ўрнини ошириб боришнинг жуда катта имкониятлари мавжуд. Бу эса автомобиль транспорти хизматларини иқтисодий баҳолашни такомиллаштиришни тақозо этади.

¹ Ўша жойда.

² Т.Қодиров “Автомобиль транспортининг иқтисодиёт рақобатбардошлигини таъминлашдаги ўрнини баҳолашга ёндашув”, “Бозор, пул ва кредит” журналы, 2013 йил №11, 38-бет.

³ Т.Қодиров “Автомобиль транспортининг иқтисодиёт рақобатбардошлигини таъминлашдаги ўрнини баҳолашга ёндашув”, “Бозор, пул ва кредит” журналы, 2013 йил №11, 38-бет.

<p style="text-align: center;">А.Хазратов</p> <p style="text-align: center;">Пути повышения эффективности предприятий грузового и пассажирского транспорта Самаркандской области</p> <p>Аннотация: статья посвящена путям повышения эффективности услуг грузового и пассажирского транспорта в Самаркандской области. Рассматриваются факторы, которые влияют на повышение эффективности транспортных услуг, а также пути их повышения. В результате исследований разработан ряд научно-теоретических и практических рекомендаций.</p> <p>Ключевые слова: грузовые, пассажирские перевозки, грузовые перевозки, услуги, эффективность услуг, пассажирские перевозки, грузовые услуги, пассажирские перевозки, эффективность и эффективность транспортных услуг.</p>	<p style="text-align: center;">A.Khazratov</p> <p style="text-align: center;">Ways to improve the efficiency of transport services in the Samarkand</p> <p>Abstract:The article deals with the ways to increase the efficiency of enterprises providing freight and passenger transport services in Samarkand region. The factors that influence the increase in the efficiency of transportation services, as well as ways to activate them are shown. As a result of the research, some scientific and theoretical and practical recommendations have been developed.</p> <p>Keywords: cargo, passenger transportation, cargo transportation, services, efficiency of services, passenger transportation services, cargo transportation services, efficiency of passenger transportation services, efficiency of cargo transportation services.</p>
---	---

ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

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

Ҳ.А.Раҳимов – СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақолада мамлакатимизда туризмни ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш масалалари қараб чиқилган. Унда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармонининг мазмун-моҳияти очиб берилган. Соҳани ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларининг турлари ва уларни амалга ошириш йўллари кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: туризм, ташкилий-иқтисодий механизм, стратегик тармоқ, концепция, диверсификация, модернизация, инновация, туризм индустрияси, меҳмонхона хўжалиги.

Мамлакатимизда туризм соҳасига мустақилликнинг биринчи кунларидан бошлаб катта эътибор қаратилиб келинмоқда. Мазкур соҳани бошқариш учун олдин “Ўзбектуризм” Миллий компанияси тузилган бўлса, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармонига¹ биноан Туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси ташкил қилинди. Бундан мақсад, фармонда эътироф этилишича “Мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий-ҳуқуқий шарт-шароитлар яратиш, ҳудудларнинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, туризм тармоғини бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғибот қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантиришдан иборат”, деб белгиланди.

Мазкур фармонда туризм соҳасини ривожлантириш давлат сиёсатининг устувор вазифаси сифатида эътироф этилиши билан бирга, унинг асосий йўналишлари ҳам белгилаб берилди. Бунинг учун ўрта муддатга мўлжалланган истиқболдаги вазифалар ва устувор йўналишлар ҳам аниқ кўрсатиб ўтилди. Бу йўналишларга қуйидагилар киритилди:

- ✓ туризмни ривожлантиришнинг яхлит концепциясини шакллантириш ва изчил амалга ошириш;
- ✓ туризмга иқтисодиётнинг стратегик сектори мақомини бериш;

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сонли Фармони// Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й., 49-сон, 558-модда, 2017 й., 1-сон, 3-модда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 22 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли Фармонига ўзгартишлар киритиш тўғрисида”ги ПФ-4895-сонли Фармони// Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 1-сон, 3-модда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ-2666-сонли Қарори.

- ✓ соҳани барча ҳудудларни ва ўзаро боғлиқ тармоқларни комплекс равишда жадал ривожлантиришнинг етакчи кучига айланиши лозим бўлган иқтисодий диверсификациялаш;
- ✓ иқтисодий таркибий ўзгартириш ва барқарор ривожланишнинг қудратли воситасига айлантириш;
- ✓ яратиладиган ялпи ички маҳсулотда, маҳаллий бюджет даромадларида туризмнинг улушини кўпайтириш;
- ✓ иш билан бандликни таъминлаш, аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини ошириш бўйича тизимли чора-тадбирларни амалга ошириш кабилар.

Ҳозирги пайтда туризм соҳасини жадал ривожлантириш, туризм индустрияси субъектлари фаолиятининг барқарорлигини таъминлаш учун энг аввало, уларга қулай шарт-шароитларни шакллантириш ва уларнинг тараққиётини таъминлайдиган ташкилий-иқтисодий механизмларни такомиллаштириш лозим бўлади. Бунинг учун биринчи галда соҳага йўналтирилган туризм фаолияти соҳасидаги қонун ҳужжатларини ва норматив-ҳуқуқий базани янада такомиллаштириш мақсадга мувофиқдир. Мамлакатимизда туризмнинг ривожланишидаги барча тўсиқ ва ғовларга барҳам бериш, виза ва рўйхатдан ўтказиш тартиб-таомилларини, паспорт ва божхона назоратини соддалаштириш чораларини кўриш ҳам кечиктириб бўлмайдиган ташкилий механизмлардандир.

Эндиликда туризм соҳасини давлат томонидан бошқариш билан бирга, соҳани бозорга хос тарзда тартибга солиш механизмини мақбуллаштириш масаласи ҳам муҳим устувор йўналишлардан бирига айланди. Бунинг учун туризм соҳасида тадбиркорлик фаолигини рағбатлантириш ва туризм хизматлари бозорида рақобатни ривожлантириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш масаласи ҳам муҳим йўналишлар сифатида белгиланмоқда.

Туризм соҳасининг мамлакат иқтисодий-ижтимоий ҳаётидаги ўрнини тўғри баҳолаш учун ушбу соҳада статистик ҳисобга олиш тизимини такомиллаштириш масаласи ҳам ўта долзарбдир. Чунки, жуда кўп туристлар туристик маҳсулотларга тўланган маблағлари билан бирга, мамлакатимизда ўз ихтиёри билан кўплаб товарлар ва хизматларни харид қилишлари мумкин. Аммо улар бирорта ҳисоботда акс эттирилмайди, чунки ҳисобга ҳам олинмайди. Шу туфайли статистик ҳисоботни такомиллаштириш масаласи ҳам ҳал қилиниши лозим бўлган энг муҳим ташкилий механизмларни такомиллаштиришга қаратилган вазифалардан биридир.

Туризм соҳасидаги энг муҳим масалалардан яна бири, туристларнинг **хавфсизлигини таъминлаш** билан боғлиқдир. Бунда асосий эътиборни туризм хизматларини ташкил этишда, энг аввало, туристлар жойлаштириладиган жойларда, меҳмонхоналарда, уларни овқатлантириш пунктларида хавфсизликни таъминлашга қаратмоқ лозим. Ушбу жараёнда овқатларнинг сифатига ҳам катта эътиборни қаратиш мақсадга мувофиқ. Туристларнинг республика ҳудуди бўйлаб ҳаракатланишида, туризм объектларига ташрифларни уюштиришда ҳам мазкур масалага алоҳида аҳамият берилишини талаб қилади. Хуллас, туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти ва соғлиғининг хавфсизлигини таъминлаш бўйича комплекс чора-тадбирларни амалга ошириш бугунги кундаги ташкилий механизмларни такомиллаштиришга кўйилган талабларнинг устувор йўналишларидан биридир.

Замон талабидан келиб чиққан ҳолда мамлакатимизда туризмни жадал ривожлантириш, мавжуд улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш масаласи ҳам устувор вазифалардан биридир. Бунинг учун анъанавий маданий-тарихий туризм билан биргаликда туризмнинг бошқа салоҳиятли турларини ҳам ривожлантиришни тақозо қилади. Бизнинг

мамлакатимизда зиёрат туризми, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик, спорт, даволаш-соғломлаштириш, қишлоқ, саноат, ишбилармонлик туризми ва бошқа турларини жадал ривожлантириш имкониятлари ҳам етарли. Эндиликда ушбу салоҳиятдан самарали фойдаланиш масаласи кун тартибида турган муҳим масалалар сирасига киради.

Аҳолининг ёши ва бошқа қатлами бўйича болалар, ўсмирлар ва ёшлар туризмини, оилавий туризми, кексалар учун ижтимоий туризми ривожлантириш ҳам долзарб масалалардан биридир. Фармонда таъкидланишича ушбу йўллар билан “туризмнинг ижтимоий аҳамиятини кучайтириш, ҳудудларда янги туризм йўналишларини ташкил этиш, уларни паспортлаштириш, туризм йўналишлари ва туризм объектлари бўйича ягона миллий реестрларни шакллантиришга йўналтирилган ички, кириш ва чиқиш туризмини комплекс ривожлантиришнинг миллий ва ҳудудий дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш”¹ лозимлигига ҳам алоҳида аҳамият берилган.

Туризмнинг асосий хусусиятларидан бири шундаки, у ички туризм билан бирга халқаро туризми ҳам ривожлантиришни тақозо қилади. Бу эса ўз навбатида, туризм соҳасида халқаро ҳамкорликни, биринчи навбатда, БМТнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти (ЮНВТО), хорижий мамлакатларнинг туризм бўйича нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлари билан ҳамкорликни янада мустақамлашни талаб қилади. Мамлакатимизда фаолият кўрсатаётган ҳар бир туристик ташкилот минтақавий ва жаҳон бозорларининг фаол иштирокчилари билан ҳамкорликни кенгайтиришга ҳаракат қилмоғи лозим. Бу эса, соҳада банд бўлган кадрларнинг илмий, амалий кўникмаси ва катта ҳаётий тажрибани талаб қилади. Бугунги кунда, Ўзбекистоннинг туризм соҳасида тартибга солувчи универсал халқаро конвенциялар ва битимлардаги иштирокини таъминлаш, туризм фаолияти амалиётига халқаро ва давлатлараро стандартлар ва нормаларни жорий этишга ҳам эришиш лозим бўлади. Ушбу вазифаларни янгидан ташкил қилинган Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасидан тортиб, ҳар бир туристик ташкилотгача бўлган пағонада бажариши мақсадга мувофиқ.

Соҳани ривожлантиришнинг асосий омилларидан бири мамлакатимизнинг барча минтақаларида замонавий жаҳон стандартларига, туристларнинг эҳтиёжлари ва талабларига жавоб берадиган туризм индустрияси объектларини барпо этишдан иборатдир. Туризм индустрияси объектларига меҳмонхоналар ва жойлаштиришнинг шу каби воситалари, умумий овқатланиш объектлари, транспорт-логистика тузилмалари, ахборот марказлари, маданият ва спорт муассасалари киради. Уларни ҳам жадал ривожлантиришни ва бунинг учун хорижий инвесторларни кенг жалб этишни тақозо қилади. Туризм йўналишлари бўйича йўл-транспорт ва муҳандислик-коммуникация инфратузилмасини, йўлбўйи инфратузилмасини жадал қуриш ва реконструкция қилиш, ушбу мақсадлар учун ҳам хорижий ҳамкорларни топиш масалани анча тезлаштириш имконини беради. Шу туфайли туризми ривожлантириш бўйича хорижий тажрибаларни ўрганиш баробарида, хорижий инвесторларни ҳам жалб қилиш чораларини кўриш лозим бўлмоқда. Бундай ташкилий-иқтисодий механизмлардан самарали фойдаланиш ва уларни муттасил такомиллаштириб боришга эришиш ҳам соҳанинг ривожланиши учун муҳим аҳамиятга эга.

Мамлакатимизда ташкилий-иқтисодий механизмлардан самарали фойда-

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сонли Фармони// Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й., 49-сон, 558-модда, 2017 й., 1-сон, 3-модда.

ланиш ва уларни муттасил такомиллаштириб бориш рақобатбардош туризммаҳсулотлари ва хизматларини ишлаб чиқишда ҳам намоён бўлади. Бунинг учун бугунги куннинг долзарб масалалари сирасига кирадиган халқаро туризмни ривожлантириш тенденцияларини ва замонавий маркетинг воситалари қўлланилишини ҳисобга олишни талаб этади. Бунга эришиш учун уларни ички ва халқаро туризм бозорларида тарғибот қилиш бўйича стратегияни ишлаб чиқиш, қулай туризм ахборот муҳитини ташкил этиш ва ривожлантириш, кенг реклама-ахборот фаолиятини амалга ошириш бўйича ташкилий-иқтисодий механизмларни ишлаб чиқиш лозим. Бунинг учун мамлакатимиз ҳудудларида туризм ахборот марказларини ва чет элларда туризм ваколатхоналарини очишдек ташкилий тадбирлар ҳам муҳим аҳамият касб этади. Бунда интернет тармоғидан фаол фойдаланиш, унга мамлакатимизнинг туристик салоҳиятини жозибадор қилиб кўрсатишга эришиш учун ҳам ушбу соҳа бўйича хорижий ҳамкорларни топиш ва уларни шу ишга жалб қилиш мақсадга мувофиқдир.

Хорижий туристларни мамлакатимизга жалб қилишнинг яна бир ташкилий тадбирлари ҳар йили тизимли равишда турли мамлакатларда ташкил қилинадиган халқаро туризм ярмаркаларига иштирок этиш ва ҳар йили бир марта Тошкент шаҳрида бундай туристик ярмаркани ташкил қилиш билан боғлиқдир. Ушбу тадбир жаҳон миқёсидаги туризм учун масъулларнинг мамлакатимизнинг туризм салоҳиятини, унинг жозибасини ўз кўзлари билан кўриш имкониятини яратади. Бу туризмни ривожлантириш учун жуда таъсирчан омиллардан биридир.

Ҳозирги пайтда туризм соҳасини ривожлантиришнинг яна бир ташкилий тадбирларидан бири, мазкур тармоқ учун малакали кадрлар тайёрлаш тизимини йўлга қўйишни тақозо қилади. Бугунги кунда, туризм соҳасида ҳам халқаро рақобат кескинлашиб бораётган айни пайтда соҳа учун малакали туристик операторларни, менежерлар ва маркетингларни тайёрлаш тизимини тубдан такомиллаштириш мақсадга мувофиқ. Туристик хизматларнинг сифати гидлар (экскурсия етакчилари)га ҳам боғлиқ. Шу туфайли, уларни тайёрлаш, туризм соҳаси субъектлари ходимларини мунтазам равишда қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини ҳам тубдан яхшилаш масаласи бугунги кун талабига мос бўлиши лозим.

Туризм соҳаси 2017 йилдан бошлаб ривожланишнинг янги босқичига кирди. Олдинги «Ўзбектуризм» Миллий компанияси негизида Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ташкил этилди ва бу туризм соҳасидаги ваколатли давлат органи этиб белгиланди. Мазкур ташкилий тадбир Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги фармони билан амалга оширилди.

Президент фармони билан янги ташкил қилинган Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси зиммасига қуйидаги функциялар:

“туризмтуроператорлик фаолиятини лицензиялаш;

Ўзбекистон Республикаси сертификатлаштириш бўйича миллий органи – «Ўзстандарт» агентлиги билан мустақкам ўзаро ҳамкорликда туризм фаолияти субъектлари томонидан кўрсатиладиган туроператорлик (туризм маҳсулотлари) хизматлари ва меҳмонхона хизматларини мажбурий сертификатлаш, шу жумладан турли ташкилий-ҳуқуқий шакллардаги меҳмонхоналарнинг (мотелларнинг) таснифини белгилаш;

сертификатланадиган туризм хизматларининг норматив ҳужжатларда белгиланган мажбурий талаблар ва стандартларга мувофиқлиги бўйича инспекция

назоратини амалга ошириш юклансин”¹, дейилган.

Шуни алоҳида қайд этиш жоизки, эндиликда, Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг ўз ваколатлари доирасида қабул қилган қарорлари давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, давлат ҳокимияти ва маҳаллий бошқарув органлари, мулкчилик шакллари ва идоравий бўйсунитидан қатъи назар, хўжалик юритувчи субъектлар томонидан бажарилиши мажбурий ҳисобланиши ҳам юқоридаги фармонда белгилаб қўйилган. Бу соҳани ривожлантиришда муҳим ташкилий-иқтисодий ва ҳуқуқий механизмлардан биридир. Чунки туризм соҳасидаги кўпгина ташкилотлар хусусий мулкка асосланганлиги туфайли, ўзларича мустақил эди, эндиликда уларнинг фаолияти битта соҳа сифатида бир жойдан бошқариладиган бўлди. Иқтисодиёт соҳасида эркинлик ўзбошимчалик эмас, балки тегишли қонунларга ва шу билан боғлиқ меъёрий ҳужжатларга қатъий амал қилиб фаолият кўрсатишдан иборатдир.

Туризм соҳасида қаттиқ тартиб ўрнатиш, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш мақсадида юқорида номи келтирилган Президент фармонида 2017 йил 1 январдан бошлаб белгилаб қўйилган:

Биринчидан, фақат туризм фаолиятини ташкиллаштиришни таъминлайдиган туризм корхоналари – туризм операторлари, туризм агентликлари, экскурсия ташкилотлари, туризм фирмалари туризм фаолиятини амалга ошириш ҳуқуқи юзасидан лицензияланиши мажбур қилиб ўрнатилган. Энди хоҳлаган киши туризм билан шуғулланиб, хоҳлаган кишини хориждан турист сифатида қабул қилиб, ҳеч жойга ҳисобга қўймай, уларни кузатиб юриш имконияти чекланди.

Иккинчидан, туризм фаолиятини амалга ошириш ҳуқуқига лицензия олишда туризм хизматлари сертификати билан тасдиқланган туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти, соғлиғи ва мол-мулки учун хавфсизликни таъминлаш тизимининг мавжудлигига алоҳида аҳамият берилади. Чунки ушбу жиҳатлар соҳада мажбурий лицензия талаби ва шарти ҳисобланади. Бу эса, ўз навбатида, туризм соҳасида тегишли малака ва билимга эга бўлган кадрларнинг фаолият кўрсатишини талаб қилади.

Учинчидан, меҳмонхоналарда ва жойлаштиришнинг шу каби воситаларида туризм хизматлари кўрсатиш билан боғлиқ фаолиятни амалга ошириш мажбурий сертификатланади. Бунда 2018 йил 1 январдан бошлаб хорижий туристларга хизмат кўрсатишга ихтисослашган умумий овқатланиш корхоналари ва автотранспорт корхоналарига ҳам мажбурий сертификатлаш жорий этилади. Бу ташкилий-ҳуқуқий тадбир ҳам бевосита туристларнинг хавфсизлигини таъминлашга қаратилганлиги билан аҳамиятлидир.

Тўртинчидан, гидлар (экскурсия етакчилари), кузатиб борувчи-йўриқчиларнинг хизматлари фақат улар Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан берилладиган малака сертификати олгандан кейин жисмоний шахслар ёки юридик шахсларнинг ходимлари томонидан амалга оширилиши мумкинлиги ҳам юқорида номи зикр этилган фармонда белгилаб қўйилган.

Бешинчидан, туризм корхоналари туризм фаолияти субъектлари билан хорижий туристларга туризм хизматлари кўрсатиш юзасидан фақат уларда мувофиқлик сертификати мавжуд бўлган тақдирдагина шартномалар (битимлар) тузиш ҳуқуқига эга.

Туризмнинг асосий йўналиши хорижий туристлар учун қулайликлар

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сонли Фармони// Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й., 49-сон, 558-модда, 2017 й., 1-сон, 3-модда.

яратишга қаратилган бўлиши лозим. Бу соҳа ривожини учун муҳим омил бўлиб ҳисобланади. Бу борада мамлакатимизда бир қанча ишлар амалга оширилмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 22 декабрдаги ПФ-4895-сонли Фармони билан хорижий фуқароларнинг Ўзбекистон Республикасига ташрифи учун қулай шарт-шароитлар яратиш ва виза тартиб-таомилларини соддалаштириш мақсадида 2021 йил 1 январдан бошлаб:

“туризм мақсадида Ўзбекистон Республикасига 30 кундан ортиқ бўлмаган муддатга келувчи Австралия, Австрия, Буюк Британия, Германия, Дания, Испания, Италия, Канада, Люксембург, Нидерландия, Корея Республикаси, Сингапур, Финляндия, Швейцария ва Япония фуқаролари учун;

55 ёшга тўлган ва туризм мақсадида 30 кундан ортиқ бўлмаган муддатга Ўзбекистон Республикасига келувчи Бельгия Қироллиги, Индонезия, ХХР (туристлар гуруҳлари таркибида), Малайзия, АҚШ, Франция, Вьетнам, Исроил, Польша, Венгрия, Португалия ва Чехиянинг фуқаролари учун виза режими бекор қилинган”¹. Мазкур рўйхат кейинчалик кенгайтирилиши мумкин. Бунда муайян давлатлар билан виза тартибини соддалаштириш тўғрисидаги масала Ўзбекистон Республикасининг улар билан икки томонлама муносабатларининг ривожланиш даражасидан, жаҳон туризм бозорининг конъюнктураси ҳамда халқаро ва минтақавий хавфсизлик соҳасида содир бўлаётган вазиятдан келиб чиққан ҳолда кўриб чиқилади.

Яна бир жиҳат мазкур фармонда 2021 йил 1 январдан бошлаб ушбу бандда кўрсатиб ўтилган хорижий фуқаролар Ўзбекистон Республикасига киришда 50 АҚШ доллари миқдорига Давлат бюджетига ўтказиладиган кириш йиғими тўлашлари ҳам белгилаб қўйилган ². Кириш йиғими тўланганлигини тасдиқлайдиган ҳужжат мамлакатга кириш учун асос ҳисобланади.

Мамлакатимизда барча мамлакатлар учун 30 кун муддатга бериладиган ягона туризм визалари жорий этилади. Шунингдек, хорижий мутахассисларнинг Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасида меҳнат фаолиятини амалга ошириш учун рухсатномалар олиш тартиб-таомилларини соддалаштириш ҳамда уларга жисмоний шахсларнинг даромадларидан солиқ тўлаш бўйича имтиёзлар бериш ҳам кўзда тутилган.

Ҳозирги пайтда хорижий туристларни кутиб олиш жараёнида айрим ноқулайликлар мавжуд. Бунга барҳам бериш учун 2021 йилнинг 1 январига қадар мамлакатимизда бир қанча ташкилий тадбирларни амалга ошириш белгиланган. Биринчидан, халқаро аэропортларда ва Ўзбекистон Республикасининг Давлат чегараси орқали ўтказиш пунктларида визалар олиш, шу жумладан транзит визалари олиш тартибини сезиларли равишда соддалаштириш кўзда тутилган.

Иккинчидан, визаларни расмийлаштириш ва бериш жараёнида замонавий ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланишни, шу жумладан, Ташқи ишлар вазирлигининг консуллик бошқармасига ва Ўзбекистон Республикасининг чет элдаги дипломатик ваколатхоналарига ташриф буюрмасдан виза олишга ҳужжатларни топшириш ва сўровномаларни тўлдиришда «ОНЛАЙН» тизимидан

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 22 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли Фармонида ўзгартишлар киритиш тўғрисида”ги ПФ-4895-сонли Фармони// Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 1-сон, 3-модда.

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 22 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли Фармонида ўзгартишлар киритиш тўғрисида”ги ПФ-4895-сонли Фармони// Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 1-сон, 3-модда.

фойдаланиш, шунингдек 2021 йилдан бошлаб жорий этиладиган электрон визалар тизимидан фойдаланишни кенгайтириш масаласи ҳам кўзда тутилган. Ушбу тартибни ҳам 2021 йилга қадар Вазирлар Маҳкамаси томонидан тегишли тарзда тасдиқланиши лозим.

Учинчидан, соҳани ривожлантириш учун туризмга мутасадди ташкилотлардан ташқари Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлиги ҳамда Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлиги, Ўзбекистоннинг чет эллардаги элчихоналари ҳузуридаги савдо-иқтисодий масалалар бўйича маслаҳатчилар зиммасига миллий туризм маҳсулотларини тарғибот қилиш ва Ўзбекистон Республикасига туристлар оқими кўпайишида кўмаклашиш мажбуриятлари ҳам юклатилди.

Тўртинчидан, юқоридаги фармонда яна битта қулайлик, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК, «Ўзбекистон темир йўллари» АЖ, Ўзбекистон Республикаси Миллий хавфсизлик хизматининг Давлат чегараларини ҳимоя қилувчи кўмитаси ва Давлат божхона кўмитаси, Туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси билан биргаликда: 2021 йилнинг 1 январигача бўлган муддатда Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Урганч шаҳарларининг халқаро аэропортларида республикага келувчи (кетувчи) хорижий туристлар учун «яшил йўлак» божхона назорати тизимини, паспорт ва божхона назоратидан ўтишнинг, бағажни олишнинг, транспорт хизмати кўрсатишнинг соддалаштирилган тартиб-таомилини жорий этиш юзасидан зарур чора-тадбирлар кўриши ҳам белгилаб қўйилган. Шунингдек, 2021 йилнинг 1 январидан республика аэропортлари ва вокзалларида хорижий фуқароларга қўшимча қулайликлар яратиш ҳамда паспорт назоратидан ўтиш жараёнини тезлаштириш мақсадида резидентлар ва норезидентлар томонидан ушбу тартиб-таомилдан алоҳида-алоҳида ўтишни ташкил этиш масаласи ҳам тегишли ташкилотлар зиммасига юклатилган.

Бешинчидан, хорижий туристларни кутиб олишга қулайликлардан бири хорижий туристларни кутиб олувчи ёки кузатувчи туризм фаолияти субъектлари ходимларига режим ва қўриқлаш чоралари талабларига риоя этган ҳолда белгиланган тартибда берилган махсус рухсатномалар бўйича аэропортлар ва вокзаллар биноларига кириш ҳуқуқи ҳам берилганлигидир. Ушбу мутасадди шахсларнинг хорижий туристларни кутиб олиш ва кузатишда бевосита иштирок этиши, уларга бўлган эътиборни кучайтиради ва мос равишда бевосита кутиб олинган жойда ҳаракатланиш бўйича ҳам бир қанча қулайликларни туғдиради.

Олтинчидан, аэропортларда ва темир йўл вокзалларида қулай туризм ахборот маконини, шу жумладан, туризм-ахборот пунктлари фаолиятини, туризм навигация тизимини, йўналиш олиш белгиларини ўрнатиш ва бошқа шу каби тадбирларни ташкил этиш ва ривожлантириш масаласи ҳам йўловчилар ва туристларга қулайлик туғдиришга қаратилган. Ушбу хизматлар бепул асосда кўрсатиладиган хизматларга қиради. Бу хизматларнинг ҳам даражаси ва сифатини ошириш чора-тадбирларини тизимли равишда такомиллаштириб бориш, соҳанинг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлигини ошириш имконини беради.

Еттинчидан, меҳмонхоналарда ва бошқа жойлаштириш жойларида яшовчиларни электрон шаклда Интернет тармоғи орқали ҳисобга олишнинг автоматлаштирилган махсус электрон дастурини яратиш масаласи ҳам ҳал бўлади. Чунки, Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси, Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги ҳамда Ички ишлар вазирлигига бу борада аниқ топшириқ, хусусан, ушбу жараённинг дастурини яратиш масаласи юклатилган. Бунинг амалга оширилиши нафақат назоратни кучайтириш, балки туристларнинг сонини аниқ ҳисоблаш имкониятини ҳам яратади.

Саккизинчидан, Ўзбекистон Республикаси ҳудудида меҳмонхоналарда ва бошқа жойлаштириш жойларида хорижий фуқароларга ҳамда Ўзбекистон Республикасида доимий турар жойига эга бўлмаган, фуқаролиги бўлмаган шахсларга, жойлаштириш бўйича хизматларга, шу жумладан, туризм фаолияти субъектлари орқали ҳақ тўлаш 2017 йил 1 январдан бошлаб фақат эркин алмаштириладиган валютада амалга оширилади. Агар туристлар учун тўлов республиканинг таклиф этувчи давлат ва бюджет ташкилотлари томонидан амалга ошириладиган ҳолатларда бундай тартиб амал қилмаслиги ва шартномада кўзда тутилган тартибда амалга оширилиши мумкин. Бундай ҳолларда туризм йиғими хизматларга ҳақ тўланган валютада тўланиши белгиланган.

Тўққизинчидан, 2017 йил 1 январдан бошлаб Ўзбекистон Республикаси фуқаролари томонидан туризм операторларига тўловни нақд эркин алмаштириладиган валютада тўлашга рухсат этилади ва бу тўловлар кейинчалик туризм хизматлари учун хорижий шерикларга нақдсиз тўлов учун инкассация қилиниши ҳам кўзда тутилган. Шу муддатдан бошлаб, туризм операторлари улар томонидан кўрсатиладиган туризм хизматлари учун тушадиган хорижий валютадаги тушумни мажбурий сотишдан озод қилинганлигини ҳам алоҳида қайд этиш лозим.

Ўнинчидан, шуни инобатга олиш жоизки, меҳмонхоналар ва бошқа жойлаштириш жойлари хорижий фуқароларга кўрсатиладиган туризм хизматлари учун тушадиган хорижий валютадаги тушумнинг 25 фоизини белгиланган тартибда мажбурий сотиш тартиби сақланиб қолган. Ушбу тадбир давлатимизнинг валюта фондиди кўпайтириш ва иқтисодий қудратининг юксалиши учун тегишли имконият сифатида баҳоланади.

Ўнбиринчидан, фармонда туристларни қабул қиладиган туризм операторлари, шунингдек, уларнинг ходимлари учун яна бир қулайлик белгиланди. Ушбу ходимлар келаётган ёки жўнатилаётган туристлар томонидан Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги бузилганлиги учун жавобгарликдан озод қилинади. Хорижий фуқаролар ва фуқаролиги бўлмаган шахсларнинг Ўзбекистон Республикаси ҳудудида бўлишига доир меъёрлар тегишли норматив-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган қоидалар асосида амалга оширилади.

Ўниккинчидан, шу йилдан бошлаб яна бир кўзда тутилган енгиллик, юридик шахслар белгиланган тартибда сертификатланган камида 4 юлдузли даражадаги меҳмонхона ва мотелларни фойдаланишга топширганда фойда солиғи, ер солиғи ва мол-мулк солиғидан, шунингдек ягона солиқ тўловидан 5 йил муддатга озод қилинганлигида намоён бўлмоқда.

Ўнучинчидан, туризм фаолияти субъектлари томонидан туристларни ташиш учун мўлжалланган, сиғими 9 кишидан ортиқ бўлган янги автотранспорт воситалари сотиб олинганлиги учун Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ҳузуридаги Республика йўл жамғармасига йиғим сотиб олинган автотранспорт воситалари қийматининг 3 фоизи миқдорида ундирилиши белгилаб қўйилган. Ушбу тадбир йўл жамғармаси маблағларини кўпайтириш имкониятини яратади.

Ўнтўртинчидан, хорижий туристларга қулайлик яратиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси тавсия қиладиган туризм инфратузилмаси объектларининг валюта тўловларини қабул қилиш терминаллари билан жиҳозланишини таъминлашни Ўзбекистон Республикаси Марказий банкига тижорат банклари билан биргаликда амалга ошириш лозимлиги ҳам тавсия этилган.

Кўриниб турибдики, мамлакатимизда туризмни ривожлантириш 2017 йилдан бошлаб янги босқичга кирди, унинг тараққиётини таъминлаш учун жуда кўп чора-тадбирлар белгиланди ва белгиланмоқда. Улардан бири соҳани

ривожлантириш ва самарадорлигини оширишга қаратилган ташкилий-иқтисодий механизмларни такомиллаштиришдан иборатдир. Бу борада қилинадиган ишларнинг кўлами жуда кенг бўлиб, катта сафарбарликни талаб қилади. Зеро ушбу соҳа иқтисодиётнинг етакчи тармоқларидан бирига айланмоғи лозим.

<p style="text-align: center;">М.К.Пардаев, Х.А.Рахимов Вопросы совершенствования организационно-экономического механизма развития туризма</p> <p>Аннотация: в статье рассмотрены вопросы совершенствования организационно-экономического механизма развития туризма. В ней раскрыто содержание Указа Президента Республики Узбекистан «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристической сферы». Показаны пути совершенствования организационно-экономического механизма и его внедрение в данной сфере.</p> <p>Ключевые слова: туризм, организационно-экономический механизм, стратегическая отрасль, концепция, диверсификация, модернизация, инновация, индустрия туризма, гостиничное хозяйство.</p>	<p style="text-align: center;">M.Pardaev, H.Rahimov Questions of improvement of the organizational and economic mechanism of development of tourism</p> <p>Abstract: in the article questions of improvement of the organizational-economic mechanism of development of tourism are considered. It contains the contents of the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On measures to ensure the accelerated development of the tourism sector." The ways of improving the organizational and economic mechanism and its implementation in this field are shown.</p> <p>Keywords: tourism, organizational and economical mechanism, strategic branch, concept, diversification, modernization, innovation, tourism industry, hotel industry.</p>
---	--

Д.Х. Асланова – СамИСИ доценти, и.ф.н.,

М.Т. Алимова – СамДУ доценти, и.ф.д.

САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШ ҲОЛАТИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

<p>Аннотация: мақолада туризм инфраструктураси ривожланишининг асосий таркибий тенденциялари Самарқанд вилояти мисолида қиёсий таҳлил элементларини қўллаган ҳолда Ўзбекистоннинг бошқа ҳудудлари маълумотлари асосида тадқиқ қилинган. Таҳлил натижаларидан келиб чиққан ҳолда, ушбу инфраструктурани такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар келтирилади.</p> <p>Калит сўзлар: туризм, туризм инфраструктураси, меҳмон, туроператор, меҳмонхона, транспорт инфраструктураси.</p>

Кўплаб давлатларда туризм тармоқ сифатида нафақат экспорт имкониятини кўпайтиришга, балки итисодий ўсишнинг етакчи, ҳаракатлантирувчи кучи сифатида хизмат қилмоқда. Салмоқли туристик ресурсларга эга Ўзбекистон Республикаси мавжуд имкониятларидан самаралироқ фойдаланган тақдирдагина ўз ижтимоий-иқтисодий ривожланишида ана шундай улкан кучга эга бўлиши мумкин.

Бой тарихий ва маданий меросга эга Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғини ривожлантириш учун реал имкониятларга эга. Аммо, бугунги кунда

Ўзбекистонда туризм тармоғининг ривожланиши ўзининг тўлиқ имкониятлари даражасига етгани йўқ. Хусусан 2015 йилда Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғининг ЯИМдаги улуши (туризм тармоғининг миллий иқтисодийга бевосита ва билвосита таъсирини инобатга олган ҳолда) 3,2%ни ташкил этди¹. Туризмни етакчи тармоқлардан бирига айлантириш учун катта имкониятларга эга мамлакат учун ушбу кўрсаткич нисбатан пастдир. Масалан, 2015 йилда туризм тармоғининг мамлакат ЯИМдаги улуши: Мальтада –27,7%, Кипрда –19,3%, Юнонистонда – 18,5%, Испанияда – 16%, Италияда – 10,2%, Португалияда – 16,4%, Туркияда – 12,9%ни ташкил этган² [263].

Самарқанд вилоятида ҳудудий иқтисодийнинг ривожланишида туризм тармоғининг улуши нисбатан кам бўлишига қарамай, унинг ривожланишида ижобий тенденциялар кузатилмоқда. Қуйида келтирилган жадвалда Самарқанд вилоятининг ижтимоий-иқтисодий ривожланишида туризм тармоғининг нисбий улуши ҳамда ҳудудий иқтисодийнинг бошқа тармоқларига нисбатан ривожланиш тенденцияси таҳлил қилинган (1-жадвал).

1-жадвал

Самарқанд вилояти ҳудудий иқтисодийнинг таркибий ривожланиш тенденциялари

	Ўтган йилга нисбатан (%)да									2007-2015 йй.
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
ЯҲМ	111,2	107,8	106,4	113,6	112,9	111,6	108,9	109,8	110,5	10,30
Саноат	120,7	122,4	111,6	119,8	107,5	121,2	112,5	114,8	113,8	16,03
Қишлоқ хўжалиги	106,3	104,4	104,2	107,3	107,4	106,4	106,9	107,0	107,3	6,35
Хизматлар соҳаси	134,0	116,8	113,9	117,4	119,4	118,1	122,7	120,1	116,9	19,91
Туристтик хизматлар (тур.-экс. ва мех. хиз.)	169,9	115,8	113,2	112,5	110,1	124,3	112,3	124,1	115,5	21,96

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари.

Таҳлил натижаларига кўра, 2007-2015 йиллар оралиғида туризм тармоғи вилоятимиз иқтисодийнинг етакчи тармоқларига нисбатан шиддатлироқ ривожланиб, ушбу давр оралиғида туристик хизматлар ҳажмининг ўртача йиллик ўсиши 21,96 %ни ташкил этган (саноат тармоқлари комплексининг ўртача йиллик ўсиш суръати 16,03%ни, қишлоқ хўжалигида эса ўртача йиллик ўсиш даражаси 6,35% ни ташкил этган). Бундан ташқари, ушбу кўрсаткичларнинг ўсиш даражалари келтирилган давр оралиғида ЯҲМ ўртача йиллик ўсиш даражасига нисбатан юқори (2007-2015 йиллар давомида ЯҲМнинг ўртача йиллик ўсиш даражаси 10,3%ни ташкил этди). Самарқанд вилоятида мазкур давр оралиғида туризм соҳасининг ривожланиш даражаси республика миқёсидаги кўрсаткичлардан ҳам юқоридир (республика миқёсида ушбу давр оралиғида мазкур кўрсаткич 18,7%ни ташкил этган). Юқоридаги таҳлиллардан хулоса қиладиган бўлсак, жорий ривожланиш даражалари сақланган тақдирда ҳам яқин ўн йилларда туризм ҳудудий иқтисодийнинг етакчи тармоқларидан бирига айланиши мумкин.

¹ Travel & Tourism Economic Impact 2016 Uzbekistan, [Электронманба]: <http://www.wttc.org>

² Travel & Tourism Economic Impact 2016 World, [Электронманба]: <http://www.wttc.org>

Маълум бир мамлакатда туризмнинг самарали ривожланиш даражасига саёҳатнинг бевосита амалга ошишини таъминловчи бинолар тизими, муҳандислик ва коммуникация тармоқлари, шу жумладан йўллар, транспорт тизими, электр ва алоқа билан таъминлаш тармоқлари, туризм соҳасига кадрларни тайёрлаш тизими, туризмнинг турли хизмат кўрсатиш корхоналари ва уларни керакли даражада ишлатиш ва таъминлаш тизимини қамраб олган ривожланган туристик инфратузилмасиз эришиб бўлмайди. Бунда туризм соҳасида туристик ресурслар, яъни табиий-иклим, тарихий-маданий, маърифий, ижтимоий-маиший туризм объектлари бўлган ҳудудларда керакли инфратузилмани яратиш муҳим масалалардан бири ҳисобланади.

Туризм инфратузилмаси миллий ва ҳудудий иқтисодиётга бевосита ва билвосита таъсир этади. Бевосита таъсири айнан туризм тармоғининг самарали ривожланишида ўз аксини топса, билвосита таъсири тармоқлараро ўзаро алоқаларнинг ривожланганлигига боғлиқ бўлган мультипликатив самара орқали намоён бўлади. Шу сабабли, туризмнинг самарали ривожланиши туризм инфратузилмасини ривожлантириш масаласига комплекс ёндашувлар асосидаги чора-тадбирларни амалга оширишни тақозо этади. Қуйида, ҳудудий туризм инфратузилмасини алоҳида таркибий қисмларининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларини тадқиқ этган ҳолда, уларни такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Туризмнинг транспорт инфратузилмаси турни ташкил этишда фойдаланиладиган транспорт воситалари, транспорт объектлари, транспорт ва туристик ташкилотлар, транспорт йўллари ва маршрутлари, йўл бўйида жойлашган сервис объектлари, соҳага тегишли ахборот ва алоқа воситаларини қамраб олган мажмуадир. Ҳудудга туристик оқим ҳажмининг кўпайиши, мустақил кўчиб юриши, турга янги ҳудудий туристик объектларни киритиш имкониятлари, авваламбор, транспорт инфратузилмасининг ривожланганлигига боғлиқ.

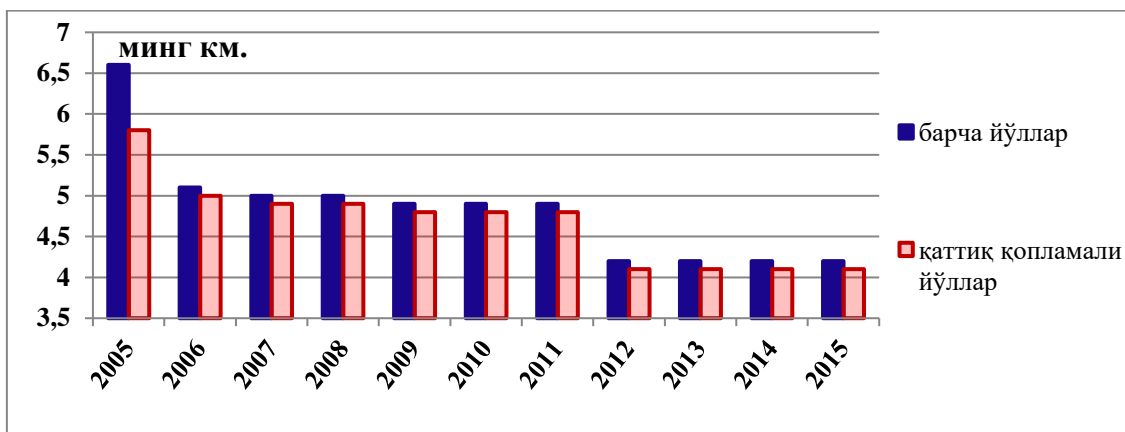
Бугунги кунда мамлакатимизда туризмнинг транспорт инфратузилмасини такомиллаштириш йўналишида қатор ижобий натижаларга эришилди. Ўтган даврда Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Урганч, Фарғона ва Навоий шаҳарлари аэропортлари модернизация қилинди ва бугунги кунда Ўзбекистонда 11 та халқаро аэропорт фаолият юритмоқда. Миллий авиакомпаниямиз замонавий «Эйрбас» ва «Боинг» авиалайнерлари билан таъминланган. Ушбу самолётлар Европа, Осиё, Яқин Шарқ ва Шимолий Американинг 50 дан ортиқ шаҳарларига мунтазам парвозларни амалга оширмоқда. Тошкент-Самарқанд-Тошкент йўналиши бўйлаб Испаниянинг «Талго» компаниясида ишлаб чиқарилган, юқори тезликда ҳаракатланадиган замонавий электр поездларининг ҳар кунги қатнови йўлга қўйилган.

Соҳа ривожланишидаги ижобий силжишлар қаторида, Самарқанд вилоятида қаттиқ қопламали автомобил йўллари узунлигини камайиш тенденциясининг кузатилиши ҳудудий туризмнинг шиддатли ривожланишига тўсқинлик қилувчи аҳамиятли омиллардан биридир (1-расм).

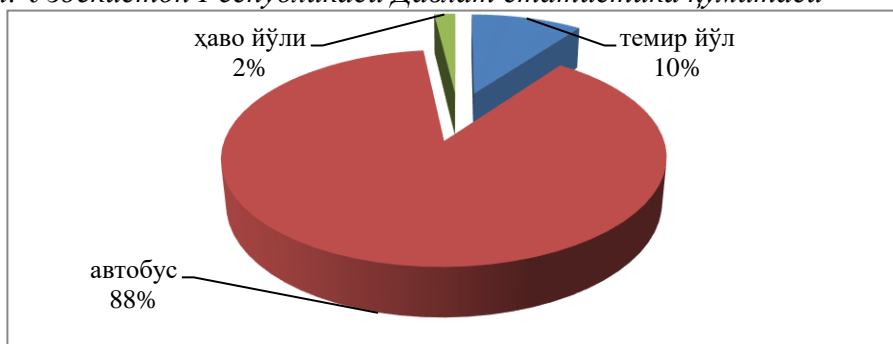
Ваҳоланки, мамлакатимизда умумфойдаланадиган транспортда шаҳарлараро (республика ичида) йўловчи ташиш маълумотларига эътибор қаратадиган бўлсак, 88,1% аҳоли автобус транспортдан фойдаланиши ҳолатини кузатиш мумкин (2-расм).

Аммо, бугунги кунда ҳудудий туризм бозорида айнан туризм соҳасига ихтисослашган транспорт ташкилотлари мавжуд эмас. Ҳудудий туризм бозорида ташриф буюрувчиларга транспорт хизматлари турни ташкил этувчи ташкилот (туроператорлар) томонидан тақдим этилмоқда.

Бундан ташқари, “мустақил туристлар” ўз сафарларини ташкил этишда транспорт хизматларининг тақдим этилиши борасида бир қатор муаммоларга дуч



1-расм. Самарқанд вилоятида автомобил йўллари узунлиги
Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси



2-расм. Шаҳарлараро (республика ичида) йўловчи ташишда фойдаланадиган транспорт турлари

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси

келмоқдалар. Айниқса, ички туризмнинг шиддатли ривожланишига ушбу сегментга ихтисослашган транспорт инфратузилмасининг етарли даражада такомиллашмаганлиги асосий тўсиқ ҳисобланади. Масалан, Тошкент шаҳрида ҳудудий туристик маҳсулотларнинг ташқи истеъмоли қаторида, ички туристик талабни қондиришга йўналтирилган транспорт инфратузилмасининг мавжудлиги ҳудуд туристик салоҳиятидан нисбатан тўлиқроқ фойдаланишни таъминлаб турибди (Тошкент шаҳрида Aznur Travel ташкилоти томонидан “Tashkent City Tour” экскурсияси ташкил этилиб, экскурсантларга замонавий икки этажли автобуслар(даблдекерлар)да хизмат кўрсатилмоқда). Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб, ҳудудий туризмнинг транспорт инфратузилмаси ривожланишида қуйидаги масалаларга алоҳида эътиборни қаратиш лозим:

- ҳудудда ва ҳудудлараро йўл бўйи транспорт инфратузилмасининг етарли даражада ривожланмаганлиги (автомобил йўлларининг техник ҳолати жойларда жуда паст даражада);

- туризм соҳасига ихтисослашган транспорт инфратузилмасининг етишмаслиги;

- қатта автотрассалар (Тошкент-Самарқанд, Самарқанд-Бухоро, Самарқанд-Шаҳрисабз) бўйлаб жойлашган хизмат кўрсатиш корхоналарида (овқатланиш, техник хизматлар, санитария узелларидаги) сервис даражасининг жуда пастлиги;

- ҳудудий транспорт тизимида замонавий ахборот технологияларидан фойдаланиш даражасининг пастлиги;

- соҳада юқори малакали кадрларнинг етишмаслиги ва ҳ.к.

Ҳудудий туризм транспорт инфратузилмасини такомиллаштириш йўналишлари қуйидагилардан иборат:

- асосий туристик маршрутлар йўналишида транспорт йўллари тўртини ҳамда уларда ҳаракатланишни тартибга солувчи воситаларни такомиллаштириш (йўл қопламасининг сифатини ошириш, йўл бўйи тратуарларни халқаро стандартлар асосида қайта таъмирлаш);
- катта автотрассалар бўйлаб зарурий инфратузилмани такомиллаштириш ва кўрсатиладиган хизматлар сервис даражасини ошириш (йўл бўйида хизмат кўрсатиш ташкилотларининг бир меъёردа жойлашувини таъминлаш);
- транспорт инфратузилмаси ва йўл ҳаракати мажмуасини тартибга солиш тизимини такомиллаштириш;
- ҳудудий туристик ташкилотлар қошида туризмга ихтисослашган транспорт ташкилотларини ташкил этиш ва ҳ.к.

Жамоавий жойлаштириш муассасалари турли даражадаги сервис ва хизматлар сифатини таъминловчи меҳмонхона, мотель, пансионат, хостел, кемпинг, дам олиш базалари ва уйлари, туристик базалар ва санатория-курорт ташкилотлари мажмуасидан таркиб топади ҳамда ҳудудий туризм инфратузилмасининг энг асосий таркибий элементларидан бири ҳисобланади.

Бугунги кунда Самарқанд вилоятида меҳмонхоналар мажмуасининг жойлаштириш қувватини 2447 хона ва 4899 жой фондига эга 101та меҳмонхона намоён этмоқда ҳамда мамлакат миқёсида фаолият олиб борувчи меҳмонхоналар ва жойлаштиришнинг бошқа муассасалари (МЖБМ) умумий миқдорининг 16,4%ни ташкил этади. 2015 йил Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси маълумотларига кўра, мамлакат миқёсида жойлаштириш муассасаларининг асосий қуввати бешта ҳудудга: Тошкент (41,6%); Самарқанд (14%); Бухоро (8,4%); Фарғона (4,9%), Хоразм (6,3%) вилоятларига тўғри келмоқда. 2005-2015 йиллар давомида Самарқанд вилояти меҳмонхона инфратузилмаси ривожланишида қуйидаги ижобий тенденцияларни, яъни: МЖБМ сонининг 2,53 маротаба; хоналар сонининг 2,12 маротаба, жой фондининг 2,19 маротаба кўпайганлигини кузатиш мумкин.

Аммо, 2015 йилда Самарқанд вилоятида МЖБМ жой фондидан фойдаланиш даражаси республикамиз бошқа ҳудудларига нисбатан энг паст даражани намоён этган ҳолда, 16,3%ни ташкил этиб (юқори мавсум пайтида ҳам 60%дан ошмайди), 2005 йилнинг тегишли кўрсаткичидан 43% пастдир. Ваҳоланки, республикамизнинг бошқа ҳудудларида мазкур кўрсаткич: Тошкент (34,4%); Жиззах (36,5%); Сирдарё (40%) вилоятларида нисбатан юқоридир. Бу ҳолат Самарқанд вилоятида меҳмонхоналар қувватидан паст даражада фойдаланилишини намоён этмоқда.

Жойлаштириш муассасига тақдим этилган «юлдуз», истеъмолчи учун мазкур муассаса томонидан тақлиф этиладиган хизматлар ва уларнинг сифати тўғрисидаги муҳим маълумотдир. Аммо, мазкур классификацияга эга бўлмаган меҳмонхоналарнинг даражаси ва ўрнини белгилаш мушкулдир. Ҳозирда саёҳатини мустақил ўзи ташкил этувчи турист Интернетнинг <https://ostrovok.ru>, <https://www.tripadvisor.ru>, <https://ru.hotels.com>, <http://www.orexca.com> каби саҳифаларида жойлаштирилган, аниқ ҳудудий меҳмонхона хизматларининг реал истеъмолчилари томонидан ушбу меҳмонхона тўғрисидаги фикр-мулоҳазалари ва баҳоси билан танишиб, ўзига мақбулини танлаш имкониятига эга. Аммо, баъзан реал истеъмолчилар томонидан айнан бир хил меҳмонхона хизматларини турли хил баҳолаш ҳолатлари кўп учрайди. Шу сабабли, ҳудудий туризм бозорида фаолият олиб борувчи меҳмонхоналарни классификациялаш тизимини такомиллаштириш асосида юлдузсиз меҳмонхоналарни гуруҳлашнинг янги стандартларини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Бизнинг назаримизда,

меҳмонхоналар ва жойлаштиришнинг бошқа муассасаларини классификациялаш тизимини такомиллаштириш келажакда:

- меҳмонхоналарда хизмат кўрсатишнинг замонавий стандартларига риоя қилиш ҳамда таклиф этилаётган хизматлар сифатининг ўсишига;
- “мустақил туристлар” оқимининг кўпайишига;
- меҳмонхона хизматларининг нархи ва сифати ўртасидаги ўзаро мувофиқликни таъминлашга;
- туристларга ўзига мақбул сифат ва нархдаги хизмат турларини танлашга (хизматларнинг тегишли сифати уларга нархнинг тўғри белгиланганлигини намоён этади) кўмак беради.

Дам олиш ва кўнгилочар муассасалар туризм инфратузилмасининг муҳим таркибий қисми ҳисобланади. Худудга туристик сафарни ташкил этишда нафақат табиий, тарихий-маданий, этнографик ресурслар, балки музей, цирк, зоопарк, аттракционлар, табиий ва дам олиш парклари, театр ва кинотеатрлар, концерт залларидан иборат дам олиш ва кўнгилочар муассасаларнинг мавжудлиги ҳам алоҳида аҳамиятга моликдир. Вилоятда бир қанча музейлар: Самарқанд вилоят ўлкашунослик музейи, Ўзбекистон маданияти ва санъати тарихи музейи; Самарқанд шаҳар (Афросиёб) тарихи музейи; Садриддин Айний ёдгорлик уй музейи; Каттакўрғон шаҳар тарих-ўлкашунослик музейи; Пахтачи туман тарих музейи, Иштихон туман тарихи музейи мавжуд бўлиб, улардан асосан Самарқанд шаҳрида жойлашганлари туристик маршрутга киритилган.

Самарқанд вилоятида охириги йиллар мобайнида дам олиш ва ўйин-кулги тадбирларини ташкил этиш ижобий ривожланиш тенденциялари кузатилмоқда.

Бугунги кунда вилоятимизда 17та санатория-курорт ва 8та дам олиш ташкилотлари (кемпинг, дам олиш базалари) фаолият юритмоқда. 2005-2015 йиллар давомида Самарқанд вилояти санатория-курорт ташкилотларида хизмат кўрсатилганлар сонининг 2,8 мартага ошганлиги соҳадаги ижобий тенденцияларни намоёйиш этмоқда. Аммо, соҳа хизматлари истеъмолчилари умумий сонининг атиги 4,97% Самарқанд вилояти ҳиссасига тўғри келади (мазкур кўрсаткич: Тошкент вилоятида – 42,5%, Фарғона вилоятида – 20%, Наманган вилоятида – 13,6%). Бундан ташқари, мазкур ташкилотларнинг хорижий туристларга ихтисослашмаганлиги, шунингдек, келтирилган давр оралиғида дам олиш ташкилотлари томонидан хизмат кўрсатилган ташриф буюрувчилар сонининг 72,7%га камайганлиги соҳада ўз ечимини қутаётган муаммоларнинг мавжудлигини кўрсатмоқда.

Ваҳоланки, ер ости ва ер усти гидрологик сув ресурслари, шифобахш булоқлар (Қайнар булоқ, Роҳатбулоқ, Муз булоқ), табиий манзаралар, ям-яшил ўрмонзорлар ва минг йиллик дарахтлар (Омонқўтон ўрмонзорлари, Ургут шаҳридаги Чор Чинор (1020 йиллик) ва ҳ.к.), машҳур ғорлар (Ҳазрати Довуд, Келси, Лев), гўзал шар-шаралар (Ғуссой, Камангарон), ноёб табиат ёдгорликлари (Камангарон, Ғус), ажойиб кўллар (Алвасти кўли), Зарафшон қўриқхонаси каби табиий масканлар вилоятимизнинг Ургут, Самарқанд, Нуробод, Қўшробод ва бошқа туманларида жойлашган бўлиб, жойларда зарурий инфратузилма объектларини шакллантириш орқали туристик оқимнинг сезиларли даражада ошишига эришиш мумкин.

Хулоса тариқасида, туризм ушбу инфратузилмасининг ривожланишида куйидаги муаммоларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

- кўпчилик ташкилотларда таклиф этиладиган хизматлар сифати ва сервис даражаси халқаро стандартларга мос келмайди;
- йил давомида фаолият юритувчи ташкилотлар улушининг камлиги юқори даражадаги мавсумийликни келтириб чиқаради;

– соҳа ташкилотларида моддий-техника базасининг моддий ва маънавий эскирганлиги ҳолатининг кузатилиши;

– зарурий ахборотлар ва замонавий ахборот технологиялари билан таъминланганлик даражасининг пастилиги.

Мавжуд муаммоларнинг ечими, ааваламбор, молиявий механизмларни такомиллаштириш орқали соҳага инвестиция оқимини кўпайтириш билан боғлиқ ҳисобланади. Бу борада, давлат ва хусусий бизнес субъектлари ўртасидаги, шунингдек, туризм тизимида хусусий бизнес тузилмасидаги мавжуд вертикал ва горизонтал алоқаларни кучайтиришга хизмат қилувчи институционал асосни (ассоциация, стратегик альянслар, франчайзинг, аутсорсинг, концессия келишувлари ва ҳ.к.) шакллантириш мақсадга мувофиқдир.

Туризм инфратузилмаси таркибида туроператор ва турагентлар муҳим ўринни эгаллайди. Бугунги кунда Ўзбекистон Республикасида 617 та ташкилот туроператорлик фаолияти лицензиясига эга бўлиб, улар мамлакат бўйлаб ҳудудий жиҳатдан текис тақсимланмаган. Жумладан, Тошкент вилоятида жами туроператорларнинг 75,8%, Самарқанд вилоятида 13,4%, Бухоро вилоятида 3,5% жойлашган. Шунингдек, мамлакат бўйича реализация қилинган турни ташкил этиш хизматлари ҳажмининг 74,51% Тошкент вилоятида, 19,67% Самарқанд вилоятида фаолият юритувчи туроператорлар ҳисобига тўғри келади. Демак, миллий туризм бозорининг “ташқиллаштирилган маҳсулот” сегментига мамлакатимизнинг урта ҳудуди: Тошкент, Самарқанд, Бухоро вилоятлари ихтисослашган.

Бугунги кунда ҳудудий туризм бозорида турли хил ташқиллаштирилган ҳудудий туристик маҳсулотлар таклиф этилмоқда. Таҳлил натижаларига кўра, ҳудудий туризм бозорида ташқиллаштирилган турмаҳсулотларнинг 40-50 фоизи асосан 7-8та туристик ташкилотлар: яъни “Sogda tour”, “Silk tour”, “Orient voyages”, “Sarbon tour”, “Zamin-travel”, “Ko’hinur”, “Karavan travel”, “Tour Orient & Travel” каби ташкилотлар томонидан ишлаб чиқилмоқда. Ушбу туристик ташкилотлар қирувчи хорижий туристлар учун бир нечта хорижий тилларда экскурсияларни ташкил қилиб, географик жиҳатидан бир қатор бозор сегментларида фаолият олиб бормоқда. Мисол учун, “Ориент Вояж” хусусий туристик ташкилотида Франция, Бельгия, Германия, Италия, Швейцария, Исроил, Англия каби давлатлардан туристларга хизмат кўрсатилади. Кузатишларимизга кўра, юқорида эътироф этилган ташкилотларнинг барчаси камида 10-15 йиллик иш тажрибасига эга бўлганлиги туфайли, ҳудудий туризм бозорида мустаҳкам рақобатбардош ўринга эга бўлишиб, қатор йиллар давомида ижобий натижаларга эришиб келишмоқда. Шунингдек, ушбу корхоналарни муваффақиятли фаолиятининг асосий сабабларидан бири – бу улар томонидан қатор йиллар давомида хорижий ҳамкор ташкилотлар билан мустаҳкам алоқаларнинг ўрнатилганлигидадир. Хорижий туристик ташкилотлар билан мустаҳкам ҳамкорлик ўрнатган ҳудудий туристик ташкилотлар, айнан ўз ҳамкорлари буюртмалари асосида туристик маҳсулотнинг аниқ турларини (турларни ташкил қилади) ишлаб чиқади.

Бугунги кунда мамлакатимизга қирувчи ташриф буюрувчилар таркибида МДХ давлатларидан ташриф буюрувчилар улушининг ўсиб бориш тенденцияси кузатилмоқда. Таҳлил натижаларига кўра, МДХ мамлакатларидан ташриф буюрувчиларнинг 79,7%га Тошкент ҳудуди туроператорлари томонидан ташкил этиш хизматлари кўрсатилади. Ваҳоланки, мазкур сегмент ҳудудий туроператорларимиз учун ҳам истиқболли ҳисобланади.

Бугунги кунда ҳудудий туризм бозорида фаолият юритаётган аксарият туроператорлар қирувчи туристларга хизмат кўрсатишга ҳамда улардан санокли қисмигина чиқиш туризми ва ички туризмга ихтисослашган. Масалан, ташкил этиш хизматлари кўрсатилган ички ташриф буюрувчиларнинг 47,34%ига

(худудий туроператорларимиз 3,25%ига), чет элга ташкиллаштирилган тарзда туристик саёҳат қилувчиларнинг 98,2%ига (худудий туроператорларимиз 0,7%ига) Тошкент шаҳрида жойлашган туроператорлар томонидан хизмат кўрсатилади. Ваҳоланки, тадқиқотларимиз натижаларига кўра, худудий туризм бозорида ички талаб йилдан-йилга ўсиб бормоқда.

Шуни эътироф этиш лозимки, ички ташриф буюрувчилар ўз сафарларини асосан мустақил равишда (ташкиллаштирилмаган тарзда) шакллантиришмоқда. Бунга асосий сабаб, бизнинг фикримизча, туристик ташкилотлар билан дам олиш, даволаниш ва санатория ташкилотлари ўртасида ҳамкорлик алоқаларнинг мавжуд эмаслиги, шунингдек туризм бозорида “ахборот тақчиллиги” туфайли, туристик объектлар ҳақида етарли даражада объектив маълумотларнинг етишмаслигидир.

Шундай қилиб, юқоридаги таҳлил натижаларидан келиб чиқиб, худудда туроператорлик фаолияти ривожланишининг қуйидаги муаммолари аниқланди:

- туроператорлар қатор йиллар давомида жўғрофий жиҳатдан бир хил бозор сегментларига ихтисослашган ҳамда янги истикболли бозорлар (масалан, Россия, Хитой) уларнинг нигоҳидан четда қолиб кетмоқда;
- худудий туроператорлар янги туристик маршрутларни ишлаб чиқиш билан деярли шуғулланмаяпти;
- худудий туризм бозоридаги “ахборот тақчиллиги” худудий туроператорларнинг янги турмаҳсулотлар яратиш йўлидаги асосий тўсиқлардан биридир;
- ташкилотларнинг кўпгина ходимлари туризм ихтисослигига оид таянч маълумотга эга эмас (туристик ташкилотларда фаолият олиб бораётган ходимларнинг 70-80% гуманитар йўналишдаги ихтисосликка эга);
- худудий туроператорлар томонидан замонавий ахборот технологиялари имкониятларидан етарлича фойдаланилмаяпти.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, маълум бир худудда туризм соҳасининг ривожланиши комплексли тарзда олиб бориладиган тадбирлар мажмуини талаб этади.

<p>Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова Состояние и перспективы развития туризма в Самаркандской области</p>	<p>D.Aslanova, M.Alimova State and prospects of tourism development in the Samarkand region</p>
<p>Аннотация: в статье исследуются основные структурные тенденции развития инфраструктуры туризма на примере Самаркандской области, используя элементы сравнительного анализа с аналогичными показателями других регионов Узбекистана. Исходя из анализа, даны предложения и рекомендации по совершенствованию данной инфраструктуры.</p> <p>Ключевые слова: туризм, инфраструктура туризма, посетители, туроператоры, гостиницы, транспортная инфраструктура.</p>	<p>Abstract:the main structural trends in the development of tourism infrastructure are explored in the article, in the example of the Samarkand region, using elements of comparative analysis with similar indicators of other regions of Uzbekistan. Based on the analysis, suggestions and recommendations for improving this infrastructure are given.</p> <p>Keywords: tourism, tourism infrastructure, visitors, tour operators, hotels, transport infrastructure.</p>

И.С.Тухлиев – и.ф.д., профессор, СамИСИ “Халқаро туризм ва туризм сервиси” кафедраси мудири,

А.А.Аблакулов – ТДИУ катта илмий ходим-изланувчиси

ЎЗБЕКИСТОН ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАР БОЗОРИДА ИННОВАЦИОН ЖАРАЁНЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада Ўзбекистон туризм хизматлар бозорининг ўзига хос хусусиятлари таҳлил қилинган ва ушбу бозорда инновацион жараёнларни жорий қилиш механизми ва йўналишлари аниқ мисолларда кўрсатилган.

Калит сўзлар: туризм хизматлар, халқаро савдо, инновация, стратегик сектор, диверсификация, туристик маҳсулот, реклама, туристик ресурс, инновацион лойиҳалар, инновацион ярмаркалар, инновацион ғоялар, қишлоқ туризми, геоахборат тизим, меҳмонхона, туристик фирма.

Бугунги кунда туризм хизматлари халқаро савдонинг энг кенг тарқалган объектларидан бири ҳисобланади. Туризм бозори турли хил омиллар таъсирида бўлади, шунинг учун унинг келажакдаги ривожланиш тенденциясини кўра билиш ички ва халқаро туризм бозорларида маркетинг муносабатларни объектив режалаштиришга имконият яратади.

Туристик корхоналарининг туризм билан боғлиқ фаолиятнинг турли соҳаларидаги янги инновацион ўзгаришларга ўз вақтида эътибор қаратиши, ишлашнинг янги услубларини яратишга ва фаолият натижаларини такомиллаштиришга қодирлиги корхоналар ҳаётийлиги ва бозорда сақланиб қолишининг зарурий шarti бўлиб қолмоқда. Инновацияларни жорий этиш зарурияти рақобат кураши ҳамда бозорнинг бошқа бир қатор талабларини ҳам рағбатлантиради. Инновациядан самарали фойдаланиш ҳолати истеъмолчи талаблари ва истаклари, замонавий инсон руҳиятидаги ўзгаришлар, демографик, иқтисодий ва ижтимоий талаблар ўзгаришлари билан ҳам боғлиқ бўлмоқда.

Мамлакат раҳбариятининг республикада ягона туризм тармоғини шакллантириш ва ривожлантиришга доимий эътибори Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғини жадал ривожлантиришни таъминлаш чоралари тўғрисида”ги фармони билан белгиланади, унда туризмга илк бор иқтисодиётнинг стратегик сектори мақоми берилди. Бу келажакда тармоқни ҳамма минтақа ва турдош тармоқларни жадал комплекс ривожлантириш учун локомотив бўлувчи иқтисодиётни барқарор ривожлантириш, таркибий ислохотлар ва диверсификациялашдаги кучли воситага айлантиришга ёрдам беради.

Туризм хизмат бозори ўзига хос ҳодиса бўлиб, унинг таъсир доираси туристик маҳсулотни яратувчи ва истеъмолчилар ўртасидаги иқтисодий муносабатлар билан ифодаланади. Туризм хизмат бозорида туристик маҳсулотни яратувчи ва истеъмолчи ўз иқтисодий мақсадига эга бўлиб, бу мақсадлар ҳар доим ҳам ўзаро бир-бирига мувофиқ келмаслиги мумкин. Аммо туристик маҳсулотнинг сотиш жараёни содир бўлиши учун томонлар мақсадининг мувофиқлашуви талаб қилинади. Туристик маҳсулотни сотиш ва харид қилиш ҳаракати мақсад ва фойданинг мос келишини тақозо этади. Шу сабабли бозор ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг ўзаро муносабатини мувофиқлаштирувчи восита бўлиб хизмат қилади.

Туризм соҳасидаги инновацион фаолият туристик маҳсулотнинг янгисини яратишга ёки мавжуд маҳсулотни ўзгартиришга, транспорт, меҳмонхонага оид ва бошқа турдаги хизматларни такомиллаштиришга, янги бозорларни

Ўзлаштиришга, илғор ахборот ва телекоммуникация технологияларини ҳамда ташкилий-бошқарув фаолиятининг замонавий шакллари амалиётга татбиқ этишга йўналтирилган бўлади. Инсон фаолиятининг турли соҳаларида юз бераётган доимий ўзгаришлар инновацияларга туртки беради. Уларнинг мақсадлари барқарор ва узоқ муддатли иқтисодий ўсишни таъминлашга қаратилган янги жараёнлар ёки маҳсулотларни жорий қилишдан иборат.

Тадқиқот натижаларига кўра, туризмдаги инновацион жараён – бу аниқ режага асосланган, мақсадга йўналтирилган, амалга ошиши аниқ бўлган вазифаларни белгилаш ҳамда туристик соҳада фаолият олиб бораётган корхоналар томонидан янгиликларни амалиётга жорий этиш, давлат ва жамоат бирлашмаларининг туристлар оқимининг шахсий эҳтиёжларини қондириш учун турли таклифларини жорий этишидан иборат эканлиги билан белгиланади.

Ушбу тавсифга биноан, туризм соҳасидаги инновацияларни қуйидаги кўринишларда фарқлаш мумкин: техникавий, ижтимоий, давлат (давлат-сиёсий), ҳуқуқий, маданий, ташкилий. Бундан ташқари, туризм соҳасидаги инновацион жараёнлар туристик маҳсулотнинг янги турларини жорий этиш ёки эски амалиётни такомиллаштириш услубларини яратиш мақсадини ҳам қамраб олади. Инвестицион фаолият билан шуғулланган турфирмалардан олинadиган солиқлар ва божлар, давлатларaro туристик ресурсларнинг реклама қилиниши, шунингдек, у ёки бу давлатнинг туристлар учун жозибадор имиджларининг яратилиши - буларнинг барчаси туризм соҳасидаги инновацияларни ривожлантиришга олиб келадиган самарали бозор катализаторлари ҳисобланади.

Корхоналарга солиқ имтиёзларини бериш, илмий-техникавий ва молия-кредит сиёсатининг самарали равишда олиб борилишини таъминлаш, маҳаллий ва хорижий инвесторларга қулай шароитлар яратиш, илм-фан ва хизматлар ривожланишида устувор йўналишларни белгилаш, маданий-тарихий ёдгорликларнинг сақланишини таъминлаш ва уларга бўлган муносабатни маданийлаштириш кабилар давлатнинг туризм соҳасидаги инновациялар бозорига таъсир қилиш йўналишларини ташкил қилади.

Ижтимоий тармоқлар маълумоти туристик хизматлар фаолиятининг асосий воситаларидан бири ҳисобланади, жумладан, бугун Интернетда дунёнинг исталган туристик-рекреацион объекти ҳақида батафсил маълумот олиш имконияти мавжуд бўлмоқда.

Бугунги шароитда туристик хизматлар бозорини инновацион тадқиқ қилиш жараёнида халқaro институтлар тавсиялари асосида қуйидаги тўртта йўналишдаги инновацион фаолиятни ҳисобга олиш лозим:

- корхона ва туристик бизнесни ривожлантириш билан боғлиқ бошқарув тизимида янгиликларни (ташкилий инновацияларни) жорий этиш, жумладан, қайта ташкил қилиш, йириклаштириш, энг янги техника ва илғор технологиялар татбиқи асосида рақобатчи субъектларни бозордан сиқиб чиқариш;

- мақсадли истеъмолчилар эҳтиёжларини қамраб олиш ёки шу пайтгача қамраб олинмаган мижозларни жалб қилиш имконини берувчи маркетингга оид тадқиқотларни бажариш;

- туристик маҳсулотнинг истеъмол хусусиятларини ўзгартиришга, рақобатда устунликлар берувчи ва бозоргирлик ҳолатини мустаҳкамловчи хусусиятларини бойитишга йўналтирилган даврий инновация (турмаҳсулотга доир янгилик)лар;

- иқтисодий ва молиявий фаолиятда, корхона барқарор ҳолати ва ривожланишини таъминловчи ҳисоботнинг замонавий шакллари жорий этиш. Кадрлар сиёсатида (кадрлар таркибининг янгилаши ва алмаштирилиши, малака ошириш тизимини такомиллаштириш, ходимларни қайта тайёрлаш ва рағбатлантириш) янги ёндашувларни жорий этиш.

Туризм соҳасини ривожлантириш муаммолари бўйича нашр қилинган илмий ишлар, методологик ишланмалар ва амалий тавсияларни ўрганиш натижалари Ўзбекистоннинг туризм хизматлар бозорида инновацион жараёнларни қўллаш механизмларидан амалий фойдаланишнинг назарий асослари мажмуавий равишда тадқиқ этилмаганлигини кўрсатмоқда. Шунга кўра ҳозирги пайтда ушбу муаммонинг ечимини топиш ўта долзарб масала бўлиб турибди.

Ҳозирги пайтда туризм хизмат бозорини ривожланиш қонуниятларини янада чуқурроқ англаш учун инновацион ёндашувларнинг истиқболли йўналишларини белгилаб олиш лозим бўлмоқда. Янги билимларни ўзлаштириш туризмнинг янги тизимини жорий қилиш механизмни фаоллаштиришга имкон яратиб беради. Инновацион концепцияни назарий жиҳатдан туризм тизимини тавсифлаш шакли сифатида тасаввур қилиш мумкин бўлади. Ўзбекистонда туризмни инновацион ривожлантириш ва қайта ташкил этиш концепциясини ишлаб чиқиш давр талаби бўлиб турган эди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қабул қилган фармони айнан шу масалалар ўз ечимини топишда хизмат қиладиган ўрта муддатли истиқболда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш концепциясини, шунингдек 2017-2021-йилларда вилоятларда Концепцияни амалга оширишга доир аниқ чора-тадбирлар дастурларини ишлаб чиқилди.

Шуни таъкидлаш лозимки, бугунги кунда инновацион жараёнларни молиялаштиришнинг оптимал механизмни излаб топиш муаммоси катта аҳамият касб этади, чунки жорий этилаётган инвестицион лойиҳалар илғор истиқболли техника ва технологик тенденцияларни қай даражада ҳисобга олганлиги микродаражада фирманинг олаётган фойдаси миқдорига боғлиқ бўлса, макродаражада эса мамлакатнинг халқаро бозорлардаги рақобатбардошлигини ҳамда илмий-техник тараққиёти даражасида акс этади.

Ўзбекистонда инновацион фаолиятни бюджетдан ташқари қўллаб-қувватлашнинг асосий шакллари ҳаётга тадбиқ этишда Биринчи Президентимиз томонидан қабул қилган «Инновацион лойиҳаларни ва технологияларни ишлаб чиқаришга тадбиқ этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори¹ муҳим аҳамиятга эга бўлди. Қарорга мувофиқ, илмий ташкилотларнинг ҳар йили «Инновацион ярмаркалар»да иштирок этиши тизимли тарзда йўлга қўйилди.

Аанъанавий равишда ҳар йили ўтказиб келинаётган Инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳалар республика ярмаркаси янги лойиҳаларни амалиётга жорий этишда интеллектуал мулк эгалари ва ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги инновацион ҳамкорликни мустаҳкамлашга хизмат қилмоқда.

Бугунги кунда туризм соҳаси таълим йўналишлари ва мутахассисликлари бўйича таъянч олий ўқув юрти бўлган Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, “Халқаро туризм ва туризм сервис” кафедраси профессор-ўқитувчилари ҳар йили ўтказиладиган ҳудудий ва республика инновацион ярмаркаларида ўз ишланмалари билан иштирок этиб келишмоқда.

Жумладан 2017 йил ўтказилган унингчи Инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳалар республика ярмаркасида ҳам СамИСИ профессор-ўқитувчилари “Туризм: назария ва амалиёт фанидан электрон дарслик яратиш”, “Миронкул қишлоқ туризми гулшани” ва “Самарқанд вилояти туристик-рекреацион ресурсла-

¹«Инновацион лойиҳаларни ва технологияларни ишлаб чиқаришга тадбиқ этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2008 йил 15 июльдаги қарори// Халқ сўзи, 2008 йил 16 июл. 37-сон.

рининг геоахборат тизими” номли инновацион ишланмалари билан қатнашдилар.

Ярмарканинг кўплаб иштирокчиларижумладан, С.А.Т.І.А. туристик фирмаси, Azimut Samarkand travel туристик фирмаси, Самарқанд давлат чет тиллар институти, Тошкент молия институти, Тошкент давлат иқтисодиёт университети вабошқа туристик фирмалар, меҳмонхоналар, олий ўқув юртлари, касб-хунар коллежлари ва лицейлар институт ишланмаларига катта қизиқиш билдиришди. Ярмарка доирасида Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти бўйича жами 67.6 млн сўмлик 27 та шартнома имзоланган бўлса,шундан63 % и яъни 42.6 млн сўмлик 11 та шартномабеvosита туризм соҳасига таъалукли бўлди.

Бу каби натижаларни қўлга киритишда “Халқаро туризм ва туризм сервиси” кафедраси профессор-ўқитувчилари туризм соҳаси бўйича таълим бериш билан биргаликда инновацион ишланмалар сони ва сифатини янада оширишни, янги миллий туристик маршрутларни ишлаб чиқиш, янги авлод адабиётлари талабига жавоб бера оладиган электрон дарсликлар тайёрлаш ҳамда республикаимиз бўйича туристик-рекреацион ресурсларнинг геоахборат тизмини ишлаб чиқишмоқда. Ушбу лойихалар орқали мамлакатимизга келувчи хорижий туристлар оқимини кўпайтириш борасидаги илмий тадқиқот ишлари ишлаб чиқарувчи-туристик фирмалар билан инновацион ҳамкорлик қилишнинг махсули бўлмоқда.

Шундай қилиб бугунги кунда айнан туризм хизматлар бозорида инновацион жараёнлардан кенг фойдаланиш йўналишлари туристик корхоналар махсулотининг бозордаги барқарор ҳолатини таъминлаши мумкин экан.

<p style="text-align: center;">И.С.Тухлиев, А.А.Аблокулов Пути использования инновационных процессов на рынке туристских услуг Узбекистана</p> <p>Аннотация: в статье проанализированы особенности развития рынка туристских услуг Узбекистана. Рассмотрены механизмы и направления внедрения инновационных процессов на рынке туристских услуг Узбекистана.</p> <p>Ключевые слова: рынок туристских услуг, международная торговля, инновация, стратегический сектор, диверсификация, туристская продукция, реклама, туристические ресурсы, инновационные проекты, ярмарки, сельский туризм, геоинформационная система, гостиницы, турфирмы.</p>	<p style="text-align: center;">I.S.Tukhliev, A.A.Ablakulov Ways of using innovative processes in the market of tourism services in Uzbekistan</p> <p>Annotation: This article examines the characteristics of the tourism services market of Uzbekistan and describes the mechanisms and trends of introducing innovative processes in this market.</p> <p>Keywords: tourism services, international trade, innovation, strategic sector, diversification, tourist product, advertising, tourist resource, innovative projects, innovative fair, innovative ideas, rural tourism, geographical system, hotel, tourist firm.</p>
--	---

Р.Хайитбоев – СамИСИ катта ўқитувчиси,
М.Даминов – СамИСИ ассистенти

ЎЗБЕКИСТОННИНГ ЧЎЛЛАРИ ВА АДИРЛАРИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МОДЕЛИ

Аннотация: мақолада Ўзбекистоннинг чўллари, адирларидаги қишлоқлар ва овулларида туристик ресурслардан мажмуали фойдаланиб “Чўлларда туризмни ривожлантириш модели”ни яратишнинг талаблари ва имкониятлари келтирилган.
Калит сўзлар: арид минтақа, экотур, ривожлантириш модел, чўл, адир, қишлоқ, овул, миллий маданият, миллий маҳсулотлар, миллий ўйинлар.

Мамлакатимизда туризм соҳасини янада ривожлантириш, янги истиқболли йўналишларни ишлаб чиқиш ва самарали фойдаланиш борасида салмоқли ишлар амалга оширилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 28 февралдаги “Қорақалпоғистон Республикаси Мўйноқ туманини 2017–2018 йилларда иқтисодий ривожлантириш ва бандликни таъминлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори асосида Мўйноқ туманини туристик марказга айлантириш, “2017-2019-йилларда Бухоро шаҳри ва Бухоро вилояти сайёҳлик имкониятларини жадаллик билан ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори асосида Бухорода “Боқий Бухоро” номли эркин туристик зона барпо этиш, Самарқанд шаҳрида эркин туристик ҳудудни барпо этиш бўйича 2017-2019-йилларга мўлжалланган лойиҳалар асосида эркин туристик ҳудуд яратиш кабилар кенг қўламли ишларнинг амалга оширилаётганидан дарак беради.

Мамлакатимизда туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий-ҳуқуқий шарт-шароитлар яратиш, ҳудудларнинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, туризм тармоғини бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғибот қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президенти 2016 йил 2 декабрда «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги фармонни имзолади.

Мазкур фармонда “мамлакатда туризмни жадал ривожлантириш, мавжуд улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, анъанавий маданий-тарихий туризм билан биргаликда туризмнинг бошқа салоҳиятли турларини - зиёрат қилиш, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик, спорт, даволаш-соғломлаштириш, қишлоқ, саноат, ишбилармонлик туризми ва бошқа турларини жадал ривожлантириш, болалар, ўсмирлар ва ёшлар туризмни, оилавий туризмни, кексалар учун ижтимоий туризмни ривожлантириш ҳисобига туризмнинг ижтимоий аҳамиятини кучайтириш, ҳудудларда янги туризм йўналишларини ташкил этиш...” устувор вазифалардан этиб белгилаб берилди.

Ушбу вазифалардан келиб чиққан ҳолда мамлакатимиздаги алоҳида экологик ҳудудлар - чўллар ва адирларимизни янада яхшироқ ўрганиш, туризм соҳасида етарлича фойдаланиш учун алоҳида моделлар ишлаб чиқиш ва бу орқали туризм соҳасини янада ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади.

Модел атамасини рус тили ва инглиз тилидан таржима қилсак, оддий сўзлардан иборат бўлган *андоза, қолип, нусха, намуна* каби - бир хил мазмун ва маъноларни англатади. Шунингдек, режалаштирилаётган тадқиқотларнинг мақсади ва вазифалари бўйича модел сўзи анча кенг *-тип, ягона* ва *тизим* маъноларини билдириш учун ҳам ишлатилади. Учинчидан, модел атамаси ишлаб чиқаришда, илмий тадқиқотларда анча залворли тушунча бўлиб, ишлаб

чиқарилаётган маҳсулотнинг янгилигини, сифатли ва замонавийлигини билдирса, илмий тадқиқотларда модел юқори натижаларга, янгиликга эришганликдан, шу соҳада маълум бир янги тизим яратилганлигидан хабар беради ва шу соҳадаги мутахассисларни дарҳол ўзига жалб қилади.

Юқорида келтирилган мулоҳазаларнинг мазмуни ва мақсади шундан иборатки, ҳозиргача кўпчилигимизда чўлларимиз ва адирларимизнинг табиати ҳақидаги билимларимиз ва хулосаларимиз анча саёз ҳисобланади. Яъни чўл бу ёзда жазирама иссиқ ва чанг-тўзон, қишда изғиринли, қаҳратон совуқ ва ҳакозо. Айниқса, мамлакатимизда туризм соҳасида назария ва амалиётнинг салоҳиятли мутахассислари, олимлар ва тадқиқотчиларининг жуда камлиги ҳам, Ўзбекистон чўллари ва адирларида туризмнинг ривожлантириш масалаларига эътиборсизликни келтириб чиқармоқда.

Бирор бир мамлакатнинг ҳудуди, табиий ва иқтисодий жиҳатдан бир хил бўлмайди. Худди шунга мос равишда ишлаб чиқариш кучлари ҳам ҳудуд бўйича бир текис жойлашмайди. Нотекислик эса ўзига хос ҳудудий-иқтисодий ривожланиш омилидир. Ҳар қандай мамлакат ёки вилоят (штат) ўзининг ишлаб чиқариш кучларини бир текис жойлаштиришга, ҳудудлар ижтимоий-иқтисодий ривожланишини тенглаштиришга ҳаракат қилади, аммо мутлақ ҳолда бундай тенглик ҳеч қачон амалга ошмайди.

Шунингдек, Ўзбекистоннинг асосий ҳудудларини (60%) эгаллаган чўл ҳудудларида яшаётган аҳолининг ижтимоий-иқтисодий даражаларини кўтаришда ички имкониятларнинг энг қулай йўли бўлган туризмни ривожлантириш масалалари ҳам чўл учун алоҳида, чўлнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ёндашувни талаб қилади. Бу ерда суғориладиган маданий минтақалардаги ёки замонавий инфратузилмаларга эга бўлган шаҳарларимиздаги туризмнинг ривожлантириш усуллари ёки услубларини қўллаб бўлмайди. Шунинг учун ҳам чўлларимиз ва адирларимизда туризмни ташкил қилиш алоҳида ёндошувни - туризмдаги *мажмуаликни* талаб қилмоқда.

Мажмуалликни ривожлантиришнинг энг мақбул йўллари – ҳар бир йўналиш учун алоҳида-алоҳида ишланмалар-тизимлар, дастурлар, моделларни ишлаб чиқиш заруратини келтириб чиқаради. Мажмуалликни қўллаш кўпинча маълум бир макон ва манзилда ресурсларнинг камлигидан келиб чиқади. Чўлларимизда туризмни ривожлантириш масалаларининг ўрганилмаётганлиги ва тадқиқотларнинг ҳам ўтказилмаётганлигининг бош сабаби ҳам ушбу хулоса ҳисобланади.

Лекин Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларидаги кўп йиллик тадқиқотларимиз натижаларидан маълум бўлдики, ўта қуруқ иқлимли бу минтақаларда ҳам ички ва халқаро туризмни ривожлантиришнинг жуда катта, салоҳиятли имкониятлари бор. Бу имкониятлардан фойдаланиб чўлларимиз ва адирларимизда туризмни ривожлантиришнинг энг қулай ва мақбул усулларида бири-“Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели” ни яратиш деган ечимга тўхталдик.

Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели ўз таркибини “Маркетинг тадқиқотларининг методологик асослари” дан-*Умумий илмий методлар, Умумназарий методлар, Ҳар хил билимлардан олинган методлар* асосида ташкил қилади. Шунингдек, ушбу модел ўз таркибига кетма-кетликдаги қуйидаги зарурий манбаларни ҳам олиши лозим:

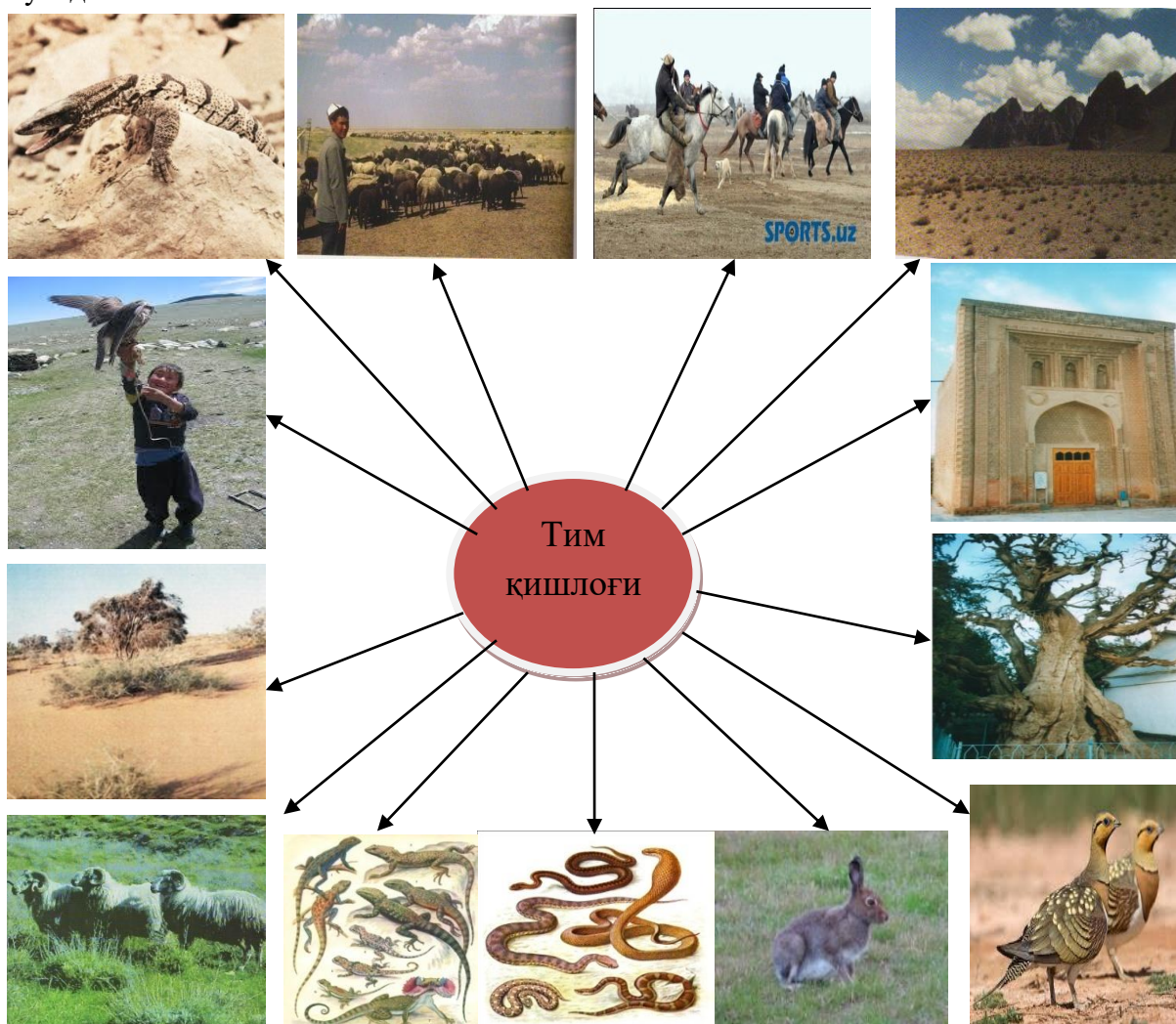
1. Чўллар ва адирлардаги туристик ресурсларнинг тавсиф ва таърифлари (1-расм).

2. Чўллар ва адирларда туризмни ривожлантириш инфратузилмаларини яратиш.

3. “Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели” даги қўшимча ахборотлар.

Қайд қилинган тизимлар бўйича мамлакатимизнинг чўллари ва адирларига экотурлар ёки мажмуали турлар ташкил қилишда асосий туристик объектлар ва уларнинг атрофларидаги туристик ресурслардан фойдаланиш бўйича “Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели” нинг дастлабки намуналарини яратдик. Расмдаги тасвирлардан маълум бўлмоқдаки, чўлларда туристларни қизиқтирадиган туристик объектлар жуда кўп.

Расмда келтирилган Тим қишлоғи Қарнобчўлнинг “Қарноб ота” жамоа хўжалигида жойлашган (Самарқанд вилоятининг Нуробод туманида). Тим қишлоғида 1000 ёшли арча дарахти ва 1000 ёшли Араб ота макбараси туристларни ўзига чорловчи асосий туристик объектлар ҳисобланса, расмдаги бошқа тасвирлар қишлоқнинг атрофларидаги туристик объектлар ҳисобланади. “Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели” бўйича чўл ва адир минтақаларидаги туристик ресурслардан туризмда фойдаланиш учун дастлабки ҳолатларда қуйидаги туристик инфратузилмаларни яратишга киришиш чўлларда туризмни ривожлантиришдаги мақсадли йўналиш бўлади.



Расм-1. Чўл минтақаларидаги қишлоқ ва овулларда туризмни ривожлантириш модели.

Асосий туристик ресурс атрофидаги барча туристик ресурслардан мажмуали фойдаланиш

Чўллардаги дастлабки туристик фаолиятларда айниқса баҳор, ёз ва куз ойларида юқорида қайд қилинган инфратузилмаларни йиғма-кўчма яъни палатка усулида ҳам ташкил қилиш тизимларини ишлаб чиқишимиз керак. Чўлнинг табиати ўзига хос кўринишларга, қизиқ экотуристтик объектларга бой бўлганлигидан бу улкан ҳудудларда экотуризмни ривожлантиришнинг катта имкониятлари бор. Чўлдаги табиат кўриқхоналарига туристик маршрутлар ташкил қилинганда “Модел”да қуйидаги саволлар ўз ечимига эга бўлиши керак:

1. Табиат кўриқхоналаридан туристик фаолиятда фойдаланиш учун рухсатномалар олиш.

2. Табиат кўриқхонасининг иш режими ва фаолияти билан туристларни таништириш.

3. Табиат кўриқхонасидаги ҳайвонлар ва ўсимликлар турларини, кўриқхонадаги табиат манзараларини кўриш мумкин бўлган 2 та қайтарилмас туристик сўқмоқлар ишлаб чиқиш.

4. Табиат кўриқхонасидаги туристик сўқмоқларда (маршрутларда) дам олиш ва тунаш жойларини белгилаш.

Чўл минтақаларида туристик инфратузилмаларни яратиш дастлабки вақтларда оддийликни, камҳаражатларни ташкил қилса, туристик оқим кучайгандан кейин албатта замонавий туристик инфратузилмаларни яратишга асос бўлади. “Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели”даги кўшимча ахборотларга туристик оқим мавсумларида қишлоқ аҳолисининг миллий ўйинлари, миллий мероси бойликларини ҳам турмаҳсулотларга қўшиш, экосафарини ҳам ташкил қилиш мумкин.

Хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкин:

1. Чўллар ва адирлардаги асосий туристик ресурсларнинг ва бу асосий ресурс атрофидаги кўшимча туристик экскурсия объектларининг тавсиф ва таърифларини тайёрлаш.

2. Чўллар ва адирлардаги аҳоли зич жойлашган қишлоқларни, зиёратгоҳларни ва тарихий жойларни рўйхатга олиш ва бундай жойларнинг атрофларидаги туристик экскурсия объектларининг таъриф ва тавсифларини тайёрлаш.

3. “Ўзбекистоннинг чўллари ва адирларида туризмни ривожлантириш модели”даги кўшимча ахборотларга туристик оқим мавсумларида қишлоқ аҳолисининг миллий ўйинлари, миллий мероси бойликларини ҳам турмаҳсулотларга қўшиш, экосафарини ҳам ташкил қилиш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати :

1. Ҳайитбоев Р., Бобоев Ш., Ўзбекистоннинг чўл ва адирларидаги туристик ресурсларнинг таснифи ва тавсифи. - Иқтисодиёт ва халқимиз ҳаёт сифатини юксалтиришда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг долзарб муаммолари. Республика анъанавий илмий-амалий конференцияси материаллари. (VI-қисм). Самарқанд-2015, 20-21 феврал, 102-105 б.

2. Ҳайитбоев Р., Ўзбекистон чўлларида туризмни ривожлантиришнинг концептуал асослари. - Иқтисодиётдаги чуқур таркибий ўзгаришлар шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини ривожлантиришнинг долзарб муаммолари. СамИСиНинг 85 йиллигига бағишланган илмий-амалий конференция материаллари. Самарқанд, 2016 йил, 20-21 май, 60-65 б.

3. Ҳайитбоев Р., Бобоев Ш., Ўзбекистоннинг чўлларидаги экотуристтик районларда экотуризмни ривожлантиришдаги вазифалар. - «SERVIS» журнали, Самарқанд, 2016, № 1-2, 48-53 б.

<p>Р.Хаитбаев,М. Даминов Модель развития туризма в пустынях и адырах Узбекистана</p>	<p>R. Hayitbaev, M. Daminov Tourism development model in deserts of Uzbekistan</p>
<p>Аннотация: в статье приведены актуальность, возможности и требования по созданию “Модели развития туризма в пустынях и адырах Узбекистана”, комплексно используя туристические ресурсы, имеющиеся в сельских местах. Ключевые слова: аридная зона, экотур, модель развития,пустыни, адыр, село, национальная культура, национальная продукция, национальные игры.</p>	<p>Abstract: This article is about actuality, possibility and requirements of developing “Tourism development model in deserts of Uzbekistan” using complex tourist resources in rural areas. Keywords: eco-tour, development, deserts, village, national culture, national product, national games.</p>

D.Z.Norkulova – SamISI o’qituvchisi

A.Sh.Suyarov – SamISI talabasi

MOTEL TIPIDAGI MEHMONXONALAR VA ULARNING XALQARO TURIZM BOZORIDAGI RIVOJLANISH KO’RSATKICHLARI, ULARNI O’ZBEKISTON HUDUDIDA TASHKIL QILISH

Annotatsiya: turizm hozirgi kunda jadal rivojlanib borayotgan sohalaridan biri bo’lib, mehmonxonalar uning asosini tashkil etadi. Ushbu maqolada mehmonxonalarning xalqaro bozorida rivojlanib ulgurgan turlaridan biri motellar, ularning kelib chiqishi, afzalliklari, turizmdagi o’rni va eng mashhur motellar haqida gap boradi. Bundan tashqari O’zbekistonda motellarni tashkil qilish bo’yicha turli takliflar berib o’tilgan.
Kalit so’zlar: mehmonxonalar industriyasi, motel, katta trassalar, avtosayohat, motel zanjirlari, O’zbekistonda motellar.

O’zbekistonda turizm rivojlanishi bilan birgalikda bir qancha yangi uslubdagi joylashtirish vositalarini sohada tadbiq etish dolzarb masalaga aylanib bormoqda. Jumladan, Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda “O’zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to’g’risida”gi PF-4861 – sonli farmonida quyidagi masalalar alohida belgilab o’tilgan¹:

- Respublika hududida turizmni rivojlantirishni kompleks amalga oshirish, yangi turdagi maxsus turizm yo’nalishlarini tashkil qilish va ularni sayyohlarga taklif etish;
- O’zbekistonda yangi turdagi joylashtirish vositalarini ko’paytirish. Jumladan, kempinglar, yo’l usti mehmonxonalari kabilar bularga misol bo’la oladi;
- Mamlakatimizda o’z faoliyatini yo’lga qo’ygan yoki boshlash arafasida bo’lgan turizm faoliyati sub’ektlariga, xususan mehmonxona biznesi sohasida qo’shimcha imtiyozlar yaratish, tadbirkorlik faoliyatini qo’llab-quvvatlash va boshqalar.

Ushbu farmonning ijrosi sifatida 2017-yil 6-aprel sanasida Vazirlar Mahkamasining 189-son bilan ro’yxatga olingan qaroriga muvofiq “Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to’g’risida”gi Nizom qabul qilindi. Ushbu Nizomga muvofiq mehmonxona xizmatlari endi litsenziyalanmaydi, balki majburiy sertifikatlanadi. Bu

¹ O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda “O’zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to’g’risida”gi PF-4861 – sonli farmoni.

ham mehmonxona faoliyatini amalga oshirmoqchi bo'lgan tadbirkorga ortiqcha rasmiyatchilikdan ozod bo'lishi imkonini berdi. Sababi, avvalgi Nizomga muvofiq mehmonxona faoliyatini amalga oshirmoqchi bo'lgan sub'ekt ham litsenziya, ham sertifikat olishi nazarda tutilgan edi. Bundan tashqari mehmonxona faoliyatida yana ko'plab shunday imtiyozlar yaratilgan.



1-rasm. Norvegiyaning Byerka hududida joylashgan motel

Motel avtomobil va yuk mashinalari egalari uchun mo'ljallangan, parkovka maydonchasiga ega bo'lgan mehmonxona turidir. Ushbu so'z lug'atlarda II jahon urushidan so'ng ishlatila boshlangan. Birinchi ushbu turdagi mehmonxona San Luis Obispo Milestaun Mo-Tel nomi bilan Kaliforniyada 1925-yilda qad rostlagan (Hozirgi Motel Inn).¹ Odatda bunday turdagi mehmonxonalarining nomerlari umumiy bitta binoda joylashgan bo'ladi. Shuningdek, har bir nomerning eshigi parkovka (avto mashinalar turar joyi)ga qaragan bo'lishi zarur. Motellar ko'p hollarda yakka firma shaklida boshqariladi.

Uzun va keng, ravon yo'llarning qurilishi 1920-yillarda rivojlanishi bilan uzoq muddatli sayohatlar ham avj oldi. Ushbu holatda sayyohlar yo'l ustidagi arzon va bir kechani qulay o'tkazish imkoniyati bo'lgan mehmonxonalariga ehtiyoj sezishdi va bu narsa motellar tashkil topishiga olib keldi. Motellar 1960-yillardan boshlab ommalasha boshladi. Buning sababi esa o'sha davrdagi AQShning mashhur brendlarga ega zanjir mehmonxonalarini uzun va keng avtomagistrallarda dam olishga mo'ljallangan mehmonxonalarini qurishi bo'ldi.

Motellar oddiy mehmonxonalaridan yirik trassalarda joylashganligi, kam qavatligi va darvozasi tashqariga qaraganligi bilan farq qiladi. Motellarning barchasida avtomobillar turar joyi yoki garaji bo'lishi zarur.

Motellarni rivojlantirish uning atrofida turli infratuzilmani shakllantirish bilan amalga oshirilishi mumkin. Masalan, yoqilg'i shahobchalari, istirohat bog'i, restoran va barlar, kinoteatrlar kabilarni tashkil qilish mumkin.

Odatda motellar "I", "L" yoki "U" shaklida quriladi.² Uning tarkibiga nomerlar, xodimlar xonasi, qabulxona va oshxona, imkon bo'lsa basseyn ham kiritiladi. Motellarda asosan ikki kishilik xonalar mavjud bo'lib bir qavatdan iborat.

1970 – 1980-yillarda mustaqil motellar o'z joylarini "Motel 6" va "Ramada" kabi zanjirlarga bo'shatib berishdi. Ushbu holat motellarning standard mehmonxonalar uslubi bilan birlashib ketishiga sabab bo'ldi.

Turli oilalar tomonidan boshqariladigan mustaqil motellar hozirgi kunda ham topiladi. Ayniqsa bunday motellarni eski trassalarda uchratish mumkin. Ushbu turdagi motellar xizmat ko'rsatishda juda cheklangan hisoblanadi. Ya'ni, odatda xususiy motellar restoran yoki barga ega bo'lmaydi. Xonalar soni ham unchalik



2-rasm. "L" shaklida barpo etilgan Amerikaning Minnesota hududidagi Star Lite Motel

¹Kristin Jekson (April 25, 1993). "The World's First Motel Rests Upon Its Memories". *The Seattle Times* gazetasidagi maqola 2008-04-02.

² Farleksning "Motel" nomli erkin izohli lug'ati, 2012-06-28, www.thefreedictionary.com

ko'p emas. Asosan ikki kishilik va 15 tagacha nomerdan iborat.

1990-yilgacha “Motel 6” va “Super 8” standard mehmonxonalaridagidek ichki koridorlarga ega bo'lgan motellarni qura boshladi. “Ramada” va “Holiday Inn” zanjirlari mehmonxonalarda motel uslubini qo'llayotgan bir paytda, yirik motel zanjirlari ham standard mehmonxonalar uslubini, ya'ni motellarga xos bo'lmagan qo'shimcha qulayliklarni sohaga joriy qilishdi. Ichki korridorni tashkil qilish ham motellar rivojida bir qadam bo'ldi va motellarga mijozlarni jalb qilishning omiliga aylandi.

XXI asrda innovatsion texnologiyalarning rivojlanishi motellarga ham ta'sir ko'rsatdi. Motellar o'z mijozlarini ko'paytirish maqsadida turli texnologiyalardan keng foydalanishni boshladi. Masalan hozirgi kundagi mavjud motellarning aksariyati LCD televizori, Wi-Fi internet zonasi, mikroto'lqinli pech, minibar uskunasi kabi jihozlarni taklif qilishadi. Motelni band qilish uchun esa onlayn to'lovlar ham amalga oshirilishi mumkin. Shuningdek, xonalar eshigini ochishda maxsus kartalardan foydalanilmoqda. Ko'pchilik mustaqil motellar zanjirli brendlar bilan raqibatni saqlash maqsadida zamonaviy texnologiyalarni qo'shimcha qulaylik sifatida qo'llashmoqda. Motellar bir kecha faqatgina tunab qolish uchun shart-sharoit emas, balki dam olish uchun qo'shimcha xizmatlarni ham joriy qilishmoqda. Bunday holatlar insonlarning motel va lyuks mehmonxona o'rtasidagi farqni anglab olishi uchun imkon bermayabdi. Ya'ni, motellardagi yaratilgan qulayliklar lyuks mehmonxonalaridagi kabi.

Yuqorida misol sifatida keltirilgan motellarning barchasida mamlakatimizda qo'llash mumkin bo'lgan jihatlar mavjud bo'lib, ular turizm rivojiga hissa qo'shadi. Xususan, “Motel 6”da oddiylikdan qochgan holda yuqori darajadagi lyuks mehmonxonalarda mavjud qulayliklarni yaratishga harakat qilingan. Ya'ni, ushbu motel mutasaddilari shunchaki bir kecha dam olish maqsadidagi yo'l usti mehmonxonasi emas, balki aynan ushbu motelda dam olish kunlarini o'tkazmoqchi bo'lganlar sonini ko'paytirishni ko'zlashgan. Chunki, “Motel 6”dagi qulayliklar bir necha kun hordiq olmoqchi bo'lganlarni qoniqtiradi.

“Wigwam” brendi ostidagi motellar esa Amerika tarixiga nazar tashlash imkonini beradi. Ya'ni, Amerikaning o'tmishdagi hindulari istiqomat qilgan turar joylar ham deyarli shunday shaklda bo'lgan. Demak, bunday arxitektura uslubi orqali motel rahbarlari ko'plab sayyohlarni jalb qilishni ko'zlagan. O'zbekistonda ham bunday uslubni qo'llash imkoniyati mavjud. Bizda ham qadimgi urug'-qabilalar o'tovlarda istiqomat qilishganini inobatga oladigan bo'lsak, yo'llar chekkasida bunday o'tovlarni tashkil qilish hech qachon ham samarasiz bo'lmaydi.

“El bonita”, “Chateau Bleu” va “Loveless Café&Motel” brendlari esa taklif qilayotgan xizmatlari, shinam xonalar, noodatiy dizayn, barlar va taomlar bilan faxrlanadi. Shuning uchun ham ushbu motellarda ko'plab mijozlar mavjud. Ulardagi romantik, dengiz nafasini in'om qiluvchi va shunga o'xshash boshqa dizaynerlik uslublari har qanday holatda jalab qilishning muhim omili hisoblanadi. Mamlakatimizda motellarni tashkil qilishda bunday omillarni ham inobatga olish zarur. Bundan tashqari, jahonda boshqa ko'plab o'ziga xos motellarni uchratish mumkin. Ammo, ularning barchasining maqsadi avtotransport egalari uchun qulay shart-sharoitga ega bo'lgan turar joy taklif qilish va yuqori sifatli xizmat ko'rsatish hisoblanadi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, O'zbekistonda yaratilgan yuqori darajadagi imkoniyatlar va shart-sharoitlarni hisobga olgan holda aytish mumkinki, motellarni mamlakatimiz turizm sohasida joriy qilish orqali rivojlanish sari yana bir qadam tashlangan bo'lardi. Albatta, bu borada quyidagi taklif va tavsiyalar inobatga olinsa, maqsadga muvofiq bo'lardi:

- O'zbekistonda mavjud katta trassa yo'llarini, qatnovlarni o'rganib chiqish va tahlil qilish orqali qaysi hududda, qanday hajmdagi motellarni qurish imkoniyati va marketing darajasi bilib olinadi;

- shuni unutmaslik zarurki, motellarning aksariyati mashinalar turar joyi, oshxona, do’kon va yoqilg’i shahobchalari bilan ajralib turadi;
- motellar uzoq muddat uchun mo’ljallanmagan. Ya’ni, nomerlar fondi yaratilayotganda mijozning qisqa muddatga tashrif buyurishi ham inobatga olinishi zarur;
- motelga xodimlar jalb qilishda yaratilgan asosiy xizmatlar va qo’shimcha xizmatlar ham inobatga olinishi zarur. Xususan, 50 nomerdan iborat motel 15 xodimga ega bo’lishi me’yoriy ko’rsatkichdir. Xodimlar orasida avtomashinalarga texnik xizmat ko’rsatishdan xabardor bo’lgan personallar ham o’rin olishi foydadan holi bo’lmaydi;
- shuni unutmaslik kerakki, mamlakatimizdagi turistik oqimni hisobga olgan holda 10 tadan 30 tagacha bo’lgan nomerlar fondiga ega motellar faoliyatini yo’lga qo’yish mumkin. Chunki, ortiqcha kattalikdagi motel faoliyatida daromadning qisqarishi yuz berishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda “O’zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to’g’risida”gi PF-4861 – sonli farmoni.
2. 2017-yil 6-aprel sanasidagi Vazirlar Mahkamasining 189-son bilan ro’yxatga olingan qaroriga muvofiq tasdiqlangan “Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to’g’risida”gi Nizom.
3. Kristin Jekson (25-aprel, 1993). "The World's First Motel Rests Upon Its Memories". *The Seattle Times* gazetasidagi maqola 2008-04-02.
4. Farleksning “Motel” nomli erkin izohli lug’ati, 2012-06-28, www.thefreedictionary.com
5. Shon Kennedy "Real Estate; A No-Frills Hotel Rises in Manhattan". *The New York Times* gazetasidagi maqola (11-yanvar, 1989).
6. Internet saytlari:
 - 6.1) www.lex.uz – O’zbekiston Respublikasi me’yoriy-huquqiy hujjatlar to’plami rasmiy web-sayti.
 - 6.2) en.wikipedia.org – “Wikipedia” erkin ensiklopediyasi ma’lumotlari.
 - 6.3) www.galerie-kokopelli.com – turli statistik ma’lumotlar, yangiliklar va axborotlar rasmiy web-sayti.

<p>Д.З.Норкулова, А.Ш.Суяров Мотели и их индекс развития на международном туризме, формирование их в Узбекистане</p>	<p>D.Z.Norkulova, A.Sh.Suyarov Motels and their development index on international tourism, creating them in Uzbekistan</p>
<p>Аннотация: туризм является одной из развивающихся сфер в экономике, в которой отели являются основной частью туризма. В этой статье рассматриваются некоторые вопросы о мотелях, их появляются на рынке туризма, эффекты и преимущество, а также самые известных мотелей мира. Кроме того, она даёт некоторые идеи создания мотелей в Узбекистане.</p> <p>Ключевые слова: индустрия гостеприимства, мотели, дороги, авто путешествие, мотели в Узбекистане.</p>	<p>Abstract: tourism is one of the developing spheres in economics and hotels are the main part of tourism. There are some points about one type of lodging places which is motels, their appearing in tourism market, effects and benefits, and the most famous motels of the World in this article. Moreover, it is given some ideas and advices of creating motels in Uzbekistan.</p> <p>Keywords: hospitality industry, motel, highways, auto trip, motels branches, motels in Uzbekistan.</p>

Ж.Н.Абиев – СамИСИ катга илмий ходим-изланувчиси

ТУРИЗМ ТАРМОҒИНИНГ ИҚТИСОДИЁТДА ТУТГАН ЎРНИ ВА УНГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАРНИ АНИҚЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада туризм тармоғининг иқтисодиётда тутган ўрни ва унга таъсир этувчи омилларни аниқлаш йўллари қараб чиқилган. Туризмнинг мамлакат ЯИМдаги ҳиссаси аниқланган ва унинг ўзгаришига тўртта асосий омилтаъсир этиши аниқланган ва ҳар бир омилнинг ҳам шаклланишига таъсир этувчи ёрдамчи омилларни аниқланиш оқибатида натижага таъсир этувчи омиллар кластери юзага келган. Ушбу масала назарий ва амалий жиҳатдан исботланган.

Калит сўзлар: туризм, туризм соҳаси, туризм тармоғи, туризмда яратилган ЯИМ, мамлакат иқтисодиёти, мамлакат иқтисодиётида туризмнинг ўрни, омиллар, кластер, омиллар кластери.

Туризм тез ривожланаётган тармоқ сифатида иқтисодиётда ўз ўрнига эга бўлиб бормоқда. Аммо ушбу тармоқнинг ўрни ва унга таъсир қилувчи омиллар иқтисодий адабиётларда деярли ёритилмаган. Тўғри, туризмнинг иқтисодиётдаги ўрнини таҳлил қилганда унинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини аниқлаш билан чекланиб келинмоқда. Аммо унга қандай омиллар таъсир қилиши ва уларни қандай қилиб ҳисобланиши масалалари етарлича ёритилган эмас. Буларни инобатга олиб ушбу масалага биров оқибатда киритиш мақсадида илмий-назарий жиҳатдан тадқиқот олиб бордик.

Тадқиқотларимиз кўрсатдики, туризмнинг иқтисодиётдаги ўрни хусусида бизда ҳам, хорижий адабиётларда ҳам фақат битта кўрсаткичдан, яъни туризмда яратилган ялпи ички маҳсулот (ЯИМ)нинг умумий ЯИМдаги ҳиссаси (улуши)дан фойдаланилади. Ушбу кўрсаткичнинг неча фоиз эканлигидан соҳанинг иқтисодиётдаги ҳиссаси хусусида хулоса қилинади. Аммо ушбу кўрсаткични кўпайтириш учун у билан боғлиқ омилларга нималар киради, уларни қандай аниқлаш ва ушбу кўрсаткични қандай йўллар билан кўпайтириш масаласи ҳамон эътибордан четда қолиб келмоқда. Шу туфайли ушбу масалага алоҳида аҳамият беришни мақсадга мувофиқ, деб қарадик.

Туризмнинг мамлакат иқтисодиётидаги ўрнини (Тиў) аниқлаш учун соҳада яратилган ялпи ички маҳсулотни (Qt) мамлакат иқтисодиётида яратилган ялпи ички маҳсулотга (Q) бўлинишини инобатга оламиз. Шу йўл билан туризмнинг мамлакат иқтисодиётидаги ҳиссаси аниқланади. Ушбу кўрсаткични ҳисоблаш учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\text{Тиў} = Q_t / Q ;$$

Муҳими, мазкур кўрсаткичнинг ўзгаришига бир қанча омиллар таъсир қилади. Тадқиқотларимиз натижасида натижавий кўрсаткичнинг ўзгаришига алоҳида функционал боғлиқ омилларнинг ўзаро боғлиқлиги аниқланди. Ушбу омиллар тизимига қуйидагиларни киритиш мумкинлиги асосланди:

- туризмда банд бўлган ходимлар ЯИМни яратиш бўйича меҳнат унумдорлиги (Тму);
- туризмда банд бўлган ходимларнинг хизмат соҳасида банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси (Тбх);
- хизмат кўрсатишда банд бўлган ходимларнинг умумий банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси (Хбх);
- ЯИМнинг меҳнатлилиги (Ям).

Туризм соҳасида яратилган ЯИМнинг мамлакат ЯИМдаги ҳиссасининг ўзгаришига юқорида келтирилган ҳар бир омилнинг қисқача тавсифини қараб чиқамиз. Чунки, улар турли йўналишга, ўлчамга ва мазмунга эга.

Биринчи омил, туризмда банд бўлган ходимлар сони ва уларнинг ЯИМни яратиш бўйича меҳнат унумдорлигининг ўзгариши билан боғлиқ омиллардир. Чунки, ҳар бир соҳада банд бўлган ходимлар сингари туризмда банд бўлган ходимлар ҳам мамлакат ЯИМ ўзгаришига таъсир қилади. Чунки, ЯИМнинг яратилишига ҳар бир киши томонидан яратган маҳсулоти, кўрсатилган хизмати ёки бажарилган иши орқали иштирок этади. Бу эса, ушбу соҳада банд бўлган ходимлар меҳнат унумдорлигида (Тму) намоён бўлади. Ушбу кўрсаткични қуйидагича аниқлашни тавсия қилдик:

$$T_{mu} = Q_t / T_x ;$$

Бунда: Q_t – туризм соҳасида яратилган ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) ҳажми;

T_x – туризм соҳасида банд бўлган ходимлар сони.

Мамлакат ЯИМ ўзгаришига туризм соҳаси билан боғлиқ иккинчи омил – туризмда банд бўлган ходимларнинг хизмат соҳасида банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси (T_{bx}) бўлиб ҳисобланади. Чунки туризм хизмат соҳасига киради. Ушбу соҳада унинг ҳиссаси каттариб борган сари унинг мамлакат ЯИМдаги улуши ҳам ошиб боради. Мазкур кўрсаткични аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$T_{bx} = T_x / X_{cx} ;$$

Бунда: T_x – туризм соҳасида банд бўлган ходимлар сони;

X_{cx} – хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган ходимлар сони.

Учинчи омил, хизмат кўрсатишда банд бўлган ходимларнинг умумий банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси (X_{bx}) билан боғлиқ. Чунки, мамлакат ЯИМ барча соҳалар сингари унинг аксарият қисми хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам яратилади. Шу туфайли хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган ходимларнинг барча банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси ҳам мамлакат ЯИМ ўзгаришига таъсир қилади. Ушбу кўрсаткични қуйидагича аниқлашни тавсия қиламиз:

$$X_{bx} = X_{cx} / B_x ;$$

Бунда: X_{cx} – хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган ходимлар сони;

B_x – иқтисодиётда банд бўлган ходимлар сони.

Тўртинчи омил, ЯИМнинг меҳнатлиги (Ям) бўлиб ҳисобланади. Чунки, унинг ҳажми бевосита меҳнатга боғлиқ бўлганлиги туфайли ҳар бир сўм ЯИМни яратиш учун қанча меҳнат сарф қилинаётганлигини кўриш мумкин. Ҳозирги пайтда ЯИМнинг яратилишида меҳнатнинг ҳиссаси камайиб бориш тенденциясига эга. Зеро, ЯИМнинг яратилишида инновацион омилларнинг ва унинг таъсиридаги модернизация ва диверсификация жараёнлари билан боғлиқ омилларнинг ҳиссаси ошиб бормоқда. Мазкур кўрсаткични аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$Y_m = B_x / Q ;$$

Ушбу омилларнинг бир-бири билан боғлиқлигини қуйидаги математик моделнинг мултипликатив ва касирли типларини ўзида қамраб олган аралаш модели билан ифодалаш мумкин бўлади. Ушбу функционал боғлиқликни қуйидаги формула орқали тасвирлаш мумкин:

$$\Delta T_{iy} = (Q_t / T_x) * (T_x / X_{cx}) * (X_{cx} / B_x) * (B_x / Q) ;$$

Ушбу бир-бири билан боғлиқ омилларни ҳисоблаш натижасида туризмнинг иқтисодиётда тутган ўрнига баҳо бериш ва ҳар бир омилнинг таъсирини ҳисоблаш мумкин. Натижа кўрсаткичининг, яъни туризм соҳасининг мамлакат иқтисодиётидаги ўрнини ушбу омиллар билан боғлиқлигини ифодалаш учун қуйидаги аддитив моделда ифода этилган формула тавсия қилинади:

$$Ti_{\text{ў}} = T_{\text{му}} * T_{\text{бх}} * X_{\text{бх}} * Я_{\text{м}} ;$$

Ҳар бир иқтисодий жараёнга баҳо беришда аниқланган натижа кўрсаткичига алоҳида омиллар таъсирини ҳисоблашни тақозо қилади. Бундай таҳлил ушбу кўрсаткичнинг фарқини аниқлашдан бошланади. Чунки, ўрганилаётган натижа қай даражада ўзгарганлигига қараб ҳар бир омилнинг таъсирига баҳо бериш мумкин. Бунинг учун қуйидаги ҳисоб-китобни амалга ошириш лозим бўлади:

$$\Delta Ti_{\text{ў}} = (T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}1} * Я_{\text{м}1}) - (T_{\text{му}0} * T_{\text{бх}0} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0});$$

Энди туризмнинг иқтисодиётдаги ўрнига таъсир қилувчи формулага киритилган тўртта омилнинг таъсирини кетма-кет равишда ҳисоблаш мумкин.

Туризмнинг иқтисодиётда тутган ўрнига таъсир қилувчи биринчи омилнинг, яъни туризмда банд бўлган ходимларнинг ЯИМни яратиш бўйича меҳнат унумдорлиги ($T_{\text{му}}$) ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун аниқланган натижа кўрсаткичини ушбу биринчи омил ўзгариши билан қайта ҳисоблаб олинади ($T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}0} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0}$) ва ундан натижанинг режадаги миқдори ($T_{\text{му}0} * T_{\text{бх}0} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0}$) айрилади. Ушбу ҳисоб-китоб қуйидагича амалга оширилади:

$$\Delta Ti_{\text{ў}_{\text{ТМУ}}} = (T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}0} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0}) - (T_{\text{му}0} * T_{\text{бх}0} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0});$$

Тадқиқ қилинаётган соҳанинг иқтисодиётда тутган ўрнига таъсир қилувчи иккинчи омилнинг, яъни туризмда банд бўлган ходимларнинг хизмат соҳасида банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси ($T_{\text{бх}}$) ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун аниқланган натижа кўрсаткичини ушбу иккинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисоблаб олинади ($T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0}$) ва ундан натижанинг биринчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори ($T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}0} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0}$) айрилади. Ушбу ҳисоб-китоб қуйидагича амалга оширилади:

$$\Delta Ti_{\text{ў}_{\text{ТБХ}}} = (T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0}) - (T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}0} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0});$$

Ўрганилаётган соҳанинг иқтисодиётда тутган ўрнига таъсир қилувчи учинчи омилнинг, яъни хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган ходимларнинг умумий банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси ($X_{\text{бх}}$) ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун ҳисобланган натижа кўрсаткичини ушбу учинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисоблаб олинади ($T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}1} * Я_{\text{м}0}$) ва ундан натижанинг иккинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори ($T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0}$) айрилади. Ушбу ҳисоб-китоб анъанавий тарзда қуйидагича амалга оширилади:

$$\Delta Ti_{\text{ў}_{\text{ХБХ}}} = (T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}1} * Я_{\text{м}0}) - (T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}0} * Я_{\text{м}0});$$

Туризм соҳанинг иқтисодиётда тутган ўрнига таъсир қилувчи тўртинчи омилнинг, яъни ЯИМнинг меҳнатлилиги ($Я_{\text{м}}$) ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун ҳисобланган натижа кўрсаткичини ушбу тўртинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисоблаб олинади ($T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}1} * Я_{\text{м}1}$) ва ундан натижанинг учинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори ($T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}1} * Я_{\text{м}0}$) айрилади. Ушбу ҳисоб-китобни ҳам анъанавий тарзда қуйидагича амалга ошириш мумкин:

$$\Delta Ti_{\text{ў}_{\text{ЯМ}}} = (T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}1} * Я_{\text{м}1}) - (T_{\text{му}1} * T_{\text{бх}1} * X_{\text{бх}1} * Я_{\text{м}0});$$

Биз тавсия қилган усулнинг характерли жиҳати шундан иборатки, аниқланган барча омилларнинг таъсири тадқиқ қилинаётган кўрсаткичнинг умумий ўзгаришига тенг бўлиши керак. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta Ti_{\text{ў}} = \Delta Ti_{\text{ў}_{\text{ТМУ}}} \pm \Delta Ti_{\text{ў}_{\text{ТБХ}}} \pm \Delta Ti_{\text{ў}_{\text{ХБХ}}} \pm \Delta Ti_{\text{ў}_{\text{ЯМ}}};$$

Ушбу ҳисоб-китоблар натижасида туризм соҳасида яратилган ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) ҳажмининг мамлакат ЯИМдаги улушини кўпайтириш учун тегишли ички имкониятлар аниқланади ва ушбу кўрсаткични кўпайтириш бўйича

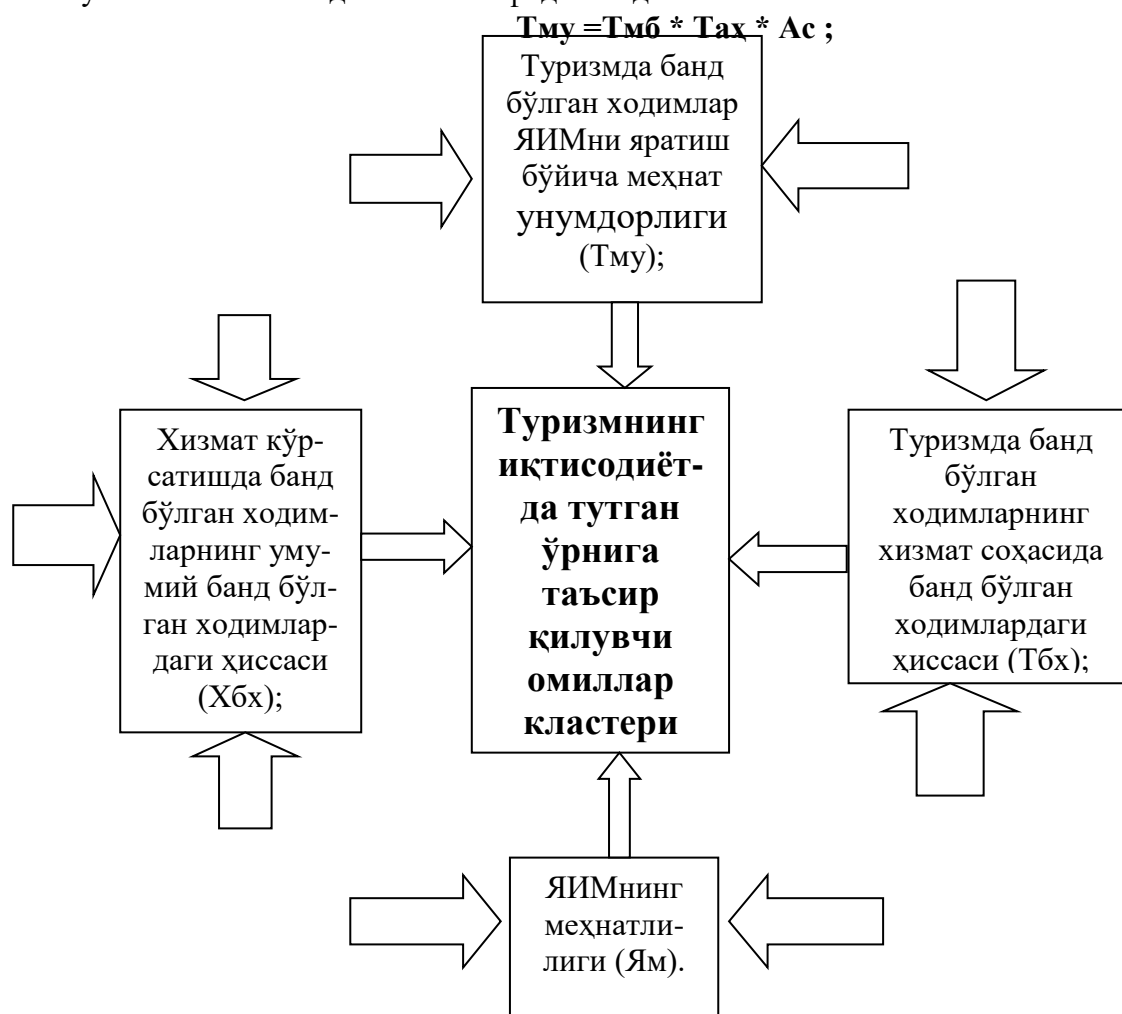
тегишли чора-тадбирлар ишлаб чиқилади. Ушбу чора-тадбирларни амалга ошириш учун тегишли бошқарув қарорлари ҳам қабул қилинади.

Ўрганиш жараёнини чуқурлаштириш натижасида ҳар бир омилнинг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни ҳам аниқлаб олиш мумкин. Шу тариқа омиллар кластерини ташкил қилиш мумкин бўлади (1-расм).

Масалан, юқорида қараб чиқилган биринчи омил – **туризм соҳасида меҳнат унумдорлиги** ўзгаришига таъсир қилувчи омилларни олайлик. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, мазкур кўрсаткич ўзгаришига яна қуйидаги омиллар таъсир қилар экан:

- 1та туристга тўғри келадиغان туристик маҳсулот (Тмб);
- туристларнинг аҳоли сонидagi ҳиссаси (Тах);
- туризмда банд бўлган 1та ходимга тўғри келадиغان аҳоли сони (Ас).

Ушбу омилларнинг натижа кўрсаткичи билан боғлиқлиги қуйидаги мультипликатив модель билан ифодаланади:



1-расм. Туризмнинг иқтисодий-да тутган ўрнига таъсир қилувчи омиллар кластери

Ушбу омиллар таъсирини ҳам иқтисодий таҳлил ва статистиканинг бир қанча усулларини қўллаб аниқлаш мумкин.

Иккинчи омил, **туризмда банд бўлган ходимларнинг таъсир қилувчи омиллар кластери**дан иборат. Ушбу кўрсаткичга ҳам бир қанча омиллар таъсир қилади. Булар қуйидагилардан иборатдир:

- туристларнинг ходимлар билан таъминланганлиги (Тхт);

- битта меҳмонхонага тўғри келадиган туристлар сони (Мтс);
- хизмат соҳасида банд бўлган ходимларнинг меҳмонхоналар билан таъминланганлиги (Ххмт).

Мазкур омилларнинг ҳам натижа билан боғлиқлиги, юқорида таъкидланганидек, қуйидаги мультипликатив модель билан ифодаланади:

$$Тбх = Тхт * Мтс * Ххмт ;$$

Мазкур формулада келтирилган омиллар таъсирини ҳам иқтисодий таҳлил ва статистиканинг бир қанча анъанавий усулларини қўллаган ҳолда аниқлаш мумкин.

Мазкур формулада келтирилган омиллар таъсирини ҳам юқоридаги сингари иқтисодий таҳлил ва статистиканинг бир қанча усулларида фойдаланган ҳолда аниқлаш мумкин.

Учинчи омил – **хизмат кўрсатишда банд бўлган ходимларнинг умумий банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси (Хбх)** бўлиб ҳисобланади. Ушбу омилга таъсир қилувчи иккинчи даражали омилларга ҳам бир қанча омиллар таъсир қилади. Буларни аниқлаш учун ҳам омилларнинг функционал боғлиқлигини белгилаб олинади ва уларни қуйидаги формулалар орқали ифодалаш мумкин бўлади:

- туризмда яратилган маҳсулотнинг хизмат кўрсатиш ходимлари билан таъминланганлиги (Хтм);
- туризмда банд бўлган ходимларнинг меҳнат унумдорлиги (Тму);
- туризмда банд бўлган ходимларнинг умумий банд аҳолидаги ҳиссаси (Тхх);

Мазкур омилларнинг натижа, яъни хизмат кўрсатишда банд бўлган ходимларнинг умумий банд бўлган ходимлардаги ҳиссаси билан боғлиқлиги, юқорида таъкидланганидек, қуйидаги мультипликатив модель билан ифодаланади:

$$Хбх = Хтм * Тму * Тхх ;$$

Мазкур гуруҳ омиллар ҳам натижа ўзгариши билан функционал боғлиқ. Уларнинг таъсирини ҳам иқтисодий таҳлил ва статистикада қўлланиладиган бир қанча анъанавий усуллардан фойдаланган ҳолда аниқлаш мумкин.

Тўртинчи омил – мамлакат иқтисодиётида бир йилда яратилган **ЯИМнинг меҳнатлилиги (Ям)** билан боғлиқ омиллардир. Мазкур омилга таъсир қилувчи иккинчи даражали омилларга ҳам бир қанча омиллар киради. Буларни аниқлаш учун ҳам, юқорида қайд қилинганидек, омилларнинг функционал боғлиқлигини белгилаб олиш лозим бўлади. Ушбу омилларнинг натижа билан боғлиқлигини қуйидаги формулалар орқали ифодалаш мумкин бўлади:

- туризм соҳасида банд бўлган битта ходимга тўғри келадиган банд аҳолининг сони (Бт);
- туристик фирмаларга тўғри келадиган туризмда банд бўлган ходимларнинг ўртача сони (Тб);
- мамлакат ЯИМнинг турфирмалар билан таъминланганлиги (Тфт);

Ушбу келтирилган омилларнинг натижа, яъни мамлакат иқтисодиётида бир йилда яратилган ЯИМнинг меҳнатлилиги билан боғлиқлиги, юқорида таъкидланганидек, бу ҳам қуйидаги мультипликатив модель билан ифодаланади:

$$Ям = Бт * Тб * Тфт ;$$

Тадқиқ қилинаётган ушбу гуруҳ омиллар ҳам натижа ўзгариши билан функционал боғлиқ. Уларнинг таъсирини ҳам, юқорида таъкидланганидек, иқтисодий таҳлил ва статистикада қўлланиладиган бир қанча анъанавий усуллардан фойдаланган ҳолда аниқлаш мумкин.

Мазкур ҳолатда қараб чиқилган усулни аниқ маълумотларни қўллаб ечадиган бўлсак, мамлакат ЯИМда туризмнинг ҳиссасини аниқлаш ва уни кўпайтиришнинг ички имкониятларини ахтариб топиш имконини беради. Натижада соҳа самарадорлигини оширишга, шу орқали иқтисодиётнинг барқарорлигини таъминлашга, аҳолининг яшаш даражаси ва сифатини оширишга эришилади.

<p>Д.Н.Абиев</p> <p>Место туризма в экономике и пути определения влияющих на него факторов</p> <p>Аннотация: в статье рассмотрены место туризма в экономике и пути определения влияющих на него факторов. Определены доля туризма в ВВП, четыре основных фактора, влияющих на нее. В ходе определения вспомогательных факторов сформирован кластер факторов, влияющих на результат. Эта проблема доказана с теоретической и практической сторон.</p> <p>Ключевые слова: туризм, сфера туризма, туристическая отрасль, ВВП в туризме, экономика страны, место туризма в экономике страны, факторы, кластер, кластер факторов.</p>	<p>J.Abiev</p> <p>The place of tourism in the economy and ways to determine the factors affecting it</p> <p>Abstract: The article considers the place of tourism in the economy and ways to determine the factors affecting it. The share of tourism in GDP is determined, also determined the four main factors affecting it. During the determination of auxiliary factors, a cluster of factors influencing the result was formed. This problem has been proved theoretically and practically.</p> <p>Keywords: tourism, sphere of tourism, GDP in tourism, the country's economy, the place of tourism in the country's economy, factors, cluster, cluster of factors.</p>
--	--

И.Р.Бердиқулова – СамИСИ ўқитувчиси

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИННОВАЦИОН ОМИЛЛАРИ ВА УЛАРНИ АМАЛГА ОШИРИШ МУАММОЛАРИ

<p>Аннотация: мақолада туризмни ривожлантиришнинг инновацион омиллари, уларнинг мамлакат ижтимоий ҳаётидаги аҳамияти ва амалга ошириш муаммолари қараб чиқилган. Унда иқтисодиётни ва унинг таркибий қисми бўлган туризмни ривожлантиришнинг инновацион омиллари ва улардан фойдаланиш механизмларига ҳам қисқагинатўхталган.</p> <p>Калит сўзлар: туризм, омиллар, ташкилий-иқтисодий омиллар, иқтисодий механизм, ташкилий механизм, ташкилий-иқтисодий механизм.</p>

Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида туризмни ривожлантириш асосий устувор вазифа сифатида белгиланган. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, иқтисодиётни модернизациялаш ва диверсификациялаш шароитида туризм соҳасини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари ва омиллари бўйича бир қанча муаммолар мавжуд экан. Ушбу соҳани ривожлантиришда ва муаммоларни ҳал қилишда бир қанча ташкилий-иқтисодий тадбирларни амалга оширишни тақозо қилади. Мазкур масалани тадқиқ қилиш натижасида қуйидаги ишларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ, деган хулосага келинди.

Биринчидан, ҳозирги пайтда дунё миқёсида ижтимоий-иқтисодий ҳаётнинг

ҳамма жабҳасида инновацион жараёнлар кириб бормоқда ва ушбу ҳолат давом этмоқда. Келажакда ушбу жараён бизнинг мамлакатимизда ҳам иқтисодий тараққиётнинг асосий омили бўлиб қолади. Аммо инновациянинг мазмуни, унинг турлари бўйича назарий масалалар иқтисодий адабиётларда кам ёритилган. Буларни инобатга олиб, инновациянинг моҳияти, турлари ва таснифининг назарий масалалари қараб чиқилиши ва инновация ҳамда ушбу тушунчага оид атамаларнинг таърифлари назарий жиҳатдан асосланиши ҳамда унинг турлари ҳамда таснифи бўйича концептуал йўналишлари ишлаб чиқишини тақозо қилади. Албатта бу борада мамлакатимизнинг бир қанча олимлари, хусусан, М.Қ. Пардаев, Т.Х. Мамасоатов, О.М.Пардаев, А.Ф.Расулов, Н.М.Махмудов, Д.Н.Акабирова, Б.З.Мильнер, В.Л.Макаров, В.И.Маевский кабилар¹ томонидан тадқиқотлар олиб борилмоқда.

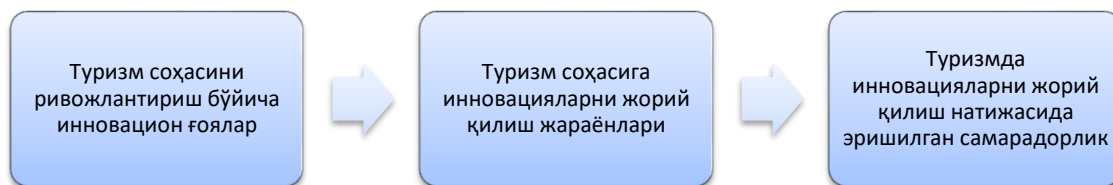
Иккинчидан, олимларимиз томонидан инновацион жараёнларни бир қанча йўналишларда таснифлашга эришилди. Улардан бири инновацияни яратувчилари бўйича таснифи бўлса, иккинчи йўналиш инновацияни рақобатбардошлик омили бўйича таснифлаш лозимлиги кўрсатиб ўтилди. Учинчи йўналиш сифатида инновациянинг манфаатдорликни ифодалаш даражаси бўйича таснифи берилди. Тўртинчи йўналиш инновацияни амалиётга жорий қилиш нуктаи назаридан таснифланди. Навбатдаги бешинчи йўналиш сифатида инновацияни иқтисодий мазмуни бўйича кенгайтирилган ишлаб чиқариш бўғинлари нуктаи назаридан таснифлаш лозимлиги асосланди. Олтинчи йўналишда инновацияни тармоқлар бўйича таснифланган бўлса, еттинчи йўналишда инновацияни вақт нуктаи назаридан таснифлаш лозимлиги тавсия қилинди². Ушбу тасниф инновацияни таснифлаш масаласига умумметодологик нуктаи назардан ёндошилган ҳолатда ёритилган. Аммо тадқиқотларимиз кўрсатдики, ушбу тасниф туризм соҳасига ҳам бевосита дахлдор эканлигини кўрдик.

Учинчидан, ҳозирги пайтда инновацион иқтисодиётнинг ривожланиши бўйича халқаро тажрибалар ва улардан мамлакатимизда фойдаланиш имкониятлари ҳам қараб чуқур ўрганишни тақозо қилади. Чунки, инновациянинг яратилиши ва унинг жорий қилинишида дунё миқёсида чегара йўқ. Бу борада кенгроқ тушунчага эга бўлиш учун бир қанча мамлакатлар олимлари асарларини ўрганиш ва уларнинг тажрибаларидан ҳам соҳа тараққиёти учун фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Шу туфайли туризм соҳасини тадқиқ қилишнинг яна бир йўналиши айнан ушбу муаммоларни ҳал қилиш билан боғлиқдир.

Тадқиқотларимиз кўрсатдики, туризм соҳасини ривожлантиришда инновацион лойиҳаларга қўйиладиган инвестицияларни баҳолаш йўллари ҳам турли манфаатдор ташкилотлар томонидан амалиётда ҳам тегишли тарзда қўлланилиб келинмоқда. Туризмда инновацияни амалиётга жорий қилиш механизмлари бир қанча босқичлардан иборат. Бу қуйидагиларни ўз ичига олиши мумкин (1-расм).

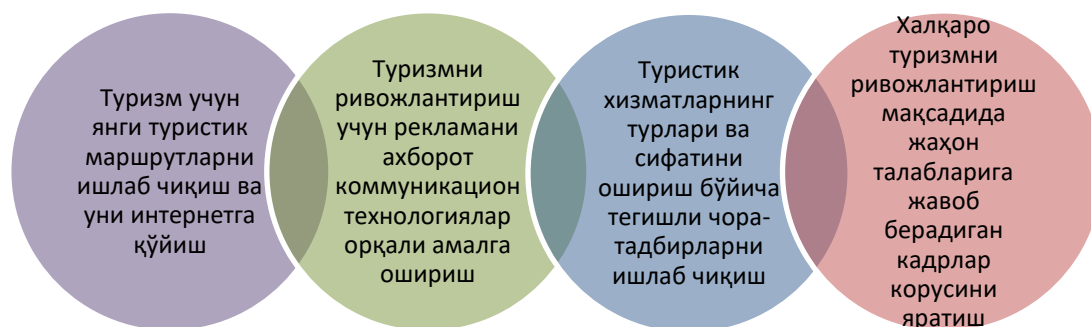
¹ Пардаев М.Қ., Мамасоатов Т.Х., Пардаев О.М. Модернизация, диверсификация ва инновация – иқтисодий ўсишнинг муҳим омиллари. – Т.: “Наврўз” нашриёти, 2014. – 104 бет., Махмудов Н.М., Акабирова Д.Н. Стратегия инновационного развития промышленности Республики Узбекистан в период модернизации экономики. – Т.: «Иқтисодиёт», 2011. – 356 с., Муаллифлар жамоаси. Ўзбекистон: жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, инновацион тараққиёт ва миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини ошириш. – Т.: “KONSAUDITINFORM-NASHR” нашриёти, 2011. 408 бет., Коллектив авторов. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управления знаниями./ под ред. Б.З.Мильнера. – М.: ИНФРА – М, 2013, - 624 с.

² Пардаев М.Қ., Мамасоатов Т.Х., Пардаев О.М. Модернизация, диверсификация ва инновация – иқтисодий ўсишнинг муҳим омиллари. – Т.: “Наврўз” нашриёти, 2014. – 34-67 бетлар.



1-расм. Инновацияни амалиётга жорий қилиш механизмларининг босқичлари

Расмдан кўриниб турибдики, туризм соҳасида инновацияларни жорий қилиш натижасида тегишли самарадорликка эришиш учун соҳада қандай инновациялар бўлиши мумкинлиги муҳим саналади. Бизнинг фикримизча улар куйидагилардан иборат (2-расм).



2-расм. Туризм соҳасидаги оддий инновацион кўрсаткичлар

Шуни эътироф этиш керакки, мамлакатимизда туризм соҳасига эътибор, ушбу соҳада яратилаётган инновацион лойиҳаларнинг амалиётга жорий қилиниши нафақат иқтисодий, балки муҳим ижтимоий аҳамиятга ҳам эга. Ушбу жараён куйидаги имкониятларга эришишга ва қулайликларни қўлга киритишга катта шароит яратади:

Биринчидан, туризмнинг ривожланиши иқтисодиётда аҳолини иш билан таъминлаш натижасида бандлик муаммосини ҳал қилади, уларнинг ижтимоий-иқтисодий фаровонлигини ошириш эвазига, аҳоли турмушини яхшилаш, ҳаёт даражаси ва сифатини ошириш имконини беради.

Иккинчидан, туризмнинг ривожланиши мамлакатимизнинг экспорт салоҳиятини ошириш эвазига миллий ва хорижий валюта маблағлари тушумини кўпайтиришга, маҳаллий ва давлат бюджети даромадлар қисмининг ошишига ёрдам беради.

Учинчидан, туризмнинг ривожланиши республикамызда унчалик катта сармоя талаб қилмаган ҳолда, сотиладиган маҳсулотлар қийматининг ўсишига, хизматлар экспортининг оширилишига, шу орқали ҳудудий ва ялпи ички маҳсулотнинг ошишига ўз ҳиссасини қўшади.

Тўртинчидан, туризмнинг инновацион омиллар эвазига ривожланиши мамлакатимизда илғор технологияларнинг жорий қилинишини, модернизация ва техник янгиланиш эвазига тараққиётни таъминлайди, турли мамлакатларга сафар қилиш ва улар тажрибасини ўрганиш орқали замонавий тажриба, бошқарув малакаси, малакали кадрлар кўникмасининг ҳосил бўлишига, уларнинг замонавий билимларни эгаллаб, ахборот коммуникация ютуқларидан ўз фаолиятларида кенг фойдаланишга ижобий таъсир кўрсатади.

Бешинчидан, туризмнинг инновацион омиллар эвазига ривожланиши туристик хизматлар истеъмолчиларининг туристик маҳсулотлар ва хизматларга

бўлган эҳтиёжларини сифатли ҳамда арзон маҳсулотлар (хизматлар) билан тўлароқ қондириш имкониятини яратади.

Олтинчидан, республикаимизнинг ташқи иқтисодий алоқаларини ривожлантириш билан бирга туризмнинг ривожланиши ўтказилаётган ислохотларнинг иқтисодий натижаларини таққослаш имконини берадиган мамлакатимизнинг жаҳон иқтисодиёти билан интеграциялашув жараёнини чуқурлаштириб боради ҳамда жаҳон бозорига сифатли тайёр маҳсулотлар (хизматлар) билан кириб боришга эришилади.

Еттинчидан, туризмнинг инновацион омиллар эвазига ривожланиши мамлакатимизнинг жаҳон майдонида иқтисодиёт соҳасида ҳам нуфузининг ошишига катта имконият яратади. Энг муҳими, барча чора-тадбирлар эвазига аҳолининг фаровонлиги ошиб, мамлакатимизда обод турмушни таъминлаш имконияти яратилади.

Саккизинчидан, ички ва халқаро туризмнинг инновацион омиллар эвазига ривожланиши нафақат иқтисодий самара, балки муҳим ижтимоий самарадорликка эришиш имконини беради, халқлар ўртасида маданий алоқаларнинг мустақамланиши ва дўстлик ришталарининг ошиб боришини ҳам таъминлайди.

Умумий хулоса қиладиган бўлсак, шуни таъкидлаш жоизки, келгусида мамлакатимиз иқтисодиётинингривожланишида инновацион жараёнлар асосий ўринни эгаллайди. Бу бевосита унинг таркибий қисми бўлган туризм соҳасига ва унда фаолият кўрсатаётган хўжалик юритувчи субъектларга ҳам дахлдордир.

<p>И.Р.Бердикулова Инновационные факторы развития туризма и проблемы их осуществления</p>	<p>I.Berdikulova Innovative factors of tourism development and problems of their implementation</p>
<p>Аннотация: в статье рассматриваются инновационные факторы развития туризма, их социальное значение и проблемы их осуществления. Приведены инновационные факторы развития экономики, а также туризма, который является структурной частью экономики страны, далее краткое содержание механизмов применения. Ключевые слова: туризм, факторы, организационно-экономические факторы, экономический механизм, организационный механизм, организационно-экономический механизм.</p>	<p>Abstract: the article considers innovative factors of tourism development, their social significance and problems of their implementation. Innovative factors of economic development, as well as tourism, which is a structural part of the country's economy, are given, followed by a brief summary of the application mechanisms. Keywords: tourism, factors, organizational and economic factors, economic mechanism, organizational mechanism, organizational and economic mechanism.</p>

Н.Б.Тагирова – СамИСИ ўқитувчиси

МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИДА РАҚОБАТНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада меҳмонхона хўжаликларида рақобатнинг ўзига хос хусусиятлари очиб берилган ва соҳанинг рақобатбардошлигини таъминлашда мавжуд хавф-хатарларга ҳам қисқагина тўхталган. Рақобат тушунчаси бўйича олимларнинг қарашлари ҳам назарий жиҳатдан таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: меҳмонхона, меҳмонхона хўжалиги, рақобат, рақобатбардошлик, хизматлар, меҳмонхона хизматлари.

Бугунги кунда иқтисодиётни модернизациялаш ва диверсификациялаш шароитида инновацион омилар билан рақобатбардошликни таъминлаш муҳим аҳамият касб этмоқда. Иқтисодиётни ислоҳ қилиш масаласи ўзимизга хос тарзда босқичма-босқич амалга оширилмоқда. Биринчи даврларда мулкни давлат тасарруфидан чиқариб кўп мулкчиликка асосланган иқтисодиётни шакллантирдик. Иккинчи босқичда, тадбиркорликка кенг йўл очиб берилиб, унинг меъёрий асослари яратилди. Учинчи босқичда, давлатнинг хусусий тадбиркорлар фаолиятига аралашмаслик масаласи долзарб масала сифатида кун тартибига кўйилди. Бу эса, эркин рақобат асосида ривожланидиган иқтисодиётни шакллантиришга асос бўлди. Пировардида, иқтисодиётни жадал ривожлантиришга эришиш учун рақобат муҳитини яратиш, корхоналарнинг рақобатбардошлигини таъминлаш лозим бўлди. Бу объектив зарурият, табиийки, ушбу масалаларнинг назарий ва методологик муаммоларини тадқиқ қилишни тақозо қилади.

Рақобат ва рақобатбардошликни назарий жиҳатдан таҳлил қилишдан олдин «рақобат» атамасининг мазмунини очиш мақсадга мувофиқ, деб ўйлаймиз. Аслида рақобат сўзи латинча – “concurrentia” сўзидан келиб чиққан бўлиб, тўқнашмоқ маъносини англатади.

Тўқнашув иқтисодий жараён. Аммо рақобат – иқтисодий категория. Шу туфайли унинг такомиллашган таърифи ишлаб чиқилган бўлиши шарт. Аммо рақобатнинг таърифи ҳақида олимларимиз ҳамон бир фикрга келган эмас. Бу борада айрим олимларнинг қарашларини профессор М.Қ.Пардаев ва доцент Ж.И.Исроиловлар ўзларининг “Хусусий корхоналар фаолияти таҳлилининг назарий ва методологик муаммолари” номли монографиясида¹ батафсил ёритиб берилган. Буни инобатга олиб, биз ҳам ушбу қарашларга эътиборни қаратишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Бу борада турли луғатларда ва энциклопедияларда ҳам аниқ фикрлар айтилган. Жумладан, А.Н.Азрилиян раҳбарлигидаги муаллифлар жамоаси рақобатга қуйидагича таъриф беради: “Товар ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги капитал, хомашё ва бозорни таъминлаш учун қулай соҳани эгаллашга қаратилган мусобақа”.² Демак, бозорда ўз ўрнини мустаҳкамлашга қаратилган ҳаракатлар мажмуи тушунилади. Худди шунга ўхшаш, А.М.Румянцев раҳбарлигидаги муаллифлар жамоаси эса “Товар ишлаб чиқаришга хос, хусусий мулкчиликка асосланган бўлиб, хусусий товар ишлаб чиқарувчилар ўртасида товарни ишлаб чиқариш ва сотишда қулай шароит учун мурасасиз кураш жараёни”.³ – деб таъриф берганлар. Буларнинг таъкидлашича ушбу таърифнинг асосий кулминацион нуқтаси мурасасиз курашдир, деган ғояни олдинга сурган. Айрим олимлар эса, рақобатни бозордаги кураш тарзида идрок қилади. Шунга яқин таърифни А.Г.Грязнова раҳбарлигидаги муаллифлар жамоаси ҳам таъкидлаб, “Истеъмолчиларнинг чегараланган талабини қондириш учун турли фирмалар ўртасида ўзларига мақбул бўлган бозордаги кураши”⁴ – деб кўрсатадилар. Худди шундай фикрларни яна бир гуруҳ олимлар ҳам қўллаб-қувватлаганлар. Жумладан, В.И.Видяпин ва Г.П.Журавлёвалар раҳбарлигидаги муаллифлар жамоаси рақобатни “Бозор муносабатлари иштирокчиларининг товарни ишлаб чиқариш ва

¹ Пардаев М.Қ., Исроилов Ж.И. “Хусусий корхоналар фаолияти таҳлилининг назарий ва методологик муаммолари” монография. – Т.: “Fan va texnologiyalar”, 2007. - 144 бет.

² Большой экономический словарь. М.: Институт новой экономики. 1999. – 375 бет.

³ Экономическая энциклопедия. Политическая экономия. М.: СЭ. 1975. – 214-215 бетлар

⁴ Микроэкономика. Теория и Российская практика. М.: ИТД КноРус., 1999. – 248 бет.

сотишда қулай шароитга эга бўлиши учун кураш жараёни”¹ – сифатида қарайдилар. Лекин, ушбу масалага бошқачароқ ёндашган олимлар ҳам мавжуд. Масалан, Н.Грегори Монкью “Бозор рақобати – кўп сотувчи ва кўп харидорга эга бўлган бозор бўлиб, уларнинг ҳар бирининг бозор баҳосига маълум миқдорда таъсир этишидир”² – деб уқтиради. Буларни инобатга олиб М.Қ.Пардаев ва Ж.И.Исроиловлар, ҳали олимларимиз олдида рақобат тушунчасига назарий ва амалий жиҳатдан асосланган таърифини ишлаб чиқиш муаммоси долзарблигича қолаётганлиги таъкидлайдилар³. Бироқ, биз ўрганаётган соҳа – меҳмонхона хўжаликларига рақобат бир қанча ўзига хос хусусиятларга эга.

Меҳмонхоналарда рақобатнинг ўзига хос хусусиятлари бевосита унинг фаолиятининг ўзига хослигига боғлиқ ва бу қуйидагилардан иборат:

- турли меҳмонхоналарнинг кўплиги;
- меҳмонхоналарнинг асосий қисми хусусий мулкка асосланган тадбиркорликка таянган ҳолда фаолият кўрсатиши;
- меҳмонларнинг туризм мавсумига биноан мавсумий характерга эга эканлиги;
- харажатларнинг доимийлиги, аммо меҳмонларнинг мавсумийлиги эвазига йилнинг барча даврида хизматлардан тушган даромадларнинг харажатларни қоплайдиган ҳолатда эмаслиги;
- соҳада фойданинг юқори эмаслиги;
- меҳмонхона хизматлари сифатининг доимий равишда кўзга ташланиб турмаслиги;
- меҳмонхона самарали фаолиятининг ташқи омилларга (меҳмонларнинг келишига) боғлиқлиги;
- хизматлар сифатини оширишга бевосита баҳонинг кўтарилиши билан ҳамиша мувофиқ келмаслиги кабилар.

Ушбу ҳолатлар мазмунига қисқача тўхталишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Биринчидан, ҳозирги пайтда меҳмонхона хизматларининг ўзига хос хусусиятларидан бири рақобат муҳитида турли меҳмонхоналарнинг кўплиги билан изоҳланади. Уларнинг бирида хизмат юқори сифатга эга нархи қимматроқ, иккинчисида эса, сифати ҳам нархи ҳам олдингисига нисбатан пастроқ. Уччисида хизмат тури ҳам кам ва мос равишда нархи ҳам анча арзон. Аммо ушбу меҳмонхоналар ҳар бирининг истеъмолчиси бор. Шу туфайли уларнинг қайси афзалликка эга эканлигига баҳо бериш қийин ва мос равишда рақобатда қайси ютуққа эришиш мумкинлигини ҳам аниқлаш қийин.

Иккинчидан, меҳмонхоналарнинг асосий қисми хусусий мулкка асосланган тадбиркорликка таянган ҳолда фаолият кўрсатиши билан изоҳланади. Хусусий мулкка асосланган меҳмонхоналарда асосий мақсад рақобатда синмаслик учун кўпроқ фойда олишга бағишланган. Аммо кўпроқ фойда олишга интилиб, нархни қимматлаштириш эвазига ҳам синиб қолиши мумкин. Шу туфайли ҳар бир хўжалик юритувчи субъектлар сингари меҳмонхоналарда ҳам баҳо сиёсати жуда тўғри йўлга қўйилган бўлиши керак. Акс ҳолда, замонавий моддий-техника базасига эга бўлган юқори сифатли хизмат кўрсатишга мўлжалланган меҳмонхоналар ҳам банкротликка учраб, синиб қолиши табиий.

Учинчидан, меҳмонларнинг туризм мавсумига биноан мавсумий

¹ Общая экономическая теория. Учебник. М.: Промо-Медиа., 1995. – 117 бет.

² Принципы экономикс. Санкт-Петербург. Питер., 1999. – 88 бет.

³ Пардаев М.Қ., Исроилов Ж.И. “Хусусий корхоналар фаолияти таҳлилининг назарий ва методологик муаммолари” монография. – Т.: “Fan va texnologiyalar”, 2007. - 144 бет.

характерга эга эканлиги ҳам соҳанинг ўзига хослигидан далолатдир. Одатда ишлаб чиқариш корхоналари узлуксиз йил давомида фаолият кўрсатиш ва барқарор равишда фойда олиб, ўзининг яшовчанлигини таъминлашлари мумкин. Аммо туризм ва унинг инфратузилмаси бўлган меҳмонларни жойлаштиришга мўлжалланган меҳмонхоналар мавсумий фаолият кўрсатиб, маълум даврдагина фойда олишга эришади, қолган даврда шу фойдаси ҳисобига яшашига тўғри келади. Шу туфайли мавсум давомида олган фойдаси йил давомида яшашини таъминлашга етадиган бўлиши лозим. Бунинг учун эса, нархни шунга муносиб равишда кўтаришга тўғри келади. Бу ҳолат ҳамиша ҳам рўй бермаслиги мумкин. Чунки келгувчи ва вақтинча яшовчи меҳмонлар меҳмонхонанинг иқтисодий аҳволини эмас, ўзларининг манфаатларидан келиб чиқади. Шу туфайли ушбу ўзига хослик ҳам ўта жиддий эътиборни талаб қилади.

Тўртинчидан, харажатларнинг доимийлиги, аммо меҳмонларнинг мавсумийлиги эвазига йилнинг барча даврида хизматлардан тушган даромадларнинг харажатларни қоплайдиган ҳолатда эмаслиги хусусида юқорида қисман тўхталдик. Яна шуни таъкидлаш жоизки, мол-мулк солиғи, ер солиғи каби солиқлар ва шунга ўхшаш мажбурий тўловлар, меҳмонхоналар қанча фойда олишидан қатъи назар, бир йиллигини тўлайди. Ушбу харажатларни йил давомида фаолият кўрсатадиган корхоналар учун 12 ой давомида қоплаш лозим бўлса, мавсумий ишлайдиганлар, фақат мавсум даврида, масалан, 6 ой давомида қоплашига тўғри келади. Худди шу сингари бошқа доимий харажатлар ҳам қисқа муддатда қопланиши лозим бўлади. Бу ҳам соҳа учун бироз мураккабликларни келтириб чиқаради.

Бешинчидан, соҳада фойданинг юқори эмаслиги ҳам унинг ўзига хос хусусиятларидан биридир. Чунки савдо сингари меҳмонхона хўжалигида бирданига сотиш йўли билан катта фойдага эришиб қолмайди. Ушбу соҳа ўта нозик бўлганлиги учун, одамларни жалб қилиб, катта фойдани қўлга киритиб бўлмайди. Уларга бир марта нархни юқори белгиласа, бошқа сафар бошқасини ахтариши табиий. Бу эса, меҳмонларни мажбуран олиб келиш имконияти йўқлиги туфайли, ушбу меҳмонхона фойдадан бебаҳра қолиши табиий.

Олтинчидан, меҳмонхона хизматлари сифатининг доимий равишда кўзга ташланиб турмаслиги ҳам соҳанинг ўзига хос хусусиятларидан биридир. Меҳмонхона хизматлари ҳам бевосита истеъмол жараёнида содир бўлади. Шу туфайли унинг сифати ва сифатсизлигини фақат истеъмол жараёнидагина билиш ва унга баҳо бериш мумкин. Моддий бўлмаган нарсани сақлашнинг имконияти йўқлиги туфайли, ушбу хизматларни ҳам сақлаб қўйиш имконияти мавжуд эмас. Бу эса, ўз навбатида хизмат ҳақидаги тушунчага олдиндан ойдинлик киритиб бўлмайди. Масалан, маҳсулотни ёки товарни харид қилишда, уни олдиндан кўриб, сифати ва нархи бўйича ўзингизга маъқулини танлаб оласиз. Бундай танлов хизматларда бўлмайди.

Еттинчидан, меҳмонхона самарали фаолиятининг асосан ташқи омилларга (меҳмонларнинг келишига) боғлиқлиги ҳам соҳанинг ўзига хос хусусиятларидан биридир. Товарни ишлаб чиқиш учун хом ашё ва материалларни олдиндан танлаб харид қилиб етарли миқдорда захира қилиб қўйиш мумкин. Аммо меҳмонларни олдиндан харид қилиб олиб келишнинг имкони йўқ. Ушбу ташқи омил соҳани ривожлантиришга бироз тўсқинлик қилади.

Саккизинчидан, хизматлар сифатини оширишга бевосита баҳонинг кўтарилиши билан ҳамиша мувофиқ келмаслиги ҳам соҳанинг ўзига хос хусусиятларидан биридир. Таъкидланганидек, айрим истеъмолчилар арзонини хоҳласи, айримлари сифатли хизматни танлайди. Одатда сифатли хизмат бироз қиммат бўлса, арзон хизмат мос равишда сифати пастроқ бўлади. Ҳозирги пайтда

инфляция жараёни давом этмоқда. Бу эса, хизмат нархининг ошиб боришини тақозо қилади. Таъкидланганидек, нархнинг оширилиши ҳамиша ҳам соҳага муваффақият келтиравермайди.

Булардан келиб чиқиб, таъкидлаймизки, меҳмонхона хўжаликларида рақобатнинг таърифи ҳам умумий тушунчаларга нисбатан биров фарқ қилади. Бизнинг фикримизча мазкур соҳада рақобат тушунчасига қуйидагича таъриф беришни маъқул, деб топдик. **Рақобат деганда, меҳмонхона хўжалиklarининг хизмат кўрсатиш ва уларни сотиш жараёнида қулай шароитга эга бўлиши учун истеъмолчиларни кўпроқ жалб қилиб, кўпроқ фойда олишни таъминлашга қаратилган баҳо сиёсатини оптималлаштириш ва хизмат сифатини оширишга қаратилган ҳамда бир вақтнинг ўзида тежамкорликни ҳам таъминлайдиган ҳаракатлар мажмуи тушунилади.** Ўйлаймизки, биз берган таъриф соҳанинг ва ушбу соҳада фаолият кўрсатаётган тадбиркорларнинг манфаатларига тўлиқ мос келади ва рақобат билан боғлиқ бўлган барча жараёнларни ўзида мужассам этади.

Юқоридаги хусусиятлар, соҳанинг рақобатбардошлигига ҳам таъсир қилади. Рақобат категорияси рақобатбардошликни таъминлашга хизмат қилади. Ушбу тушунча ҳам ҳар бир соҳада ўзига хос хусусиятларга эга. Хусусан, меҳмонхонада рақобатбардошликни таъминлаш билан боғлиқ хавф-хатарлар бошқа соҳаларга нисбатан анча кучлилиги билан ҳам ажралиб туради. Ушбу ҳолат ҳам бир қанча омилларга боғлиқ. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Кўп ҳолларда фаолият натижасидан қатъий назар, харажатларни кўп талаб қилиши.
2. Рақобатчи меҳмонхоналарнинг қулай жойлашуви ва бошқа омиллар эвазига харажатларнинг кам талаб қилиниш.
3. Меҳмонхона жойлашган жойда туристларни жалб қиладиган туристик объектларнинг етарли эмаслиги.
4. Хизматларнинг сифати ва нархи турли миллат ва ҳудуд меҳмонларига бир хилда маъқул бўлмаслиги.
5. Меҳмонхоналар ўртасида туристларни жалб қилиш учун кучли курашнинг мавжудлиги.

Ушбу хавф-хатарлар меҳмонхона хўжаликлари раҳбарлари, инвесторлари ва меҳнат жамоасининг диққат марказида бўлиши лозим. Чунки рақобатбардошликни таъминлаш масаласини бирор дақиқа ҳам эътибордан четда қолдириб бўлмайди. Бу эса соҳа ходимларини (раҳбардан тортиб фаррошгача) ушбу масалага жуда масъулият билан ёндошишни тақозо қилади.

Агар бизнинг таклифларимиз амалиётга жорий қилинса, ўйлаймизки, меҳмонхона хўжаликларида соғлом рақобат муҳити яратилади, оптимал баҳо сиёсатини таъминлаш ва хизматлар сифатини кўтариш эвазига соҳа самарадорлигини оширишга эришилади ва шу билан бирга меҳмонларни кўпроқ жалб қилиб, унинг рақобатбардошлигини ҳам таъминлаш имконияти яратади.

<p>Н.Б. Тагирова</p> <p>Особенности конкуренции в гостиничных хозяйствах</p>	<p>N.Tagirova</p> <p>Features of competition in hotel facilities</p>
<p>Аннотация: данная статья раскрывает специфические особенности конкуренции в сфере гостиничного бизнеса, в которой также кратко описаны существующие риски в обеспечении конкурентоспособности. Также было проана-</p>	<p>Abstract: this article reveals particular features of competition in hotel industry and briefly mentions current risks ensuring competitive ability. There were also analyzed conception of competitiveness and views of scholars about it from the</p>

<p>лизиrowано понятие «конкуренция» с теоретической точки зрения и взгляды ученых о ней. Ключевые слова: гостиница, гостиничный бизнес, конкуренция, конкурентоспособность, сервис, гостиничный сервис.</p>	<p>theoretical point of view. Keywords: hotel, hotel industry (facility), competition, competitive ability, service, hotel service.</p>
---	---

B.Sobirov – Samarkand Institute of Economics and Service, PhD researcher

FORMATION OF CONSUMER BEHAVIOR MODELS ON THE MARKET OF TOURIST SERVICES IN UZBEKISTAN

Abstract: Paper investigates behaviour and determinants of tourists according to different factors. Moreover, theoretical analyses according to tourism service suppliers have been investigated accordingly. Thanks to development of the internet tourists, have an opportunity to access such information and purchasing opportunities, which were available with the help of intermediaries earlier. Providing wide range of possibilities, social media and internet based platforms fundamentally changed the way of tourists’ information search behavior and travelling decision-making. This article collects some of the most significant new applications in tourism – examine them from the two sides of tourism (demand, supply) – that principally based on active participation of users. In conclusion, findings of the study reveal that vast majority of travellers post their feedbacks during their trip planning process that will effect on decision-making procedure as whole.

Keywords: tourism, tourist behavior , tourism services, Uzbekistan

In the process of expansion of globalization and the rapid development of high-tech industry, the necessity to strengthen the economic growth and improve the quality of life of any country appears in its innovative activity. This kind of activity, in turn, is linked to the economic, scientific and technical potentials of the state, its innovative policy and resources, the spiritual state of the society. Accordingly, it is significant that a great attention is paid now to the trends of developing international tourism services market, in particular, in the sphere of its innovative development.

In-depth understanding of consumer behaviour, and in particular of the buying decision making process, is of paramount importance to both the industry and the academia. On this way, it enables marketers to better understand the reasons behind consumers’ actions in the marketplace, and therefore to provide insights on how to influence consumers at various stages of their buying or consumption process, thus achieving effective and efficient use of marketing resources.

From the first days of independence, interpreted as the type of service in the field of modern services, tourism services raised the level of public policy attention to it. It should be noted that there were only 4 private tourism companies in the country in 1993, at present, tourism services in the sector of non-tourist companies and hotels are about 800, while including the 500 hotels with total capacity of 30 thousand units and more than 300 tour operators and hotels are conducting activities.

Tourism and hotel management are considered as a structural part of the sphere of services while its development is directly associated with the development of the tourism sector. The expansion of the hotel business would not happen by itself. As it is known from the world practice of tourism development to the economic growth of the

country is linked with that development of the increased population and employment prosperity while it will lead to the development of culture and life standard. The process of the growth of scientific and technical progress in the field of tourism innovation in the context of the development of the economic system are considered as the main resource of providing the competition that is superior to have looked.

Specialist of current time are unable to continue their activities the flow of scientific and technical information continues to grow with a faster pace. In these conditions, young professionals from scientific information, technical updates and innovative ideas that should be able to choose, research and creative skills would not be without such capabilities.

On this way, the President of the Republic of Uzbekistan ShavkatMirziyoyev on December 2 in the year of 2016 was accentuated on tourism development. Moreover, it was stated that “ On measures to ensure the rapid development of tourism of the Republic of Uzbekistan” while tourism network, especially in the field of management and marketing improvement of the quality system preparation of qualified personnel.

At the stage of modernization of the country actually waiting for solutions in the field of tourism and hospitality industry a number of issues standing in the shift of the tourism industry, continue to be pressing issues.

The degree of knowledge of the problem. Tourism plays an important role in the growth of the economy, and it is the subject of research of many foreign scientists, including from the CIS countries. Economics, organization, management, marketing, accounting, tourism statistics, the legal bases of tourist activity, geography and tourism industry is investigated in the works of Beaver¹, P. Hofer², C. Kaspar³, S. L. Smith⁴, W. Wyss⁵, A.H. Abukov⁶, B.I. Azar⁷, M.A. Ananev⁸, N.S. Baruchkov⁹ and others.

In Uzbekistan, the issues of formation of the tourism product are considered in the context of the problems of regional economic development in the scientific works of N.M. Abdusalyamov¹⁰, I. Ivatov¹¹, M.M. Muhammedov¹², N. Tuhliev¹³, I.S. Tuhliev¹⁴, and

¹Beaver A. Mind Your Own Travel Business. Volume I, II, YII. London. 1993. ISBN 0-504395-3-3.-480p.

² Hofer P., Sind die Alten die Zukunft im marketing? In: IHA News, Nr.2, Hergiswill, 1989. – 387 p.

³ Kaspar C. Die Tourismuslehre im Erundriss. Bern, 1990.- P.27-30.

⁴Smith S.L.I. Tourism analysis. Harlow.: 1989. - P.31-32.

⁵W. Wyss. New Marketing, Adligenswill, 1986.-P.23-24; Perspektiven des schweizer Tourismus, Bern 1991.-P.37-40.

⁶Абукров А.Х. Туризм на современном этапе. – М.: Финансы и статистика, 1993.- С.3-9.

⁷Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. – М.: Финансы и статистика, 1998.-С.15.

⁸Ананьев М.А. Экономикаи география международного туризма. – М.:Издательство Московского университета, 1975. - С.14-34

⁹ Баручков Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма. – М.: Международные отношения, 1986.- С. 34-36

¹⁰Абдусаломова Н.М. Халқаро туризмда маркетинг жараёнининг ривожланиши («Ўзбектуризм» МК мисолида) Иқтисод фан.ном.дисс.автореф. – Т.:ТДИУ.2001.- 21 б.

¹¹Иватов И. Ресторанное хозяйство в туристической сфере. Учебное пособие Т.: ТГЭУ. 1998. - 131 с.

¹² Мухаммедов М.М., Рахматов Ф. Социальные аспекты развития туризма в Узбекистане.// Современные проблемы теоретической и практической медицины. Сборник научных трудов. II выпуск. – Самарканд, 2006. – С.66-69.

¹³Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. – Т. ,Узбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 423 с.

¹⁴ Тухлиев И.С. Миллий турмахсулотни шакллантиришда туризмнинг ижтимоий-иқтисодий моҳияти. «Продвижение бренда «Великий Шелковый путь» на мировой туристский рынок» международная научно-практическая конференция. ЮНВТО, Мадрид (Испания),Ташкент (Узбекистан).18 октября 2008 года. - С. 93-96.Туризм асослари. – Самарканд: Услубий қўлланма. – Самарканд, СамИСИ, 2008. с.87-97.

others. Applied research on the organizational and economic aspects of development of tourism in the country, represented by the works of Kim Kyung Ok¹, M.K.Pardaev², B.H.Turaev³ and others.

However, tourism in Uzbekistan has not yet reached the level of development adequate to their abilities. One unique natural resources, rich historical and cultural heritage cannot be the sole and sufficient condition for the development of tourism in the country.

According to researchers, consumer behaviour is an academic field of enquiry, a sub-discipline of marketing that generates scientific knowledge about a complex form of human behaviour. The chapter commences by discussing the phases in the development of consumer behaviour, followed by the approaches, or perspectives that are available for researchers who study consumer behaviour.

A critical evaluation for each perspective is undertaken to enable the selection of the lens through which this study is conducted. A review of consumer behaviour definitions is presented and a new definition is proposed for the purposes of this study. The chapter then proceeds to a critical review of the major comprehensive consumer behaviour models. For each model, an attempt is made to identify the constructs that may be affected by social media. A review of the cognitive tourism related models follows so to provide insights into the specific context of this study.

As a part of industry in its economy, tourism has been developing around the world while adding to the dynamic image effective at growing the share level. Similarly, from the first days of independence the country in the field of tourism services priority of service and economic development interpreted as the direction raised the level of public policy attention to it. Social media has also effect on this issue as a major tool (Picture 1.).

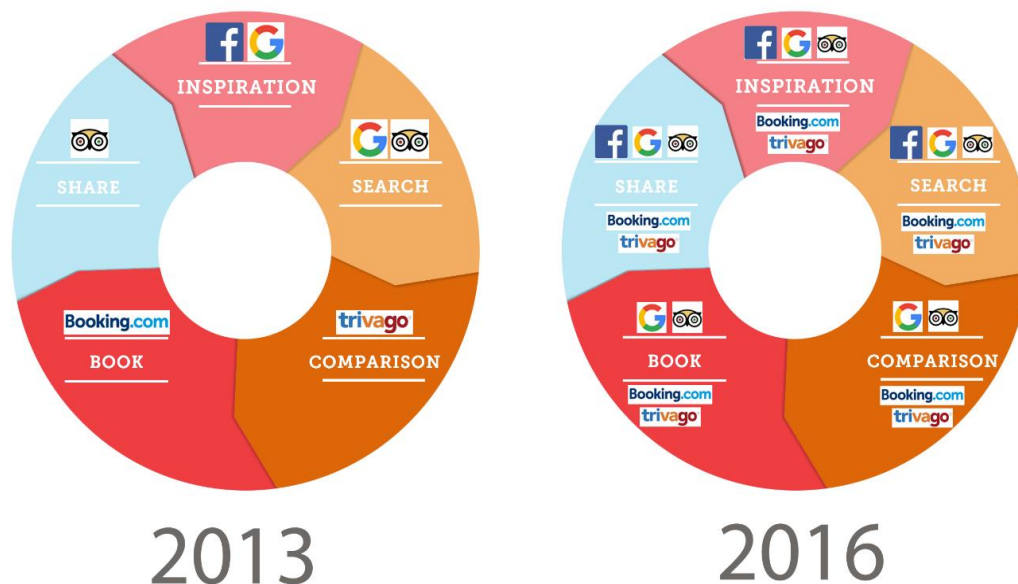


¹Ким Ок Кьонг. Маркетинг туристских и гостиничных услуг (теория и практика становления на материалах Республики Узбекистан). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.13- Маркетинг – Т.:ТГЭУ.1999. – 162 с.

²Пардаев М.К. Туристтик фирмалар хўжалик фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари. “Ўзбекистон Республикасида иктисодиёт ва молиянинг долзарб муаммолари”, ИАК, Самарқанд, СамИСИ, 20-21 октябрь 2006 йил.

³ Тураев Б.Х. Совершенствование системы менеджмента в туристической деятельности. Автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук.- С.: СамИСИ, 2005. – С.1-10.

These were some of the organizational and legal mechanisms necessary for the development of the area, and now the relevant documents have been received by the government in this direction and continue to work. In the recent years , different changes were observed on the behaviour of tourists , while these changes have also affected on their decision making procedure (Picture 2.).



In today's global economy, the state of tourism has been developing in many ways, in addition it is directly dependent on the expansion of the most competitive tourist consolidations, based on the use of not only cultural, historical and natural resources, but also the appropriate infrastructure, professional training, development of scientific-research institutes and modern information technologies

Devoting particular attention to this, infrastructure of Uzbekistan tourism sector stressed on the development of well thought-out long-term programs targeted projects on modernization and technical renewal of the basic sectors of our economy. On this way, the introduction of modern innovative technologies to provide a powerful impetus for the exit Uzbekistan to a new level, to ensure the competitiveness of our country in the global market.

World experience shows that the positive trends in the development of tourism industry in a particular area are primarily achieved by the joint efforts of government, business and science. In addition, the trends and patterns of development of the regional tourism market depends on the material, technical, ethnographical, natural-geographic, socio-economic characteristics of the territory, an adequate geographical scale of this market. This leads to the need for detailed scientific studies of the structural features and trends of development of regional tourism market, creating a framework for improving the cooperation mechanism in this market and the development of the concept of its development in the innovation economy

Over the decades, tourism has experienced, continued growth and deepening diversification to become one of the fastest growing economic sectors in the world. Modern tourism is closely linked to development and encompasses growing several new destinations. Tourism has become one of the major players in international commerce, and represents at the same time one of the main income sources for many developing countries. Moreover, the contribution of tourism to economic well-being relies on the quality and the revenues of the tourism offer International tourism has been steadily

increasing, as well as the importance of the tourism industry for the economy of many countries. Today, the business volume of tourism equals or even surpasses that of oil exports, food products or automobiles.

All is considered, now a mature experience of the world through the introduction of tourism potential of Uzbekistan. By the following features to the country tourist industry is seen as an important feature to enhance in total.

These problems and their solutions in the objective necessity of the presence of objects, including online platforms and social networks in the economic organization of modern information systems hotel in case of using single-date of this subject is dedicated to the improvement of the reference system, depending on suggest that.

Conclusions of this work is to develop theoretical, practical recommendations for the formation of a national tourist product of a separately taken area - destination, the study of the state and the identification of priority directions for the development of tourism activities in the Republic of Uzbekistan in the conditions of the globalization.

Overall, results of different studies show the importance of social media in tourism. On the one hand, these platforms offer opportunities for tourists to express themselves, share opinions, reviews and experiences, which other tourists may use as a reference in their travel planning. An opinion or recommendation from an acquaintance or friend has a huge impact on the tourists' travel decision-making process, which even more alter the original plan of tourists.

Although findings of the study reveal that vast majority of the students, use social networking sites every day they do not really use these platforms during their trip planning process.

Among students, friends and relatives are the most important source of information (84%), followed by information provided by travel guidebooks or travel magazines during the travel planning process. The third most important information source during the trip planning process is the opinions and reviews of other travellers on travel review sites such as stripadvisor.com or utazok.com. Reliability of user-generated contents of these sites among students not as good as an information source. In terms of reliability information provided by official websites of destinations, travel agents and travel guidebooks/magazines are more trustworthy for students than information provided by other travellers.

References

- [1] Абуков А.Х. Туризм на современном этапе. – М.: Финансы и статистика, 1993.- С.3-9.
- [2] Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. – М.: Финансы и статистика, 1998.-С.15.
- [3] Ананьев М.А. Экономика и география международного туризма. – М.: Издательство Московского университета, 1975. - С.14-34
- [4] Баручков Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма. – М.: Международные отношения, 1986.- С. 34-36
- [5] Абдусаломова Н .М. Халқаро туризмда маркетинг жараёнининг ривожланиши («Ўзбектуризм» МК мисолида) Иқтисод фан.ном.дисс. автореф. – Т.:ТДИУ.2001.- 21 б.
- [6] Иватов И. Ресторанное хозяйство в туристической сфере. Учебное пособие. Т.: ТГЭУ. 1998. - 131 с.
- [7] Мухаммедов М.М., Рахматов Ф. Социальные аспекты развития туризма в Узбекистане.// Современные проблемы теоретической и практической медицины. Сборник научных трудов. II выпуск. – Самарканд, 2006. – С.66-69.

- [8] Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. – Т., Узбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 423 с.
- [9] Тухлиев И.С. Миллий турмахсулотни шакллантиришда туризмнинг ижтимоий-иқтисодий моҳияти. «Великий Шелковый путь» на мировой туристский рынок» международная научно-практическая конференция. ЮНВТО, Мадрид (Испания), Ташкент (Узбекистан). 18 октября 2008 года. - С. 93-96., Туризма сослари. – Самарқанд: Услубий қўлланма. – Самарқанд, СамИСИ, 2008. - 87-97 бет.
- [10] Пардаев М.К. Туристтик фирмалар хўжалик фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари. “Узбекистон Республикасида иқтисодиёт ва молиянинг долзарб муаммолари”, ИАК, Самарқанд, 20-21 октябрь 2006 йил.
- [11] Тураев Б.Х. Совершенствование системы менеджмента в туристической деятельности. Автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук.- Самарқанд, СамИЭС, 2005. – С.1-10.

Б.Собиров	B.Sobirov
<p align="center">Формирование модели потребительского поведения на рынке туристических услуг</p>	<p align="center">Turizm xizmatlari bozorida istemolchi harakati modelini shakllantirish</p>
<p>Аннотация: Благодаря развитию Интернета туристы имеют возможность получить доступ к такой информации и возможностям покупки, которая ранее была доступна лишь при помощи посредников. Предоставление широкого спектра возможностей социальных сетей и интернет - платформ существенно изменило способ поиска информации и принятия решений о путешествии туристов. В статье исследуются поведение и детерминанты туристов в зависимости от факторов данного характер.</p> <p>Ключевые слова: поведение в туризме, принятие решений, туризм в Узбекистане, детерминанты туризма, факторы.</p>	<p>Annotatsiya: Dunyo bo'ylab zamonaviy axborot tizimlarining rivoji , shu jumladan, internet va uning ma'lumot almashish imkoniyati turizmدا istemolchilar harakatini tubdan shakllantirib yubordi. Bu borada, ijtimoiy tarmoqlarning keng imkoniyatlari esa turistlar uchun qulay internet platmorlarini, turli xildagi servis turlarini shakllantirdi. Ushbu maqolada istemolchi harakatiga tasir etuvchi xususiyatlar keng tarzda o'rganib uning turizm sohasi kelajagidagi tasiri o'rganildi. Shuningdek, maqolada turistik xizmatlarga qaysi faktorlar tasir etishi tahlil qilindi.</p> <p>Калит сўзлар: turistik xarakter, turistik qaror qabul qilish, O'zbekistonda turizm, turizm determinant, turistik faktorlar.</p>

Д.Норкулова – СамИЭС, соискатель

ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО И МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА

<p>Аннотация: данная статья раскрывает сущность детско-юношеского и молодёжного туризма, особенности организации детско-юношеского и молодёжного туризма в Европе, в частности в Греции, Турции, Англии, Франции, Германии, Италии, а также проблемы в организации данного вида туризма.</p> <p>Ключевые слова: детско-юношеский и молодёжный туризм, международный детско-юношеский лагерь, хостель.</p>

Как социальная отрасль туризм может заниматься подготовкой полноценных, гармонично развитых граждан. Воспитание гражданина страны - долгосрочная и многопрофильная задача. В нашей стране более 80 % молодежи не может позволить или не умеет организовать себе качественный отдых и активное времяпровождение.

Туризм способен создать условия для вовлечения молодежи в занятия массовыми видами спорта, приобщения к здоровому образу жизни, развитию патриотических настроений, способен справиться с большинством воспитательных задач подрастающего поколения. Участие в туристских походах, прогулках, загородных экскурсиях, туристских слетах и соревнованиях способствует духовному и физическому развитию, дают навыки самоорганизации, расширяют кругозор человека и способствуют его оздоровлению. Туризм предоставляет уникальную возможность глубже узнать и наглядно ознакомиться с историческим и культурным наследием своей страны и других государств, пробудить у молодых людей чувство национального самосознания, воспитать уважение и терпимость к быту и обычаям других национальностей и народов.

Велика роль путешествий и в обеспечении многостороннего развития личности. Именно походы, поездки, экскурсии могут дать подрастающему поколению возможность для повышения своего интеллектуального уровня, развития наблюдательности, способности воспринимать красоту окружающего мира. Важен туризм и как средство снятия физической усталости, психологического напряжения и стрессов. Необходимо также отметить влияние детского туризма на развитие в подрастающем поколении коммуникабельности, самодисциплины, адаптации к условиям современной жизни.

Детско-юношеский туризм является одной из наиболее эффективных оздоровительных технологий, способствующих формированию здорового образа жизни человека и общества в целом, что имеет большое государственное значение в воспитании подрастающего поколения.

Поэтому можно с уверенностью сказать, что детско-юношеский и молодежный туризм - важный способ передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия, формирования ценностных ориентаций, нравственного оздоровления и культурного развития нации, один из путей социализации личности.

По данным Всемирной туристской организации (ВТО) комплексное обслуживание одного туриста эквивалентно созданию 9 новых рабочих мест, стоимость создания которых в несколько раз ниже, по сравнению с другими отраслями народного хозяйства.

Одним из развивающихся видов туризма является детско-юношеский и молодежный туризм, с помощью которого эффективно реализуется комплексный подход в воспитании детей, основанный на неразрывности образовательного, воспитательного и оздоровительного процессов, духовное и физическое развитие детей, их подготовка к жизни и дальнейшей деятельности. Однако анализ состояния развития детского туризма в Узбекистане показывает, что в настоящее время в его организации имеются определенные проблемы, к которым относятся:

- ограниченный спектр турпродуктов для детей;
- недостаточное развитие инфраструктурной составляющей детского туризма;
- малая доступность детского отдыха для большей части населения республики;
- невысокая проработанность законодательной базы и единых стандартов

деятельности в сфере детского туризма;

- отсутствие ряда компаний, занимающихся детским туризмом;
- невозможность многих организаций, работающих с детьми, обеспечить безопасность детского отдыха;

- невысокая квалификация большинства специалистов, работающих в сфере детского отдыха и туризма; недостаточная информированность потребителя о предлагаемых детских туристских продуктах.

Все эти негативные факты свидетельствуют о том, что перед узбекскими организациями, работающими на рынке детского туризма, встает проблема поиска наиболее эффективных методов управления как каждой организации в отдельности, так и всем детско-юношеским туризмом Узбекистана в целом.

Детско-юношеский и молодёжный туризм очень развит во многих странах Европы, где отдых в выходные дни и во время каникул дети и молодёжь выезжают за пределы многонаселённых городов, в кругу семьи или друзей.

Для Греции детский отдых - одно из приоритетных туристических направлений. Греция - одно из самых известных в Европе мест детского лагерного отдыха. Всего в Греции насчитывается около 20 международных «кампингов» - детских летних лагерей. Расположены они, в основном, на побережье Аттики, а также на островах - Крите и Пелопоннесе. Большинство лагерей были открыты в 80-х годах, но есть и такие, чья история насчитывает по 20-25 лет.

Программы международных лагерей рассчитаны на период с конца июня по август. Обычно в лагере одновременно отдыхает от 250 до 450 детей. Но существуют и лагеря-гиганты, способные принимать до 900 человек. Возраст отдыхающих детей колеблется, как правило, от 5 до 14 лет. Конечно, среди самых маленьких иностранцы встречаются редко, но чем старше группа, тем больше в ней детей, приехавших из-за рубежа. Основных языков общения два - греческий и английский.

Как правило, программа работы лагеря разбита на смены - по 21 день каждая. Впрочем, срок пребывания ребенка в лагере можно увеличить или уменьшить в зависимости от желания и финансовых возможностей родителей. Цена одного дня проживания в лагере обычно не превышает - вот и считайте.

Каждому родителю, решившему отправить своего ребенка в греческий «кампинг», прежде всего надо быть готовым к тому, что это место весьма далеко от совершенства с точки зрения бытовых условий. Сами греки к бытовым проблемам относятся с философским пренебрежением, а потому привыкли решать их с минимальными финансовыми затратами. Ни фешенебельных номеров, ни персональных ванн, ни роскошных столовых в детских лагерях нет. Наоборот, быт организован с простотой, граничащей с аскетизмом.

Дети живут в домах двух типов. Первый - керамический домик - это обычная палатка, только натянутая не на деревянные колышки, а на керамические столбы. В такой палатке размещается человек 12 ребятишек, причем иногда - мальчики и девочки вперемешку, что, впрочем, никого не смущает. С точки зрения греков, большего детям и не надо: ночью на улице +25, так что в палатке при всем желании не замерзнешь; комаров нет, так что никто не искушает; рядом с детьми обязательно спит кто-то из взрослых, так что проблемы «общения полов» исключены.

Дети-иностранцы ничуть против таких условий не возражают, и даже находят их привлекательными и романтическими. А вот иностранцев-родителей доводы в пользу палаток не убедили; они считали и продолжают считать, что простота, возможно, вещь неплохая, но «12 человек вперемешку» - это уж слишком. Поэтому специально для зарубежных гостей греки были вынуждены

построить более комфортабельное жилье - настоящие домики, состоящие из отдельных палат на 5-6 человек. Ну и еще в лагерях есть так называемые виллы, в которых, правда, по большей части живут взрослые сотрудники лагеря, в обязанности которых не входит спать вместе с детьми.

Процесс приема пищи в лагере тоже никакими дополнительными радостями не обставлен. Всех детей одновременно приводят в огромную столовую, которая где-то представляет собой помещение (с крышей и стенами), а где-то - условно обозначенное помещение (с символической крышей и вовсе без стен). Все одновременно садятся, по возможности быстро едят и отправляются дальше. Зато кормят в греческих лагерях хоть и без внешнего шика, но на славу. Ежедневное меню включает в себя столько, что даже самый прожорливый ребенок просто не в состоянии остаться голодным.

В каждом лагере существует довольно жесткий распорядок дня. Греки считают, что детей ни на минуту нельзя оставлять без внимания и необходимо постоянно чем-то занимать. В этом смысле греческие «кампинги» здорово напоминают наши пионерские лагеря с их расписанной по минутам жизнью. В ежедневной «программе занятости детей» даже встречаются такие до боли знакомые вещи, как линейка, поднятие и спуск флага, уборка палаток и утренняя физзарядка.

Впрочем, на этом сходство и заканчивается. Потому что все остальное время, остающееся от манипуляций с флагом и настилки кроватей, дети занимаются очень нужными и интересными вещами: учатся работать на компьютере, изучают английский или греческий язык - по выбору, посещают занятия по танцу, фотографии, керамике, истории Греции и т. д.- фантазия руководителей лагерей в данном случае неисчерпаема. В среднем на трех детей приходится один педагог, который занимается с ними тем или иным предметом.

Естественно, что в распорядок дня обязательно включено купание - в море или в бассейне. Кстати сказать, далеко не все греческие лагеря расположены непосредственно на побережье, иногда, дорога от «кампинга» до моря занимает до получаса езды. Обычно в распоряжении лагеря имеется несколько небольших автобусов, которые доставляют детей к морю и обратно. Но если по тем или иным причинам руководитель лагеря отменяет поездку, то морское купание заменяется бассейном - к величайшему огорчению детей.

Еще один неперемный атрибут жизни греческого лагеря - ежедневные занятия спортом. Вот уж на что греки денег не жалеют, так это на обустройство спортивных площадок, кортов и бассейнов: все оборудовано на уровне мировых стандартов. Среди спортивных дисциплин есть ряд «обязательных», по которым занятия проводятся в любом лагере - плавание, баскетбол, футбол. Но каждый руководитель стремится включить в свою программу еще что-нибудь эдакое, неординарное - тай кван-до, каратэ, художественную гимнастику, конный спорт, серфинг и т. д.

Правда, столь интенсивные занятия спортом не каждому ребенку по силам, а некоторым просто противопоказаны. Поэтому, во избежание недоразумений, каждый родитель обязан снабдить свое чадо письменным согласием, несогласием или рекомендациями по поводу спортивных занятий.

За рубежом туристические путешествия детей предоставляются различными туристическими фирмами в своём разнообразии. Например, можно рассмотреть несколько туристических фирм, которые предоставляют свои услуги.

В Турции в детских оздоровительных лагерях, детям предоставляются спальные комнаты, рассчитанные от 2 до 4 человек, а также обслуживание в системе «всё включено». Надо подчеркнуть, что здесь каждый клиент

туристического детского лагеря дорожные расходы берёт на себя, то есть дорогу до лагеря оплачивают самостоятельно. 14 дневный турпакет стоит 790 долларов США (показатель 2006 года), а в июле-августе месяцах стоимость турпакетов оценивается в 850-890 долларов США.

В Англии в оздоровительных лагерях летнего сезона, дети располагаются в 1, 2 и 3х местных комнатах и предлагаются обслуживание 3хразового питания. Стоимость турпакета в июле месяце составляет 1010 фунтов стерлингов, в августе месяце стоимость путёвки составляет 900 фунтов стерлингов.

Молодёжь также представляет собой важный и быстро развивающийся компонент туристического рынка.Его развитие во многом связано с общей динамикой туризм. Туристический спрос на рынке молодежного туризма состоит из молодых людей, желающих путешествовать на определенный период времени за пределами своих мест жительства с целью, учёбы, отдыха и восстановление рабочей силы, изучение иностранных языков, практики различных видов спорта и других видов деятельности, без занятия выплачиваемой деятельностью.

Предполагая, что молодежь это будущее туризма, необходимо знать функционирующие механизмы этой области, и исходя из этого, разработать стратегий развития молодежного туризма и определенные действия, призванные обеспечить потребности туристов.

Молодежь занимает важное место в международном туризме, поэтому изучение некоторых моделей организации в различных странах весьма важно. Потому что не все страны могут быть проанализированы, был проведён анализ организационной структуры молодежных путешествий на примере стран, одних из главных европейских рынков для молодежного туризма, такие как Франция, Германия и Италия.

Как и во всей Европе, на рынке молодежного туризма во Франции, клиенты молодёжного туризма создают важные экономические ресурсы, оценивая, что 4,8% внутреннего потребления туристов приходится на молодежный туризм (Gonet, Chabret и др.).

С организационной точки зрения, одной из наиболее представительных органов социального и ассоциативного туризма во Франции является Национальный союз туристических ассоциации (АТООН), который был основан в 1920 году, на основе объединения следующих ассоциации: «Автомобильный Клуб Франции», «Поддержка общества автомобильный Клубов Франции», «Альпийский Клуб Francais» и «Touring Club deFrance». К 2009 году 57 национальных и 460 региональных организаций присоединились к ним. В цифрах АТООН можно было бы описать следующим образом: в 2009 году он состоял из 12.070 постоянных сотрудников и 60.000 сезонных работников, 1.500 единиц жилья разбросанных по всей стране, с общей мощностью из 242.000 мест, 5.000.000 туристов, из которых почти один миллион отдыхал при помощи субсидируемых отпусков, почти 38 миллионов туристических дней, а оборот 1467 млрд. Евро (Le Sam, 2009). Основными компонентами жилых помещений, которые находятся в составе материально-технической базы членов ассоциации АТООН, являются дачные поселки. 52% этого компонента французского ассоциативного туризма принадлежат территориальным общинам, 38% социальным структурам, а остальные 10% принадлежат компаниям, относящиеся прямо или косвенно организациям с некоммерческой целью. Во Франции, ассоциации всегда были основными организаторами молодежного туризма на открытом воздухе, спортивного отпуска или отдыха во время различных праздников. Все эти организации имеют общую цель, которая состоит из расширения доступа на отдых и досуг наибольшего числа молодых людей, без

какой-либо дискриминации, предлагая различные спортивные, культурные и образовательные деятельности по разумным ценам. Другие организации, которые так же важны в организации молодёжного туризма являются:

- Центр по организации спорта и развлечений на свежем воздухе (UCPA);
- Объединенная федерация молодежных хостелов (FUAJ);
- Союз международных встреч Центры Франции (UCRIFEtapes Jeunes).

В Германии, национальная политика в сфере туризма разделена на две части: образовательный аспект, который является основной деятельностью Министерства просвещения и молодежи, и экономический аспект, который сложно отнести к деятельности одной из структур правительства Германии. Таким образом, эта проблема была решена путем организации Bundesforum Kinder und Jugendreisen (Федеральный форум путешествий детей и молодежи). Идея создания средств размещения направленных исключительно на молодежь - молодежные хостелы (Jugendherberge) - пришла к немецкому профессору Ричарду Ширманну. Первое общежитие с постоянной службой была основана в 1912 году в городе Алтена, в регионе Зауэрланд в Германии. Эти первые молодежные хостелы были показателями немецкого Молодежного движения идеологии, чтобы позволить бедным молодым людям из города, чтобы подышать свежим воздухом на лоне природы. Идея быстро распространилась за границей и в конечном итоге была основана некоммерческая организация HostellingInternational (HI), состоящая из 90 ассоциаций и организаций молодежных хостелов, представляющих более 4500 хостелов в 80 странах. В 1990 году, после падения Берлинской стены, хостелы были объединены на уровне всей Германии и немецкого YouthHostelAssociation (Deutsches Jugendherbergswerk - DJH). В Германии, молодежный туризм представлен на уровне европейской мобильности организацией Bundesforum Kinder und Jugendreisen, которая является относительно «молодой» организации по сравнению с другими органами функционирующие в этой области, так как эта организация основана в 1997 году. Одной из причин этого является тот факт, что Германия не имеет унитарную политику в сфере молодёжного туризма, потому что образовательная политика и политика найма молодых людей, организуется на федеральном уровне, поэтому у каждой из 16 земель Германии есть собственная политика в отношении туризма.

С 2002 года в качестве подтверждения роли молодежного туризма, в рамках Выставки международного туризма в Берлине (ITB Berlin) проходит множество мероприятий (семинаров, презентаций и т.д.) с целью привлечь как можно больше участников рынка в секторе молодежного туризма.

В Италии молодежный туризм, как социальное явление, имеет свои корни в 60-х годах, когда произошла революция в классической модели семейного туризма, утверждая права молодежи на уход от контроля семьи и обратиться к нетрадиционным способам путешествия (например, автостопом). Появление молодежного туризма, в значительной степени, зависело от послевоенных пацифистских принципов первых крупных международных молодежных организаций: МНТЦ (Международная Конфедерация студенческих путешествий) и FIUTO (Международная Федерация Молодежных Туристических организаций), которые начиная с их основания в 1949-1950 годы, были сторонниками мира и взаимопонимания между молодыми туристами, и которые по-прежнему способствовали развитию туризма в образовательных, культурных и социальных сферах. Самый важный орган на итальянском молодежном туристическом рынке и одним из самых важных в Европейском уровне является Центр молодежного и студенческого туризма (CTS), который является некоммерческой ассоциацией,

основанной в 1974 году, с 200 филиалами распространилась в Италии, а также в таких странах, как Франция, Испания, Великобритания и США.

CTS продает ежегодно около 400.000 туристических продуктов, достигнув оборота почти 150 миллионов Евро. Используя опыт, накопленный за более чем 30 лет по вопросу о разработке, организации и продвижение молодежного туризма, CTS сотрудничал с Министерством социальной защиты над проектом под названием "Социальные наблюдатели туризма.Создание новой Информационной системы для познания и развитие молодежи путешествовать в ассоциированной форме", с двойной целью для сбора статистических данных о молодежного туризма и опыт комплексной модели для сбора.

Список использованной литературы:

1. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
2. Данилкова Н.С. Актуальные вопросы организации детского и молодежного туризма // Материалы научно-практической конференции «Актуальные вопросы организации детского и молодежного туризма». – Новосибирск, 2003. – С. 49-53.
3. Начинская С.В. Организационные аспекты молодежного туризма : монография / С.В. Начинская, Н.В. Масягина. – М. : Прометей, 2004. - 118 с. - Библиогр.: с. 111-118.
4. Палаткина Г. В. Молодежный туризм: учебное пособие / Г. В. Палаткина. Астрахатъ. Издательский дом «Астраханский университет», 2012, 206 стр.

<p>Д.Норкулова Болалар, ўсмирлар ва ёшлар туризмини ташкил этишнинг Европа тажрибаси</p> <p>Аннотация: ушбу мақолада болалар, ўсмирлар ва ёшлар туризми моҳияти, Европада, хусусан Греция, Турция, Англия, Франция, Германия, Италияда болалар, ўсмирлар ва ёшлар туризмини ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятлари, шунингдек бу туризм турини ташкил этишдаги мавжуд муаммоларёритиб берилган.</p> <p>Калит сўзлар: болалар, ўсмирлар ва ёшлар туризми, халқаро болалар ва ўсмирлар оромгоҳи, хостеллар.</p>	<p>D.Norkulova European practice of organizing the kids and youths tourism</p> <p>Abstract: This article reveals the essence of children, junior and youth tourism, features of the organization of children, junior and youth tourism in Europe, particularly in Greece, Turkey, England, France, Germany, Italy, as well as problems in the organization of this type of tourism.</p> <p>Keywords: children, junior and youth tourism, International children and junior camp, hostel</p>
--	--

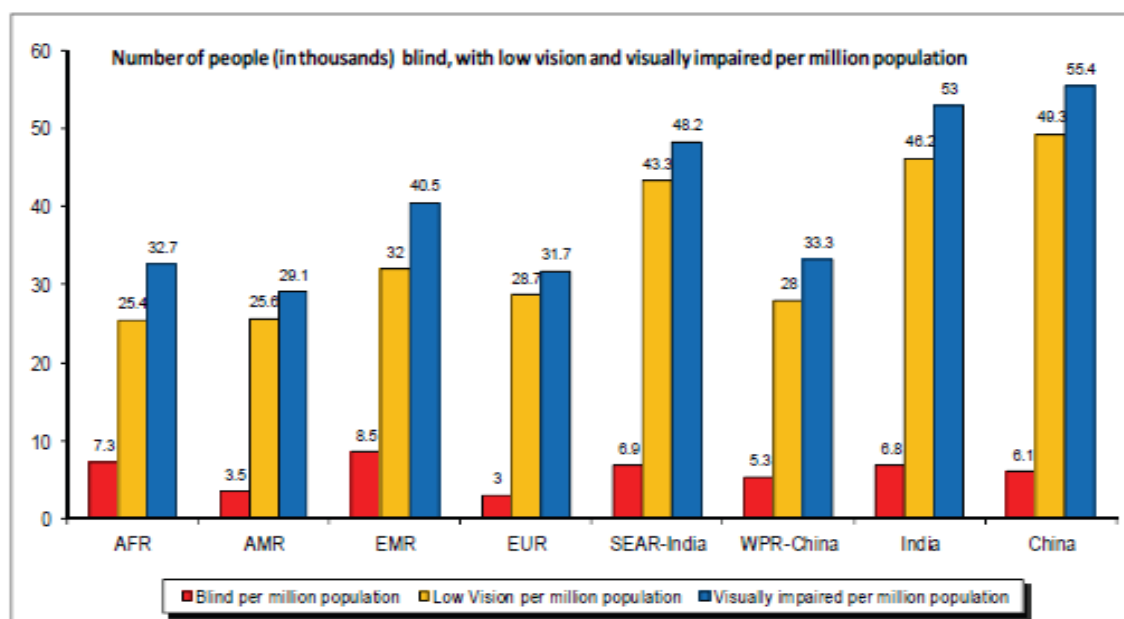
I.S.Tuxliev – SIES, professor.
 Sh.Sh.Rakhmonov – student of SIES
 M.G.Khusenova – student of SIES

UTILIZING FOREIGN COUNTRIES’ EXPERIENCES TO CREATE A NEW TOUR DIRECTION FOR THE BLIND AND SIGHTED PEOPLE

Abstract: this article shows the role of tourism in the world and its portion in world GDP. Moreover, article highlights the organizing tourism for the blind and sighted people and depicts practices and experiences related to this type of tourism.
Keywords: blindfolded tourism, World Health Organization, vision disability, world GDP, visually impaired, feeling, senses, travelers, guide

Today tourism industry has been developing and become main sector of economy. In the last few decades, the number of travelers has been increased. It accounted for 1 186 million¹ and its total contribution (direct, indirect and induced impact) constituted 10% of world GDP in 2015². However, not all people who have affinity for tourism are not able to feel themselves as a tourist, because of their vision disability. According to World Health Organization, the blind consist of 39 million, and sighted people are 246 million. Furthermore, this number is forecasted to increase dramatically, 75 million in 2020³.

Table 1⁴



In addition, about 90% of the world’s visually impaired live in low – incoming settings, 82% of people living with blindness are aged 50 and above⁵.

Abovementioned facts demonstrate that organizing tours for the blind and sighted travelers have to be increased and it created new type of tourism – blindfolded tourism. A Blind tour also called blindfolded tourism or cecitourism is a contemporary concept of tourism. A form of [experimental travel](#), it is a [guided tour](#) in which the

¹ UNWTO tourism highlights 2016
² World Travel & Tourism Council
³ Центр новостей ООН
⁴ Global data on visual impairments 2010
⁵ www.who.int/mediacentre/factsheets/fs282/en/

Table 2. Global estimate of the number of people visually impaired by age, 2010; for all ages in parenthesis the corresponding prevalence (%).

Ages (in years)	Population (millions)	Blind (millions)	Low Vision (millions)	Visually Impaired (millions)
0-14	1,848.50	1.421	17.518	18.939
15-49	3548.2	5.784	74.463	80.248
50 and older	1,340.80	32.16	154.043	186.203
all ages	6,737.50	39.365 (0.58)	246.024 (3.65)	285.389 (4.24)

1

tourist is [blindfolded](#) for the entire duration of the tour while being talked through the visited areas, as opposed to traditional sightseeing². A Blind Tour is a very different experience owing to the absence of one vital sense, sight, thereby stimulating the other relevant senses, namely hearing, feel and smell. The concept has been related to that of the "dark restaurant", where there is no light for diners to see what they eat.

There are several types of blindfolded tourism:

- museum tours for the blind
- art tours for the blind
- travel tours for the blind
- touch tours for the blind
- eating tours for the blind

America InSight tours offer a guided art museum experience for people who are blind or have low-vision. These tours combine verbal description techniques and sensory description with opportunities for touch, using tactile aids as well as selected sculptural objects (photo 1).

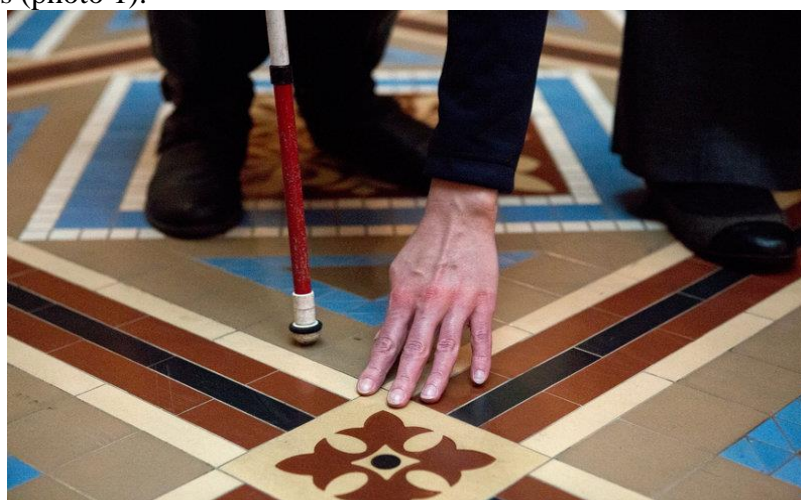


Photo 1.

A visitor reaches down to feel the museum floor as a docent describes the corridor in which they are standing.

¹ Global data on visual impairments 2010

² Wikipedia.org

Artworks are described in detail, painting as rich a picture as possible for visitors. Verbal description requires docents to use sensory and descriptive language to convey what visitors cannot see. Docents also describe the physical spaces of the museum in detail while moving through them, giving a visitor a sense of place. They also show me an example of a tactile aid they often use to help blind or partially-sighted visitors better understand a painter's stylistic choices: a small canvas sample with various paint textures they can feel.

These days, certain countries and travel organizations (Mind's Eye Travel is an organization that creates tours for people who are blind or visually impaired) are attempting to make tours for people who are visually impaired and have some progress. First, this idea came to the mind of Amar Latif who is sighted. He had great experience to travel around the world with various tour agencies and then established tour agency himself. After his attempts, this tour come into widespread use.

For instance, the Netherlands offers opportunities to discover the country for the visual impairment or for people who are blind. Specialized tours are developed by Accessible Travel Netherlands in cooperation with local tour guides in Amsterdam, Rotterdam and The Hague. During the tours, the senses will be triggered by the senses tasting, feeling, hearing and smelling. The senses tasting and smelling are used for tasting Dutch cheese and the traditionally served fish called Haring. Apart from tasting and smelling, participants can touch and feel many objects during the tour. Objects can be explored are small miniatures of buildings, but also actual buildings and structures. The participants can experience the smallest alley of Amsterdam or touch the structures of the smallest house. Apart from tasting, smelling and feeling the tour guide will explain about the history, art, infrastructure and inhabitants of the cities.

Another experienced country is Israel that for travelers who are blind as well as sight impaired they suggest smaller group tours where travelers will have the opportunity to meet each other as well as Israel people. Their knowledgeable tour guides will tell all about this country in a very descriptive way and answer all question about each destination. While planning itineraries they take tourists to places of interest where tourists will have to use all their sense of touch. The special touch of salty water and the mud at the Dead Sea smell the spices and the fresh vegetable in the market and the field, the bakeries in the Old City of Jerusalem, taste their excellent wines in the wineries, the typical Falafel Sharma. Tourists hear the prayers of all religions and sects, the bells of the churches as well as the calling for prayers by the Muezzin in the mosques beside new and up – to – date music and songs. Their itineraries and activities are made to meet the interest and the expectations of all travelers as well as to let the blind experience new adventure they never had.

Moreover, this type of tour developed in UK. UK residents who are blind and partially sighted can arrange a fully guided tactile tour of the Houses of Parliament. In order to develop a real sense of the building and its history, visitors have the opportunity to talk to their friendly team before the tours start and touch various specially made models and other objects. The tours then follow a route covering Westminster Hall, Central Lobby, The Lords Chamber in the House of Lords and Commons Chamber in the House of Commons. There are plenty of objects and items of furniture to explore along the tour route. These tactile tours are offered free of charge. Tours run between 10 – 12 times per year, usually late on Friday afternoon and last approximately 120 minutes.

In final words, since the number of the blind and visually impaired people is growing, to organize this type of tourism is becoming pivotal not only to increase tourism industry, but also to help sighted people. This tour allow them to forget about their vision disability and feel themselves as a tourist as well as part of the beautiful

world. If we organize this type of tour in Uzbekistan, both international tourists and locals who visually impaired can directly associated with tourism and will have a chance to travel and to be in our sightseeing places. Taking above all mentioned thoughts we can offer:

- some the blind and visually impaired people will be added to group of tourists who have normal vision ability and they assist to the sighted.
- During this tour, bonuses will be given to the people who assist. Total cost of tour will be discounted to assistants (price of accommodation, transportation or catering).
- Making the specially designed models of our sightseeing places (e.g. Registan square, Bibikhanum mausoleum, Shakhi Zinda ensemble and others) and give them to the blind tourists who feel their destination by touching small models of objects.
- Organizing courses of specialized guides and people who look after to the blind.
- Establishing new equipment, which help the tourists to inform directions during the tour.

During the last few decades, tourism is developing rapidly in our country. New types of tour directions are establishing. There are number of laws and decree, which prove our thoughts. A Presidential decree dated 2 December 2016 on measures to ensure the rapid development of Uzbekistan’s tourism sphere are important programme documents in this area. In first section of this decree highlighted to organize new tour directions in regions. Creating tourism for the blind is one of the example of organizing new direction.

References:

1. UNWTO tourism highlights 2016
2. World Travel & Tourism Council
3. Центр новостей ООН
4. Global data on visual impairments 2010
5. www.who.int/mediacentre/factsheets/fs282/en/
6. Global data on visual impairments 2010
7. Wikipedia.org
8. <http://www.parliament.uk/visiting/visiting-and-tours/tours-of-parliament/tactile-tours/>

<p>И.С.Тухлиев, Ш.Ш.Рахмонов, М.Г.Хусенова,</p> <p>Использование опыта зарубежных стран по созданию туристических маршрутов для слепых и слабовзрячих людей</p> <p>Аннотация: в этой статье показана роль туризма в мире и его доля в мировом ВВП. Кроме того, в статье подчеркивается организация туризма для слепых и зрячих людей и описывается практика и опыт, связанные с этим типом туризма.</p> <p>Ключевые слова: туризм с завязанными глазами, Всемирная организация здравоохранения, инвалидность зрения, мировой ВВП, слабовидящие, чувствовать, чувства, путешественники, гид.</p>	<p>I.S.Tuxliyev, Sh.Sh.Raxmonov, M.G.Xusenova</p> <p>Ko’zi ojiz va ko’rish qobiliyati past bo’lgan turistlar uchun yangi turistik yo’nalish yaratishda xorijiy mamlakatlar tajribasidan foydalanish</p> <p>Annotatsiya: ushbu maqolada turizmning dunyoda tutgan o’rni va uning dunyo YaIM dagi ulushi ko’rsatilgan. Shu bilan birga, maqola ko’zi ojiz va ko’rish qobiliyati past turistlar uchun turizmni tashkillashtirish va bu tur bilan bog’liq amaliyot va tajribalarni yoritadi va ochib beradi.</p> <p>Kalit so’zlar: ko’zi ojizlar uchun turizm, Butunjahon Sog’liqni Saqlash Tashkiloti, ko’rish qobiliyatining pastligi, dunyo YaIM, his qilish, hissiyot, sayohatchilar, gid.</p>
---	--

КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК

Озода Пардаева – СамҚХИ ўқитувчиси

ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ УСТУВОР ВАЗИФАЛАРИ

Аннотация: мақолада тадбиркорликни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари қараб чиқилган. Бунда асосий эътибор кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг жадал ривожланишини таъминлаш, хусусий мулкни ҳимоя қилиш ва унинг дахлсизлиги кафолатларининг ҳуқуқий механизмларини янада мустаҳкамлаш, тадбиркорликни ривожлантириш йўлидаги бюрократик тўсиқларни бартараф этиш, республикада инвестиция ва ишбилармонлик муҳитини яхшилашга қаратилган.

Калит сўзлар: тадбиркорлик, кичик бизнес, хусусий тадбиркорлик, тадбиркорлик фаолияти, ишбилармонлик муҳити, хусусий мулкнинг дахлсизлиги.

Тадбиркорлик фаолиятининг жадал ривожланишини таъминлашга, хусусий мулкни ҳар томонлама ҳимоя қилишга ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга мамлакатимизда мустақилликнинг биринчи кунларидан катта аҳамият берилмоқда. Бугунги кунда ҳам мазкур масала мамлакатимиз иқтисодиётининг устувор вазифаси сифатида амалга оширилмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 28 октябрдаги, “Тадбиркорлик фаолиятининг жадал ривожланишини таъминлашга, хусусий мулкни ҳар томонлама ҳимоя қилишга ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга доир кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-2646-сонли Фармони эълон қилинди.

Мазкур Фармоннинг мақсади кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг жадал ривожланишини таъминлаш, хусусий мулкни ҳимоя қилиш ва унинг дахлсизлиги кафолатларининг ҳуқуқий механизмларини янада мустаҳкамлаш, тадбиркорликни ривожлантириш йўлидаги бюрократик тўсиқларни бартараф этиш, республикада инвестиция ва ишбилармонлик муҳитини яхшилашга қаратилган.

Фармонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликка кенг эркинлик бериш, уларнинг фаолиятига давлат органларининг аралашувини тубдан қисқартириш, ҳуқуқбузарликларнинг барвақт олди олинишини таъминлаш, уларнинг профилактикаси самарадорлигини ошириш ва ҳуқуқбузарликларга йўл қўйилмаслик тадбиркорлик фаолиятини янада ривожлантириш соҳасида давлат сиёсатининг муҳим устувор йўналиши ва давлат органларининг биринчи даражали вазифаси этиб белгиланган.

Мазкур ҳужжатда давлат органлари, энг аввало, ҳуқуқни муҳофаза қилувчи ва назорат қилувчи тузилмаларга бир қанча вазифалар юклатилган. Булар жумласига қуйидагиларни киритиш мумкин.

Биринчидан, ўз фаолиятида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликка кенг эркинлик бериш, уларнинг фаолиятига давлат органларининг аралашувини тубдан қисқартиришга қаратилган талабни ҳамда тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатлари устуворлигини таъминлашни амалга оширишга эришиш белгиланган.

Иккинчидан, ўз вазифалари ва ваколатларининг танқидий таҳлили асосида ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш, профилактика қилиш ҳамда уларга йўл

қўймаслик борасидаги чора-тадбирларни такомиллаштиришга ва уларнинг самарадорлигини оширишга доир тартибларни ишлаб чиқиш ва уларнинг сўзсиз бажарилишини таъминлаш вазифаси ҳам устувор қилиб белгиланган.

Учинчидан, мазкур фармонда, тадбиркорлик фаолиятига қонунга хилоф равишда аралашганлик ва тўсқинлик қилганлик, уларнинг фаолиятини асоссиз тўхтатиб қўйганлик учун мансабдор шахсларнинг жавобгарлиги тўғрисидаги қонун ҳужжатлари нормалари талаблари қатъий бажарилишини, шунингдек, тадбиркорлик субъектларига етказилган зарарнинг бевосита айбдорлардан ундирилишини таъминлаш кўзда тутилган. Бундай талаб олдин кўзда тутилмаган эди. Эндиликда унинг амалиётга жорий қилиниши давлат органлари, энг аввало, ҳуқуқни муҳофаза қилувчи ва назорат қилувчи тузилмалар ходимларини тадбиркорларга нисбатан масъулиятини оширади. Бу эса ўз навбатида иқтисодий тараққиётимизнинг барқарор ривожланишини таъминлайди.

Ҳозирги кунда мамлакатимизда тадбиркорлик фаолиятининг жадал ривожланишини таъминлаш, хусусий мулкни ҳар томонлама муҳофаза қилиш, ишбилармонлик ва рақобат муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга доир комплекс чора-тадбирлар дастури ишлаб чиқилган ва у босқичма-босқич амалга оширилмоқда.

Мазкур комплекс чора-тадбирлар дастурида назарда тутилган тадбирларнинг ўз вақтида ва сифатли бажарилиши юзасидан шахсий жавобгарлик вазирликлар ва идораларнинг, маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг раҳбарлари зиммасига юклатилганлиги ҳам тадбиркорларга раҳбарлар ва бошқа назорат қилувчи орган ходимларининг бошқача кўз билан қарашларини таъминлайди. Энди тадбиркорларга берилган эркинлик фақат тегишли қонунлар ва меъёрий ҳужжатлар билангина чекланиб қолмасдан, давлат органлари, энг аввало, ҳуқуқни муҳофаза қилувчи ва назорат қилувчи тузилмалар ходимларининг субъектив таъсирлардан ҳам муҳофаза қилинадиган бўлишиди..

Номи қайд этилган фармонда 2017 йилнинг 1 январидан бошлаб бир қанча қулайликлар берилди. Буларга ҳам бир қанча тадбирларни киритиш мумкин.

Биринчидан, тадбиркорлик субъектларини режадан ташқари текширишларнинг барча турлари бекор қилинади. Айрим ҳоллардагина, хусусан, юридик шахсларнинг банкрот бўлиб тугатилаётганида, шунингдек, жисмоний ва юридик шахсларнинг қонунчилик бузилганлиги ҳолатлари бўйича берган муружаатлари асосида фақатгина Назорат қилувчи органлар фаолиятини мувофиқлаштирувчи Республика кенгаши қарорига мувофиқ қисқа муддатли текширувлар ўтказилади. Бу объектив зарур бўлган ҳоллардагина амалга оширилади.

Иккинчидан, тадбиркорлик субъектлари фаолиятини, шу жумладан, жиноят ишлари доирасидаги муқобил текширишларнинг барча турлари ҳам 2017 йил 1 январдан бошлаб бекор қилинди. Олдин жуда кўп тадбиркорлар “встречный проверка” баҳонасида қўшимча равишда текширишлар ва маълум вақтларда фаолияти тўхтатиб қўйилар эди. Бу корхоналарнинг банкларда пул ўтказиш операцияларига руҳсат берилмаслиги, корхона кассасини ёпиб қўйиши, омборни муҳирлаб ёпиб қўйиши каби йўллар билан амалга оширилар эди.

Учинчидан, молия-хўжалик фаолиятини амалга оширишда биринчи марта ҳуқуқбузарликлар содир этган тадбиркорлик субъектлари ва уларнинг ходимлари йўл қўйилган қонунбузарликларни қонун ҳужжатларида белгиланган муддатларда ихтиёрий равишда бартараф этган ва етказилган моддий зарарни қоплаган

тақдирда турли маъмурий ва жиноий жавобгарликдан, жарималар ва молиявий санкциялар қўлланилишидан озод этилди. Аммо тадбиркорнинг ушбу ҳаракати инсоннинг соғлиғи ва ҳаётига зарар етказган бўлса, бундай ҳолда тегишли маъмурий ёки жиноий жазосини олиши муқаррар.

Тўртинчидан, юқорида белгиланган санадан бошлаб, ноқонуний тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш билан боғлиқ ҳуқуқбузарликларни биринчи марта содир этган шахслар ҳуқуқбузарлик аниқланган кундан эътиборан бир ой муддатда етказилган зарарнинг ўрнини ихтиёрий равишда қоплаган, тадбиркорлик субъекти сифатида рўйхатдан ўтган ва рухсат этувчи зарур ҳужжатларни расмийлаштирган тақдирда маъмурий ва жиноий жавобгарликдан озод этиладиган бўлди.

Бешинчидан, эндиликда тадбиркорлик субъектларига нисбатан тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш ҳуқуқидан маҳрум қилиш тарзидаги жиноий жазо қўлланилмайди. Олдин бир киши жиноят қилса, унинг мулки ва фаолияти билан боғлиқ жуда катта тизим тўхтатилар ва улар сотилиб деярли барбод бўларди. Эндиликда жиноят қилган шахс жазоланади, аммо корхона фаолиятини тўхтатмайди. Бу жуда ақл билан қилинган иш ва қулай йўналишлардан бири сифатида баҳоланади.

Олтинчидан, мамлакатимиз иқтисодиётининг ривожланиши учун ўта зарур бўлган хорижий инвестициялар иштирокидаги янгидан ташкил этиладиган ишлаб чиқариш корхоналарига уларни давлат рўйхатидан ўтказиш вақтида амалда бўлган солиқ ва бошқа мажбурий тўловлар ставкаларини беш йил мобайнида қўллаш ҳуқуқи берилди. Бу ҳолат инфляция натижасида уларнинг маҳсулотлари (иш, хизматлари) нархи оширилиши табиий, аммо солиқ ва бошқа тўловларининг миқдори ўзгармасдан сақланиб қолади. Фақат ресурс ва божхона тўловларигина амалдаги миқдорда ўзгариб боради.

Еттинчидан, 2017 йил 1 январдан бошлаб, тадбиркорлик субъектлари ҳакамлик судининг ҳал қилув қарорини мажбурий ижро этиш учун ижро варақаси бериш тўғрисида ариза берган тақдирда давлат божи тўлашдан озод этиладилар. Ҳозирги пайтда иқтисодиёт субъектларининг ҳамкорлари ўртасида жуда кўп низолар бевосита ҳакамлик суди томонидан ҳам кўрилмақда. Шу туфайли, хўжалик судлари тизимига суд мажлисларини аудио ва видео қайд этиш механизмларини жорий этиш тадбирларини, қабул қилинган қарорларнинг веб-сайтларда эълон қилинишини, ҳакамлар суди қарорларини мажбурий ижро этишга ижро варақаси бериш тўғрисидаги ариза беришда тадбиркорлик субъектларини давлат божи тўлашдан озод этиш белгилаб қўйилди. Бу ҳолат қабул қилинган тадбиркорликка оид қарорларнинг шаффофлигини таъминлайди.

Саккизинчидан, мамлакатимизда «Электрон ҳуқумат» тизимини жорий этиш доирасида давлат органлари фаолиятида ахборот-коммуникация технологияларини жадал ривожлантириш, тадбиркорлик субъектларининг ваколатли органлар билан ўзаро ҳамкорлигининг бевосита мулоқот қилмайдиган шакллари кенгайтириш бўйича комплекс тадбирлар кўрилиб келинмоқда. Ушбу фармон билан мазкур жараён янада кучайтирилди. Тадбиркорлик субъектларига фақат давлат хизматлари кўрсатиш бўйича ягона марказлар орқали «ягона дарча» тамойили асосида кўрсатилиши ҳаммага аён. Эндиликда айнан ушбу марказдан тадбиркорларга кўрсатиладиган давлат хизматлари рўйхатини фармонда белгиланиши бўйича кенгайтирилиб борилади.

Тўққизинчидан, мамлакатимизнинг экспорт салоҳиятини ошириш мақсадида тадбиркорлик субъектларининг экспорт контрактларини давлат божхона хизмати органларида ҳисобга қўйиш борасидаги талаб валюта назорати органлари томонидан бекор қилинади. Аммо Ташқи савдо операцияларининг ягона электрон ахборот тизими орқали ташқи савдо контрактлари назорати ва мониторинги сақлаб қолинади. Бундан Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Товарлар (ишлар, хизматлар) экспортини рағбатлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 1997 йил 10 октябрдаги ПФ-1871-сон Фармонининг 1, 2 ва 4-иловаларида назарда тутилган товарларни экспорт қилиш бўйича контрактлар мустасно қилиб белгиланган.

Ўнинчидан, фармонда экспорт қилинаётган товарларнинг келиб чиқиши тўғрисидаги сертификат илгари худди шундай товар учун айнан сертификат олган аризачига бир иш куни мобайнида берилишининг кўзда тутилиши ҳам тадбиркорлар учун анча қулайлик туғдириши табиий.

Ўн биринчидан, мазкур фармоннинг эътиборли жиҳатларидан бири шундаки, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарига Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси ҳузуридаги Тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш бўйича вакил институтини ташкил этиш масаласини кўриб чиқиш тавсия этилди. Мазкур вакил институтига бир қанча ваколатлар берилади.

Буларнинг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат: “тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш, тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш соҳасида давлат сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда иштирок этиш; тадбиркорлик субъектларининг фаолияти текширилаётганда уларни ҳуқуқий қўллаб-қувватлаш; тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисидаги қонун ҳужжатлари нормалари ва талабларининг амалда рўёбга чиқарилаётганлигини ўрганиш; қабул қилинган норматив-ҳуқуқий ҳужжатларнинг тадбиркорлик фаолияти амалга оширилишига таъсири самарадорлигини баҳолаш; давлат органлари, ҳуқуқни муҳофаза қилувчи ва назорат қилувчи органлар, шунингдек, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари томонидан тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларига риоя этилиши юзасидан назоратни амалга ошириш”¹ каби масалалар кўзда тутилган.

Хулоса қилиб айтганда, мазкур [фармон ва бошқа янги қабул қилинган тадбиркорлик фаолияти эркинликларини таъминлашга қаратилган қарор ва дастурларнинг](#) амалга оширилиши мамлакатимиз иқтисодиётини барқарор ривожлантиришнинг асосий омили сифатида тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш йўлидаги маъмурий ғовлар ва сунъий тўсиқларни бартараф этишга хизмат қилади. Бу тадбирлар Ўзбекистон Республикасининг Биринчи Президенти томонидан тадбиркорликни ривожлантиришга, хусусий мулкни ҳар томонлама ҳимоя қилишга, ишбилармонлик ва рақобат муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга қаратилган чора-тадбирларнинг узвийлиги ва изчиллигини таъминлаш имконини беради.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 28 октябрдаги, “Тадбиркорлик фаолиятининг жадал ривожланишини таъминлашга, хусусий мулкни ҳар томонлама ҳимоя қилишга ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ПҚ-2646-сонли Фармони.//Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й., 40-сон, 467-модда.

<p style="text-align: center;">Озода Пардаева</p> <p style="text-align: center;">Приоритетные задачи развития предпринимательства</p> <p>Аннотация: в статье рассмотрены приоритетные задачи развития предпринимательства. При этом основное внимание уделено на обеспечение стремительного развития малого бизнеса и частного предпринимательства, защите частной собственности и упрочнению правовых механизмов гарантий ее неприкосновенности, устранению бюрократических барьеров на пути развития предпринимательства, созданию инвестиционной и деловой среды в республике.</p> <p>Ключевые слова: предпринимательство, малый бизнес, частное предпринимательство, предпринимательская деятельность, предпринимательская среда, неприкосновенность частной собственности.</p>	<p style="text-align: center;">Ozoda Pardaeva</p> <p style="text-align: center;">Priority tasks of entrepreneurship development</p> <p>Abstract: in this article the priority tasks of entrepreneurship development are considered. At the same time, the main attention is paid to the rapid development of small business and private entrepreneurship, the protection of private property and the strengthening of legal mechanisms for guaranteeing its inviolability, eliminating bureaucratic barriers to the development of entrepreneurship, and creating an investment and business environment in the country.</p> <p>Keywords: business, small business, private entrepreneurship, entrepreneurial activity, business environment, inviolability of private property.</p>
---	--

МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

Н.Д.Бобоев – СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.

Д.Х.Холмаматов – СамИСИ мустақил изланувчиси

МОДДИЙ РЕСУРСЛАР ҲАРАКАТИНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ВА БОШҚАРИШДА ХУДУДИЙ ЛОГИСТИКА СЕРВИСINI ИШЛАБ ЧИҚИШНИНГ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада мамлакат худудларини комплекс тарзда мутаносиб ривожлантиришда моддий ресурслар ҳаракатини ташкил этиш ва бошқаришнинг аҳамияти ёритилган. Моддий ресурслар ҳаракатини ташкил этиш ва бошқаришда логистика сервисидан фойдаланиш йўллари бўйича тегишли тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: моддий ресурслар, моддий ресурслар ҳаракати, таъминот, ишлаб чиқариш, тақсимот, логистика, логистика сервиси, логистик марказ.

Моддий ресурслар (МР) бозорда ўз харидорини топмас экан, улар ўз истеъмолчиси талабига тўла мос келмас экан, уларни бозорга таклиф қилиш керак эмас. МРнинг худудий бозордаги истеъмолчилари учта асосий гуруҳга ажратилади: ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш мақсадида МРни истеъмол қилувчи бизнес субъектлари, ижтимоий мақсадларда МРни харид қилувчи давлат ташкилотлари ва муассасалар ва шахсий истеъмол учун МР харид қилувчи кишилар ҳамда оилалар. Истеъмолчилар ушбу тоифаларининг МРга бўлган эҳтиёжи тавсифлари бир-биридан кескин фарқ қилса-да, уларнинг МРни етказиб бериш (логистика) каналига қўядиган меъёрий талаблари деярли фарқ қилмайди. Бу меъёрлар МРни истеъмолчига ўз вақтида, керакли миқдорда, керакли жойга, белгиланган сифат даражасида ва минимал харажатлар билан етказиб беришдан иборат.

Моддий ресурслар ҳаракати (МРХ) ёки маҳсулотни истеъмол жойига (place)етказиш жараёни маркетинг комплексининг элементларидан бири бўлиб, у маҳсулотни мақсадли истеъмолчилар талабини қондиришда кенг имкониятлар яратишнинг барча шарт-шароитларини ўз ичига олади.

Маркетинг комплексидаги ушбу элементнинг асосий мақсади, нафақат тайёр маҳсулотни ишлаб чиқарувчидан харидорга етказиб беришнинг оптимал схемасини танлаш ёки ишлаб чиқарилган маҳсулотни реализация қилиш ёки тақсимлаш, балки моддий ресурсларнинг ҳаракатини дастлабки манбадан охириги истеъмолчигача ташкил қилиш, шунингдек сотувдан кийинги сервисни ҳам ташкил қилиш бўлганлиги сабабли долзарб муаммо ҳисобланади.

Чет эл иқтисодий адабиётларида алоҳида компания, фирма ёки бошқа бизнес субъекти доирасида МРХни ташкил қилиш ва бошқаришнинг жорий ҳолати етарли даражада ўрганилган бўлиб, уларни такомиллаштириш бўйича кўплаб тавсиялар ишлаб чиқилган. Уларда ишлаб чиқариш (бизнес) корхонасининг тақсимот, ишлаб чиқариш ва таъминот базис функциялари яхлит тизим шаклида, ўзаро боғлиқ алоҳида элементлар сифатида қаралиб, моддий ресурслар ҳаракатини бошқаришнинг оптимал тизимлари лойиҳаланган. Кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш жараёнининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти ана шу учта базис функциянинг изчил ва узлуксиз циклик такрорланишида намоён бўлади. Маркетинг бошқаруви нуктаи назаридан бизнес фаолиятда ушбу базис функцияларнинг самарали амал қилиши МРХ қандай

даражада ва қандай схема асосида ташкил қилинганлигига боғлиқдир.

МРХни режалаштириш, ташкил қилиш ва бошқаришда ишлаб чиқариш корхоналари, фирмалар ва компаниялар ўзлари танлаган таъминот, ишлаб чиқариш ва товар сотиш услубларига таянади. Бу услублар қуйидаги кўринишларда бўлиши мумкин:

- МРХ воситачиларсиз тўғридан-тўғри ташкил қилинади ва бошқарилади;
- МРХ мустақил воситачилар орқали ташкил қилинади ва бошқарилади;
- аралаш усул, МРХ мустақил воситачилар орқали ва воситачиларсиз ташкил қилинади ва бошқарилади;

Маълумки, такрор ишлаб чиқариш циклик жараён бўлиб, ҳар бир циклтаъминотдан бошланади ва тайёр маҳсулотни тақсимлаш ёки реализация қилиш билан яқунланади. Яъни, ҳар бир ишлаб чиқариш циклида хом ашё ва моддий ресурслар тайёр маҳсулотга айлантирилади ва сотилади. Циклларнинг даврий такрорланиши ишлаб чиқариш жараёнининг ўзлуксизлигини таъминлайди. Ҳар бир ишлаб чиқариш циклидаги товар моддий ресурсларнинг ҳаракати қуйидаги қатъий белгиланган тартиб асосида ташкил қилиниши керак:

1. Хом ашё ва бошқа моддий ресурсларни, уларнинг манбаларидан корхона таъминот омборларига етказиб бериш ва вақтинчалик сақлаш, яъни истеъмол (ишлаб чиқариш истеъмоли) вақтигача сақлаш.

2. Хом ашё ва моддий ресурсларни умумзавад таъминот омборларидан ички ишлаб чиқариш омборларига, улардан ишлаб чиқариш цехлари, участкалари ва иш ўринларидаги дастгоҳларга етказиб бериш. Бу ерда хом ашё ва моддий ресурслардан деталлар, бутловчи қисмлар ва ярим тайёр маҳсулотлар тайёрланади.

3. Цехлар, участкалар ва иш ўринларида ишлаб чиқарилган деталлар, бутловчи қисм ва ярим тайёр маҳсулотлар корхонанинг йиғув цехига етказиб берилади. Бу ерда улардан тайёр маҳсулот йиғилади ва у корхонанинг тайёр маҳсулот омборига етказиб берилади.

4. Тайёр маҳсулот омборидаги маҳсулот бозор талаби (буюртма) га асосан истеъмолчилар ўртасида тақсимланиб, реализация қилинади.

МРХнинг циклик жараёнини замонавий менежмент ва маркетинг концепцияларига асосан ташкил қилиш ва бошқаришда аввало бозор талабини ўрганиш ва етказиб бериладиган МР ассортименти ҳамда ҳажмини аниқлаш талаб қилинади. Бизнинг фикримизча, мамлакатимизда шаклланиб улгурган ва бугунги кунда тўла амал қилаётган харидор бозори шароитида барча бизнес субъектлари ўз фаолиятларини бозор талабини ўрганиш ва унинг миқдорини аниқлашдан бошлаши ҳамда ўз бизнесини бозорга, истеъмолчига, унинг талабини қондиришга йўналтириши замон талаби ҳисобланади.

Талаб, унинг таркиби ва миқдорини аниқлаш маркетингнинг асосий таҳлилий (аналитик) функцияларидан бири бўлиб, бу билан корхона маркетинг бўлими шуғулланиши керак. Ушбу функцияни амалга оширишга қодир бўлган лаёқатли маркетингларни бу ишга жалб қилиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Ушбу вазифа талаб даражасида ҳал қилингандан сўнг корхонанинг ишлаб чиқариш бизнес дастури (режаси) ишлаб чиқилса, мақсадга мувофиқ бўлади. Корхонанинг ишлаб чиқариш дастури маркетинг, ишлаб чиқариш, режа-иқтисод, молия, кадрлар ва бошқа ишлаб чиқариш дастури бажарилишига алоқадор бўлимлар, ҳамкорлигида ишлаб чиқилиши керак.

Ишлаб чиқариш дастурини қуйида баён қилинаётган таркибий қисмлар шаклида ишлаб чиқаришни тавсия қиламиз. Биринчи қисм асосий қисм бўлиб, унда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми, маҳсулот ассортименти кесимида даврлар бўйича дастурни бажариш учун масъуллар кўрсатилган ҳолда келтирилади.

Иккинчи қисмда дастур бажарилишининг моддий таъминоти кўрсатилади. Бу қисмда корхонада ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар таркибига кирувчи хом ашё ва бошқа моддий ресурслар рўйхати бўйича уларга бўлган талаб миқдори аниқланиши, ушбу моддий ресурсларнинг манбалари аниқланиб, уларни етказиб берувчилар рўйхати тузилиши керак. Учинчи қисмда дастур бажарилишининг молиявий таъминоти ҳисоб-китоб қилинади. Бунда жами харажатлар ва харажатлар таркиби ҳисоб-китоб қилиниб, улар дастур бажарилишининг даврлари бўйича тақсимланиши лозим. Молиявий харажатларнинг манбалари аниқланиб, улар ҳам ушбу қисмда кўрсатилиши керак. Дастурнинг тўртинчи қисмида меҳнат ресурсларининг ҳисоб-китоби келтирилади.

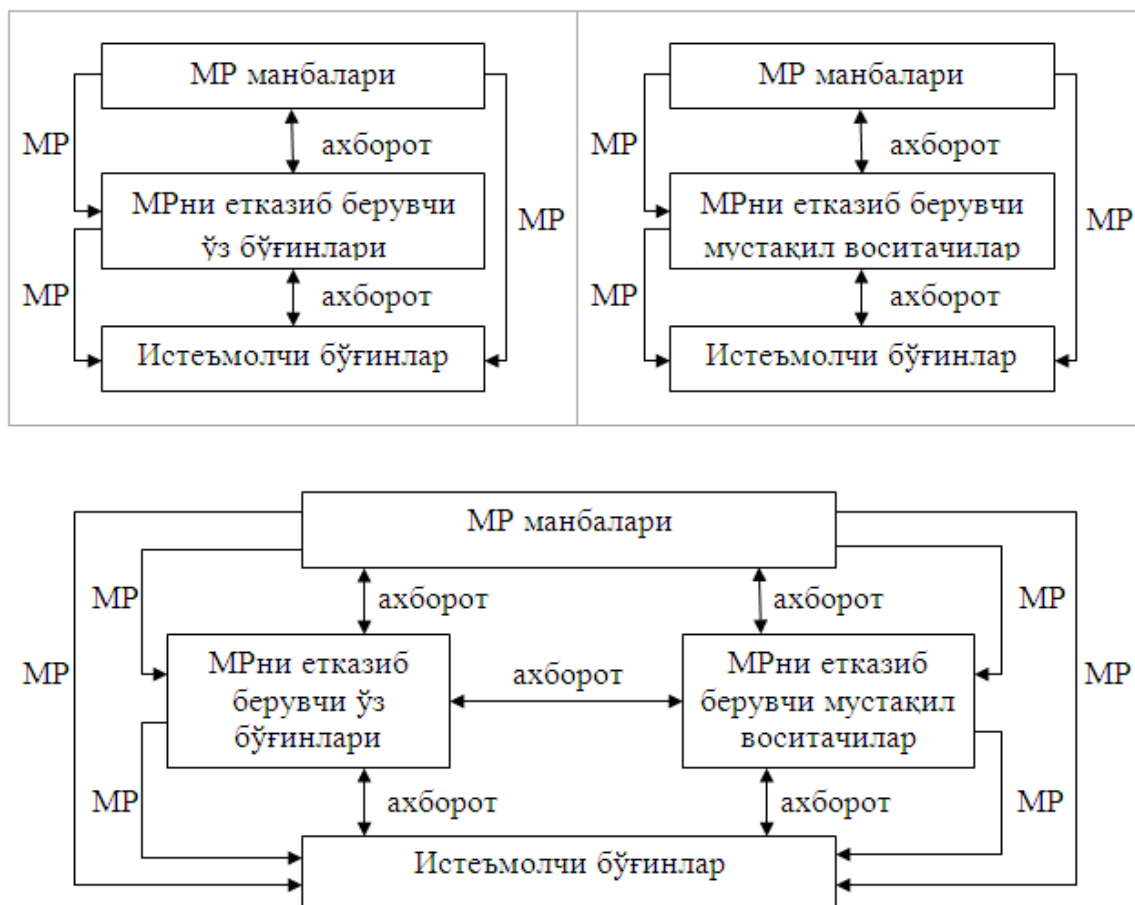
Ишлаб чиқариш дастурининг биринчи қисми бозорга, унинг конъюнктурасига боғлиқ бўлганлиги сабабли уни корxonанинг маркетинг хизмати ишлаб чиқади. Дастурнинг иккинчи қисми МР таъминоти ва уларнинг ҳаракати билан боғлиқ. Корxonани хом ашё ва моддий ресурслар билан таъминлашдан олдин уларга бўлган эҳтиёжни аниқлаш талаб қилинади. Дастурда бу эҳтиёж дастурнинг биринчи қисмида ҳисобланган ишлаб чиқариш дастурига асосан ҳисоб-китоб қилиниши керак. Бунинг учун бирлик тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришнинг хом ашё ва моддий ресурслар сарфи калькуляцияси асосида жами ишлаб чиқариш дастурини бажаришга сарфланадиган хом ашё ва моддий ресурслар миқдори аниқланади. Бу вазифани корxonанинг режа иқтисод ва ишлаб чиқариш бўлимлари ҳамкорликда бажариши мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Аниқланган миқдордаги хом ашё ва моддий ресурслар захирасининг режада кўрсатилган муддатда корхона таъминот омборларида мавжудлигини маркетинг-логистика бўлими таъминлайди. Бу вазифани бажариш учун корxonанинг мазкур хизмат бўлими МРХни бошқаришнинг махсус логистик усулларида фойдалана олиши талаб қилинади.

МРХ ни ташкил қилиш ва бошқариш масалалари буюртмалар билан ишлаш, юкларга ишлов бериш, омбор хўжалигини ташкил қилиш, захирани бошқариш, ташишларни ташкил қилиш ва бошқариш вазифаларини ўз ичига олади. МРХ ни ташкил қилиш ва бошқаришдан асосий мақсад қилинадиган харажатларни минималлаштириш асосида моддий ресурс истеъмолчилари талабини максимал қондиришдан иборатдир (1-чизма).

МРХ ни маркетинг-логистика усулларида фойдаланиб ташкил қилиш ва бошқаришда қуйидагиларга алоҳида аҳамият бериш керак:

- маҳсулот сотиш стратегиясини ялпи МРХ га боғлиқ ҳолда аниқлаш;
 - МРХ усулларида мақсадли бозор сегментларига мосини танлаш;
 - МРХ бўғинлари, уларнинг мақбул сони, улар орасидаги ва умумий масофани аниқлаш;
 - МРХ (логистика) канали иштирокчилари орасидан мустақил, муносиб воситачиларни танлаш;
 - МРХ тизимини лойиҳалаш ва ишлаб чиқиш;
 - МРХ тизимида асосий ва ёрдамчи бўғинларни ажратиш;
- МРХ тизими бўғинларига қуйидаги вазифалар юкланади:
- a) МРХни ташкил қилиш ва бошқариш;
 - b) МР билан таъминлаш;
 - c) МРХ билан боғлиқ бўлган ўз функцияларини бажариш;
 - d) Ўзаро алоқадор бўғинлар олдидаги мажбуриятларини тўла бажариш;
 - e) МР ассортиментини кенгайтириш;
 - f) МРХни молиялаштириш.

Бундай кўп қиррали функциялардан баъзи бирларини бажаришда воситачиларнинг жалб қилиниши МРХ самарадорлигини сезиларли даражада



1-чизма. Моддий ресурс ҳаракатини ташкил этиш шакллари

оширади. Шу сабабли МРХ жараёнида иштирок этувчи ҳамкор воситачиларни танлаш муҳим аҳамиятга эга.

Воситачилар орасидан МРХ бўйича ихтисослашган фирмаларни излаб топиш ва уларни МРХ тизими таркибига киритиш тизим самарадорлигига ижобий таъсир кўрсатади. Бунда воситачи фирманинг МРХ бўйича кўрсатадиган хизматлари бўйича бозордаги обрў-эътибори ва мавқеини ҳисобга олиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Булардан ташқари унинг молиявий аҳволи, МРХни ташкил қилиш бўйича салоҳияти, хизмат объектларининг жойлашуви, ходимларининг малакаси ҳам муҳим аҳамият касб қилади. Ҳар бир бизнес субъекти МРХ тизимини қандай даражада шакллантирганлигига қараб, МРХ ни қўйида келтирилган шакллардан бири кўринишида амалга ошириши мумкин.

Ҳар қандай бизнес фаолият даврий (циклик) такрорланиб турувчи, кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш жараёнидан иборатдир. Умумий ҳолда бу жараённи корxonанинг таъминот бўғини, бизнес технологиясини амалга оширувчи бўғинлари ва тақсимот бўғинининг ўзвий кетма-кетликдаги фаолиятлари рўёбга чиқаради. Бизнеснинг ҳар бир даври таъминотдан бошланиб, тақсимот билан якунланади. Бизнеснинг таъминот ва тақсимот жараёнлари билан боғлиқ бўлган харажатлари муомала харажатларини ташкил қилади. Бизнеснинг юқори даражада кооперациялашуви ва интеграциялашуви натижасида маҳсулот ҳажми ошмоқда, маҳаллий ва халқаро хўжалик алоқалари кенгаймоқда. Натижада МРни етказиб бериш каналларидаги муомала харажатлари кескин кўпаймоқда. Бундай ҳолатлар бизнес менежмент ва йирик тадбиркорлар олдида бозор фаолиятини оптимал бошқариш ва муомала харажатларини тежашнинг янги усул ва шакллари ишлаб чиқиш вазифасини қўймоқда.

Мамлакат ҳудудларини комплекс тарзда мутаносиб ривожлантириш муҳим ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга эга бўлган стратегик масаладир. Ушбу масалани ижобий ечимини топишда ҳудудларнинг инновацион-инвестициявий жозибадорлигини ошириш муҳим аҳамият касб қилади. Шу сабабли кейинги йилларда мамлакатимизда эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил қилиш бўйича маълум бир ишлар амалга оширилди. Навоий вилоятида “Навоий” эркин иқтисодий ҳудуд, Тошкент вилоятида “Ангрен” махсус иқтисодий ҳудуд, Фарғона водийсида “Поп” махсус иқтисодий ҳудуд ва Жиззах-Сирдарё минтақаларида “Жиззах” махсус иқтисодий ҳудудлар ташкил қилинди. Ҳозирги кунда “Навоий” ва “Ангрен” иқтисодий ҳудудлари ўз самарасини бермоқда.

Булардан ташқари 2016-2020 йилларда Республикамизда мева-сабзавот маҳсулотларини сақлаш, қайта ишлаш ва транспортировка қилишга ихтисослашган 17 та логистика маркази барпо қилиш режалаштирилган. Андижон, Наманган, Фарғона, Сурхондарё ва Қашқадарё вилоятларида логистика марказларини барпо қилиш учун ер майдонлари ажратиб берилиб, ушбу вилоятларда режалаштирилган ишлар бўйича ташкилий ишлар бошлаб юборилган. 2020 йилга бориб “Ўзулгуржисавдоинвест” компанияси махсус совутиш ва сақлаш технологиясига эга бўлган омборхоналари сифимини 325 минг тоннага етказишни режалаштирган. Иқтисодий ҳудудлар ва логистика марказларини ташкил қилиш бўйича амалга оширилаётган барча чора-тадбирлар, дастурлар ва ишлар Президент ва ҳукуматимизнинг раҳбарлиги ҳамда раҳнамолигида бажарилмоқда.

Мамлакатимизнинг ишлаб чиқариш салоҳияти юқори даражада бўлган ҳудудлари имкониятларидан тўла фойдаланиш, фойдаланилмаётган резерв (захира)ларни кидириб топиш ва уларни ишга тушириш муҳим аҳамият касб қилмоқда. Эркин иқтисодий ҳудудларнинг ташкил қилиниши натижасида моддий, молиявий ва ахборот ресурсларининг ҳаракати фаоллашади, ҳажми кенгаяди, кўлами ортади. Ижтимоий-иқтисодий муносабатлар ривожда айниқса МРнинг аҳамияти беқиёс. МР моддий бойликлар ҳисобланиб, улар доимо истеъмолчи томон ҳаракатланади. МРХнинг рўй беришида маълум миқдорда молиявий ва ахборот ресурслар талаб қилинади. Натижада МР қиймати ошади. Демак, МРХни ташкил қилиш ва бошқаришда МР қийматини минимал даражада ошишини таъминловчи тизимлардан фойдаланиш ҳозирги куннинг долзарб масаласи ҳисобланади. МРХни ташкил қилиш ва бошқаришнинг бундай усулига логистик сервис усули киради.

Алоҳида бизнес субъектлар учун МРХни самарали бошқариш тизимлари хориж амалиётида ва мамлакатимиздаги йирик компанияларда муваффақиятли ишлатилмоқда. Аммо, ҳудуд даражасида комплекс тарзда тизимли логистика хизматлари кўрсатувчи хўжалик субъектлари амалда мавжуд эмас. Аксарият ҳолларда тадбиркорлар, менежерлар ва юқори даражадаги раҳбарлар логистика хизмати тушунчасини транспорт хизмати ёки сақлаш хизмати деб тушинмоқдалар. Яъни логистика сервисини тушунчасига ва унинг амалиётига комплекс ва тизимли ёндошилмаяпти. Шунини таъкидлаш лозимки, хорижий фирма ва компаниялар томонидан микрологистик тизимларни лойиҳалаш, ишлаб чиқиш ва жорий қилиш бўйича катта тажриба тўпланган. Республикамизда ҳам баъзи бир йирик корхона ва ташкилотлар амалиётида логистик хизмат бўлимлари ташкил қилинган бўлиб, улар айрим локал логистик операция ва функцияларнигина амалга оширмоқда. Бугунги кунга келиб мамлакатимиз иқтисодиётининг устувор тармоқ ва соҳалари доирасида ҳудудлар учун макрологистик тизимларни яратишнинг ташкилий ва баъзи бир лойиҳавий масалалари ҳал қилинмоқда. Ҳар бир ҳудуд учун логистик сервис хизмат

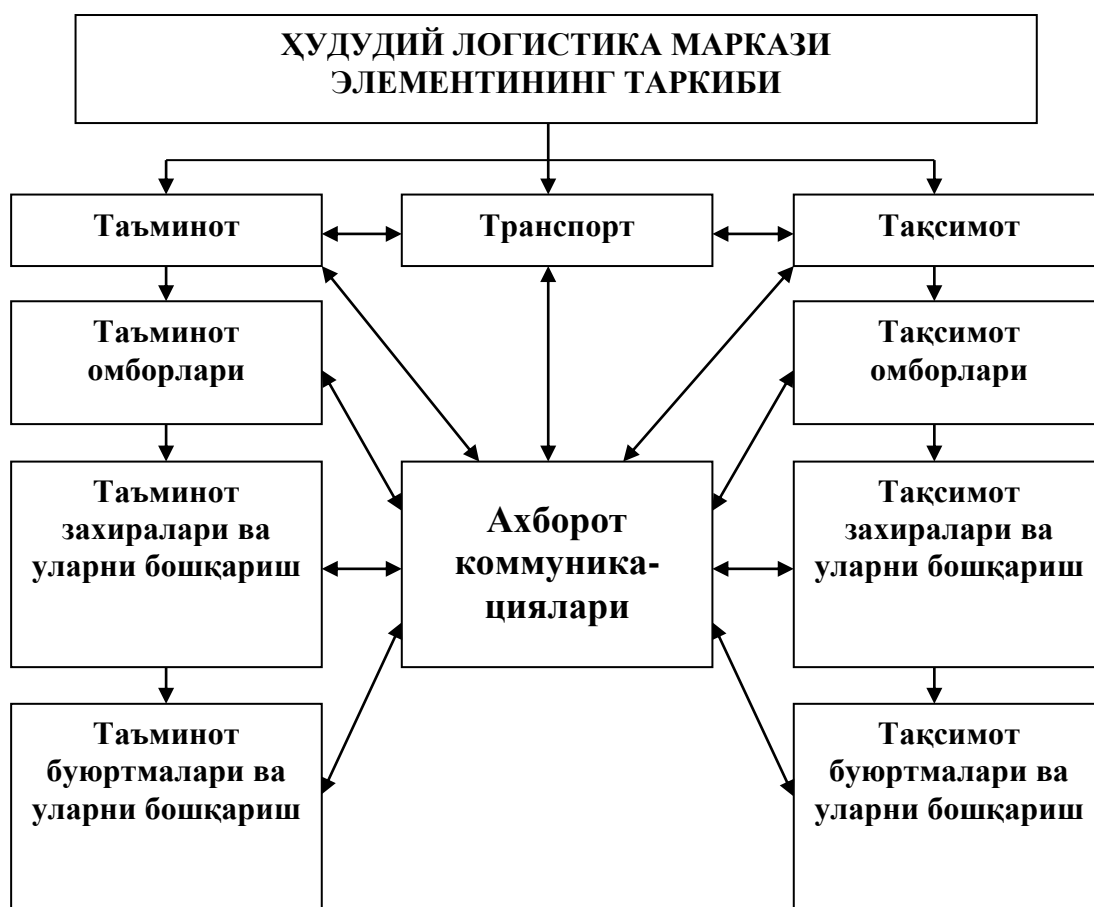
тизимини ташкиллаштириш ва жорий этиш ўзига хос хусусиятларга эга. Чунки, ҳар бир ҳудуд алоҳида хусусиятлар билан тавсифланади, яъни: табиий-географик, ижтимоий-иқтисодий, техник-технологик, коммуникацион ва бошқалар. Шу сабабли ҳудудий даражада логистик сервис хизматни ташкил қилишда ушбу хусусиятларни тўла ўрганиб, баҳолаб, уларни ҳисобга олган ҳолда ҳудудларда логистика хизмати тизимини яратишнинг концепцияси ва принципларини ишлаб чиқиш долзарб муаммо ҳисобланади.

Ҳудудий логистика хизмати тизими ушбу концепция ва принциплар асосида лойиҳаланиб, ишлаб чиқилиши ва амалиётга жорий қилиниши керак. Ҳудудий логистика хизмати тизимини логистика марказлари кўринишида лойиҳалаш ва ишлаб чиқишни мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Бундай логистика марказларини лойиҳалаш жараёнида, улар таркибида ҳамкор сифатида ёки шартнома асосида ишловчи фақат баъзи бир локал логистика хизматларини бажарувчи алоҳида махсус логистика фирмаларини ҳам назарда тутишни тавсия қиламиз. Логистика марказларини лойиҳалаш жараёнида ҳудудларнинг иқтисодий ихтисослашувига алоҳида эътибор қаратиш керак. Саноатлашган ҳудудлар учун лойиҳаланадиган логистика марказларининг мақсади, уларнинг таркибий қисмлари, бажарадиган функция ва вазифалари, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришини ёки қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлашга ихтисослашган ҳудудлар учун лойиҳаланадиган логистика марказлариникидан фарқ қилиши лозим. Масалан: “Навой” ёки “Ангрен-Олмалик” иқтисодий ҳудудларида саноат ишлаб чиқариши устуворликка эга бўлса, Фарғона водийси, Зарафшон воҳаси, Сурхандарё-Қашқадарё ҳудудларида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш устувор аҳамиятга эга. Фарғона водийси ва Тошкент вилоятларида эса қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш соҳаси иқтисодиётни бошқа тармоқларига нисбатан устуворликка эга. Ҳудудий логистика марказларини лойиҳалаш ва ишлаб чиқишда, энг аввало ушбу омилларни ҳисобга олиш керак. Яъни, ҳудудий логистика марказининг асосий таркибий тузилмалари, амалга оширадиган хизматлар(логистик операция ва функциялар) мазмуни ҳудуднинг ихтисослашувига мослаштирилиши, мос жиҳоз, ускуна ва воситалар танланиши ёки яратилиши талаб қилинади.

Логистик тизимларни яратишнинг замонавий концепциясига кўра ҳудудлар учун МРХни самарали ташкил қилиш ва оптимал бошқаришда ҳудудга қирувчи ва чиқувчи ҳамда ҳудуд доирасида ҳаракатланувчи ялпи МРХни бошқара оладиган ягона тузилмани лойиҳалаш ва ишлаб чиқиш талаб қилинади. Бу мураккаб, муаммоли масала бўлиб, муаммо тизимли ёндашув услубиятини қўллаш ёрдамида ечилиши мумкин. Ушбу услубиятга биноан ҳудуд иқтисодиётининг тармоқлари ва соҳалари учун алоҳида-алоҳида логистика хизмати тузилмалари яратилиб, кейин улар ягона тизим шаклида синтез қилиниши керак. Бунда тармоқлар ва соҳалар учун ишлаб чиқиладиган логистика марказлари таркибида таъминот, тақсимот, транспорт, омбор хўжалиги, захиралар ва уларни бошқариш, буюртмалар ва уларни бошқариш ва ахборот коммуникацияси каби тузилмалар лойиҳаланиши кераклигини тавсия қиламиз. Ҳудудий логистика маркази таркибидаги ҳар бир тузилма учун қуйидаги мақсадлар белгиланиши мумкин. Таъминот бўғинининг мақсади ҳудуд аҳолиси ва иқтисодиётини МР га бўлган талабини ўз вақтида ва тўла таъминлашдан иборат. Тақсимот бўғинининг мақсади эса ҳудудда ишлаб чиқарилган маҳсулотларни оптимал тақсимлашдан иборат. Транспорт бўғинининг мақсади ҳудудий таъминот омборларининг буюртмари асосан МРни ҳудуд омборларига етказиб берилиши, омборлардан ҳудуд истеъмолчиларигача етказиб берилиши ва ҳудудда ишлаб чиқарилган тайёр маҳсулотни ички ва ташқи истеъмолчиларга етказиб

берилишини таъминлашдан иборат. Худудий омбор хўжалиги худуддаги омборлар дислокацияси, уларнинг юк сиғими ва ихтисослашувини тўғри аниқлаш, юкларни омборларга қабул қилиниши ва сақланиши ҳамда бошқа омбор хўжалиги операцияларини бажаришдан иборат.

Захиралар ва уларни бошқариш бўғинининг мақсади худуднинг иқтисодий ва ижтимоий эҳтиёжи учун керак бўлган МР мавжудлиги ва етарлилигини доимий тарзда таъминлаб туришдан иборат. Буюртмалар ва уларни бошқариш бўғинининг мақсади худудий истеъмолда узилишлар бўлмаслиги учун МРга бўлган талабга асосан ўз вақтида ва керакли миқдорда буюртмаларни шакллантириш ва уларнинг бажарилишини бошқаришдан иборат. Ахборот коммуникация бўғинининг мақсади худудий логистика марказининг юқорида саналган барча бўғинларини самарали ишлаши учун уларни МР ва уларнинг ҳаракати тўғрисида аниқ, етарли ва ўз вақтида ахборотлар билан таъминлашдан иборат (2-чизма).



2-чизма. Худудий логистика маркази элементининг таркиби

Аксарият ҳолатларда, худудий логистика марказининг юқорида тавсифланган барча таркибий бўғинлари, ўзларига бириктирилган логистика хизматларини кўрсатиш жараёнида муқобил қарорлар орасидан энг мақбулларини танлаш муаммосига дуч келадилар. Бу муаммо логистик бошқарув усулларидан фойдаланиб ҳал қилиниши керак. Иккинчидан МРХни логистик бошқарувнинг “эшикдан-эшиккача” принципи асосида ташкил қилиш учун логистика марказининг барча таркибий бўғинлари ўртасидаги алоқалар юқори даражада ташкиллаштирилиши лозим. Учинчидан МРХни бутун худуд доирасида самарали ташкил қилиш ва бошқариш учун худуд иқтисодиётининг тармоқлари ва соҳалари учун лойиҳаланган логистика марказлари ўртасидаги вертикал

алоқаларни ҳам юқори даражада ташкиллаштириш талаб қилинади. Юқорида баён қилинган модел асосида ҳудудлар учун турли логистика тузилмаларини яратиш ва уларни яхлит логистика маркази кўринишида синтез қилиш натижасида ҳудудга кирувчи ва ундан чиқувчи ва ҳудуд доирасида ҳаракатланувчи моддий, молиявий ва ахборот ресурслари оқимлари юқори даражада ташкиллаштирилиб, оптималлаштирилади. Яъни ҳудуддаги барча истеъмолчиларнинг моддий, молиявий ва ахборот ресурсларга бўлган эҳтиёжи белгиланган сервис даражасида таъминланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Карпов Э.Н. «Организация производства и менеджмент» Учебное пособие. – 4-е изд., стер. – Старый Оскол: ТНТ, 2010 – 768 с.
2. Майкл Трейси, Фред Вирсема. Маркетинг ведущих компаний. – М.: ООО “И.Д.Вильямс”, 2007.-304 с.
3. Martin Christopher, Helen Peck. Marketing Logistics. Butterworth-Heinemann, Boston: 2015y.172 p.
4. Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность. Учебник. «Дашков и К», 2012 г., 500 с.
5. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма/ муаллифлар жамоаси. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, Т.: “Иқтисод-Молия”, 2016 й. 504 бет.
6. Эргашходжаева Ш.Ж. Саноат маркетинги. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, “Иқтисодиёт” 2014 й. 231 бет.

<p style="text-align: center;">Н.Д.Бобоев,Д.Х.Холмаматов Пути разработки регионального логистического сервиса организации и управления движением материальных ресурсов</p> <p>Аннотация: В этой статье важность равноправного развития использования материально-технического обеспечения в организации и управлении местными физическими ресурсами движения выдвинуты на первый план. Необходимые предложения разработаны в отношении материально-технического обслуживания в организации и управления движением.</p> <p>Ключевые слова: материальные ресурсы, движение материальных ресурсов, поставка, производство, сбыт, логистика, логистических сервис, логистический центр.</p>	<p style="text-align: center;">Boboev N.D. Kholmamatov D.H. The ways for the development of regional logistics service organization and management of material resources movement</p> <p>Abstract:in this article importance of equal development of the use of logistics in movement organization and management of local physical resources are highlighted. Necessary suggestions are developed regarding logistic service in movement organization and management .</p> <p>Keywords: physical resources, movement of physical resources, supply, production, delivery, logistic, logistic service, logistic centre.</p>
--	--

Г. Остоноқулова - ТДИУ, катта илмий ходим-изланувчиси, и.ф.н.

МЕБЕЛЬ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ТАРМОҒИДА РАҚОБАТ, ИННОВАЦИЯ ВА МАРКЕТИНГ

Аннотация: мазкур мақолада Ўзбекистон мебел саноатининг ривожланиш тенденцияси, шунингдек, унга таъсир этувчи омиллар кўриб чиқилган. Шу билан бирга, иқтисодий ўсиш (ЯИМ) билан аҳолининг мебел товарларига бўлган талабини ошиши ўртасида ижобий боғлиқлик мавжудлиги аниқланган. Мебел тармоғини ривожлантиришда ахборотлар технологиясидан кенг фойдаланган ҳолда инновацион маркетингни жорий этишнинг аҳамияти кўрсатиб берилган. Тармоққа инновацион маркетингни жорий этишга доир амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: мебел саноати, талаб, инновация, инновацион маркетинг, ахборот технологиялари, рақобат устунлиги, мебел истеъмолчиларининг ҳатти-ҳаракати.

Глобаллашган иқтисодиёт шароитида мебел бозорларида фаолият олиб борувчи фирмалар рақобатдош бўлиши учун инновацияларни кенг жорий этиш зарур.

Уинстон Черчилнинг «Ўзгаришларни вақтида ушлаб бўлмаса, улар сени бўғзингдан олади» деган гапи ҳозирги даврдаги бизнес билан шуғулланувчи фирмалар учун, жумладан, мебел саноати корхоналари учун ўта муҳимдир. Қисқача ифода этилган бу жумлаларни бизнес вакиллари тушунмоғи, ўзгаришларни ўз пайтида пайқаб, уни қабул қилмоғи лозим.

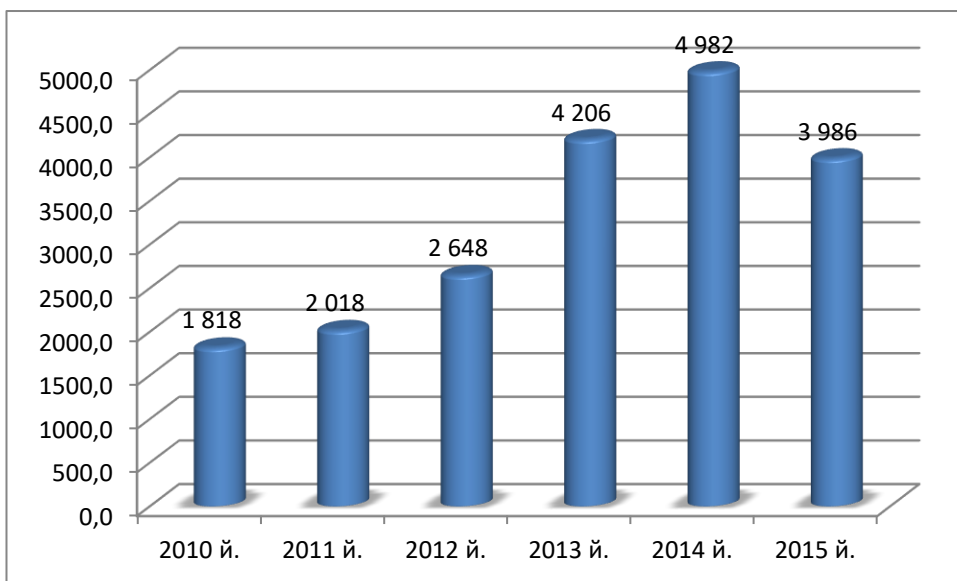
Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантиришнинг ҳаракатлар стратегияси” тўғрисидаги Фармонида [1] иқтисодиётни тараққий эттириш ва эркинлаштириш, макроиқтисодий барқарорликни мустаҳкамлаш, тармоқларни модернизациялаш ва интенсив ривожлантириш асосида рақобатбардошликни таъминлаш масалалари вазифа қилиб қўйилган. Бу вазифаларни бажариш учун барча тармоқларда, чунончи, мебел ишлаб чиқариш корхоналарида инновацияларни кенг жорий этиш, маркетинг тадқиқотларини фаоллаштириш негизида рақобат стратегияларини такомиллаштириш зарур.

Тадқиқотнинг мақсади ҳозирги кундаги халқаро ва маҳаллий мебел бозорларидаги янгиликлар нуктаи назаридан ёндашган ҳолда маҳсулот ишлаб чиқариш ва маркетингга таъсирини аниқлаш ва ишлаб чиқарувчи ҳамда маркетинглар ўзгаришларга жавоб бериши учун «жорий ва келгуси даврларда нима қилмоғи лозим» деган саволга жавоб топишдан иборат. Мебел ва бошқа саноат маҳсулотлар бозоридаги замонавий асосий ўзгаришлардан бири, албатта, ишлаб чиқарувчилар, сотувчилар, товар етказиб берувчилар ва истеъмолчиларнинг бой ахборотни қабул қилиш ва жўнатишда янги имкониятлар яратилганлиги ва уларнинг паст харажатларда олишлари мумкинлигидир.

Бу ахборотни улар оғзаки, видео тасвир орқали, шахсий ва шахслаштирилган маълумотлар базасидан ва шунингдек, ўзаро мулоқот орқали тўплай оладилар. Бу ахборотни паст харажатларда олиш имкониятлари жуда кенг ва ахборотни мебел ишлаб чиқарувчилар, сотувчилар ва харидорлар хоҳлаган пайтда узлуксиз сақлаш, қўллаш ва стратегик қарорлар қабул қилиш учун ишлатади (мақсадида фойдаланадилар).

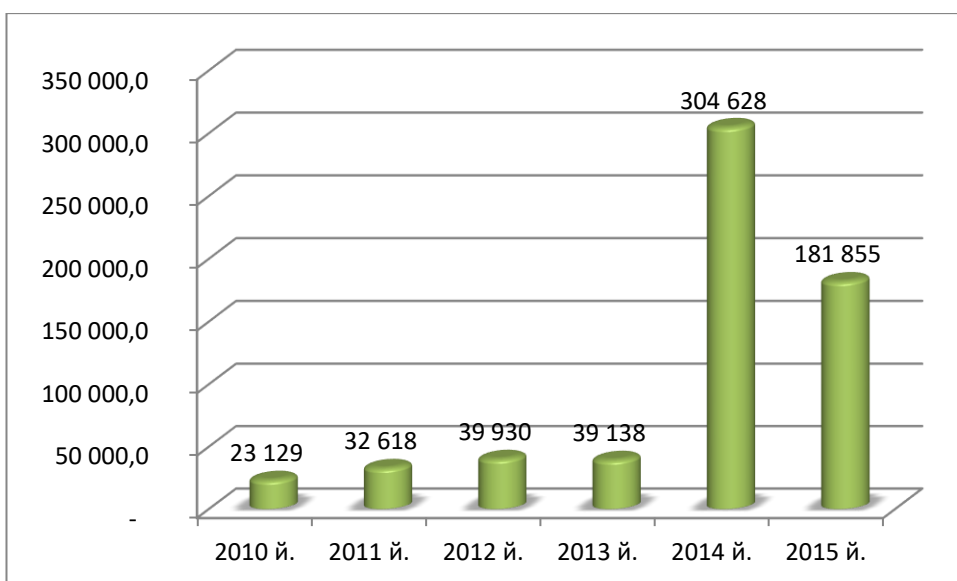
Янги ахборот технологиялари мебел ишлаб чиқариш ва маркетингни тубдан ўзгартириш потенциалига эга. Бу технологиялар бозорларнинг глобаллашувини

тезлаштиради, жумладан, улар жаҳон бозорларидаги ишлаб чиқарувчилар бозор ҳукмронлигини истеъмолчиларга ўтказиши мумкин.



1-расм. Ўзбекистон Республикаси мебел маҳсулотлари экспорти ҳажмининг динамикаси (минг АҚШ доллариди).

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.



2-расм. Ўзбекистон Республикаси мебел маҳсулотлари импорти ҳажмининг динамикаси (минг АҚШ доллариди)

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

Илгариги даврда, Ўзбекистон мебел ишлаб чиқарувчи компаниялар халқаро бозорлардан холи бўлганлиги туфайли улар маҳаллий бозорларда ҳукмронлик позициясида бўлиб, етарлича ва юқори сифатли хом ашё материаллари, истеъмолчилар кўплиги ва мебелларни ташишда транспорт тўсиқлари борлигидан наф кўрганлар.

Ҳозирги пайтда маҳаллий мебел бозорлари умуман олганда халқаро рақобатли(халқаро бозорда рақобатбардош) бўлиб, уй-жиҳозлари импорти уларнинг экспортига нисбатан тез ўсиб бормоқда.

Мибел жиҳозларини экспорт қилишда фаоллик кўрсатилган вилоят ва ҳудудлар жумласига, Андижон, Бухоро, Навоий, Самарқанд, Тошкент вилояти ва Тошкент шаҳри киради. Чет эллик мебел маҳсулотлари харидорларига асосан, Россия Федерацияси, Қозоғистон, Тожикистон ҳамда Афғонистон киради. Аммо Республикамизнинг мебелларини экспорт қилиш салоҳияти энди шаклланмоқда. Шу туфайли, ҳозирги пайтда республикамиз маҳаллий бозорида чет элда ишлаб чиқарилган мебел маҳсулотлари ҳукмронлик қилмоқда. 2015 йилда республикамизга 181 млн. АҚШ долларига тенг бўлган мебел маҳсулотлари импорт қилинди. Маълумотларга биноан асосий республикамизга мебелларни экспорт қилаётган мамлакатлар қаторига Туркия, Хитой, Россия Федерацияси, Германия, Польша, Латвия, Чехия фирмалари киради.

Мибеллар импорти ошиши ташқи савдонинг эркинлашуви, логистика ва ахборот коммуникацияси технологиядаги ютуқлар ҳисобига амалга ошди. Аммо глобализация ва халқаро рақобат туфайли мебел ишлаб чиқарувчи фирмалар доимо инновацияларни кенг жорий қилмоғи, хом ашё етказиб берувчилар, тайёр маҳсулот ишлаб чиқарувчилар, мебел дистрибютерлар ва сотувчилар янги маркетинг янгилекларини қўллаши лозим.

Юқори рақобатли бозорларда, жумладан, мебел маҳсулотлари бозорида, ишлаб чиқарувчиларнинг «яшовчан»лиги учун ўзгаришлар, яъни янгилеклар қилиш ўта муҳимдир.

Давр тақозосига жавоб бериш, тўхтовсиз инновацияларни яратиш ва қўллаш, янги технологияларга, трендларга, шароитга мослашиш фирмаларнинг узоқ муддат «яшовчан»лиги гаровидир.

1-жадвал

Ўзбекистон Республикаси ялпи ички маҳсулоти ва мебел ишлаб чиқариш суръатларининг 2010 -2014 йиллардаги динамикаси

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	Йиллар								
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ЯИМ	трлн.сўм	28,2	39,0	49,4	62,4	78,8	98,0	121,0	134,0	145
Мибел сотиш	млрд.сўм	33,0	35,3	40,8	55,8	66,6	75,1	85,7	146.	341
Ишлаб чиқариш	млрд.сўм	45,1	73,5	114,0	115,0	160,0	195,0	223,4	248,8	478
Мибел сотиш	Олдинги йилга нисбатан %да	100	106,5	115,3	136,7	119,6	112,6	114,2	170,4.	233
Аҳоли жон бошига ЯИМ	аҳоли жон бошига	1,1	1,5	1,8	2,2	2,8	3,3	4,1	4,8	4,7
Ўртача бир аҳолига мебел сотуви	минг сўм	1252	1313	1492	2004	2330	2560	2875	4834	1110 7
Аҳоли сони	млн.сўм	26,5	26,9	27,3	27,8	28,6	29,3	29,8	30,2	30,7
ЯИМ ўсиши	% да	7,5	9,5	9,0	8,1	8,5	8,3	8,2	8,0	8,1

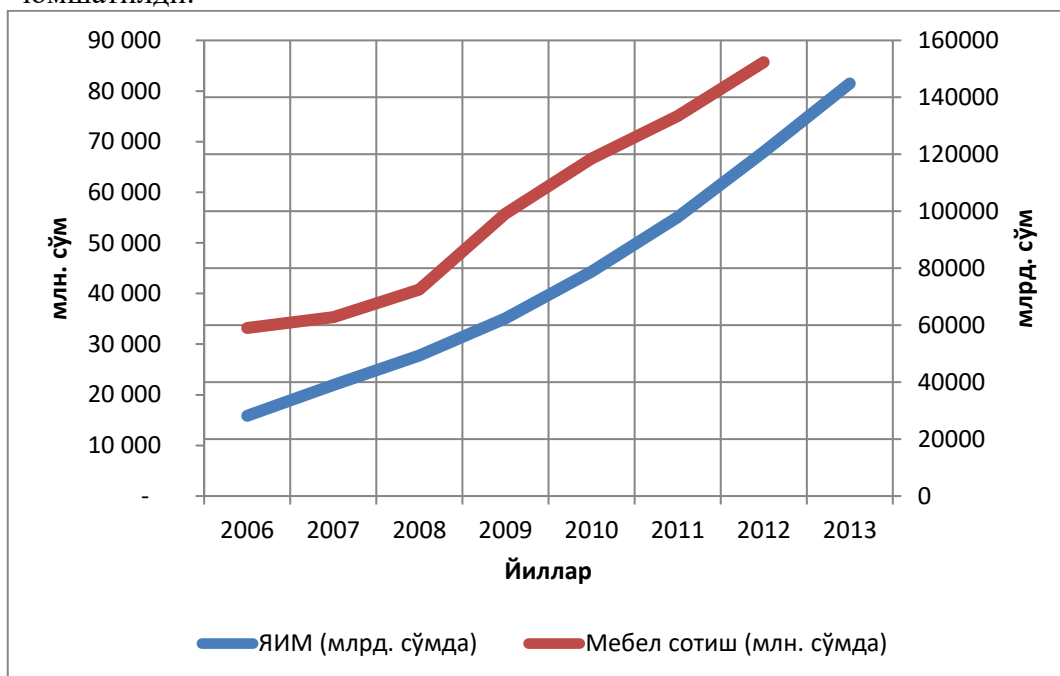
Манба: www.ADB.com

Юқоридаги жадвал материалларидан кўриниб турибдики, мамлакатимизда ЯИМ нинг ўсиш суръати мебел ишлаб чиқариш саноатига нисбатан анча тезкор бўлган. Худди шунингдек аҳолининг моддий фаровонлигининг ўсиш суръати уларнинг мебелни сотиб олиш имкониятидан юқори бўлган.

Ўзбекистон мебел ишлаб чиқарувчиларга юқоридаги таҳлиллар тааллуқли маълумотларга биноан мебел импорти динамикаси кучли.

Мебел маҳсулотлари импортининг Ўзбекистонда кейинги йилларда ортишига сабаб:

- биринчидан, ахборот технологиялари истеъмолчилар ва ишлаб чиқарувчилар, мебел ишлаб чиқарувчилар ва уларга хом ашё етказувчилар алоқаларини кучайтирди, глобал ахборот алмашуви харидорлар танловидаги фарқларни ҳам пасайтирди;
- мебелларни контейнерларда ташиш халқаро транспорт харажатларини пасайтирди, уларнинг ташишдаги шикастланишига барҳам берилди. Истеъмолчиларнинг мебеллар қисмини осонгина йиғиш мумкин бўлган хилларига харидорларнинг талабини оширди;
- бугун мебел ишлаб чиқариш ва маркетингдаги янги технологиялар халқаро кўргазма ва ярмаркалар туфайли кенг қўлланишига сабаб бўлмоқда. Ўзбекистонда кейинги йилларда уч марта мебел маҳсулотларининг халқаро ярмаркаси ўтказилди;
- халқаро савдодаги мамлакатлар орасидаги тўсиқлар олиб ташланди ёки юмшатилади.



3-расм. Ўзбекистон Республикасининг ялпи ички маҳсулоти (ЯИМ) ва мебел сотиш диаграммаси

Манба: www.ADB.com маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

Юқоридаги ўзгаришлар Ўзбекистон Республикасида мебел бозорининг тез ўсиши ва кенгайиши даврига мос келди. Мустақиллик йилларида аҳоли сонининг ортиши, турмуш шароитининг яхшиланиши, даромадининг ортиши мебел маҳсулотларига талабни ортттирди. Бу эса мебел бозорининг ривожланишига сабаб бўлди.

Мебел ишлаб чиқарувчилар ва маркетинглар қандай қилиб инновацияларни тўхтовсиз жорий қиладилар? Энди шу ҳақда тўхталамиз. Қуйидаги фикрлар қандай омилларни эътиборга олиш ҳақида. Уларнинг баъзилари мебел ишлаб чиқарувчиларга, айримлари мебел тарқатувчиларга ёки чакана савдо қилувчилар учун тааллуқли бўлади. Музокаралар характериға қараб айримлари қисқа муддат, айримлари узоқ муддат муаммоларидир. Инновацияларни қўлловчи фирмалар муваффақиятни таъминловчи стратегияларни қисқа ва узоқ муддатли

қонуниятларга қараб қўллаши тавсия этилади.

Олдинги даврларда Ўзбекистонда мебел саноатининг жойлашуви фирмаларнинг «қиёсий устунлиги» тамойили асосида амалга оширилган, яъни фирмаларнинг арзон хом ашё базасига, иш кучи ва тайёр маҳсулотларни бозорларга етказишдаги транспорт харажатларига қараб корхона ва фирмалар жойлаштирилган.

XXI асрда фирмаларнинг хом ашё материаллари, ишчи кучи ва бошқа ресурсларни аутсорсинг қилиши туфайли мебел корхоналарининг жойлашиши маркетингда унча муҳим бўлмай қолди. Бугун ахборот технологиялари мебел ишлаб чиқарувчиларга хом ашё ва бутловчи қисмларни кўплаб миқдорда импорт қилиш имкониятини яратди. Аммо баъзи сабабларга кўра Ўзбекистонда фирмаларнинг жойлашиши ўз аҳамиятини тўлалигича йўқотгани йўқ. Шу туфайли миллий мебел ишлаб чиқарувчилар географик жиҳатдан жойлашишини оптимallasштирилмоғи лозим. М. Портер [2] таъкидлаганидек, ишлаб чиқарувчиларнинг ривожланишида инновация ва маҳсулдорлиги нуқтаи назаридан локал, давлат, минтақавий ва миллий муҳитига эътибор қаратилади. Демак, корхоналарнинг жойлашувида хом ашё ва материалларга яқинлиги, рақобат муҳити, талаб шарт-шароитлари ва алоқадор ҳамда мебел саноатини қўллаб-қувватлаш тармоқларини таҳлил қиламиз. Бу соҳада ишлаб чиқаришдаги ресурслар базаси аҳамиятлидир. Стратегия ва рақобат нуқтаи назаридан мебел фирмаларнинг жойлашиши устунлигини таҳлил қилсак, маҳаллий ишлаб чиқарувчиларнинг рақобат курашига дуч келиши, уларнинг арзон хом ашё материаллари ва ресурсларини тежаш мақсадида доимо янгилик қилишига мажбур бўлади. Агар муҳит инвестиция қилишга қулай бўлмаса, маҳаллий ишлаб чиқарувчилар нархларни пасайтиришга, агар муҳит инвестиция учун қулай бўлса, унда инновацияларни жадаллаштирадilar.

Мибел ишлаб чиқарувчи тармоқда ўзаро алоқадор ва ҳамкор тармоқларнинг ривожини ҳам мебел бозори сигимини кенгайтirmoқда. Мибел ишлаб чиқарувчиларнинг географик концентрациялашуви, ихтисослашган мол етказувчилар ва унга алоқадор тармоқларнинг муваффақиятли ривожланишига сабаб бўлди. Корхоналарнинг ресурсларга, жумладан, мебел жиҳозлари қисмларига, хом ашё ва материалларга, ишчи кучига эга бўлиши жойлашув устунлиги бўлмай қолди, чунки юқоридаги ресурсларни глобал бозорлардан сотиб олиш мумкин. Ваҳоланки, маҳаллий жойлашув устунлиги ўзаро алоқадор тармоқларнинг кластер шаклида билимлар ва тажриба алмашуви самарасидир. М. Портер [2] таъбири билан айтганда, кластер тармоқлар жамоавий капитал тўплаш негизида фирмалар учун қулай муҳит яратади ва бу муҳитда улар осон ва самарали тарзда билим, малака тўплаш ва уларни қўллаш, ресурсларни айирбошлаш имкониятига эга бўлади.

Тарихда кўлами катта фирмалар нисбий устунликка эга бўлсада, корхоналарнинг кенгайиши ва ҳамкорлиги келажакда давом этади. Бугун нисбатан кичик мебел корхоналар сонининг ошишига сабаб бўлувчи омиллар мавжуд. Мибел ишлаб чиқариш соҳасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожланиш омиллари бир неча ва улар бу соҳада катта муваффақиятларга эришиши мумкин. Жумладан, корхоналар кўламининг самарадорлиги баъзи мебел ишлаб чиқаришда мавжуд бўлсада, уларнинг чегараси тармоқнинг интенсивлиги туфайли минимал. Тармоқдаги корхоналар вертикал ва горизонтал интеграциясининг устуворлиги мавжуд бўлсада, улар ахборот технологияларини қўллаш ҳисобига пасайиши ва йўқолиши мумкин. Чунки, хом ашё ва хизматлар осонгина аутсорсинг қилиниши, капиталга кириб бориш имкониятлари нисбатан кичик фирмаларда кенгрок. Бозор «токча»лари

ойдинлашиб, шаффофлиги ошиб маҳаллий фирмалар учун ихтисослашишни ва янги имкониятларни оширади. [4]

Эконометрик тадқиқотлар натижасида Ўзбекистон Республикасида мебел маҳсулотларининг 2006-2015 йиллардаги сотиш ҳажми билан миллий иқтисодий ялпи ички маҳсулоти орасидаги боғланишни топдик ва маркетинг нуктаи назаридан тадқиқ этдик. Эконометрик модел қуйидаги шаклда ёзилади:

$$Y = 21010,14 + 0,5014773x^1$$

(6,310) (16,434)

$$R^2 = 0,9712 \quad F = 270$$

Бу ерда, Y – республикада мебел маҳсулотларини сотиш ҳажми, млрд. сўмда;

x — ялпи ички маҳсулот, млрд. сўмда.

Иқтисодий математик моделни барча статистик мезонлар (F – мезони, t – мезони, dW – мезони) орқали текширилганда регрессия тенгламаси ва унинг коэффицентлари 95 фоиз эҳтимолликда аҳамиятли эканлиги тасдиқланди. Демак, моделга биноан республикада ялпи миллий маҳсулот бир миллиард сўмга ошганда, бошқа омиллар ўзгармаган ҳолда мебел маҳсулотлари сотиш ҳажми 501 миллион сўмга ортади. Яъни иқтисодий ўсиш мебел саноатининг ҳам ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади.

Иқтисодий фаолиятнинг кенгайиши (ЯИМ) ва аҳолининг товар ва хизматларга жумладан, мебелларга бўлган талаби орасида ижобий алоқа мавжудлигини эконометрик модел асосида исботлаш мумкин. Шунингдек, иқтисодий фаолиятнинг пасайиши аҳолининг мебел товарларга бўлган талабини тезроқ пасайтиради. Чунки аҳолининг узоқ муддатли товарларга, жумладан, мебел маҳсулотларига талабини кейинга суриш мумкин.

АҚШда кейинги тадқиқотларга биноан (Dent 1998) аҳоли ўртача 33-34 ёшга етганда, уй сотиб олади ва уйга тегишли бўлган уй жиҳозларини харид қилади. Инсон 43 ёшга етганда, уйини каттароқ уйга алмаштиради ва 46,5 ёшига етганда уни тўлиқ жиҳозлайди, фарзандлари 19 ёшга етганда, улар асосий уйини тарк этади ва 46,5 ёш америкаликлар учун харажатлар энг юқори ёш ҳисобланади. АҚШда 46 ёшга тўлган истеъмолчилар сони билан реал ялпи ички маҳсулот ва уй жиҳозлари савдоси орасида корреляцион боғланиш борлиги аниқланади. Бу ёшга кирувчилар сонини прогноз қилса бўлади ва у кейинги 2020 йилгача 4 миллион киши атрофида бўлади [5]

Уй жиҳозлари мебеллари. Ҳозирги пайтда Ўзбекистонда 5,5 миллион оилалар мавжуд ва уларнинг мебел маҳсулотларига бўлган талаби муттасил ошиб бормоқда. Истеъмолчиларга мўлжалланган мебеллар ассортиментини турли туман ва улар шахсий талабларга тўла жавоб беради. Мебелга ихтисослашган кичик ва хусусий корхоналарнинг сони ортиб бормоқда.

Бу корхоналар икки мақсадга хизмат қилувчи ухлаш учун керак бўлган, кўчма столлар, видео ўйинлар ва бошқа мақсадларга мўлжалланган мебеллар қисқача қилиб айтганда, инноватор ишлаб чиқарувчи ва маркетинглар истеъмолчилар даромади, яшаш тарзи, диди, талаби ва кутилишидаги ўзгаришларни яхши пайқаган ҳолда келажакда рақобат стратегияларини белгилаши лозим.

¹Манба: Муаллиф ишланмаси.

Бизнинг илмий тахминларимизга биноан ахборот технологиялари мебеллар маркетингини тубдан ўзгартириш имкониятига эга. Уй жиҳозлари мебелларини онлайн тарзда сотиш яқин келажакда кенг ривожланади. Интернет ва бошқа ахборот технологиялари мебеллар маркетингига катта таъсир кўрсатади. Биринчидан, улар истеъмолчига тўғридан-тўғри мебелларни сотиш воситаси бўлиб хизмат қилади. Иккинчидан, ахборот технологиялари ишлаб чиқарувчи ва маркетингларнинг истеъмолчилар билан алоқасини мустақамлаш воситасидир. Учинчидан, АКТ ва интернет «бозор ҳукмронлигини» истеъмолчиларга ўтказиш воситасидир. Бу ҳолатларни чуқурроқ кўриб чиқамиз.

а. Истеъмолчига йўналтирилган электрон е-тижорат. Анъанавий ОНЛАЙН тижоратчиларни «барбод» қилувчи технологиялар жумласига кириб, келгусида бизнес юритишни ва айирбошлашни тубдан ўзгартиради. Бугунги кунда кўпгина вэб-сайтлар маҳсулотларни сотиш билан шуғулланади, аммо интернет орқали мебелларини харидорга сотиш ҳали Ўзбекистонда кенг тарқалмаган.

Узоқ муддатда «барбод» этувчи технологиялар, жумладан, е-тижорат кичик мебел ишлаб чиқарувчиларнинг бизнесини кенгайтиришни ёки бизнесни кенгайтмаслиги уни тарк этишини тақозо этади. Мебел истеъмолчилар товарни сотиб олишдан олдин маҳсулотни кўриш ва ҳис этиш истаги улар кўпгина маҳсулотларни чакана нархда харид қилишини тақозо этади. Шу туфайли компанияга тегишли франчайз дўконлардан иборат вертикал интеграллашган ва бренд маҳсулотлари бор фирмалар е-тижоратни жорий этиши мумкин. Истеъмолчиларга мебелларни тўғридан-тўғри е-тижорат орқали етказиб бериш контракт шартномалар асосида тайёрланадиган мебелларга хосдир.

б. Харидорлар билан алоқаларни кучайтириш ахборот технологиялари ва тармоқли компьютер тизимлари ишлаб чиқариш ва маркетинг фирмалари учун ички бизнес жараёнларини мувофиқлаштириш, талаб, дизайн, ишлаб чиқариш, тақсимлаш жараёнлари ҳамда маҳсулотлари захиралари, бошқарув ва маъмурий харажатларни пасайтириш, харидорларга хизмат кўрсатиш даражасини оширишга имкон туғдиради. Янги ахборот технологиялари фирмаларга харидорлар билан бевосита мулоқот қилишга хизмат қилади. Бундан ташқари, янги технологиялар харидорлар билан ишонч ўрнатиш, муҳлислик дастурларини амалга оширишга ёрдам беради.

с. Бозор ахборот технологиялари «ҳукмрон»лигини харидорга ағдариши мумкин. Интернет ва бошқа янги ахборот технологияларининг яна бир муҳим жиҳати қарийб барча товар ва хизматларга бозорда истеъмолчининг «ҳукмрон»лигини оширади. Бу «ҳукмрон»лик манбаи иккитадир:

– биринчидан, истеъмолчилар ҳозирги пайтда маҳсулотлар ва уларнинг нархларини осонликча қиёсий таҳлил қила олади.

– иккинчидан, истеъмолчилар шахсий ёки гуруҳ тарзидаги талаблари ва уларнинг қондирилиши ҳақида ахборот тўплаш ҳамда ишлаб чиқарувчи ва воситачилар билан мулоқот қилиш имкониятига эга.

Янги хабардор бўлган истеъмолчи ҳатти-ҳаракатидаги ўзгариш улар томонидан маҳсулотни танлаш, сифати ва нархини солиштириш жараёнида сезилади. Бундай шароитда анъанавий мебел маркетинги асосан реклама ва тушум даражасини оширишга йўналтирилганлиги учун ўз самарасини йўқотиши мумкин. Жумладан, маҳсулотларнинг нархи бозордаги харидорларни сегментлашда самара бермаслиги мумкин, чунки, нархга таъсирчан харидорларнинг барчаси паст нархдаги маҳсулотни қидиради.

Ўзбекистон мебел корхоналари бозорда узоқ муддатли яшовчан бўлмоғи учун корхона, тармоқ ва мамлакат миқёсида рақобатбардош стратегияларни қўллаши лозим. Масалан, корхона даражасида ишлаб чиқарувчилар захираларни

ахборот билан алмаштириши, янги технологияларни моҳирона қўллай олишлари, мамлакат даражасида соҳага тегишли таълим, илмий тадқиқот ва технологиялар трансферини амалга оширишни тақозо этади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги Фармони, www.uza.uz
2. Porter, M.E. 1998. «oncompetition» Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
3. Bullard, S.H. 1989. «Furniture Manufacturing and Marketing in the «American Economic Transition»». Res. Report 17, Mississippi Forest Products Utilization Laboratory, Mississippi State, Mississippi.
4. Bullard, S.H. and B.J.Seldon, 1993. «Substitution among capital, labor, and raw materials in upholstered furniture manufacturing». Forest Products Journal 43(3): 64-66.
5. Dent, H.S. Jr, 1998. «The Roaring 2000's» Simon & Schuster, New York.
6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Республика мебель саноатини монополиядан чиқариш ва уни бошқаришни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори. 2001 йил 22 июнь.

<p>Г.Остонокулова Конкуренция, инновации и маркетинг в мебельной отрасли Аннотация: в представленной статье рассмотрены тенденции развития мебельной промышленности Узбекистана, а также раскрыты влияющие факторы, на него. Кроме того, выявлены наличие положительной связи между ростом экономической активности (ВВП) и повышением спроса у населения на мебель. Показано значение инновационного маркетинга в развитии мебельной отрасли, с широким использованием информационных технологий. Даны практические предложения и рекомендации по разработке инновационного маркетинга в отрасли. Ключевые слова: мебельная промышленность, спрос, инновация, инновационный маркетинг, информационные технологии, конкурентное преимущество, поведение потребителей мебели.</p>	<p>G.Ostonakulova Competition, innovation and marketing in the furniture industry Abstract: In this article the tendencies of development of the furniture industry of Uzbekistan are considered and also is found out influencing factors on it. Moreover, it is identified a positive relationship between the growth in economic activity (GDP) and the increasing demand of the population for the furniture. It is shown the value of innovative marketing in the development of the furniture industry, with broad application of information technology. Consequently, practical suggestions and recommendations are given on the development of innovative marketing in the industry. Keywords: furniture industry, demand, innovation, innovative marketing, information technology, competitive advantage, furniture customers' behavior.</p>
---	--

Ҳ.И. Турдибеков – СамИСИ доценти, и.ф.н.

АЛОҲИДА ХУДУДЛАРДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ТАРМОҚЛАРИНИ КЛАСТЕРЛИ ЁНДАШУВ АСОСИДА РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИАТЛАРИ

Аннотация: хорижий мамлакатлар тажрибаси кўрсатишича, алоҳида ҳудудларда хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантиришда кластерли ёндашув юқори ижтимоий-иқтисодий самарадорликка эга. Йирик шаҳарларда хизмат кўрсатиш субъектларининг концентрациялашуви асосида хизмат кўрсатиш кластерларининг шаклланиши кузатилади. Ҳозирги пайтда олиб борилаётган тадқиқотлар кластерларнинг қайси моделга мос бўлиши ва уларни қўллаб-қувватлаш бўйича ҳукумат даражасида қандай чоралар кўриш бўйича ягона ечимни таклиф этиш имконини бермайди. Мақолада хизматлар соҳасида кластерларни шакллантириш ва ривожлантириш бўйича таклифлар ўз аксини топган.

Калит сўзлар: хизмат кўрсатиш тармоқлари, кластер, кластерли ёндашув, минтақаларнинг ихтисослашув даражаси

XXI аср жамиятнинг янги постиндустриал ривожланиш босқичига ўтиши иқтисодиётнинг глобаллашуви ва хизмат кўрсатиш тармоқларида рақобат курашининг кескинлашиши тавсифланади. Буни тармоқлар ривожланишининг иқтисодий кўрсаткичлари орқали ҳам кузатиш мумкин. Жумладан, 2016 йилда Ўзбекистонда хизматларнинг ялпи ички маҳсулот таркибидаги улуши эса 54 фоиздан 54,5 фоизга ошди. Бугунги кунда иқтисодиётда банд бўлган аҳолининг 50 фоиздан ортиғи ушбу тармоқда меҳнат қилмоқда. Ҳар йили яратилаётган янги иш ўринларининг, авваламбор, касб-ҳунар коллежлари битирувчилари учун ташкил этилаётган иш ўринларининг учдан бир қисмидан кўпроғи айнан мазкур соҳа ҳиссасига тўғри келмоқда. Турли соҳаларга ихтисослашган кўп сонли ишлаб чиқарувчи ва харидорлар мавжудлиги, интеллектуал салоҳиятга асосланган янги хизматларнинг вужудга келиши хизмат кўрсатиш тармоқларининг мураккаб рақобат моделига эга эканлигини тасдиқлайди. Охириги йилларда жамият ҳаётида тез суръатлар билан хизматлар ўрнининг ошиш тенденцияси кузатилмоқда, бу эса моддий ишлаб чиқаришнинг ўсиш суръатларидан ўзиб кетмоқда. Хизматлар соҳаси юқори даражалар билан кўпгина шаҳарларда, жумладан Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Шахрисабз, Қарши, Термиз, Андижон ва бошқаларда ривожланиб бормоқда. Бунда ресторан ва умумий овқатланиш хизматлари, сартарошхона, косметолог, туризм, шунингдек савдо хизматлари асосий салмоқни ташкил қилмоқда.

Хизматларнинг ривожланиши мижозлар билан чуқур муносабат ўрнатишни таъминлайди. Корхоналарнинг кучли рақобат муҳитида асосий маҳсулот ҳисобига ўсиш имконияти пасайган тақдирда улар ушбу маҳсулотга қўшимча равишда шундай хизматларни жорий этадиларки, бунинг эвазига улар мижозлар билан доимий муносабатларни ўрнатадилар. Моҳиятан бу назарий асосланган ва амалий жиҳатдан мужассамлашган кластерни ўзида акс эттиради. Иқтисодиётнинг тармоқ тузилиши мамлакат иқтисодиётининг технологик орта қолганлигини ва қоқлигидан далолат бермайди. Бу энг аввало товар ва хизматлар ишлаб чиқаришдаги ўзаро нисбатга боғлиқдир. Чунки хизматлар кўрсатиш моддий ишлаб чиқариш жараёнининг давоми ҳисобланиб, унинг узлуксизлигини таъминлаб беради. Хизматларнинг ўзига хос хусусияти эса уларнинг ўзаро фарқланишига имкон бермайди ва бу жараён яхлит деб ҳисобланади.

Мамлакатимизда кейинги йилларда хизматлар соҳаси тубдан ўзгариб бормоқда. Соҳанинг жадал суръатлар билан ўсиши йирик аҳоли манзилларида, айниқса шаҳар агломерацияларида субъектларнинг концентрациялашувини тезлаштирди. Буни турли хизмат турларининг пайдо бўлганлигидан, айниқса оммавий овқатланиш, маиший хизматлар кўрсатиш, маданий-кўнгил очар тадбирлар уюштириш, фармацевтика, туристик хизматлар, спорт-соғломлаштириш, молия ва алоқа-коммуникация хизматларида кўришимиз мумкин. Кўпчилик ҳолларда бу тармоқлар ноозиқ-овқат савдоси билан боғлиқ хизматлар билан тўлдирилмоқда.

Замонавий жамиятда иқтисодий жараёнларнинг ривожланиши макро ва микро даражадаги беқарор омиллар таъсирининг кучайиб бораётганлиги билан тавсифланади. Бу ҳолат компанияларни мавжуд вазиятга мослашишнинг самарали шакллари кидиришга, рақобат курашини олиб боришнинг анъанавий усуллари қайта кўриб чиқишга ундайди. Янги шароитда компаниялар барқарор ривожланишининг асосий шартларидан бири ҳамкорликда фаолият юритишнинг самарали шакллари қўллаш ҳисобланади. Бунда интеграция жараёнига ёндашувларнинг трансформациялашуви диққатга сазовор. Агар яқин даврларда компанияларнинг кўшилиши ва кўшиб олиниши рақобат устунлигига эришишнинг устувор йўналиши сифатида қаралган бўлса, 2008-2009 йиллардаги жаҳон молиявий-иқтисодий инқирозидан кейин хорижий давлатларда бу йўналишга қизиқиш кескин пасайди. Компания раҳбарлари интеграция жараёнининг кескин ўзгаришлар билан боғлиқ бўлмаган, иштирокчилар мустақиллигини сақлаб қолиш имконини берадиган мослашувчан кўринишларини афзал кўриши кузатилмоқда. Бу шакллардан энг самаралиси ҳудудий кластерлар ҳисобланади.

Иқтисодиёт фанларида кластер тушунчаси янги ёндашув ҳисобланмайди. Унинг асослари XIX асрдаёқ классик мактаблар томонидан ишлаб чиқилган эди. Ўтган асрнинг 90-йилларидан бошлаб рақобат муҳитининг ўзгаришларинини ҳисобга олиб кластер атамаси янгича талқинда қўлланила бошлади. Бу йўналишнинг юзага келишига М.Портернинг¹ ҳудудларни стратегик ривожлантиришга қаратилган назарий қарашлари имкон берди. Хозирги пайтда М.Портер тадқиқотларидан тортиб расмий давлат ҳужжатларигача кластер атамасига турлича таърифлар ишлаб чиқилган бўлиб, уларга кўра берилган тушунтиришларда маълум элементларга (инновацион тизим, қўшилган қиймат яратиш кетма-кетлиги ва бошқалар) урғу берилган бўлсада, бу тавсифларда умумий жиҳатлар ҳам мавжуд. Уларга кўра, ҳудудий кластер – бу ўзаро боғлиқ компания ва ташкилотларнинг маълум бир ҳудуд доирасидаги бирлашмаси бўлиб, улар турли фаолият йўналишларига эга бўлсаларда, функционал ўзаро боғлиқ ва бир-бирини тўлдиради. Шундай қилиб кластерни тавсифлашда қуйидаги уч белгини ажратиш кўрсатиш мақсадга мувофиқ: ҳудудий яқинлик; ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (хизмат, ресурс, технология)нинг умумийлиги; иштирокчиларнинг яқиндан ўзаро алоқадорлиги.

Ҳудудий жиҳатдан яқин жойлашган компанияларнинг ҳамкорликда фаолият кўрсатишидан манфаатдорлиги харажатларни камайтириш ва инновацияларни жорий қилишда намоён бўлади. Ҳудудларни ва инновацион фаолиятни ривожлантиришда кластерли ёндашувни қўллашда турли моделлардан фойдаланилади. Улардан бири Италияда “саноат округлари”ни ташкил этишда қўлланилган бўлиб, бунда кичик фирмаларнинг юқори даражадаги концентрацияси уларнинг йирик компаниялар билан рақобатлашишига имконият

¹Портер М. Конкуренция.-М.: Изд. Дом “Вильямс”. 1993. С 68.

яратган. Кластерларни тузишнинг яна бир модели ягона марказга бирлашган ихтисослашган тармоқли саноат корхоналари кўринишида шаклланган бўлиб, марказ сифатида йирик компания, университет ёки илмий лаборатория қатнашиши мумкин (Жанубий Корея, Япония, Германия ва Францияда кўпчилик кластерлар шу моделга асосланган). Ниҳоят, учинчи модел инновацион кластерларни ифодалайди (Скандинавия, Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари, Швейцария, АҚШ кластерлари). Бу кластерлар ҳудудий жиҳатдан ўзаро яқин жойлашган фирмалар, уларнинг таъминотчилари ва мижозлари, йирик тадқиқот марказлари ва университетларининг ўзаро муносабатларига асосланган тизимини ифодалайди. Улар янги билимлар генераторини ифодалайди ва янги ғояларнинг тезлик билан амалиётга жорий этилишини таъминлайди.

Шу муносабат билан кластер тушунчасининг хизмат кўрсатиш тармоқларидаги ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб таърифлашга ҳаракат қиламиз. Хизмат кўрсатиш тармоқларида кластер ўзаро боғлиқ бўлган хўжалик юритувчи субъектлар гуруҳи бўлиб, аҳолининг ижтимоий эҳтиёжларини қондириш мақсадида турли ташкилий-иқтисодий тузилмаларда иштирок этувчи хизматлар соҳаси корхоналаридан ташкил топади. Хизмат кўрсатиш тармоқлари сифатида хизматлар соҳасининг барча тармоқлари олиб қаралади.

Хизмат кўрсатиш тармоқларида кластер масалаларига бағишланган илмий тадқиқотларни таҳлил қилиш давомида шуни алоҳида қайд этиш жоизки, кластер жараёни энг аввало минтақавий иқтисодиёт масалаларига тааллуқли эканлиги таъкидланган. Мазкур тадқиқот ишида миллий ва ҳудудий даражада аҳамиятга эга бўлган ва ички истеъмол бозори учун хос бўлган тармоқ кластерининг шаклланиши ва ривожланишига асосий эътибор қаратилди. Хизмат кўрсатиш тармоқлари кластери асосан мамлакатимизнинг йирик аҳоли манзиллари ва шаҳарларида шаклланмоқда.

Ҳозирги пайтда олиб борилаётган тадқиқотлар кластерларнинг қайси моделга мос бўлиши ва уларни қўллаб-қувватлаш бўйича ҳукумат даражасида қандай чоралар кўриш бўйича ягона ечимни таклиф этиш имконини бермайди. Портернинг фикрига кўра, ҳозирги пайтда энг рақобатбардош тармоқлар кластер тамойилига кўра ривожланади, кластерларнинг шаклланишини қўллаб-қувватлаш эса бутун мамлакат иқтисодиётининг рақобатбардошлигининг ошишига олиб келади.¹ 2009 йилда иқтисодчи олимлар Д.Форея, П.Давид ва Б.Холлар² томонидан кластерларни шакллантиришда “оқилона” ихтисослашув (smart specialization) концепцияси таклиф қилинган. “Оқилона” ихтисослашув дастлаб юқори технологияли тармоқларга хос ҳисобланган. Кейинчалик бу ёндашув бошқа секторлар ривожланишига туртки берувчи хизматлар соҳасида ҳам яхши натижа беради. Мазкур концепция Европанинг кўплаб давлатларида янги кластерларни шакллантиришда асос асос бўлиб хизмат қилган. “Оқилона” ихтисослашувнинг тармоқлари ёки соҳаларини танлаш фан, таълим, бизнес, ишлаб чиқариш манфаатларини ифодаловчи экспертлар кенгаши томонидан амалга оширилади.

Давлат органлари мазкур концепцияга кўра қуйидаги функцияларни амалга оширади:

- “оқилона” ихтисослашувни келишиш ва танловни амалга ошириш учун зарур шароит яратиш;

¹ Портер М. Международная конкуренция. Конкурентное преимущество стран.-М.:”Международные отношения”, 1993.-896 с.

² Smart Specialization: The Concept / D. Foray, P.A. David, B. Hall // Knowledge for Growth. Prospects for Science, Technology, and Innovation. Selected papers from Research Commissioner Janez Potočnik's Expert Group. November 2009. P. 20-24.

- минтақалар томонидан танланган ихтисослик нуқтаи назаридан кластерли ривожланиш мониторингини ўтказиш;

- Танланган “оқилона” ихтисослашув натижасида юзага келган эҳтиёжларни аниқлаш (масалан кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш соҳасида) ва қўллаб-қувватлаш чораларини ишлаб чиқиш.

Бундай ёндашув бошқарувнинг турли воситаларини мос ҳолда қўллаш, уларнинг самарасини ошириш имконини беради.

Хизматлар соҳаси учун ташкилий-иқтисодий тузилманинг “кластерли тузилма” тушунчасини киритиш мақсадга мувофиқдир. Кластерли тузилма тушунчаси ўзаро алоқадор бўлган хўжалик юритувчи субъектларнинг маҳаллий ва ҳудудий тизими бўлиб, улар турли йўналишларга ихтисослашган ва аҳолининг турли эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилади. Мамлакатимиз амалиётида мавжуд бўлган “тармоқли тузилма” эса аксинча, маълум йўналиш бўйича ихтисослашган хўжалик юритувчи субъектларнинг маҳаллий ва ҳудудий тизими бўлиб, улар аҳолининг айрим эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилган. Буни биз собиқ иттифоқ давридаги матлубот кооперацияси ва кооператив дўконлар мисолида кўришимиз мумкин. Ушбу кооперативлар аҳолининг асосан озиқ-овқат ва нозиқ-овқат товарларига бўлган эҳтиёжини қондиришга ихтисослашган бўлиб, аҳолининг бошқа эҳтиёжларини қондириш одатда бошқа ҳудудларда амалга оширилган эди. Кўпчилик муаллифлар, шу жумладан хорижий тадқиқотчилар ҳам шундай фикр билдирмоқда. Улар замонавий маркетинг йўналишининг ўзгарганлигини таъкидламоқдалар.

Узлуксиз равишда бундай тармоқларнинг пайдо бўлиши қўшимча хизмат турларининг пайдо бўлишига ва бизнеснинг жозибадорлигини оширишга ҳам сабаб бўлди. Дастлаб ушбу корхоналар томонидан ўхшаш товарлар ишлаб чиқаришга асосий эътибор қаратилган бўлса, бугунги кунга келиб бир-бирини тўлдирувчи товар ва хизматларни ишлаб чиқариш жадаллашмоқда. Республика аҳолисининг бандлиги ва даромадлари барқарор ўсишини таъминлашга доир вазифаларни ҳал этишда касаначиликнинг турли шакллари кенг ривожлантириш, жумладан, унинг йирик саноат корхоналари билан кооперациясини кенгайтириш, касаначиликни ривожлантиришнинг ҳудудий ва тармоқ дастурларини шакллантириш, касаначиликни ривожлантиришнинг ҳудудий ва тармоқ параметрлари мониторингини олиб боришда ҳамда касаначилик иш ўринларини ҳисобга олишда давлат ва хўжалик бошқаруви, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари, ишчи комиссиялар ва корхоналарнинг ўзаро ҳамкорлиги механизмини такомиллаштиришга қаратилган тадбирлар¹ хизмат кўрсатиш тармоқларида ўз хусусиятига кўра йирик кластер шаклланаётганлигидан далолат беради. Касаначиликни ривожлантиришнинг ҳудудий ва тармоқ параметрлари иш билан банд бўлмаган аҳолини ишлаб чиқариш фаолиятига кенг жалб этиш, корхоналар ва касаначилик ўртасидаги кооперацияни кенгайтириш ва шу асосда аҳоли бандлигини ҳамда турмуш даражасини ошириш мақсадида шакллантирилади. Шуна алоҳида таъкидлаш жоизки шаклланаётган кластернинг ядроси энг аввал савдо, туризм ва оммавий овқатланиш хизматларидан ташкил топмоқда.

Амалий жиҳатдан олиб қарайдиган бўлсак, энг аввало асосий эътибор маҳаллий дастурларга қаратилганлигидир. Мамлакатимиз аҳолисининг турмуш даражасини ошириш ва ҳаёт фаровонлигини юксалтириш ва бандлигини оширишга

¹ Касаначиликни ташкил этишни такомиллаштириш ҳамда маҳаллий давлат ҳокимияти ва хўжалик бошқаруви органлари раҳбарларининг уни ривожлантириш параметрлари бажарилиши юзасидан жавобгарлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида” Вазирлар Маҳкамасининг 146-сонли қарори. 2008 йил 1 июл.

қаратилган тадбир ва лойиҳалар келгусида ўзига хос кластерни вужудга келтиради. Бу кластер муниципал даражада аҳолининг турмуш даражасини оширишга хизмат қилади. Бундан ташқари маҳаллий бюджетларнинг қўшимча даромадларини ҳам шакллантириш орқали қулай инвестиция муҳитини яратилиши ва ўз навбатида кластер ташаббусини рағбатланиришга хизмат қилади.

Бугунги кунда иқтисодиёт тармоқларида кластер ёндашувининг назарий асослари, айниқса унинг хизмат кўрсатиш тармоқларида ўз аксини топмоқда. Таъкидлашимиз жоизки, хизматлар соҳасида мавжуд ва шаклланаётган кластерларнинг асоси ёки ядроси бизнинг фикримизча қуйидагилар:

– туристик корхоналар, маиший хизмат кўрсатиш корхоналари, улгуржи ва чакана савдо корхоналари;

– касаначилик иш ўринларини ҳисобга олишда давлат ва хўжалик бошқаруви, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари, ишчи комиссиялар ва корхоналарнинг ўзаро ҳамкорлиги, йирик чакана ва улгуржи савдо корхоналари, туризм ва уни бошқаришнинг минтақавий тузилмалари;

– савдо уюшмалари, маиший-савдо корхоналари ва бошқа майда субъектларни узида жамлаган йирик оммавий овқатланиш корхоналари (ресторанлар ва қандолат магазинлари, маиший хизмат кўрсатиш субъектлари).

Амалиёт шуни тасдиқламоқдаки, хизматлар бозорининг барча сегментларида бугунги кунда кўплаб кичик бизнес субъектлари фаолият юритмоқда. Улар хозирданок юқори фойда олиш, сотиш хажмини ошириш ва бозор улушини сақлаб қолиш мақсадида бир-бирини ўзаро тўлдиришга асосий эътибор қаратмоқдалар ва бу кластер тузилмасининг шаклланишга замин яратади. Бизнинг фикримизча, кластерли ёндашув асосида хизмат кўрсатиш корхоналари ҳамкорлигибўйича кенгмиқийёсдаги тадқиқотлар олиб бориш келгусида соҳанинг жадал ривожланишига имкон беради.

<p style="text-align: center;">Турдибеков Х.И.</p> <p style="text-align: center;">Возможности развития отраслей услуг в отдельных регионах на основе кластерного подхода</p> <p>Аннотация: как показывает международный опыт, развитие отдельных регионов на основе кластерного подхода сопровождается ощутимой социально-экономической эффективностью. В крупных городах наблюдается концентрация многочисленных субъектов услуг на основе кластерного подхода. Проводимые в настоящее время исследования не дают возможности выбора оптимальной модели кластера и определения единой государственной политики развития и поддержки кластеров. В статье разработаны предложения по формированию и развитию кластеров в сфере услуг.</p> <p>Ключевые слова: отрасли сферы услуг, кластер, кластерный подход, уровень специализации регионов.</p>	<p style="text-align: center;">Tur dibekov Kh.I.</p> <p style="text-align: center;">Opportunities for the development of service industries in individual regions based on the cluster approach</p> <p>Abstract: international experience shows that the development of individual regions on the basis of a cluster approach is accompanied by a tangible socio-economic efficiency. In large cities, there is a concentration of numerous service providers based on the cluster approach. Current research does not provide an opportunity to choose the optimal cluster model and determine a single state policy for the development and support of clusters. The article developed proposals on the formation and development of clusters in the service sector.</p> <p>Keywords: service industries, cluster, cluster approach, level of specialization of regions.</p>
--	--

МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ

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

З.О.Ахроров – СамИСИ ассистенти

М.С.Хамраев – СамИСИ ассистенти

ЗАМОНАВИЙ МОЛИЯВИЙ ХИЗМАТЛАР СИФАТИНИ ОШИРИШ ИМКОНияТЛАРИ

Аннотация: мақолада молиявий хизматлар моҳияти, уларни ташкил этиш, молиявий институтлар фаолияти ва молиявий хизматларни такомиллаштириш имкониятлари ёритилган.

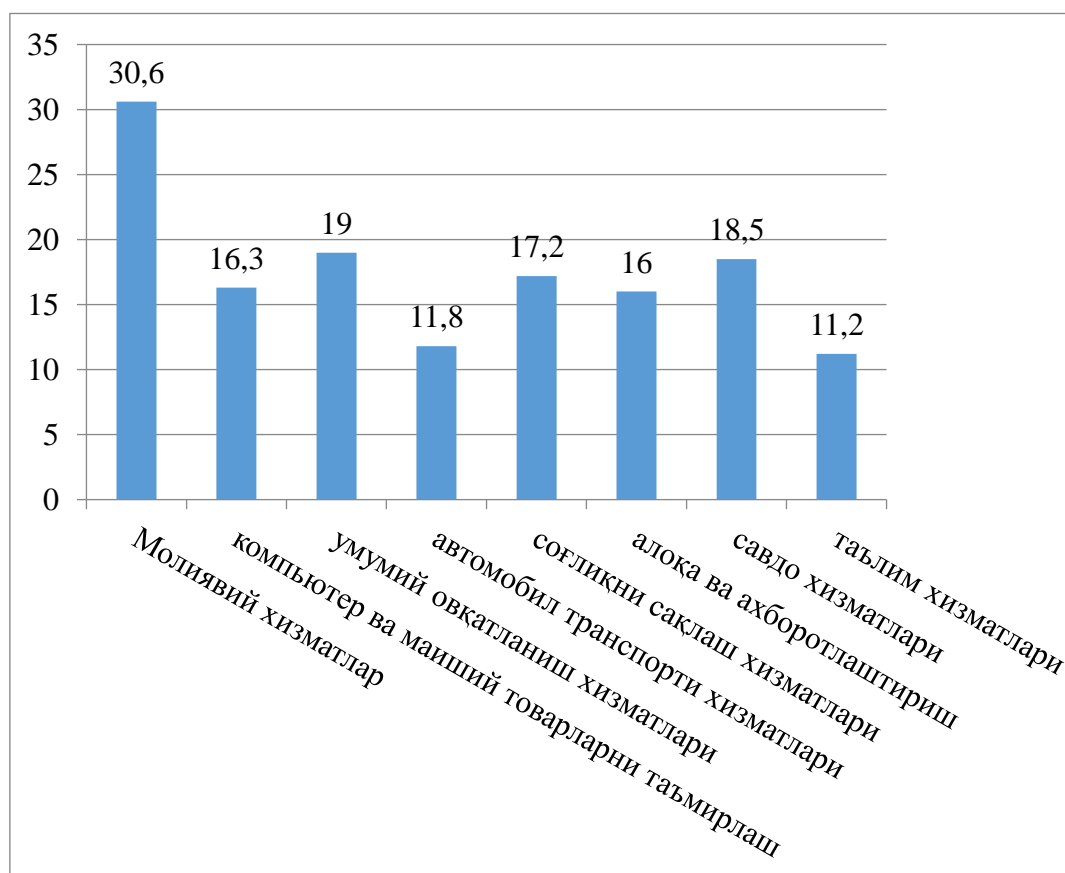
Калит сўзлар: хизмат, молиявий хизмат, молиявий институт, хизмат кўрсатиш, банк, суғурта, лизинг.

Замонавий иқтисодиётда хизмат кўрсатишни такомиллаштириш муҳим масалалардан бири бўлиб келмоқда. Унинг таркибида молиявий хизматлар ўзининг юқори салмоққа эга эканлиги билан алоҳида аҳамият касб этмоқда.

Хизмат кўрсатиш соҳасидаги юқори ўсиш суръатлари 2016 йил давомида молиявий хизматларда қайд этилиб, у 30,6 фоизни ташкил этди. Бошқа соҳаларда ўсиш суръатлари диаграмма кўринишида акс эттирдик.

1-диаграмма

2016 йил давомида хизмат кўрсатиш соҳасидаги ўсиш суръатлари[1], %да



Ҳозирги шароитда молиявий хизматлар сифатини ўзига хос жиҳатларини аниқлаш муҳим вазифалардан биридир. Зеро, ҳозирги кунда балоғат ёшидаги

аҳолининг барчаси молиявий институтларни такомиллаштирилган замонавий молиявий хизматларга талаблари ошиб бормоқда, шунингдек, катта ёшдаги ҳар юз минг аҳолига 49,7 та молия муассасаси тўғри келаётгани, ҳар минг киши номига 1028 та банк[2] ҳисоб рақами очилганлиги фикримиз далилидир.

Молиявий институтларнинг фаолиятларини самарали бошқариш жараёнлари кўп омилли бўлиб, у нафақат иқтисодий ва ижтимоий тараққиётга, балки шу билан бирга молиявий хизматларга таъсир кўрсатади. Молиявий хизматлар¹ иқтисодий ва ижтимоий муносабатлар жараёнлари иштирокчилари томонидан қўйиладиган мақсад ва вазифаларга мос равишда ривожлантирилиб ва такомиллаштирилиб борилиши зарур бўлади.

Молиявий хизматлар юридик ва жисмоний шахсларнинг банк, суғурта, лизинг ва инвестиция бозорларига, шунингдек бошқа молиявий тусдаги муносабатларда пул маблағларини шакллантириш билан боғлиқ ижтимоий-иқтисодий муносабатлар йиғиндисини англатади. Шу боис молиявий хизматларни самарали амалга оширилиши кўп жараёнларни ижобий ҳал этилишини таъминлайди. Жумладан, юридик ва жисмоний шахсларни молиявий ресурслар билан таъминланиши, жамғармаларни кўпайтириш имкониятларига эришиш, аҳолини ва бизнесни турли рисклардан суғурталаш ва шу каби бошқа муҳим хизматларни кўрсатиш орқали аҳоли ҳаёт сифатини оширишга хизмат қилади.

Молиявий хизматларнинг объекти сифатида молиявий муносабатлар билан боғлиқ бўлган қимматли қоғоз, суғурта полиси, нақд пулсиз ҳисоб-китоблар, банк кредитлари, банк пластик карточкалари орқали чакана савдо хизматларини кўрсатиш ва бошқаларни келтириш мумкин.

Молиявий хизматлар субъекти – бу молиявий хизматларнинг истеъмолчилари ва молиявий хизматларни кўрсатувчи институтлардан ташкил топган молиявий бозор иштирокчиларидир.

Айтиш жоизки, молиявий хизматларнинг олди-сотдиси (реализацияси) молиявий бозорда амалга оширилади. Бунда молиявий хизматларнинг хусусиятлари қуйидагича бўлади:

- хизматларни товарлар ва маҳсулотлар каби омборларда жамғариб бўлмайди;

- молиявий хизматни кўрсатишда уни кўрсатувчи ва истеъмол қилувчи бир вақтнинг ўзида иштирок этиши талаб этилади;

- хизматнинг сифати уни тақдим этиш давомида ўзгариши мумкин.

Юқорида хусусиятлар тижорат банклари кредит хизматларида ҳам яққол кўринади. Самарқанд вилоятида тижорат банклари томонидан 2016 йилда кўрсатилган кредит бўйича хизматлар 2-диаграммада келтирилган.

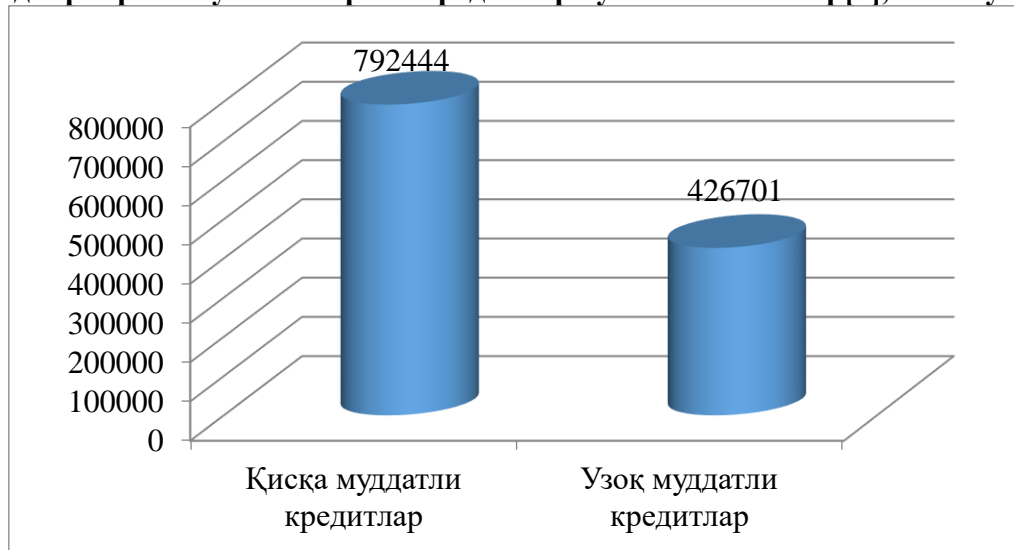
“Молиявий хизмат” сўзи одатда тор маънода ишлатилади. Амалиётда бу сўзнинг ўрнига молиявий муносабатларни ўзида акс эттирувчи тушунча “молиявий операция” сўзи ишлатилади. “Молиявий хизмат” атамаси хизмат кўрсатиш соҳаси моҳияти ва муаммоларини ёритувчи қатор нашрлар учрасада, аниқ таърифлар деярли учрамайди. Масалан, илмий-амалий конференция тўпламларида қатор илмий мақолаларда[4] ҳам бу тушунча аниқлик киритилмаган.

Иқтисодчи Питер Роуз банкни молиявий хизматларни кўрсатувчи фирма сифатида эътироф этади. У бундай молиявий хизматларга молиявий ресурсларни бошқариш, истеъмол кредити, пул оқимларини бошқариш, лизинг каби бошқа банк фаолиятини акс эттирувчи хизматларни киритади[5]. Шундан келиб чиқиб

¹ Молиявий хизматлар, унинг турлари проф. Ж.Р. Зайналов томонидан чоп этилган илмий мақолаларида кенг ёритилган

2-диаграмма

2016 йилда Самарқанд вилоятида тижорат банклари томонидан барча молиялаштириш манбалари ҳисобидан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига кредитлар бўйича хизматлар[3], млн. сўмда



замонавий молиявий хизматлар бозорига қатор вазифаларни киритиш муҳим аҳамият касб этиши эътироф этилмоқда (1-чизма).

Замонавий молиявий хизматлар бозорини самарали ташкил этиш вазифалари

- ⇒ бўш молиявий ресурсларни жалб қилади
- ⇒ молиявий ресурсларни тақсимлайди
- ⇒ молиявий манбалар ҳисоб-китоблар жараёнларини энгиллаштиради
- ⇒ молиявий хизматларга бозор нархларини шакллантиради
- ⇒ иқтисодиётнинг алоҳида субъектлари айланма капиталларини тезлаштиради ва бошқалар

1-чизма. Замонавий молиявий хизматлар бозорини самарали ташкил этиш вазифалари

Юқорида баён этилган вазифалар принципал аҳамиятга эга бўлиб, уларнинг кўрсатилишини таъминлаш ва белгиланган тартибда бажарилиши хизмат кўрсатиш механизмининг муваффақиятли амал қилишини белгилаб, улар самарадорлигини ошириш имконини беради.

Ушбу вазифалар икки томонлама характерга эга бўлиб, уни давлат манфаатлари ва истеъмолчилар манфаатлари нуқтаи-назаридан кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Биринчи манфаатлар нуқтаи-назаридан аҳамиятини, фикримизча, икки йўналишда очиб бериш мумкин. Биринчи, молия хизматлари

ҳажмининг ЯИМга нисбатан кўриб чиқилишидир. Унинг ЯИМга нисбатан салмоғи ошиш тенденциясига эга бўлишига қарамасдан, молия хизматларининг замонавий турларига нисбатан талабни ошиб борилишини кўрсатмоқда.

Молия хизматининг истеъмолчилар нуқтаи-назаридан қаралганда, аҳамиятини кўрсатиб берувчи иккинчи йўналиш уларнинг молия институтлари даромадларини шакллантиришдаги салмоғидан иборат. Шу боис молиявий хизматларни кўрсатиш механизмларини мустақил ҳаракат қиладиган механизм сифатида талқин этиш назарий жиҳатдан мақсадга мувофиқдир.

Фикримизча, молия хизматларини кўрсатишдан тушадиган тушумлар маълум бир механизмнинг ҳаракати ёрдамида содир бўлади. Уни биз билвосита тушадиган тушумларни ҳаракатга келтирувчи механизми деб атасак бўлади. Ушбу механизм аниқ ишласа, билвосита молия хизматидан тушадиган тушумларни ўз вақтида ҳаракатини таъминлаш вазифаси муваффақиятли бажарилаверади.

Билвосита молия хизматларини ташкил этиш орқали тушумларни тушириш механизмни икки вариантда тасаввур этиш мумкин:

- хусусий тарзда;
- умумий кўринишда.

Уларни ўз вақтида кўрсатилиши ва хизмат тушумларини туширилиши ушбу механизмнинг узлуксиз ишлаб туришига боғлиқ бўлади. Тахминларимиз кўрсатишича, амалдаги молиявий хизматлар кўрсатиш механизмлари айрим камчиликларга эга бўлиб, уларни бартараф этиш учун такомиллаштирилмоғи лозим.



2-чизма. Молия институтларининг таркибий тузилиш модели

Молия институтлари жаҳон иқтисодий интеграциялашуви жараёнида молия хизмат турларини барқарорлаштиришда катта ўрин тутди. Молия институтлари – бу молия ресурслари тизимини тартибга солувчи, унинг иштирокчилари ўртасидаги молиявий муносабатларни ва молиявий хизматларни оқилона бошқарувчи, юзага келган инфляция ва инқилобий салбий омилларни бартараф этувчи ва мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришга ва барқарорлигини таъминлашга ёрдам берувчи молиявий ташкилотлар ҳисобланади. Молия институтларининг асосий мақсади молия хизматларини барқарорлигини таъминлаш, валюта ва кредит муносабатлари учун молиявий хизматлар сиёсатини ишлаб чиқиш ва ижросини таъминлаш ва мамлакат молия тизимларида вужудга келаётган янги молия хизматлари билан боғлиқ салбий муаммоларни бартараф этишга қўмаклашишдан иборат.

Шунинг билан бир қаторда, молия институтлари молиявий барқарорликни таъминлашнинг асосий кўрсаткичи бўлган инфляцияни бошқариш ва валютани тартибга солиш, молия хизматларини баҳолаш, бюджет тақчиллигини бартараф этишда ва тўлов балансини баланслаштиришда муҳим ҳисобланади. Интеграциялашув жараёни молия институтларининг молия хизматлардаги аҳамиятини тобора ортишига таъсир этиб келмоқда.

Ҳозирги кунда молия институтлари таркибига 50 тадан ортиқ турли даражадаги ташкилотлар киради.

Молия институтлари мамлакат миқёсида турли вазифаларни бажариб келмоқда. У савдо ҳажмини ривожлантириш, валюта соҳасидаги тартибли сиёсатни юргизиш, тўлов балансини баланслаштириш каби вазифаларни ўзида мужассам этади. Марказий банк ва Молия вазирлиги эса глобаллашув жараёнида камбағалликни қисқартириш ва иқтисодий ўсишни мақсад қилиб қўйган. Бу эса ўз навбатида молия институтларини интеграциялашувини таъминламоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Пул-кредит соҳасидаги мавжуд вазият ва монетар сиёсатнинг 2017 йилга мўлжалланган асосий йўналишлари. // Бозор, пул ва кредит, 2017 йил январ 1-сон
2. Жумабоев Д. Замонавий молиявий хизматлар – аҳоли учун. //Халқ сўзи. 2014 йил 29 март
3. 2016 йилда Самарқанд вилояти ҳудудларининг ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий кўрсаткичлари. www.samarkand.uz сайти маълумотлари
4. Зайналов Д.Р. Инновационные аспекты финансово-кредитных услуг. //Материалы межд.научн.практ. конференции “Рынок услуг, проблемы, решения и перспективы. 29-30 июня 2012 года. – Самарқанд: СамИЭС, 2012. – с. 212-218; Зайналов Д.Р. Проблемы управления финансовыми услугами. Институційний розвиток соціально-економічних систем: національна економіка у глобальному середовищі: збірник наукових праць за матеріалами VII Міжнародної науково-практичної конференції. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – С.22-24
5. Роуз, Питер С. Банковский менеджмент: предоставление финансовых услуг. – М.: Дело, 1997. – 768 с.

<p>Ж.Р.Зайналов, З.О.Ахроров, М.С.Хамраев</p> <p>Возможности повышения качества современных финансовых услуг</p> <p>Аннотация: в статье освещена сущность финансовых услуг, их организация, деятельность финансовых институтов и возможности совершенствования финансовых услуг.</p> <p>Ключевые слова: услуга, финансовая услуга, финансовый институт, оказание услуг, банк, страхование, лизинг.</p>	<p>J.R.Zaynalov, Z.O.Ahrorov, M.S.Khamroev</p> <p>Possibility of improving quality of modern financial services</p> <p>Abstract:the article highlights the essence of financial services, its organization, and the activities of financial institutions and the possibility of improving financial services.</p> <p>Keywords: service, financial service, financial institution, provision of services, bank, insurance, leasing.</p>
--	--

И.И.Жаббаров – СамИСИ тадқиқотчиси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИНИ МОЛИЯВИЙ СОҒЛОМЛАШТИРИШНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ

<p>Аннотация: мақолада хизмат кўрсатиш корхоналарини молиявий соғломлаштиришнинг назарий масалалари ва ушбу соҳа иқтисодий молиявий соғломлаштиришда маркетинг стратегиясининг роли қараб чиқилган. Унда молиявий соғломлаштиришнинг объектив зарурлиги ва уни такомиллаштириш йўллари ҳам алоҳида аҳамият берилган.</p> <p>Калит сўзлар: хизмат, хизмат кўрсатиш соҳаси, молиявий соғломлаштириш, маркетинг, маркетинг стратегияси.</p>
--

Молиявий соғломлаштириш кенг ва кўп қиррали тушунча ҳисобланганлиги боис замонавий иқтисодий адабиётларда унинг иқтисодий моҳияти ва талқини, кўрсаткичлар тизими ва уларни таснифлашга нисбатан ёндашувлар турлича бўлиб, яхлит тизимга келтирилмаган.¹ Мамлакатимизда молиявий соғломлаштиришни баҳолаш усуллари чегаралари, улардан самарали ва оқилона фойдаланиш имкониятлари, шунингдек, атамашунослик, кўрсаткичлар алгоритми ва уларни талқин этиш, мулкчилик ва тармоқ хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда молиявий барқарорлик мезонларини тадқиқ этиш долзарб муаммодир. Шу нуқтаи назардан, соғломлаштириш, молия ва корхона фаолиятини молиявий соғломлаштириш тушунчалари моҳиятини таҳлил қилиб чиқиш мақсадга мувофиқ.

Иқтисодий назарияда биринчилардан самарадорлик ва барқарорликни таҳлил қилиш асосчилари В.Вальрас ва А.Маршалл томонидан барқарорликнинг классик модели ишлаб чиқилган. Уларнинг фикрича, тизим бозор нархларига тузатишлар киритиш (В.Вальрас) ва ҳажмга тузатишлар киритиш (А.Маршалл) каби маълум шарт-шароитлар мавжуд бўлган тақдирда барқарор ҳолатга қайтади.² Фикримизча, ушбу талқин умумий кўринишга эга бўлиб, унда барқарорликни аниқ моҳиятини кўриш қийин.

М.М. Алексеева самарадорлик ёки барқарорлик тушунчасига қуйидагича ёндашди, яъни барқарорлик ўзгариб туришларнинг тўлиқ мавжуд эмаслиги ёки

¹Зайналов Ж.Р., Сатторов Т.А.Проблемы обеспечения финансовой стабильности предприятий. Монография. - Т.: «Shark», 2011. - 232 с.

²Маршалл А. Принципы экономической науки. – М.: Прогресс, 1993. – 350 с.

камайиб боровчи ўзгаришлар шароитида мувозанат ҳолатига интилиши демакдир¹, яъни соғломлаштириш ва барқарорлик тизимларни тасодифий таркибий қисмлар тўпланидан ажратиш турувчи уларнинг фундаментал хусусияти ҳисобланади.

Келтирилган талқинлардан келиб чиқиб, фикримизча, мамлакат иқтисодиёти даражасида молиявий соғломлаштириш тушунчасига ташқи ва ички омилларнинг ўзгариши шароитида тизимга хос хусусиятларни сақлаб қолиш, фаолият кўрсатиш қобилияти сифатида қараш мумкин.

Бозор иқтисодиёти шароитида мамлакат иқтисодиётини молиявий соғломлаштиришни тадқиқ этиш молиянинг мураккаб тизимларини чуқур ўрганиш билан асосланиши лозим. Молия тушунчаси талқини кенг қамровли бўлиб, иқтисодий адабиётларда қатор иқтисодчи олимлар томонидан чуқур тадқиқ қилинган.

Иқтисодчи олим В.М.Радионова фикрича, молия умумий такрор ишлаб чиқариш жараёнлари ва унинг босқичларини акс эттирувчи хусусиятга эга бўлиб, такрор ишлаб чиқариш жараёни узлуксизлигини таъминлаш қай даражада мутаносиб тақсимланаётганлигидан далолат беради. Шунингдек, унинг фикрича, молияни асосий шарт маблағнинг мавжудлиги, унинг пайдо бўлиш оқибати эса, давлат ва хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини таъминловчи молиявий манбаларга бўлган талабни ҳисоблаш мумкин.² Фикримизча, олимнинг молия, унинг асосий шарт ва пайдо бўлиш оқибатларига нисбатан ёндашувлари бири-бирига боғлиқ эмас, жумладан молияга ишлаб чиқариш асоси сифатида ёндашганлигини кўриш мумкин.

Бизнинг фикримизча, диссертацияда тадқиқ этилган ёндашувлар ичида профессор Б.М. Сабантиннинг ғояси бугунги кунда муҳим аҳамият касб этади. Унинг фикрича, молиянинг иқтисодий моҳиятини янада чуқурроқ очиб бериш орқали хўжалик юритиш амалиётида ушбу тоифадан яхшироқ фойдаланиш йўллари ишлаб чиқиш иқтисодиётни молиявий соғломлаштириш ва молиявий ўзаро алоқалар тизимини такомиллаштиришга йўналтирилган чораларни илмий асослаш имконини яратади.³

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда қуйидагича хулоса қилиш мумкин, молия бу молиявий манбаларнинг шаклланиши, тақсимланиши ва фойдаланиши билан боғлиқ бўлган иқтисодий муносабатлар мажмуи. Молиянинг иқтисодий моҳияти унинг функцияларида намоён бўлади. Молия асосан тақсимлаш ва назорат қилиш функцияларини бажаради.

Юқорида келтирилган барқарорлик ва молиянинг иқтисодий моҳиятларига бўлган ёндашувлардан келиб чиққан ҳолда молиявий барқарорлик тушунчаси ва коэффициентларини чуқур тадқиқ этиш мақсадга мувофиқ.

Иқтисодчи олим А.В.Грачев молиявий соғломлаштириш ва барқарорликни ўзининг молиявий мажбуриятларини белгиланган муддатга бажариш учун ресурсларни жамғариш нуктаи назаридан кўриб чиққан ҳолда уни тўлов қобилияти билан боғлайди.⁴ Бирок, молиявий барқарорликни бундай талқин этиш, бизнингча ресурсларни жамғариш билан фойдани қайта инвестиция қилиш ўртасида танлаш муаммосини келтириб чиқаради. Жумладан, жамғариш сармоянинг йўқотилишига олиб келади. Молиявий барқарорликни тезкор

¹ Алесеева М.М. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 248 с.

² Радионова В.М. Финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 456 с.

³ Сабанти Б.М. Теория финансов. Учеб. пособие. – М.: Менеджер, 1998. – 168 с.

⁴ Грачев А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия. От бух.учета к экономическому. Учеб.практ.пособие. – М.: Финпресс, 2002. – 208 с.

бошқариш механизмини таҳлил қилишда унинг ана шундай талқин этилишига йўл қўйиш мумкин. Лекин молиявий барқарорликни стратегик бошқариш масалаларини ҳал этишда унинг моҳиятини тушунишга ва уларни муқобил инвестициялаш имкониятини кўриб чиқмаган ҳолда пул маблағларини жамғаришга кўмаклашади.

Е.С.Стойнованинг фикрича,¹ ликвидлик, ишбилармонлик фаоллиги, ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги, сармоя таркиби коэффицентлари ва операцион таҳлил асосидаги коэффицентлар молиявий соғломлаштиришни энг муҳим коэффицентлари ҳисобланади. Бизнинг фикримизча, Е.С.Стойнова молиявий коэффицентларни таклиф этишда корхоналарнинг захиралари ва уларни шакллантириш манбалари билан таъминланмаганлиги кўрсаткичларини назардан четда қолдирган.

Н.Хасанов ва С.Нажбиддиновлар² фикрича, молиявий барқарорлик активлардаги ўзининг ва қарз маблағлари нисбати, ўз маблағлари тўплаш суръатлари, корхона узоқ муддатли ва қисқа муддатли мажбуриятларининг нисбати, моддий оборот маблағларининг ўз маблағлари билан қанчалик таъминланганлигини баҳолашга асосланади. Ушбу берилган таъриф фикримизча, саноат корхоналари молиявий барқарорлигини илмий ва амалий жиҳатдан асослашда эътиборга молик ёндашув ҳисобланади.

Тадқиқотлар жараёнида молиявий соғломлаштириш тушунчаси ва иқтисодий моҳиятини назарий ва услубий жиҳатдан чуқур таҳлил қилган ҳолда унга нисбатан қуйидаги учта ёндашув муҳимдир, яъни:

Биринчи ёндашув. Молиявий соғломлаштиришни аниқлашга молиявий ҳолат кўрсаткичлари: тўловга қодирлик, ликвидлик, кредитни қайтаришга қодирлик, рентабеллик ва бошқалардан фойдаланишга асосланади. Молиявий соғломлаштиришнинг бундай жиҳати тўлов қобилияти ва ишлаб чиқаришда мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш тамойилига асосланади.

Иккинчи ёндашув. Корхона молиявий соғломлаштириши асоси ва моҳияти сармоя таркиби ва қийматини баҳолашни изоҳлашга асосланади. У молиялаштириш манбалари таркибида ўз маблағлари салмоғининг етарлигини таъминловчи корхонанинг мустаҳкам молиявий ҳолатини ифодалайди. Бунда ўз маблағлар етарлиги мезони ифодаси муҳим йўналиш ҳисобланади.

Учинчи ёндашув. Бу ёндашув доирасида молиявий соғломлаштиришни ташқи ва ички муҳит ўзгаришлари шароитида корхона кўрсаткичларини доимий, бир маромда, сақлаб қолиниши кафолати сифатида қаралади. Бунда молиявий соғломлаштириш мажбуриятларининг бузилиши хатарини баҳолаш имконини беради ва қарз маблағларига қарамлик ва корхона фаолиятидаги хатар даражасини кўрсатади. Молиявий соғломлаштиришнинг бундай кўриниши одатда риск муҳити ва ишлаб чиқаришга ихтисослашган хўжалик юритиш шакллари учун қўлланилади ва молиявий соғломлаштириш кўрсаткичлари корхонани банкротликка юз тутиш ҳолатини ҳам белгилаб беради.

Бизнинг фикримизча, молиявий соғломлаштириш биринчидан, биргина сармоя таркибини эмас, балки умуман корхона молиявий ҳолатини тавсифлайди; иккинчидан, фойда олиш ва қарзларни тўлаш, корхона ўз фаолиятини молиялаш имконияти ва ресурслар айланиш тезлигининг бир маромда ривожланиб боришга асосланган корхоналар фаолиятининг комплекс кўрсаткичларидир; учинчидан, корхонанинг ишлаб чиқариш ва молиявий фаолияти натижаларини акс эттиради

¹Хруцкий В.Е., Сизова Т.В., Гаманенов В.В. Внутрефирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 400 с.

²Хасанов Н., Нажбиддинов С. Корхона молиявий ҳолатини баҳолаш. – Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқук дунёси, 1999. – Б.8.

ҳамда улар ўртасидаги тесқари алоқани ҳисобга олган ҳолда ушбу натижалар уйғунлигининг тизимли жараёнини ўзида намоён этади; тўртинчидан, корхонанинг айланма маблағларини бошқариш орқали сарфланган сармоёга энг юқори даромад олишни таъминлайди.

Хорижий ва Ўзбекистон олимларининг молиявий барқарорликка ва уни баҳолашга нисбатан ёндашувларидан шуни хулоса қилиш мумкинки, молиявий соғломлаштиришни илмий асослаш ва унинг кўрсаткичларини таснифлаш учун асосан ўрганилаётган объект (соҳа ва тармоқ) ўзига хос хусусиятлари ва ихтисослигидан келиб чиққан ҳолда ёндашишни талаб этади. Тадқиқот объекти ҳисобланган мамлакат саноат корхоналарининг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда молиявий соғломлаштиришни мутлақ ва нисбий кўрсаткичлар (молиявий коэффициентлар)га ажратган ҳолда таснифлаш муҳимдир.

Мамлакатимизда бозор иқтисодиёти шаклланиб, ривожланаётган бир пайтда турли даражадаги ишлаб чиқариш субъектлари томонидан эҳтиёжлар бозорини тўлдиришга, жаҳон бозорига сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқаришга катта аҳамият берилди бошланди. Уларнинг иқтисодиёт фаолияти ҳам, фақат жаҳон бозоридаги рақобатбардошлиги билан белгиланади. Бунинг учун эса, авваламбор, маркетингнинг барча қонун-қоидаларини билиб, унга қатъий риоя қилиш тақозо этилади.

Маркетинг ўз ичига бир қанча жараёнларни, шунингдек, товар ва хизматларни қамраб олади. Маркетинг стратегияси энг мувофиқ нархдаги маҳсулотларни ишлаб чиқариб, харидорларга таъсир этиш йўли билан юқори даражадаги фойда олишни режалаштиради ва шу сабабли ҳам, мамлакатимиздаги деярли барча корхоналарнинг унга катта аҳамият билан қараётганлиги ва иқтисодий фаолиятида кенг қўлланилаётганлиги шундан.

Маркетинг стратегияси корхоналар иқтисодиёт ҳаётига яқинда кириб келганлигига қарамадан, кундан-кунга маркетинг фаолиятига бўлган талаб ортиб бормоқда. Аввало, истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини аниқлаш ва ўрганиш, товар ва хизматларни эҳтиёжларга мослаштириш, вақтида етказиб бериш, рекламаси билан шуғулланиш, шунингдек, келишилган нархларда, вақтида ва керакли миқдорда таклиф қилиш маркетингнинг асосий ишидир. Бундан ташқари, унинг асосий вазифаларига режалаштириш, тўловларни тўлдириш ва натижаларни бошқариш киради. Масалан, реклама, ахборот таъминоти, маҳсулот айирбошлаш, айниқса, маркетинг фаолиятининг ишлаб чиқаришдаги роли шундай муҳимки, деярли товар ва хизматларнинг ярим нархи маркетинг фаолияти натижасидир. Маҳсулот ишлаб чиқарувчилар турли маркетинг тадбирларига кўпроқ эътибор беришлари бежиз эмас. Чунки, бозорда корхоналар ўртасида вужудга келадиган рақобат вазияти шундай йўл тутишни тақозо этади. Шу рақобат муҳитини енгиш учун ҳар бир корхона ишлаб чиқарилган маҳсулотларини ва хизматларини катта-роқ аудиторияга таклиф этиш учун самарали маркетинг дастурига эга бўлиши зарур. Корхона ўз маҳсулотларини қандай шаклда, қанча миқдорда ишлаб чиқаришни, қайси мижозларга сотишни олдиндан билиши ва бунинг натижасида керакли фойда олиш учун маркетинг қонун-қоидаларига қатъий амал қилиши лозим.

Бунинг учун бозордаги талаб даражасини яхши билган ҳолда, қандай маҳсулотни қанча миқдорда ишлаб чиқариш ўрганилади. Ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларга яна қандай турдагиларни қўшиш ва сўров талабларига тўлиқ жавоб бера оладиган маҳсулотлар ишлаб чиқариш мақсадга мувофиқдир. Корхона томонидан шу каби маҳсулотларни ишлаб чиқаришни ривожлантириш жуда самарали ҳисобланади, яъни:

- корхона кўпроқ иқтисодий фойда олишни кўзлайди;
- корхонада иш жойлари сақлаб қолинишига ва меҳнат шароитлари

яхшиланишига эришилади;

- корхонада хариддорларга энг юқори сифатли маҳсулотлар таклиф қилиниши йўлга қўйилади.

Маҳсулот ва хизматларни истеъмолчиларга таклиф этиш жараёнлари тайёр маҳсулотнинг истеъмолчига етиб бориши билан тугайди. Товар билан таъминлаш даражасини ошириш ва такомиллаштириш товарнинг истеъмолчига ўтишини осонлаштиради. Шунинг учун, ишлаб чиқарувчилар шуни ҳисобга олишлари керакки, маҳсулот ишлаб чиқарилганидан кейин, уни корхонадан истеъмолчига етказиб бериш ишларини маркетинг тизими ишлаб чиқиши керак. Бундай тизим маркетингнинг тарқатиш канали дейилади. Маклерлар, яъни мустақил сотувчилар маҳсулотларни катта миқдорларда сотиб олади ва кичик-кичик ҳажмларда оз-оз миқдорларда сотади. Маҳсулот етказиб беришнинг асосий жараёнлари транспортировка, сақлаш ва товар таклифларидан иборатдир.

Маҳсулот ишлаб чиқаришга кетган сарф-харажатлар, ресурсларни ва ишлаб чиқариш воситаларининг нархларини қўшсак, маҳсулот таннархи келиб чиқади. Бундан ташқари, бунга харажатлар нархлари ҳам қўшилади. Ҳар бир корхона маҳсулот сотишдан фойда олишни кўзлаган ҳолда нархга керакли фойзаларни қўшади. Шу сабабли ҳам, ҳар бир корхона маркетинг йўналишида маҳсулотларни юқорироқ нархларда сотишга ҳаракат қилади. Демак, бозордаги нархларда ишлаб чиқарувчининг фойда олишга бўлган қизиқиши қондирилиши ҳамда истеъмолчиларнинг харид қилаётган товарлари нархи уларни қаноатлантириши лозим. Демак, нарх-навони белгилашда, маълум товарларга бўлган талабларга таъсир қилиш мақсадида барча турдаги корхоналар ҳам қатнашиши мумкин.

Ҳозирги кунда маркетинг стратегияси энг самарали ва зарур иқтисодий фаолият тури бўлиб, барча бозор жараёнлари у орқали амалга оширилади, у ҳам ишлаб чиқарувчиларга, ҳам истеъмолчиларга катта имкониятлар яратади. Унинг ёрдамида маҳсулотлар нархи, уларнинг жойлашуви, миқдори, талаб ва таклиф ва бошқа бир қанча омиллар ҳақида жуда кўп маълумотлар олиш мумкин бўлади.

Мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда, энг зарур бўлган омил ишлаб чиқаришни кенгайтириш, маҳсулот сифатини, рақобатбардошлигини юксалтиришни тақозо этади. Маркетинг стратегиясидан қанчалик унумли ва самарали фойдаланилса, ишлаб чиқаришнинг барча қонун-қоидаларига амал қилинса, иқтисодиётимиздаги туб ўзгаришлар ва иқтисодиёт корхоналарини молиявий соғломлаштириш билан боғлиқ жараёнлар тезроқ амалга оширилади.

<p>И.И.Джаббаров</p> <p>Теоретические вопросы финансового оздоровления предприятий сферы услуг</p>	<p>I.Jabbarov</p> <p>Theoretical issues of financial recovery of service companies</p>
<p>Аннотация: в статье рассмотрены теоретические вопросы финансового оздоровления предприятий сферы услуг и роль маркетинговой стратегии в данной сфере. В ней особое внимание уделено на объективную необходимость финансового оздоровления и путей его усовершенствования.</p> <p>Ключевые слова: услуга, сфера услуг, финансовое оздоровление, маркетинг, маркетинговая стратегия.</p>	<p>Abstract: Theoretical questions of financial recovery of service enterprises and the role of marketing strategy in this field are considered in the article. It pays special attention to the objective necessity of financial rehabilitation and the ways of its improvement.</p> <p>Keywords: service, service sector, financial recovery, marketing, marketing strategy.</p>

БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ

К.В. Urazov – Prof. at SamIES, Doctor of Economics

О.Х. Jumanov – Gifted student at SamIES

STANDARD METHODS AND METHODS OF ANALYSIS OF (FINANCIAL) ACCOUNTING REPORTS

Annotation: in this article principles of decisions in the sphere of production, marketing, finance, investment and innovation are considered to the management of the organization, which needs business systematic knowledge of the issues that result from the selection, analysis and generalization of the initial information. The achievement of such goals is based on the most important condition - reliability of information provided by accounting reports and property status.

Keywords: accounting, production, marketing, investment, innovation, financial statement, economy.

The basic principle of analytical reading of financial statements is deductive method, i.e. From general to specific. But it must be repeated many times. The practice of financial analysis has already developed the basic rules of reading (analysis technique) of financial statements. Among them there are six main methods in some European countries¹:

1) horizontal (temporary) analysis - comparison of each reporting item with the previous period, determination of relative growth (decrease), evaluation of these changes;

2) vertical (structural) analysis - determination of the structure of the finished financial indicators with the identification of the impact of each reporting item on the result as a whole. Structural analysis smoothes the impact of inflation and allows for inter-farm comparisons;

3) trend analysis - comparing each reporting position with a number of previous periods and determining the trend, i.e. The main trend of the dynamics of the indicator, free from random influences and individual characteristics of individual periods. With the help of the trend, possible values of indicators are formed in the future;

4) analysis of relative indicators (coefficients) - calculation of relations between individual positions of different reporting forms, determination of interrelations of indicators. Coefficients are of great interest, because they allow you to quickly and easily assess the financial position of an organization. Their dignity can also allow to exclude the emergence of inflation, which is especially important in long-term analysis;

5) comparative (spatial analysis) is an intra-farm analysis of aggregate reporting indicators for individual indicators of the organization, as well as inter-farm analysis of the organization's performance in comparison with the data of competitors, with industry-specific and recommended indicators;

6) factor analysis - an analysis of the impact of individual factors on the score. Factor analysis can be both direct (actual analysis), when the resultant score is divided into constituent parts, and the reverse one (synthesis), when its individual elements are combined into a common result score.

¹ VG Shirobokov, ZM Gribanova, AA Gribanov - "Accounting Financial Accounting" 2007

Accounting reporting is a unified system of indicators obtained on the basis of accounting data on the property and financial position of the organization and the results of its economic activities for the reporting period.

By types of reporting it is divided into accounting, statistical, management and tax. By periodicity of the compilation, intermediate and annual financial statements are distinguished. Intermediate includes reporting for the day, five-day period, a decade, half a month, a month, a quarter and a half-year. Also interim financial statements are also called periodic accounting statements.

According to the degree of generalization of the reporting data¹, individual financial statements and consolidated financial statements are singled out. Accounting is an orderly system for collecting, recording and summarizing information in monetary terms about the property, the obligations of organizations and their movement through continuous and documented accounting of all business transactions². For this purpose, special forms of accounting are used, there are 6 forms in some European countries:

- Balance sheet (Form N 1)
- Profit and Loss Statement (Form No. 2)
- Statement of Capital Flows (Form No. 3)
- Statement of cash flows (Form No. 4)
- Appendix to the balance sheet (form No. 5)
- Report on the purposeful use of the funds received (Form No. 6)

By these analyses of accounting data you can easily determine the true property and financial condition of the enterprise. What else, the financial condition of the enterprise is a complex concept that is characterized by a system of indicators reflecting the availability, location and use of resources, financial stability of the enterprise, liquidity of the balance sheet. What is more, reporting allows you to determine the total value of the property of the enterprise, the cost of immobilized (ie, basic and other non-negotiable) funds, the cost of mobile (working capital), material current assets, the value of the company's own and borrowed funds.

According to the financial statements, there is a surplus or a lack of sources of funds for the formation of reserves and costs, and it is possible to determine the security of the enterprise by own, credit and other borrowed sources³. Therefore, it is necessary to note the importance of the most complete and reliable presentation of the necessary information in the financial statements.

We also found out that in order for the information contained in the reporting to be necessary for users, it must meet the following qualitative criteria⁴. These are clarity, materiality, neutrality, comparability. Failure to comply with these requirements can lead to very significant negative consequences, both for the enterprise itself and for interested parties and organizations - creditors, shareholders, etc.

The use of incomplete or distorted data in the analysis can harm more than their absence. So financial accounting and the formation of accounting (financial) reporting in some countries (for example in Russia) are undergoing all the major changes associated with the adaptation to the requirements of international accounting standards, as well as its improvement.

¹ OV Chasova - "Financial Accounting" 2007

²Yu.A. Babaev - "Accounting Financial Accounting. Grief of the Ministry of Defense of the Russian Federation" 2007

³ EA Elenevskaya, LV Usatova, EA Ivanov - "Accounting Financial Accounting" 2006

⁴ E.N. Amelchenko - St. Petersburg Academy of Management and Economics - "Accounting" (electronic version) 2006

Literature

1. VG Shirobokov, ZM Gribanova, AA Gribanov - "Accounting Financial Accounting" 2007
2. OV Chasova - "Financial Accounting" 2007
3. Yu.A. Babaev - "Accounting Financial Accounting. Grief of the Ministry of Defense of the Russian Federation" 2007.
4. EA Elenevskaya, LV Usatova, EA Ivanov - "Accounting Financial Accounting" 2006
5. E.N. Amelchenko - St. Petersburg Academy of Management and Economics - "Accounting" (electronic version) 2006.

<p style="text-align: center;">К.В Urazov, О.Х. Jumanov</p> <p style="text-align: center;">Стандартные методы и методы анализа финансовой отчетности</p> <p>Аннотация: в статье рассмотрены основы принятия решений в сфере производства, маркетинга, финансов, инвестиций и инноваций руководству организации необходимости систематическое знание, возникающих в результате отбора, анализа и обобщения исходной информации, которые основано на наиболее важном условии предоставляемой бухгалтерскими отчетами.</p> <p>Ключевые слова: бухгалтерский учет, производство, маркетинг, инвестиции, инновации, финансовая отчетность, экономика.</p>	<p style="text-align: center;">К.В Urazov, О.Х. Jumanov</p> <p style="text-align: center;">Standart metodlar va moliyaviy hisobot tahlilining metodlari</p> <p>Annotatsiya: maqola ishlab chiqarish, marketing, moliya, investitsiya va innovatsiya boshqarish tashkilotlari sohasida qaror qabul qilish asoslarini ichki umumiyilashgan va tahlil qilingan ma'lumotlar to'g'risida buxgalteriya hisobotlarini taqdim etish uchun eng muhim boshlang'ich ma'lumotlarni tanlash, tahlil va sintez natijasida ma'lumotning ishonchligi ta'minlab berishini standartlarini ko'rib chiqadi.</p> <p>Kalit so'zlar: buxgalteriya, ishlab chiqarish, marketing, kapital qo'yilma, innovatsiya, moliyaviy hisobot, iqtisod.</p>
--	---

А.З.Авлокулов – ТМИ “Аудит” кафедраси доценти, и.ф.н.

**БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИДА “ЧИҚИМ”, “САРФ” ВА “ХАРАЖАТ”
ТУШУНЧАЛАРИНИНГ ТАВСИФЛАНИШИ**

<p>Аннотация. ушбу мақолада “чиқим”, “сарф” ва “харажат” тушунчаларига муаллифлик қарашлари баён қилиниб, уларнинг фарқли жиҳатлари таҳлил қилинган. Бундан ташқари, мақолада корхона харажатларининг таснифланиш йўналишлари тақлиф этилган.</p> <p>Калит сўзлар: чиқим, сарф, харажат, даромад, тан олиш, ишлаб чиқариш, таннарх, тайёр маҳсулот.</p>

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хўжалик юритувчи субъектлар ишлаб чиқариш фаолиятининг самарадорлигини акс эттирадиган кўрсаткичларнинг умумий тизимида маҳсулот таннархи кўрсаткичи асосий ўринни эгаллайди. Чунки маҳсулот таннархини камайтириш хўжалик юритувчи субъект фойдасининг ошишига, фаолиятни кенгайтириш учун кўшимча имкониятлар яратилишига олиб келади. Бу борада Ўзбекистон Республикасининг Президенти Ш.Мирзиёев ўз маърузаларида қуйидагиларни таъкидлаган: “Биринчи – ислохотларнинг қай даражада самара бераётганини кўрсатадиган

мақсадли дастурларни амалга ошириш натижадорлиги. Булар қаторида саноат ва бошқа тармоқларни ривожлантиришнинг куйидаги иқтисодий ва молиявий кўрсаткичларини келтириш мумкин: ишлаб чиқариш қувватларининг аҳволи, харажатларни ва таннархни пасайтириш, маҳаллийлаштириш ва рентабеллик даражасини, маҳсулот рақобатдошлигини сўзсиз ошириш” [1, 26].

Дарҳақиқат, аҳолини сифатли ва арзон маҳсулотлар билан таъминлаш жаҳон бозорида иқтисодиётимиз рақобатбардошлигини оширишда асосий эътибор хомашё ва ресурслардан оқилона фойдаланиш, унумсиз харажатларни тежаш ва маҳсулот таннархини камайтириш муҳим ўрин тутди. Маҳсулот таннархини камайтириш сарф-харажатларнинг моҳияти, уларнинг юзага келиш ва тан олиш ҳолатларини чуқур таҳлил қилиш иқтисодиётни модернизациялаш ва диверсификациялаш шароитида ўз долзарблигини янада оширмоқда. Зеро, корхона сарф-харажатларини бошқариш самарадорлигини тадқиқ қилиш ва баҳолаш ишлаб чиқаришни бошқаришнинг муҳим функцияси бўлиб, сарф-харажатларни камайтириш фойданинг кўпайишига хизмат қилади. Шу боисдан сарф-харажатларни ўрганиш ва таҳлил қилиш фойдани оширишнинг муҳим омили ҳисобланади.

“Харажат”, “сарф” ва “чиқим” тушунчалари бир хил тушунчаларга ўхшаб кўринсада, аммо уларнинг қўлланилиш соҳаларида ушбу тушунчаларнинг фаркли жиҳатлари кўринади. Харажат тушунчаси бухгалтерия ҳисобида кенг қўлланилса, сарф тушунчаси молия соҳаси, режалаштириш ва корхона фаолияти самарадорлигини баҳолаш жараёнларида кенг қўлланилади. Чиқим тушунчаси эса иқтисодиёт назариясида кенг қўлланилади. Ушбу тушунчалар ўртасида фарк мавжуд бўлиб, уларнинг нотўғри талқин қилиниши корхона фаолиятини режалаштириш ва ишлаб чиқариш жараёнини бошқаришда хатоликларга олиб келиши мумкин. Бунинг олдини олиш учун корхона сарфлари, харажатлари ва чиқимлари шаклланишининг иқтисодий тамойилларини билиш ва тушуниш зарур.

Кўпчилик мутахассислар ушбу тушунчаларнинг моҳияти, бир-биридан фаркли жиҳатларига ўз нуқтаи назарларини билдиришган. Иқтисодчи олим Н.Врублевскийнинг фикрича: “Чиқим дейилганида ишлаб чиқариш жараёнида истеъмол қилинган моддий, меҳнат, шунингдек пул ресурслари ҳисобланади ва кўшимча ҳамда ёрдамчи чиқимларни ҳам ўз ичига олади. Сарфлар дейилганида ишлаб чиқариш захираларини яратишда ишлатилган ҳамда ишлаб чиқариш жараёнида ишлатилган маблағлар тушунилади” [3, 36].

Иқтисодчи олим С.Котляровнинг фикрича, “чиқим ўз ичига ижтимоий сарфлар, ишлаб чиқаришдаги йўқотишлар ва бошқаларни ҳам ўз ичига олади” [4, 14].

М.Вахрушина ва В.Керимовларнинг фикрича, сарф чиқимнинг бир қисми бўлиб, у чиқимнинг истеъмол қилинган қисми ҳисобланади. [5]

Иқтисодчи олимлар Г.Пашигорева ва О.Савченколарнинг таъкидлашича: “Сарфлар кирим қилинган товар ва хизматларнинг пулдаги ифодасидир. Харажатлар даромад олиш мақсадида корхона томонидан ишлатилган сарфлардир” [6, 176.].

Иқтисодчи олимлар А.Ўлмасов ва А.Вахобовларнинг фикрича: “Фирманинг харажатлари – бу товар ва хизматлар яратиш ва уларни сотиш билан боғлиқ бўлган сарфидир. Товарларни яратиш билан боғлиқ сарфлар ишлаб чиқариш харажатларини ташкил қилади” [7, 167].

Мазкур масала бўйича иқтисодий адабиётлар ўрганилганида уларнинг моҳияти, бир-бирига боғлиқлиги ҳамда турлича талқин қилинишига гувоҳ бўламиз. Юқорида таъкидланганлардан кўриниб турибдики, молия-хўжалик фаолиятида жараёнлар, ҳодисалар ва объектларга боғлиқ ҳолатда ушбу

тушунчалар турлича талқин қилинади. Шу сабабдан юқори келтирилган тушунчаларнинг моҳияти қайсидир назарий қонуниятга биноан эмас, балки қайси хўжалик фаолияти ҳодисасини акс эттиришига боғлиқ.

Бизнинг фикримизча, ресурсларнинг ишлатилиш мақсади ва вазифаларига аниқлик киритиш даражаси бизнесни ташкил қилишдаги ёндашувга боғлиқ. Корхонадаги исталган жараёнда (ишлаб чиқариш, таъминот, бошқарув ва ҳоказо) истеъмол қилинаётган ресурс қиймати сарф сифатида аниқланади. Шунинг таъкидлаш жоизки, ресурсларнинг истеъмол қилиниши янги ресурсни (тайёр маҳсулот, ярим тайёр маҳсулот) яратишга йўналтирилади.

Яратилган янги ресурслар келажакда корхона истеъмолига сарфланиши ёки сотилиши мумкин. Ушбу ҳолатга қадар ресурслар бухгалтерия ҳисобида акс эттирилиши ва баҳоланиши керак. Янги ресурсларни яратиш бўйича сарфлар яратилган ресурсларнинг таннархини ташкил қилиши керак.

Бизнинг фикримизча, ресурсларни харажат сифатида тан олишнинг асосий мезонлари қуйидагилардир:

- Ресурсга эгалик қилиш ҳуқуқининг бошқа шахсга ўтиш факти. Ресурсларнинг чиқиб кетиш сабаблари турлича бўлиши мумкин: сотиш, бошқа ташкилотнинг устав капиталига ҳисса кўшиш, тугатиш, йўқотилиши ва ҳоказо.

- Ресурсларнинг чиқиб кетиши капитал миқдорини камайтиради.

Шу ўринда ресурсларнинг ҳар хил турлари ва уларни чиқиб кетиш сабабларини ўрганиш керак. Бунда компаниянинг ички жараёнларида ресурсларнинг сарфланиши ва пул маблағларини чиқиб кетишига алоҳида эътибор қаратиш керак.

Маълумки, ташқаридан кириб келган ресурслар ёки сотиш учун ёки фойдаланиш учун кириб қилинади. Агарда сотиш учун ресурслар харид қилинса, уларнинг бошланғич қиймати (даромад олиш билан боғлиқ бўлган, аммо харажатларни юзага келтириш механизми билан боғлиқ бўлмаган) харажат сифатида тан олинади. Четдан корхона ички истеъмоли учун харид қилинган ресурслар, агарда ушбу ресурс ички мақсадлар учун ишлатилса (ушбу ресурс ташкилотдан чиқиб кетмаса) сарф сифатида, агар у чиқиб кетса, харажат сифатида тан олинади.

Шунга ўхшаш ҳолат корхона ичида яратилган ресурсга ҳам тааллуқлидир. Корхона ичида сотиш учун яратилган ресурс улар сотилган ҳолатда харажат сифатида тан олинади. Келажакда корхона ичида ички истеъмол учун ишлатиладиган ресурслар қиймати сарф ҳисобланади.

Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларида харажат тушунчасига қуйидагича аниқлик киритилган:

Харажат ҳисобот даврида иқтисодий фойдани активларнинг чиқиб кетиши ёки улардан фойдаланиш шаклида камайиши, шунингдек, қатнашчилар ўртасида капиталнинг камайишига олиб келувчи мажбуриятларнинг юзага келишидир [8, 12].

Демак, харажатлар мулкни, ишлаб чиқаришни бошқариш билан ҳамда маҳсулот сотиш, ишларни бажариш, хизматлар кўрсатиш ва зарарлар билан боғлиқ харажатларни ўз ичига олади. Улар одатда пул маблағлари, моддий захиралар, иншоотлар, ускуналар ва бошқалар сингари активларнинг чиқиши ёки улардан фойдаланилиши шаклида бўлади.

Бошқача айтганда, капиталнинг камайиши харажатларни аниқлашда асосий кўрсаткичдир. Ўз навбатида компания бошқа худди шундай ресурс харид қилмаган ҳолда ўзига тааллуқли ресурсга бўлган эгалик ҳуқуқини йўқотганда капитал камаяди.

Ўзбекистон Республикасининг бухгалтерия ҳисоби қонунчилиги ва амалиётида харажатлар қуйидагича таснифланган:

- маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархига киритиладиган харажатлар;
- ишлаб чиқариш таннархига киритилмайдиган, бироқ асосий фаолиятдан олинган фойдада ҳисобга олинмайдиган ҳамда давр харажатларига киритилмайдиган харажатлар;
- хўжалик юритувчи субъектнинг умумхўжалик фаолиятдан олинган фойда ёки зарарларни ҳисоблаб чиқишда ҳисобга олинмайдиган хўжалик юритувчи субъектнинг молиявий фаолияти бўйича харажатлари;
- Фавқулодда зарарлар [2].

Шуни таъкидлаш жоизки, кўпчилик адабиётларда корхонага қабул қилиб олинган, аммо истеъмол қилинмаган ресурсларни баҳолаш бўйича аниқлик киритилмаган. Шу боисдан бу ресурсларни баҳолаш зарур, натижада бу сарфларни шакллантиришнинг асоси ҳисобланади, агарда ресурсдан фойдаланиш жараёнида у сарф бўлса, чиқиб кетишида харажат ҳисобланади. Дарҳақиқат ресурсларнинг бошланғич қиймати корхонанинг мулкый ҳолатини ўзида акс эттиради.

Бундан ташқари ташкилотга ресурсларни кирим қилиш жараёнини таҳлил қилиш керак. Ташкилотга ресурсларни кирим қилиш вақти деганда муайян ҳужжатлар асосида ресурсга эгалик ҳуқуқининг қўлга киритилиши тушунилади. Масалан, асосий воситалар кирим қилинганида қабул-қилиш топшириш далолатномаси, мулкчилик ҳуқуқи бўйича гувоҳнома, бажарилган ишлар далолатномаси ва бошқалар тушунилади.

Шундай қилиб, активга эгалик ҳуқуқини тасдиқловчи ҳужжатнинг мавжудлиги ресурсни тан олишнинг асосий шarti ҳисобланади.

Корхонага илк бора кирим қилинаётган ресурсни қайси йўл билан кирим қилинаётганлигига эътибор қаратиш лозим: харид қилиниши, устав капиталига улуш сифатида қўшилиши, текинга олиниши. Уларнинг ҳар бирининг ўз механизми мавжуд: сотилганда ва бартер муомалаларида - бир ресурсни иккинчисига алмаштириш (пул маблағлари, узоқ муддатли ва жорий активларга), устав капиталига ресурсни қабул қилишда – олдинги дебитор қарздорликни узиш ва ҳоказо.

Ресурсларнинг кирим қилиниши, ишлатилиши ва чиқиб кетиши жараёнида ресурслар учун сарфланган маблағлар қийматини тан олиш тартиби қуйидаги жадвалда келтирилган (1-жадвал).

1-жадвал

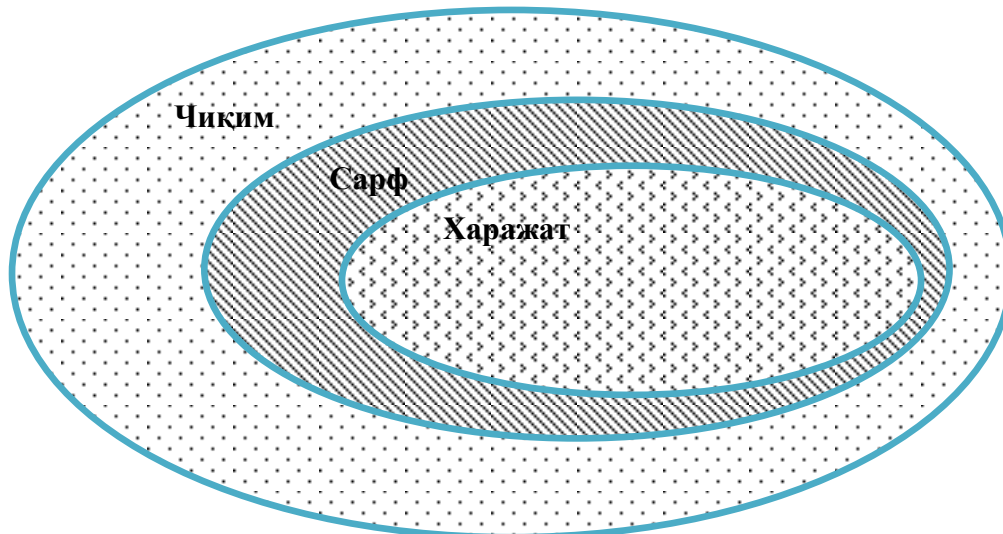
Ресурсларнинг ҳаракатланиш босқичлари ва ресурсларга сарфланган маблағларни тан олиш тартиби¹

Кўрсаткичлар	1-гурух	2-гурух	3-гурух
Ташкилот ичида ресурсларнинг ҳаракатланиш босқичлари	Кирим қилиш босқичи	Фойдаланиш босқичи	Чиқиб кетиш босқичи
Баҳоланиш учун зарур бўлган ресурсларнинг тавсифи	Кирим қилинган, аммо фойдаланилмаётган	Фойдаланилган, аммо чиқиб кетмаган	Чиқиб кетаётган
Ресурсларга сарфланган маблағларни тан	Чиқим	Сарф	Харажат

¹Муаллиф ишланмаси.

олиш тартиби			
--------------	--	--	--

Демак, корхонага жами кирим қилинган ресурслар қиймати чиқим сифатида, улардан истеъмол қилингани сарф сифатида, чиқиб кетаётган қисми харажат сифатида тан олинади. “Чиқим”, “сарф” ва “харажат” тушунчаларининг амал қилиш доираси куйидаги расмда келтириб ўтилган (1-расм).



1-расм. “Чиқим”, “сарф” ва “харажат” тушунчаларининг амал қилиш доираси¹.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда куйидаги фикрларга келишимиз мумкин:

1. Чиқимлар – кирим қилинган барча ресурслар қиймати бўлиб, у корхона томонидан бой берилган имкониятларни ҳам ўз ичига олади.

2. Сарфлар – муайян давр мобайнида истеъмол қилинган моддий, меҳнат ҳақи, молиявий ва бошқа ресурсларнинг пул қийматидаги ифодасидир;

3. Харажатлар – муайян даврда ҳужжат билан тасдиқланган, иқтисодий асосланган сарфлар бўлиб, улар активларнинг чиқиб кетиши ёки улардан фойдаланиш шаклида иқтисодий фойданинг камайишига, шунингдек, қатнашчилар ўртасида капиталнинг камайишига олиб келувчи мажбуриятларнинг юзага келишига олиб келади.

Демак, олиб борилган тадқиқотлар “чиқим”, “сарф” ва “харажат” тушунчаларига иқтисодиёт назарияси, бухгалтерия ҳисоби ва молиявий менежментда талқин этилиш тартиби, шунингдек уларнинг юзага келиш жойи ва вақти ҳамда бошқа мезонларга кўра ҳар хил ёндашувлар бўлсада, уларнинг яққол фарқли жиҳатлари мавжуд. Ушбу тушунчаларнинг тўғри талқин этилиши уларнинг қайси босқичда ва жараёнда эканлигига ҳамда молиявий натижаларга қай даражада алоқадорлигига бевосита боғлиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Мирзиёев Ш. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий яқунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига

¹Муаллиф ишланмаси.

- бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маъруза, 2017 йил 14 январь. - Тошкент: «Ўзбекистон», 2017. - 104 б.
2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 5 февралдаги 54-сон Қарори билан тасдиқланган «Маҳсулот (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисидаги Низом». [Ўзбекистон Республикаси Ҳукуматининг қарорлари тўплами, 1999 й., 2-сон, 9-модда; 2016 й., 17-сон, 176-модда]
 3. Врублевский Н.Д. Построение системы счетов управленческого учета // Бухгалтерский учет.2000. №17.
 4. Котляров С.А. Управление затратами. – СПб.: Питер, 2001. – 160 с.
 5. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и пер.М.: Омега; Л.: Высш. шк., 2002. 528 с. Керимов В.Э. Управленческий учет: Учебник. М.: ИКЗ «Маркетинг», 2001. 268 с.
 6. Пашигорева Г.И., Савченко О.С. Системы управленческого учета и анализа. СПб.: Питер,2002. 176 с.
 7. Ўлмасов А., Ваҳобов А. Иқтисодиёт назарияси: дарслик. –Т.: “Шарқ” НМАК, 2006. -480 б.
 8. Международные стандарты финансовой отчетности : учебное пособие / коллектив авторов ; под ред. Н.Г. Сапожниковой. — М. : КНОРУС, 2016. — 368 с.

<p>А.З.Авлочулов</p> <p>Характеристика понятий «издержка», «затраты» и «расходы» в бухгалтерском учёте</p> <p>Аннотация: в данной статье автором предложены личные мнения по понятиям “издержки”, “затраты” и “расходы”, а также проанализированы их отличительные аспекты. Кроме этого, предложены направления классификации расходов предприятий.</p> <p>Ключевые слова: издержки, затраты, расходы, доходы, признание, производство, себестоимость, готовая продукция.</p>	<p>A.Z.Avlokulov</p> <p>Characteristics of the concepts of «expense», «costs» and «expenditure» in accounting</p> <p>Abstract: In the article a personal opinion of the author on the concepts of “expense”, “costs” and “expenditure” are given, also analyzed their distinctive aspects. In addition, were proposed the directions for classifying the costs of enterprises.</p> <p>Keywords: expense, cost, expenditure, revenue, recognition, production, prime cost, finished products.</p>
---	--

М.Хайитбоев – ТМИ катта ўқитувчиси

ИЧКИ АУДИТ ХИЗМАТИ ФАОЛИЯТИНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: мақолада ички аудит хизматини ташкил қилиш зарурияти ёритилган. Шунингдек, мақолада ички аудит хизмати самарадорлигини баҳолаш йўналишлари келтириб ўтилган.

Калит сўзлар: ички аудит, ички аудит хизмати, ички аудит функцияси, иқтисодий самара, самарадорлик, аудиторлик rischi, бизнес жараён.

Хўжалик юритувчи субъектларда бухгалтерия ҳисобининг тўғри юритилиши ва унинг таҳлили, ҳисоб юритиш сиёсати, бошқарувнинг тўғри ва ишонarli олиб борилишини таъминлаш ички аудит хизматининг асосий мақсади ҳисобланади. Бироқ, акциядорлик жамиятларида ички аудит хизматини ташкил этилишининг ҳозирги кундаги ҳолати унга қўйилаётган талаблар даражасида эмаслиги сезилиб қолмоқда. Бу борада мамлакатимизда фаолият юритаётган акциядорлик жамиятларида ички аудит хизматини ташкил этиш ва уни такомиллаштиришни бозор муносабатлари талабларига мослаштириш муҳим вазифалардан бири ҳисобланади.

Ички аудит, аввало, хусусий мулк бошқарувчилари учун зарурдир. Чунки, улар ташкилотдаги иш юритуvidан бевосита узоқлашадилар, бошқарув функцияларини профессионал менежерлар қўлига беришади. Ва охир оқибат капиталнинг халқаро бозорларга қисқа ёки ўртача муддатларда чиқиш режаларини яратиш зарурлигини уқтиради. Хусусан, энг катта фонд биржаларининг қонун-қоидалари асосида компанияда ички аудитнинг мавжудлиги талаб этилади ва уларни қимматли қоғозлар бозорига чиқиш учун зарур бўлиб, уларга шарт-шароит яратиб беради.

Хусусан, мамлакатимизда қимматли қоғозлар бозорини ривожлантиришга катта эътибор берилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 27 сентябрдаги ПҚ-475 сон «Қимматли қоғозлар бозорини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорига мувофиқ 2007 йилнинг 1 январидан бошлаб активларининг баланс қиймати 1 млрд. сўмдан кўпроқ бўлган корхоналарда кузатувчи кенгашлар томонидан тайинланадиган ва уларга ҳисобот берадиган ички аудит хизматлари ташкил этилди. Бу эса ўз навбатида йирик корхоналар ва акциядорлик жамиятларининг молиявий хўжалик фаолиятини, бухгалтерия ҳисоби маълумотларини ўз вақтида ва меъерий ҳужжатлар асосида юритилишида, ички назоратни кучайишига, корхонанинг банкротлик ҳолатидан қутқаришга хизмат қилади.

Корхоналарда ички аудит хизматини ташкил этиш юзасидан Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 16 октябрдаги 215-сонли Қарорига 2-илова “Корхоналарда ички аудит хизмати тўғрисида”ги Низом ишлаб чиқилган бўлиб, унда умумий қоидалар, ички аудит хизматининг асосий вазифалари ва функциялари, ички аудит хизматининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, ички аудит хизматига қўйиладиган талаблар, ички аудит хизматининг мустақиллиги ва уни ўтказиш натижалари бўйича йиғма ҳисобот тузишга қўйиладиган талаблар, ички аудит хизматининг жавобгарлиги белгилаб қўйилган.

Ички аудит фаолияти мамлакатимизга 2007 йилдан бошлаб жорий этилган бўлсада, унинг мазмун-моҳияти иқтисодчи олимларимиз томонидан илгарироқ ўрганилган. Яъни, ички аудит тушунчаси ва моҳияти юзасидан бир қанча иқтисодчи олимлар ўз фикр-мулоҳазаларини илмий изланишларида билдириб ўтган.

Б.А.Ҳасановнинг фикрича *ички аудит* бу – корхона активларининг бут сақланишини текшириш, муомалаларни аудиторлик текшируvidан ўтказиш, ҳисоб сиёсатида ривож этилишини таъминлайдиган усул ва чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ҳамда мувофиқлаштириш режасидан иборат бўлмоғи керак[1].

З.Т.Маматовнинг таъкидлашича *ички аудит* деб “ички аудиторлар ташкилоти, фирма, компания ва шу кабиларни бошқарув фаолиятини мустақил эксперт сифатида баҳолайди. Улар таҳлил, баҳолаш натижаларини ўзлари текширадиган ташкилот фаолияти тўғрисидаги ахборотларни, ўз тавсиялари ва

маслаҳатларини бошқарувни амалга ошираётган бош фирмага тақдим этадилар”[2].

Я.В.Соколовнинг фикрича эса *ички аудит* – аудиторлик хулосаси ва текшириш натижалари бўйича ёзма ахборотга, назорат таваккалчилигининг мазмуни, аудиторлик қоидалари муддатлари ва ҳажмини аниқлашга тўлиқ масъул эканлигини ҳисобга олиши лозим. Бу эса ички аудит самарадорлигини баҳолашни батафсил ўтказилишини тақозо қилади. Бунда ички назорат элементлари ҳолатини баҳолашда қўлланиладиган усуллар ва шакллардан фойдаланилади[3].

Р.Д.Дўсмуратовнинг фикрича эса *ички аудит* – ўзлари ишлайдиган корхоналар фаолиятини текширади. Аммо, улар қоидага кўра, корхона маъмурияти (директорлар кенгаши) таркибига кирадилар. Бундай назорат (ўз-ўзини назорат қилиш) шакли АҚШда пайдо бўлган, XX асрнинг 30 йилларида юзага келиб, кейинчалик Ғарбий Европа ва Японияда тарқалган[4].

К.Б.Аҳмаджонов ва И.И.Якубовларнинг таъкидлашича *ички аудит* – бухгалтерия маълумотларининг тўғри бўлишини таъминлашга ва корхонада самарали ички назорат тизимини ташкил этишда йўналтирилган фаолият[5].

Ички аудит хизмати деганда хўжалик юритувчи субъектлар ижроия органи, ваколатхоналари ва филиаллари томонидан қонун ҳужжатларига, таъсис ҳужжатлари ва бошқа ҳужжатларга риоя этилишини, бухгалтерия ҳисоби ва молиявий ҳисоботларда маълумотларнинг тўлиқ ҳамда тўғри акс эттирилиши таъминланишини, хўжалик операцияларини амалга оширишнинг белгиланган қоидалари ва тартиб-таомилларига риоя этилишини, активларнинг сақланишини, шунингдек жамиятни бошқариш юзасидан қонун ҳужжатларида белгиланган талабларга риоя этилишини текшириш ва бу борада мониторинг олиб бориш орқали хўжалик юритувчи субъектлар ижроия органи, ваколатхоналари ва филиаллари ишини назорат қилади ҳамда баҳолайди.

Ички аудит хизмати фаолиятининг самарадорлиги умумқабул қилинган стандартларга риоя қилинишига ҳамда меъёрий талабларнинг бажарилишига боғлиқ. Бу хизмат фаолияти самарадорлиги тўғрисида объектив хулоса чиқариш имкониятини берувчи қонуний талабларнинг аниқ мезон ва белгилари, шунингдек ҳал қилувчи кўрсаткич ва индикаторларнинг маълум бир тўплами мавжуд эмас. Ҳар бир ташкилот самарадорликни тавсифловчи кўрсаткичлар рўйхатини мустақил белгилайди, объектив баҳо олиш учун ҳал қилувчи кўрсаткичларни ҳисоблаш ва баҳолаш амалларини ишлаб чиқади.

Охирги ўн йилликда ички аудитор касби хўжалик юритувчи субъект иқтисодий ҳаётида зарур касблар қаторига кириб, тез ривожланиб бормоқда. Тафтишчи касби ўрнини асосий вазифаси компания раҳбариятига фаолият самарадорлигини оширишда ёрдам бериш бўлган, сифат жиҳатидан янги мутахассис эгалламоқда.

Бундан ташқари корпоратив бошқарув ривожланишига янгиланган ички аудит хизмати салмоқли ҳисса қўшмоқда, чунки мазкур хизмат ташкилот ички назорат тизимини такомиллаштиришда муҳим ва оқилона йўл ҳисобланади.

Фаолият давомида хатоликлар ҳар доим бўлишини аниқ тушуниб етиш лозим. Аммо уларнинг муҳимлиги ва оқибатлари тўғрисида гапириш тўғри бўлади. Аввало ички назорат тизимини эсга олиш зарур. Биринчидан, у ҳар доим чекловларга эга. Агар моддий жавобгар ходим мансабдор шахс билан ўғирланаётган мулкни бўлиб олиш борасида ўзаро тил бириктиришга эришса, тизим ишламайди. Ташкилот раҳбарларидан бирортаси компания фаолияти мақсадларини “унутса”, фақат ўз манфаатларини ўйлай бошласа ҳам тизим ишламайди. Иккинчидан, ҳар қандан тизим ўз қийматига эга. Акциядорлар активлар бус-бутун сақланишига тўлиқ ишонч ҳосил қилишлари учун қанча пул

тўлашга тайёрлар? Ички аудит хизмати мавжуд муаммоларни аниқлаш ва баҳолашга тайёр туриши керак.

Самарали ички назорат тизимини яратишда умуман нима рағбат бўлиб хизмат қилади, деган савол туғилади. Одатда қуйидаги таркибий қисмларни ажратиб кўрсатилади:

- ташкилот асосий акциядорлари, кредиторлари, шунингдек бўлажак инвесторларнинг истаклари;
- илғор амалиётни эътиборга олган ҳолда корпоратив бошқарувни қайта ташкил қилиш;
- амалга ошиши эҳтимоли юқорилигини ҳисобга олган ҳолда, фаолиятга салбий таъсир ўтказишда катта салоҳиятга эга бўлган рискларни аниқлаш;
- қонунчиликдаги талабларнинг ўзгариши.

Шундай қилиб, кейинги пайтларда ташкилотдаги ички аудит хизматига қўйиладиган талаблар ҳам кучайиб бормоқда.

Ташкилотдаги ички аудит хизмати родини баҳолаш бир қатор ҳолатларга боғлиқ. Ички аудит хизматининг ҳозирги ва келгусидаги родини баҳолаш учун «Прайсвотерхаус Куперс» аудиторлик компанияси томонидан ишлаб чиқилган ички аудит хизмати родини баҳолаш модели энг асосий ҳисобланади.



Расм. Ички аудит ролининг иерархияси¹.

Учта компонентнинг энг муҳим жиҳатларига изоҳ бериб ўтиш жоиз, жумладан:

1-компонент. Жорий ҳолатни баҳолаш. Бунда асосий урғу лойиҳалар, битимлар ва жараёнлар даражасида берилади. Ички аудит хизмати бизнес-

¹www.pwc.com «Прайсвотерхаус Куперс» аудиторлик компанияси расмий сайтидан олинган.

жараёнларни, корпоратив бошқарув масалаларини ички аудитнинг ишончли услубияти ва синалган амалларидан фойдаланиб таҳлил қилади.

2-компонент. Бизнес самарадорлигини ошириш. Юқорида санаб ўтилганларга кўшимча равишда ички аудит хизмати ташкилот раҳбариятига бизнес-жараёнларни такомиллаштиришда, самарадорлик ва натижавийликни оширишда ташаббус билан ёрдам беради, таклиф қилинаётган ташаббуслар натижасида пул маблағларини тежашда кўмаклашади. Ички аудит хизмати ходимлари ҳақиқий ҳолатга мос баҳолаш учун амалга оширилаётган бизнесни тушунишда зарур бўлган махсус касбий кўникмаларга эга бўлади.

3-компонент. Ички аудит функциясининг ривожланиш истиқболи. 1- ва 2-бандларда санаб ўтилганларга кўшимча равишда ички аудит хизмати рискларни аниқлаш ва бошқариш жараёнларининг тўғри олиб борилаётганлигини баҳолаш орқали лойиҳаларни амалга ошириш ва бизнесдаги ўзгаришлар устидан назоратнинг етарлилиги ва самаралилигини тасдиқлаб беради. Танланган стратегияни амалга оширишга халақит бериши мумкин бўлган рискларни ҳисобга олган ҳолда бизнеснинг келажақдаги молиявий самарадорлиги баҳоланади. Шунинг таъкидлаш жоизки, кўпинча асосий урғу назоратларга, жараёнларга, бошқарув ахборотига берилади. Узоқ муддатли истиқболни ҳисобга олиш ва ташкилот стратегик мақсад ва вазифаларини қўллаб-қувватлаш орқали мулкдорлар учун бизнеснинг ривожланишини таъминлаш масаласи муҳим ҳисобланади.

Ички аудит ролининг ортиши, функция ва ваколатларнинг кенгайиши билан раҳбарият ва акциядорлар ички аудит хизмати ишининг тўлиқлиги ва сифатига, қоидабузарликларни ўз вақтида аниқлаш ва олдини олишга, таклифларнинг тўғрилигига ва мониторинг амаллари мавжудлигига юқори талаблар қўя бошлайдилар.

Ички аудит хизмати фаолияти самарадорлиги умумқабул қилинган стандартларга, шунингдек маълум меъёрий талабларга риоя қилинишига боғлиқ. Қонуний талаблар ташкилотда ички аудит хизмати фаолият юритиш самарадорлиги тўғрисида объектив хулоса чиқариш имкониятини берувчи аниқ мезон ва белгиларга, шунингдек ҳал қилувчи кўрсаткичлар ва индикаторларнинг маълум тўпламига эга эмас. Ҳар бир ташкилот ички аудит хизмати самарадорлигини белгиловчи кўрсаткичлар рўйхатини аниқлаб, ҳал қилувчи кўрсаткичларни ҳисоблаш ва баҳолаш амалларини ишлаб чиқиб, объектив баҳога эришиш учун масалани ўзи мустақил ҳал қилади. Кўрсаткичларни танлаш устуворлиги ҳар бир ташкилотда бошқалардан фарқ қилади ва фаолиятнинг ҳал қилувчи йўналишларини амалга оширишда раҳбарият томонидан қўйилган стратегик мақсад ва вазифаларга, ташкилий хусусиятларга, рискка йўналтирилган ёндашувдан фойдаланишга боғлиқ бўлади. Фаолият турлари бўйича рисклар харитаси ва уларнинг устуворлигини ранжирлаш услубияти мавжуд бўлмаса, фаолиятнинг рискли соҳалари аудитини режалаштириш ва мавжуд ички назорат тизими самарадорлигини синовдан ўтказиш қийин бўлади.

Маълумки, фаолиятни сифатли баҳолаш мезонлари мавжуд ва амалиётда тез-тез қўлланиб турилади. Ички аудит хизмати фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг миқдорий мезонлари эса кўпинча ҳисоб-китоб услубияти кўринишида шакллантирилмаган ва уларнинг натижалари ички аудит функцияларини такомиллаштириш учун амалда қўлланилмайди.

Мисол сифатида ички аудит хизмати фаолияти самарадорлигини миқдорий жиҳатдан баҳолаш учун фойдаланилиши мумкин бўлган айрим кўрсаткичларни кўриб чиқамиз.

1. Иқтисодий самарани характерловчи кўрсаткичлар:

– Ички аудит хизмати аниқлаган ва бартараф этилган қоидабузарликлардан

тежалган маблағлар;

– бозор конъюнктураси билан боғлиқ бўлмаган жорий даврдаги молиявий йўқотишлар суммаси, шунингдек талабларга риоя қилинмаганлиги учун пеня ва жарималар;

– бизнес-бўлинма харажатларига нисбатан олинган ички аудит хизмати харажатлари, шунингдек умумий тушумга нисбатан ички аудитга қилинган харажатлар.

2. Ички аудит функцияларини ташкил этилиши самарадорлигини, амалдаги услубият ва ички аудит амалларини таърифловчи кўрсаткичлар.

– текширувлар режасининг, режадан ташқари текширувлар ўтказиш бўйича раҳбарият сўровларининг бажарилиш фоизи ва умумий рисклар сонидан аниқланган асосий рисклар.

– қабул қилинган таклифлар умумий сонидан ўз вақтида жорий қилинган тавсиялар фоизи;

– раҳбарият ва акциядорларга ўтказилган текширув натижалари бўйича ўз вақтида тақдим этилган ҳисоботлар фоизи;

– ижро учун қабул қилинган ички аудит хизмати тавсиялари фоизи;

– бизнес-бўлинмалар фаолиятини текшириш давомида ташқи аудит томонидан аниқланган тавсияларга риоя қилинмаслик ҳоллари сони;

– олиб борилган ички текширувлар натижалари бўйича ички аудит хизмати томонидан аниқланган қоидабузарликлар сони;

– ички аудит хизмати тавсияларини жорий қилиш натижасида бизнес-жараёнда амалга оширилган ижобий ўзгаришлар сони.

3. Фоизларда ифодаланган ички аудит хизмати ходимлари фаолиятини характерловчи кўрсаткичлар;

– ички аудит хизмати таркибида тўлдирилмаган бўш ўринлар;

– ходимларнинг алмашиши;

– ички аудит хизмати таркибидаги сертификатланган мутахассисларнинг ички аудит хизмати ходимлари умумий сонига нисбати;

– ички аудит хизмати таркибида аудит соҳасида уч йилдан ортиқ профессионал меҳнат тажрибасига эга бўлган ходимлар улуши;

– ички аудит хизмати ходимларини мукофотлашнинг ўзгарувчан (бонусли) қисмининг иш ҳақининг ўзгармас қисмига нисбати (шунингдек, мазкур кўрсаткични бизнес-бўлинмалардаги ва бозордаги ўртача кўрсаткич билан таққослаш мақсадга мувофиқ).

Олиб борилган ички аудит хизмати фаолияти самарадорлигининг сифат ва миқдорий кўрсаткичларни баҳолаш ва таҳлил қилиш натижасида қуйидагиларни ўз вақтида аниқлаш керак:

– ички аудит функцияси етуклиги даражасини;

– ички аудит хизмати томонидан бажарилаётган вазифаларнинг қўйилган стратегик мақсадларга мувофиқлигини;

– айрим масалаларни ҳал қилишда ички аудит хизмати фаолияти самарадорлигини;

– қўйилган масалаларни ечиш учун ички аудит фаолиятини автоматлаштириш даражасининг етарлилигини;

– ички аудит хизмати ва аудит қилинаётган бўлинмалар муносабатларидаги мавжуд муаммоларни;

– фаолиятни рискларни бошқариш хизмати билан мувофиқлаштириш жараёнини оптималлаштиришни;

– компания раҳбарияти томонидан белгиланган устувор масалаларни ҳал қилишда ички аудит хизматига жалб қилинган ресурсларнинг етарлилиги ва

компетентлигини;

– ички аудит хизмати мақсадли таркиби ва ходимлар касбий кўникмаларига қўйиладиган талабларни.

Шунингдек, ички аудит хизмати ходимлари малакасини мунтазам ошириб бориш самарали тизимини ҳамда айрим ходимлар томонидан мақсадларга эришишга йўналтирилган, ички аудит хизмати ходимларини қизиқтиришнинг ишчан ва шаффоф тизимини ишлаб чиқишда қўлланилиши мумкин.

Айтиш жоизки, 2010 йил декабрь ойида Ички аудиторлар халқаро институти томонидан “Ички аудит хизмати иши натижавийлиги ва самарадорлигини ўлчаш ва баҳолаш бўйича амалий йўриқнома” ишлаб чиқилган. Ушбу ҳужжатда самарадорликни баҳолаш тизимини босқичма-босқич жорий қилиш тавсия этилади:

- мавжуд ички аудит жараёни самарадорлигини баҳолаш;
- манфаатдор томонларни аниқлаш;
- фаолият самарадорлигини ўлчаш тизимини ишлаб чиқиш;
- фаолият мониторинги амалларини жорий қилиш.

Булардан ташқари ҳужжатда миқдорий ва сифат кўрсаткичларига мисоллар келтирилган.

Шундай қилиб, мазкур мақолада мисол тариқасида кўриб чиқилган услубият мазкур йўриқномадаги тавсияларни батафсилроқ очиб беради. Хулоса тарзида айтиш мумкинки, ички аудит хизмати фаолияти самарадорлигини баҳолаш – ташкилот олдида турувчи стратегик масалаларни, шунингдек, ички аудит соҳасидаги ўзгаришларни ҳисобга олувчи, узоқ вақт давом этувчи ижодий жараён давомида ҳал қилинувчи комплекс масала ҳисобланади, бу эса, ўз навбатида, ички аудит хизматига қўйиладиган талабларни кучайишига олиб келади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Хасанов Б.А. Бошқарув ҳисоби ва ички аудит методологиясини такомиллаштириш масалалари: Иқт.фан.док. дис. ...автореф. – Тошкент: Ўз.Р.БМА. 2004. – 42 б.
2. Маматов З.Т. ва бошқ. Аудит: Ўқув қўлланма. –Т: Тошкентислом университети, 2002.-118 - бет.
3. Соколов Я.В. Основы аудита . – М : Бухгалтерский учёт, 2000.-201с.
4. Дўсмуратов Р.Д. Аудит асослари. Дарслик. –Т.: «Ўзбекистон энциклопедияси» нашриёти, 2003 й. - 118 б.
5. Аҳмаджонов К.Б., Якубов И.И. Аудит асослари. –Т.: Иқтисод –Молия, 2009. 186 – б.

<p>М.Хайтбаев</p> <p>Направления оценки эффективности деятельности службы внутреннего аудита</p> <p>Аннотация: в данной статье рассмотрена необходимость организации и направления оценки эффективности службы внутреннего аудита.</p> <p>Ключевые слова: внутренний аудит, служба внутреннего аудита, функция внутреннего аудита, экономическая эффективность, эффективность, аудиторский риск, бизнес процессы.</p>	<p>M.Khaitbaev</p> <p>Directions for assessing the effectiveness of the internal audit service</p> <p>Abstract: In this article described necessity of the organization and direction of the assessing effectiveness of the internal audit service.</p> <p>Keywords: Internal audit, internal audit service, internal audit function, economic efficiency, efficiency, audit risk, business processes.</p>
---	--

O.X.Jumanov – Gifted student at SamIES

THE ESSENCE OF AUDIT AND AUDIT ACTIVITIES

Abstract: In the article are considered the audit presentation, an independent examination of the financial statements of the enterprise on the basis of compliance with accounting procedures (documents of the regulatory accounting system), compliance with economic and financial transactions with the legislation of the Republic of Uzbekistan, completeness and accuracy of accounting in the company's financial statements.

Keywords: audit, financial statements, accounting procedures, economy, finance, accuracy of accounting, auditor's responsibility.

Audit has a long enough history. The first independent auditors appeared in the XIX century, in the joint-stock companies of Europe. The word "audit" in different translations means "he hears" or "listener"¹.

The emergence of audit is connected with the division of interests of those who directly manage the enterprise (administration, managers), and those who invest money in its activities (owners, shareholders, investors). The latter could not and did not want to rely solely on the financial information provided by the managers and subordinate accountants of the enterprise². Quite often bankruptcies of enterprises, fraud on the part of the administration significantly increased the risk of financial investments. The shareholders wanted to be sure that they were not being deceived, that the reports submitted by the administration fully reflected the actual financial position of the enterprise. The main requirements for the auditor were his impeccable honesty and independence. Knowledge of accounting did not initially have a primary value, but with the complexity of accounting, a good condition for the auditor to become a necessary condition.

Audit activity (audit) is the entrepreneurial activity of auditors (audit firms) in the implementation of independent non-departmental audits of accounting (financial) reports, payment and settlement documentation, tax returns and other financial obligations and requirements of economic entities, as well as providing other audit services:

- restoration and maintenance of accounting;
- drawing up (declarations of income and accounting (financial) statements);
- analysis of financial and economic activities;
- an estimation of actives and passives of the economic subject;
- consulting in matters of financial, tax, banking and other economic legislation;
- training, etc.

The provision of these related services has become prevalent in recent years in the activities of many audit firms in countries where it is permitted by law (for example, in England), and even in countries where the audit does not provide for additional services (for example in France), firms seek opportunities to conduct business (Diverse nature). The auditor is a qualified specialist, certified for the right of auditing in the manner prescribed by law. In countries with developed market economies, where auditing has existed for a long time, this term is interpreted in a very diverse manner³.

¹ Belikova TN Self-teacher in accounting and tax accounting and reporting. 2 nd ed. - St. Petersburg. Peter, 2016.- 288p.

² Belikova TN, Minaeva LN "All about accounts of accounting" 3rd ed. - Peter, 2015. - 160.

³ Gartvich AV The tasks of a modern accountant and their solution in "1C: Accounting 8.3". - St. Petersburg: BHV-Petersburg, 2016. - 288 p. YI.

Their interests are represented and protected by another fairly large group of users of financial statements that may not directly be interested in the results of the enterprise's activities:

- auditors and audit firms;
- Financial advisers;
- specialists in the field of securities and stock exchanges (brokers and dealers);
- lawyers and law firms;
- Regulatory bodies;
- press and information agencies;
- trade and production agencies;
- unions;
- research organizations;
- the public.

The main purpose of the audit is to express an opinion on the reliability of the financial (accounting) reporting of audited persons and the compliance of the accounting procedure with the legislation of the Republic of Uzbekistan.

The main objective of the external audit is to provide objective, real and accurate information about the audited object.

For this, it is necessary to provide the following tasks:

- 1) drawing up a plan and an audit program;
- 2) identification of types, sources and methods of obtaining audit evidence;
- 3) conducting an audit of an economic entity;
- 4) expressing an opinion on the results of an audit conducted on the reliability of financial (accounting) statements.

Risk-based audit is a type of audit where the audit can be carried out selectively on the basis of the working conditions of the enterprise, mainly bottlenecks (critical points) in its work. By focusing on the audit work in areas of higher risk, you can reduce the time spent examining areas of low risk. Those who rely on the judgment of the auditors believe that this can provide a more cost-effective check.

Audit risk is an assessment of the risk of inefficiency of the audit, based on the assessment of the risk of inefficiency of the client's accounting system, ineffectiveness of the internal control system of the client, and non-occurrence of client errors by auditors.

There are two main methods for assessing audit risk:

- 1) evaluative (intuitive);
- 2) quantitative.

The estimated (intuitive) method, currently most widely used by Uzbek audit firms based on their own experience and client's knowledge, determine the auditor risk on reporting as a whole or individual groups of transactions as high, probable and unlikely, and used this evaluation in audit planning¹.

The quantitative method involves the quantification of numerous models of audit risk. Consider one of the simplest:

$AR = NR \cdot CR \cdot PR$, where

AR is the risk of ineffectiveness of the audit (audit risk), which reflects the auditor's judgment on the acceptable probability of containing undisclosed material errors in the financial statements after the audit;

¹ Kasyanova G. Yu. Small business - small accounting. 6th ed., Pererab. And additional. - M.: ABAK, 2014. - 112p.

NR - the risk associated with the specifics of the company (net risk), i.e. the probability of content in the reporting before considering the effectiveness of the internal control system errors exceeding the permissible value;

CR - the risk of ineffectiveness of internal control (control risk), i.e. the probability of misses exceeding the admissible value by the internal control system of the client;

PR - the risk of ineffectiveness of testing procedures (procedural risk) - acceptable for the auditor probability of failure to show errors exceeding the permissible value during testing.

This model is the basis for audit planning¹, as it allows you to understand the relationship between individual components of audit risk and evaluate the amount of testing.

The final step in the process of calculating audit risk is to establish the value of procedural risk. After determining the value of the control risk for each goal of the type of transactions, the auditor establishes the relationship between the objectives of the audit, determining for each account and for each audit objective a separate procedural risk value. Thus, procedural risk, reflecting the volume of necessary operations tests and balance details, is a dependent variable and is determined in the course of audit planning, first determines the amount of audit risk, usually the same for all transactions and financial accounts, since the factors affecting its value, Are common for all segments (although in some cases this value may be less than for other accounts, for example, for materials, which is a short-term loan), after which is Risk and control risk established for each article separately, as the factors that determine them vary from account to account.

Literature:

1. Belikova TN Self-teacher in accounting and tax accounting and reporting, 2 nd ed. - St. Petersburg. Peter, 2016. - 288 p.
2. Belikova TN, Minaeva LN "All about accounts of accounting" 3rd ed. - Peter, 2015. - 160.
3. Gartvich AV The tasks of a modern accountant and their solution in "1C: Accounting 8.3". - St. Petersburg: BHV-Petersburg, 2016. - 288 p. Yl.
4. Kasyanova G. Yu. Small business - small accounting. 6 th ed., Pererab. And additional. - M.: АВАК, 2014. - 112 p.
5. Accounting - 2016: accounting and taxation. Y. Kasyanov. - M.: АВАК, 2016. - 960p.

О.Х.Джуманов	О.Х.Жуманов
Суть аудита и аудиторской деятельности	Audititning mohiyati va audit faoliyati
Аннотация: в статье рассмотрены аудиторские представления, независимая экспертиза финансовой отчетности предприятия на основании соблюдения процедур бухгалтерского учета (документов Системы регулирования регулирующего учета). Соблюдение экономических и финансовых сделок с законодательством Республики Узбекистан, суть бухгалтерского учета с	Annotatsiya: ushbu maqolada auditorlik taqdimotining korxonalar moliyaviy hisobotlarini mustaqil ekspertizadan o'tkazish, buxgalteriya tartib-taomillari (nizomning buxgalteriya tizimi hujjatlari asosida), O'zbekiston Respublikasi xo'jalik va moliyaviy operatsiyalarining mohiyati ko'rib chiqiladi. Kalit so'zlar: auditorlik, moliyaviy

¹ Accounting - 2016: accounting and taxation. Y. Kasyanov. - M.: АВАК, 2016. - 960p.

<p>финансовой отчетностью предприятия. Ключевые слова: аудит, финансовая отчетность, бухгалтерские процедуры, экономика, финансы, точность бухгалтерского учета, ответственность аудитора.</p>	<p>hisobot, buxgalteriya jarayonlari, iqtisod, moliya, buxgalteriya hisobi, auditorning javobgarligi.</p>
--	---

Обид Пардаев – ТМИ мустақил тадқиқотчиси

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА АУДИТОРЛИК ТАҲЛИЛИНИ ЎТҚАЗИШ ОРҚАЛИ САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

<p>Аннотация: мақолада хизмат кўрсатиш соҳасида аудиторлик таҳлилни ўтказишнинг методологик асослари ёритилган. Унда хизмат кўрсатиш соҳасида аудиторлик таҳлиlining умумий модели, аудиторлик текширувида омилли таҳлилни қўллаш имкониятлари ва аудиторлик таҳлили натижаларини умумлаштиришнинг ўзига хос жиҳатлари қараб чиқилган. Аудиторлик таҳлилни такомиллаштириш масалаларига ҳам алоҳида аҳамият берилган. Калит сўзлар: аудит, аудиторлик текшируви, аудиторлик таҳлили, омилли таҳлил, хизмат кўрсатиш соҳасида аудитнинг хусусиятлари, хизмат кўрсатиш соҳасида таҳлилнинг хусусиятлари.</p>

Иқтисодиётни эркинлаштириш жараёни, бозор муносабатларининг такомиллашиши, ислохотларнинг тобора чуқурлашиб бориши ҳар бир иқтисодий жараёни чуқур таҳлил қилишни тақозо қилмоқда. Чунки мулкдор иқтисодий жараёнда асосий субъект сифатида иштирок этади. У ўз мулкининг кўпайишидан, кўпроқ фойда олишидан манфаатдор. Бунга ўз-ўзидан эришиб қолмайди. Бунинг учун тадбиркорлик, изчиллик, зийраклик ва ақл билан иш кўриши лозим. Бу эса ўз навбатида мулкининг ҳолатини, ишлатилиши ва сақланишини ҳамда ундан самарали фойдаланишни таҳлил қилишни тақозо қилади.

Бугунги кунда хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари учун фаолият турлари ва кўлами чегараланмаган. Тадбиркорлар ўз маблағларини бир вақтнинг ўзида фойда келтирадиган бир нечта соҳаларга сарфламоқдалар. Бундай кенг кўламли ва серқирра фаолиятлар билан шуғулланиш улар хўжалик фаолияти таҳлилини ҳам мараккаблаштиради. Бундай шароитда барча тадбиркорлар ҳам ўз фаолиятларини тўлиқ баҳолаш қобилиятига эга бўлмайдилар. Ўз навбатида бундай мураккаб вазифани аудиторлар ўз зиммаларига оладилар.

Аудиторлик ташкилотлари республикамиз иқтисодиётида энг зарурий инфраструктурага айланиб бормоқда. Шу муносабат билан сўнгги йилларда республикамизда аудиторлик фаолиятини шакллантириш ва ривожлантириш бўйича қатор ижобий ишлар амалга оширилди. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг қарорига мувофиқ 2000 йил 26 майда янги таҳрирдаги «Аудиторлик фаолияти тўғрисида»ги Қонун қабул қилинди. Республикамиздаги юзага келаётган реал иқтисодий шароитни инобатга олиб аудиторлик фаолиятининг ҳуқуқий-меъёрий асослари йилдан-йилга такомиллаштириб борилмоқда.

Республикамиз олимлари, иқтисодчилари томонидан ҳам аудит бўйича катта изланишлар олиб борилди. Ушбу изланишлар натижаси ўлароқ, аудитнинг назарияси ва методологиясига бағишланган кўпгина дарслик ва ўқув қўлланмалар, маъруза матнлари, рисоалар, илмий мақолалар чоп этилди. Шу ўринда, республика-

мизда аудит назарияси ва методологиясини такомиллаштириш, амалиётини тараққий эттириш борасида Дўстмуратов Р.Д., Маматов З.Т., Мусаев Ҳ.Н., Санаев Н., Тўлаходжаева М.М., Маматов З.А., Уразов К.Б., Ҳасанов Б.А., Туйчиев А.Ж.ларнинг хизматларини алоҳида эътироф этиш лозим, деб ҳисоблаймиз¹.

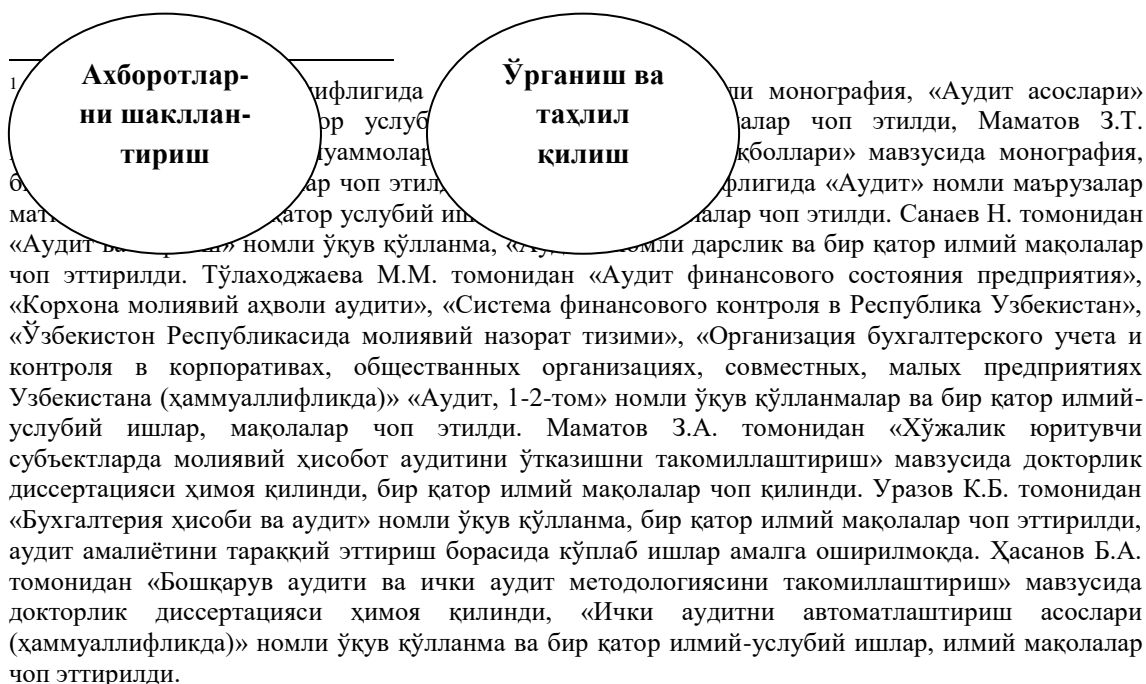
Шуни таъкидлаш керакки, республикамизда олиб борилган кўплаб илмий изланишларга қарамасдан, ҳали ҳам аудитнинг методологик жиҳатдан очилмаган қирралари мавжуд. Ушбу қирралардан бири аудиторлик таҳлиlidir. Деярли барча махсус адабиётларда аудитнинг муҳим босқичи ҳисобланган аудиторлик таҳлилинини ўтказиш жараёни назардан четда қолмоқда.

Республикамизда аудит фақатгина ҳисоб ва ҳисоботни текшириш ҳамда унга оид тавсиялар бериш тизими сифатида ривожланмоқда. Ривожланган мамлакатлар тажрибаси аудиторлик хизматлари кўламини кенгайтириш лозимлигини, чунончи, аудиторлар корхонанинг ҳисоб ишларидан ташқари, уларнинг хўжалик фаолиятларини ҳам кенг кўламли таҳлил қилишлари ва ўтказилган таҳлил асосида корхона даромадлари ва фойдасини оширишга қаратилган тавсиялар ишлаб чиқишлари кераклигини кўрсатмоқда. Ана шундагина аудит бизнесни ривожлантиришнинг муҳим воситасига айланади. Зеро, Биринчи Президентимиз бундан ўн йиллар олдин таъкидлаганларидек, «...бизнеснинг муваффақияти бозор иқтисодиёти институтлари, хусусан юксак профессионал даражадаги мустақил аудитни ... кенг ривожлантиришга бевосита боғлиқ»². Ушбу масала бугунги кунда ҳам ўта долзарблигини йўқотган эмас.

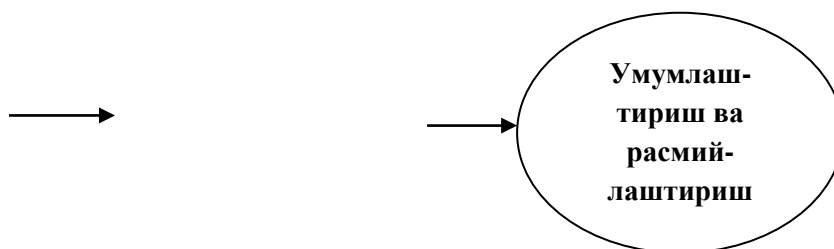
Шуларни инобатга олган ҳолда, аудиторлик таҳлилинини корхоналар хўжалик фаолияти аудитининг алоҳида босқичи сифатида эътироф этиш лозим, деб ўйлаймиз. Ўз навбатида аудиторлик таҳлили ҳам алоҳида босқичларда амалга ошириладиган амаллар тизимидан иборат бўлади.

Тадқиқотлар кўрсатишича, адабиётларда аудиторлик таҳлили ҳам таҳлилнинг нисбатан тарихий ва муҳим шакли ҳисобланган иқтисодий таҳлил ҳам алоҳида босқичларга ажратилиб ўрганилмаган.

Бизнинг фикримизча, аудиторлик таҳлилинини шартли равишда қуйидаги уч босқичда бажариладиган амаллар тизими сифатида қараш мумкин (1-чизма):



² Каримов И.А. Демократик ҳуқуқий давлат, эркин иқтисодиёт талабларини тўлиқ жорий этиш, фуқоролик жамияти асосларини қуриш – фаровон ҳаётимиз гаровидир.-Т.: Ўзбекистон, 2007, 32-бет.



1-чизма. Аудиторлик таҳлилни ўтказиш босқичлари.

1. Таҳлил учун зарур бўлган ахборотларни шакллантириш;
2. Ўрганиш ва таҳлил қилиш;
3. Таҳлил натижаларини умумлаштириш ва расмийлаштириш.

Аудиторлик таҳлиlining **биринчи босқичи** аудиторлик фаолиятининг энг масъулиятли, кўп вақт талаб қиладиган, айтиш мумкинки ҳал қилувчи босқичи ҳисобланади. Зеро, аудиторлик таҳлиlining натижаси унда фойдаланилган ахборотларнинг сифати ва реаллигига боғлиқ. Обьектив бўлмаган ахборотлар қанчалик чуқур таҳлил қилинмасин, бари-бир нотўғри хулоса чиқарилишига ва самарасиз қарорлар қабул қилинишига олиб келади.

Юқоридаги чизмадан кўриниб турибдики, биринчи босқичда: 1) Молиявий ва статистик ҳисобот маълумотларининг тўғрилиги текширилади; 2) Таҳлил учун керакли маълумотлар фойдаланиш учун қулай ҳолга келтирилади.

Молиявий ва статистик ҳисобот маълумотларининг тўғрилигини текширишда дастлаб, текширув объектини ўрганиш нуқтаи назаридан куйидагиларга аниқлик киритиш мақсадга мувофиқ:

- корхонанинг асосий фаолият турлари;
- ички назорат тизимининг ҳолати;
- бошланғич ҳужжатларни тузиш, унинг айланиш ва сақланиш тартиби;
- ҳисоб регистрлари ва уларнинг юритилиши.

Сўнгра, маълумотларнинг бошланғич ҳужжатлардан бошлаб токи молиявий ва статистик ҳисоботларгача бўлган шаклланиш жараёни ўзаро солиштириш асосида текширилади.

Аудиторлик таҳлилни тез ва самарали ўтказиш учун маълумот манбаларини фойдаланиш учун қулай ҳолатга келтириш талаб этилади. Бунда дастлаб, таҳлил учун зарур бўлган маълумотлар (молиявий ва статистик ҳисоботлар, бирламчи ҳужжатлар, ҳисоб регистрлари, таъсис ҳужжатлари, бизнес-режа ва бошқалар) алоҳида ажратилади. Улар мос белгилари бўйича алоҳида гуруҳларга ажратилади.

Шуни таъкидлаш керакки, аудиторлик таҳлилида кўп маълумот тўплаш мақсадида керакли-кераксиз ҳужжатларни йиғиш ҳам нотўғри. Маълумот манбаларини шундай шакллантириш керакки, тўпланган ҳужжатлар улардан фойдаланиш жараёнида мураккабликларни ҳам келтириб чиқармаслиги, маълумотлар тақчиллиги ҳам кузатилмаслиги лозим. Шу боис, ахборотларни шакллантиришда айрим кам маълумотлар олинадиган ҳужжатлардаги керакли рақамларни алоҳида «қоралама» қоғозга ёзиб олиш ва бу ҳужжатларни ахборотлар базасидан чиқариб ташлаш мақсадга мувофиқ. Шунингдек, айрим молиявий ҳисоботларнинг ихчамлаштирилган жадвалларини тузиб олиш ҳам улардан фойдаланиш жараёнини энгиллаштиради.

Аудиторлик таҳлиlining **иккинчи - ўрганиш ва таҳлил босқичи** ҳам аудиторлардан анча вақт ва масъулият талаб қиладди. Ушбу босқичда куйидаги амаллар бажарилади: 1) Керакли кўрсаткичларни ҳисоблаш; 2) Солиштирма

жадваллар тузиш; 3) Вужудга келган ўзгаришларга таъсир қилган омилларни аниқлаш ва уларнинг таъсирини ҳисоблаш; 4) Тегишли ҳулосалар чиқариш.

Аудиторлик таҳлили давомида жуда кўплаб кўрсаткичлар аниқланади ва ҳисоб-китоб қилинади. Бундай кўрсаткичларни турли гуруҳларга бирлаштириш мумкин. Иқтисодий таҳлилга оид адабиётларда таҳлилнинг ушбу турида қўлланиладиган кўрсаткичлар турли белгилари бўйича таснифланади. Уларни ўрганиш ва шахсий мулоҳазаларимизни умумлаштирган ҳолда аудиторлик таҳлилида фойдаланиладиган кўрсаткичларни қуйидаги белгилари бўйича таснифлаш ва уларга 1-жадвалда келтирилган кўрсаткичларни киритишни таклиф қиламиз:

1-жадвал

Хизмат кўрсатиш корхоналарида аудиторлик таҳлилида қўлланиладиган кўрсаткичлар таснифи

Тасниф белгилари	Кўрсаткичлар турлари	Кўрсаткичларга мисоллар
Аниқланишига кўра	Ҳисобланмайдиган (ахборот манбаларидан тайёр ҳолда олинадиган)	- мажбуриятлар суммаси; - асосий фаолиятдан олинган даромадлар суммаси; - ходимлар сони ва бошқ.
	Ҳисоб-китоб асосида аниқланадиган	- меҳнат унумдорлиги; - ялпи даромад суммаси; - харажатлар рентабеллиги ва бошқ.
Хўжалик фаолиятининг у ёки бу томонини ифодалашига кўра	Корхона молиявий ҳолатини акс эттирадиган кўрсаткичлар	- хусусий капитал суммаси; - мустақиллик коэффиенти; - тўлов қобилияти ва бошқ.
	Хўжалик фаолиятининг натижаларини акс эттирадиган кўрсаткичлар	- харажатлар суммаси; - фойда суммаси; - рентабеллик кўрсаткичлари ва бошқ.
Мазмунига кўра	Микдор кўрсаткичлари	- ишлаб чиқариш ҳажми; - соф фойда; - асосий воситалар қиймати ва бошқ.
	Самарадорлик кўрсаткичлари	- меҳнат унумдорлиги; - асосий воситалар қайтими; - активлар рентабеллиги ва бошқ.
Ўлчов бирлигига кўра	Қиймат ўлчовидаги кўрсаткичлар	- жорий активлар суммаси; - зарар суммаси; - иш ҳақи харажатлари суммаси ва бошқ.
	Натурал ўлчов бирликларидаги кўрсаткичлар	- ишлаб чиқариш ҳажми (дона, м, м ² , кг ва ҳ.к.); - ходимлар сони; - айланма маблағларнинг кунлардаги айланувчанлиги ва бошқ.

1. Аниқланишига кўра:

- ҳисобланмайдиган (ахборот манбаларидан тайёр ҳолда олинадиган);
- ҳисоб-китоб асосида аниқланадиган.

2. Хўжалик фаолиятининг у ёки бу томонини ифодалашига кўра:

- корхона молиявий ҳолатини акс эттирадиган кўрсаткичлар;
- хўжалик фаолиятининг натижаларини акс эттирадиган кўрсаткичлар.

3. Мазмунига кўра:

- миқдор кўрсаткичлари;
- сифат кўрсаткичлари.

4. Ўлчов бирлигига кўра:

- қиймат ўлчовидаги кўрсаткичлар;
- натурал ўлчов бирликларидаги кўрсаткичлар.

Ушбу кўрсаткичларни аниқлаш, ҳисоблаш тартиби ва уларнинг мазмуни билан кейинги бобларда танишамиз.

Аудиторлик таҳлили ўтказишда жадваллардан кенг фойдаланилади. Жадваллар асосида ҳисобот йили кўрсаткичларининг таркибий тузилиши, динамикаси, режа бажарилиши каби жиҳатлари таҳлил қилинади.

Ҳозирги пайтда ҳисоб-китоб ишлари асосан компьютерларда амалга оширилмоқда. Бунинг имконияти жуда катта. Шу туфайли таҳлилда амалга оширилган ҳисоб-китоб натижалари жадваллар билан биргаликда турли чизмалар ва диаграммаларда ҳам ифода этилмоқда. Бу эса корхона хўжалик фаолиятидаги ўзгаришларни жуда тез илғаш имконини беради. Мазкур усуллар аудиторлик таҳлилининг у ёки бу жиҳатини аниқлашда қўлланилади. Масалан, чизмалар (графиклар) кўрсаткичларнинг динамикасини ифодалашда жуда қулай. Корхона хўжалик фаолиятидаги таркибий тузилмалар, уларнинг ўзгариши диаграммаларда ифодаланиши мақсадга мувофиқ бўлади.

Аудиторлик таҳлилининг **сўнги босқичида таҳлил натижалари умумлаштирилади ва расмийлаштирилади.** Бу масалалар чуқур тадқиқ қилишни тақозо қилади.

«Жамиятда, унинг бир бўлаги бўлган корхонада содир бўладиган иқтисодий жараёнлар ўз-ўзидан амалга ошмайди, балки улар маълум омиллар таъсирида рўй беради. Шу туфайли корхона ишини яхшилаш учун унинг натижасига қандай омиллар ижобий, қайсилари салбий таъсир қилганлигини билиш лозим. Бу ижобий омилларни кучайтириш, салбий таъсир қилган омилларни бартараф қилиш имконини беради. Шу туфайли иқтисодий таҳлил жараёнида омилли таҳлил усулларида фойдаланиш учун унинг табиатини, мазмуни, турлари, бири-бири билан боғланиш моделларини ўрганишни тақозо қилади»¹.

Худди шундай хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналаримолиявий-хўжалик фаолиятининг у ёки бу жиҳатини акс эттирувчи кўрсаткичларнинг шаклланишига уларни ҳисобга олиш ва ҳисоботда акс эттириш жараёнидаги йўл қўйилган хатокамчиликлар ҳам таъсир қилади. Аудиторлик текшируви жараёнида молиявий ҳисоботда акс эттирилган кўрсаткичларнинг тўғри шаклланганлиги текширилади, улардаги четланишлар аниқланади. Текширув давомида аудитор ҳисобот кўрсаткичларидаги мавжуд четланишларни аниқлаш билан чекланиб қолмаслиги зарур. Ушбу четланишларнинг вужудга келишига сабаб бўлган омилларни аниқлаши, уларни бартараф этиши зарур. Кўриниб турибдики, омилли таҳлил нафақат иқтисодий таҳлилда, балки аудиторлик текширувларида ҳам қўлланилар экан. Шу боис, бугунги кунда профессионал аудиторлардан омилли таҳлил методологиясини билиш ҳам талаб этилади.

Омилли таҳлил деганда натижа кўрсаткичининг ўзгаришига таъсир қилувчи турли омилларнинг таъсирини таҳлилнинг анъанавий, математик ва бошқа усуллари орқали аниқлаш йўллари тушунилади.

Аудиторлик текширувларида омилли таҳлилнинг асосан иккита элементи иштирок этади. Булар ҳисобот маълумотларидаги аниқланган четланишлар ва уни вужудга келтирган омиллардан иборат.

¹ Пардаев М.К. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. - Самарқанд, «Зарафшон» нашриёти, 2001, 66-бет.

Четланиш бу иқтисодий кўрсаткич бўлиб, аудиторлик текшируви натижасини маълум бирликда (ўлчамда) ифода этадиган миқдордан иборат. Аудиторлик текширувида омилларнинг вужудга келган четланишларга таъсири икки хил бўлади. Яъни, бевосита таъсир ва билвосита таъсир. Масалан, аудитор аудит натижасида фойда солиғининг X суммага нотўғри ҳисобланганлигини аниқлади. Яъни, четланиш - X сўм. Ушбу суммага иккита омил - солиққа тортиладиган база ва солиқ ставкаси бевосита таъсир қилувчи омиллар саналади. Ўз навбатида солиққа тортиладиган база (СБ) қуйидагича аниқланади:

$$СБ = Фст (Зст) + Стх + Сбх - Счх - Дтм - И$$

Бу ерда: *Фст* - солиқ тўлангунча фойда;

Стх –солиқ солиши базасига қайта қўшиладиган харажатлар;

Сбх –ҳисобот даврида солиқ базасидан чегирилмайдиган, лекин келгусида чегирилиб бориладиган харажатлар;

Счх –солиқ базасидан ҳисобот даврида чегириладиган харажатлар;

Дтм – тўлов манбаида солиқ олинган даромадлар (олинган дивидентлар, фоизлар);

И - имтиёзлар.

Кўриниб турибдики, солиққа тортиладиган базага ҳам «солиқ тўлангунча фойда», «солиқ базасига қайта қўшиладиган харажатлар», «келгусида солиқ базасидан чегириладиган ҳисобот давр харажатлари», «ҳисобот даврида солиқ базасидан чегириладиган харажатлар», «тўлов манбаида солиқ олинган даромадлар (олинган дивидентлар, фоизлар)», «имтиёзлар» каби бир қатор бевосита омиллар таъсир қиладики, бу омиллар ҳисобланган солиқ суммаси учун билвосита омиллар саналади. Худди шундай омилларнинг билвосита таъсири яна давом этади. Чунончи, «солиқ тўлангунча фойда» (Фст)нинг шаклланишида ҳам «Маҳсулот (иш, хизмат)ларни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг таркиби ва молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисидаги Низом»га мувофиқ, қуйидаги кўрсаткичлар қатнашадики, улар юқорида аниқланган - солиққа тортиладиган база ва ҳисобланган солиқ суммаси учун билвосита омиллар ҳисобланади:

$$Фст = СТ - Тсм - ДХ + Дбо + МД - МХ + Фф - Зф$$

Бу ерда: *СТ* – сотишдан тушган соф тушум;

Тсм – сотилган маҳсулотларнинг таннари;

ДХ – давр харажатлари;

Дбо – бошқа операцион даромадлар;

МД - молиявий фаолият даромадлари;

МХ – молиявий фаолият харажатлари;

Фф – фавқулодда фойда;

Зф - фавқулодда зарарлар.

Хулоса қилиб айтганда, солиқ суммасига бевосита ва билвосита омиллар таъсир қилади. Амалий маълумотларни қўллаган ҳолда ушбу омиллар таъсирини иқтисодий таҳлилнинг анъанавий усулларида фойдаланиб ҳисоблаш мумкин. Таҳлил натижалари мазкур масала бўйича бошқарув қарорларини қабул қилиш имконини беради.

О.М.Пардаев	O.Pardaev
Пути повышения эффективности посредством проведения аудиторского анализа в сфере услуг	The ways to improve efficiency by conducting an audit analysis of services
Аннотация: в статье освещены методологические основы проведения аудиторского анализа в сфере услуг. В ней рассмотрены общая модель аудиторского анализа в сфере услуг, возможности применения факторного анализа при аудиторских проверках, особенности обобщения результатов аудиторского анализа. Уделено особое внимание на проблемы усовершенствования аудиторского анализа.	Abstract: The article highlights the methodological basis for conducting an audit analysis of services. It examines the general model of audit analysis in the service sector, the possibility of applying factor analysis in auditing, the features of generalizing the results of the audit analysis. Special attention is paid to the problems of improving the audit analysis.
Ключевые слова: аудит, аудиторская проверка, аудиторский анализ, факторный анализ, особенности аудита в сфере услуг, особенности анализа в сфере услуг.	Keywords: audit, audit, audit analysis, factor analysis, features of audit in the service sector, features of analysis in the service sector.

О.Т.Астанакулов – ТМИ декани, и.ф.н, доцент

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ФУНКЦИОНАЛ ҚИЙМАТ ТАҲЛИЛИДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация:мақолада хизмат кўрсатиш соҳасида функционал қиймат таҳлилидан фойдаланиш имкониятлари қараб чиқилган. Унда ФҚТда қўлланиладиган бош функция, асосий функция, ёрдамчи функция, ноқерак функция, зарарли функция каби функцияларни қўллаш масалаларига ҳам алоҳида аҳамият берилган.

Калит сўзлар: хизмат, хизмат кўрсатиш, таҳлил, функционал қиймат таҳлили, бош функция, асосий функция, ёрдамчи функция, ноқерак функция, зарарли функция.

Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида ҳар бир корхона, фирма олдида қўйилган янги вазифалар, энг аввало, корхонада ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг сифати ва рақобатбардошлигини оширган ҳолда харажатларни камайтиришнинг ички имкониятлардан оқилона фойдаланиш, корхона фаолиятини молиялаштиришнинг янги манбаларини излаб топиш каби масалаларнинг ҳал этилиши устувор вазифа сифатида белгиланган. Ушбу вазифаларни ҳал этишда функционал қиймат таҳлили (ФҚТ) муҳим ўрин эгаллайди. ФҚТ иқтисодийнинг барча тармоқлари ва соҳаларида қўлланилиши мумкин. У корхона томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулот таннархини пасайтириш, сифатини яхшилаш, ишлаб чиқарувчини самарасиз фаолиятдан озод этиш имконини беради. Шу нуктаи назардан, ФҚТ назариясининг шаклланиши, молиявий - иқтисодий инкироз шароитида ундан фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятларини тадқиқ этиш, иқтисодийнинг барча соҳалари ва тармоқларида эркинлаштириш ва

модернизациялаш жараёнлари изчиллик билан амалга оширилаётган бугунги кунда муҳим илмий-амалий аҳамият касб этади.

Функционал қиймат таҳлили (ФҚТ) анъанавий молиявий ёндашувларга муқобил тарзда XX асрнинг 40 йилларида пайдо бўлди ва ҳозирги даврда кўпгина ривожланган мамлакатларда кенг қўлланилади. ФҚТнинг асосини функционал ёндашув ташкил этади ва шу сабабли ишлаб чиқариш ва эксплуатация жараёнида қилинадиган сарф-харажатларни пасайтиришнинг одатдаги йўлларида ва анъанавий таҳлил усулларида тубдан фарқ қилади.

ФҚТга дастлаб фақат маҳсулотни ишлаб чиқаришда йўл қўйилган ортиқча харажатларни излаш қуроли тарзида қаралган. Кейинчалик эса ФҚТни кенгрок тарқалиши натижаси ва қўллаш соҳалари кенгайганлиги сабабли ундан маҳсулотларни ишлаб чиқаришни лойиҳалаш ва унинг ҳар бир босқичларида, турли ишларни ташкил этиш ва бошқариш соҳаларида самарасиз қарорларнинг олдини олиш воситаси тарзида фойдаланилди.

Илмий адабиётларда функционал қиймат таҳлил турлича таққилинади. Масалан, хорижлик иқтисодчи олимлар М.Г.Карпунин, Б.М.Майданчик, А.П.Ковалев, Н.К.Моисеева, В.В.Сисунлар: “ФҚТ – объект функцияларини комплекс тизимли тадқиқ этиш усули бўлиб, объектларнинг ижтимоий зарур истеъмол хусусиятларини таъминлаш ва бу хусусиятларни уларнинг бутун ҳаётий цикли давомида барқарор сақланиши учун энг кам харажатларни назарда тутати”¹ - деб қарайди.

Шунингдек, М.И.Баканов ва А.Д.Шереметлар – “Функционал қиймат таҳлилини - алоҳида буюм, маҳсулот ёки муайян ишлаб чиқариш хўжалик жараёнларини ёхуд бошқарув тузилмалари функцияларини лойиҳалаш, ишлаб чиқаришни ўзлаштириш, саноат ва маиший истеъмол соҳаларида харажатларни минималлаштириш йўналишидаги тизимли тадқиқот усули”² тарзида изоҳлайдилар.

Маҳаллий иқтисодчи олимлар Б.Хасанов ва А.А.Хашимовларнинг фикрича: “Функционал қиймат таҳлили усули – бу объект (маҳсулот, жараён, тузилма)ни тизимли тадқиқ қилишнинг сифат ва фойдалилигини оширган ҳолда уни лойиҳалаш, ишлаб чиқиш ва фойдаланиш соҳаларида харажатларнинг энг кичик миқдорини таъминловчи усулдир”³.

Шунга ўхшаш таъриф хорижий иқтисодчи олим Ю.М.Соболев томонидан ҳам келтирилган: “Ҳозирги кунда ФҚТ – бу, функцияларни максимал даражада оқилона таъминлаш ва иқтисодий харажатларни қисқартиришга қаратилган объект устидан тизимли техник-иқтисодий ишларни ўтказиш усулидир”⁴.

ФҚТ бўйича АҚШ мутахассислари жамияти (Society of American Value Engineering) ҳам ФҚТга шунга ўхшаш таъриф беради: “Функционал қиймат таҳлили – бу, маълум техникани тизимли қўллаш бўлиб, у пул шаклида функция қийматини ўрнатади ва тўла минимал харажатлар асосида функциянинг зарурий ишончлилигини таъминлайди”⁵.

¹ Справочник по функционально-стоимостному анализу / А.П. Ковалев, П.К.Моисеева, В.В. Сысун и др.; Под ред. М.Г. Карпунина, Б.И. Майданчика. -М.: Финансы и статистика, 1988. - 31 с.; Моисеева Н.К. Функционально-стоимостный анализ в машиностроении. - М.: Машиностроение, 1987. – 18 с.Моисеева Н.К., Карпунин М.Г. Основы теории и практики функционально-стоимостного анализа. - М.: Высшая школа, 1988. – 26 с.

² Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. -4-е изд., доп. и перераб. -М.: Финансы и статистика, 1997. - 234 с.

³Хасанов Б.А., Хашимов А.А. Бошқарув ҳисоби. Т.:ИQTISOD-MOLIYA 2005.99 – 6.

⁴Соболева Ю.М. Конструктор и экономика. Пермское книжное издательство. 1987. - с.17.

⁵L.D. Miles. TheTechnique of Value Analysis and Engineering. - 2-a Edition. - 1982. - p.17.

Иқтисодчи олимлардан М.Қ.Пардаев ва Д.А.Зулуновалар: “Функционал қиймат таҳлили деганда, ҳар бир бажариладиган функцияни (бош, асосий, ёрдамчи, кераксиз ва зарарли) қиймат жиҳатидан баҳолаб, маҳсулот (иш, хизмат)нинг сифатини оширган ҳолда, кераксиз ва зарарли функцияларни бартараф қилиш эвазига ички имкониятларни (резервларни) топиш ва ишга солишга қаратилган тадбирлар мажмуаси тушинилади”¹, деб таъриф берган.

Юқорида кўриб ўтилган таърифларнинг ҳаммаси функционал қиймат таҳлилининг маъносини у ёки бу даражада акс эттиради. Аммо хўжалик юритиш шароитларининг ўзгариб бориши муносабати билан бизнинг фикримизча, *функционал қиймат таҳлили – товарларни ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва бошқарув жараёнларида ҳар бир функцияни баҳолаган ҳолда истеъмолчилар нуқтаи назаридан, уларнинг талабига жавоб берадиган юқори сифатга эришишда меъёрий нафлиликни, харажатларининг оптимал миқдорини таъминлайдиган тизимли тадқиқ этиш усули.*

Шундай қилиб, ФҚТни истеъмолчи талабига жавоб берадиган даражада барча зарур функцияларни энг кам харажатлар билан бажара оладиган оптимал объектини яратишга йўналтирилган иш тартиб-қоидалари тарзида тасаввур этиш мумкин. Бизнинг ФҚТга берган таърифимиз бошқа таърифларга нисбатан қуйидаги жиҳатлари билан фарқ қилади ва афзалликларга эга.

Биринчидан, ФҚТ иқтисодиётнинг барча жараёнларини, яъни ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва бошқарувни ўз ичига олади. Иккинчидан, ФҚТ барча жараёнларнинг пировард мақсадидан манфаатдор бўладиган истеъмолчилар талабидан чиққан ҳолда амалга оширилади. Учунчидан, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва бошқарув жараёнлари алоҳида функцияларга бўлиб ўрганилиши кўзда тутилган. Тўртинчидан, маҳсулотга кетадиган харажатларни оптимал ҳолда сақлаш билан бирга уларнинг талаб қилинадиган сифатига эришилиш ҳам кўзда тутилган. ФҚТга берилган таърифнинг ушбу жиҳатлари, унинг ўзидан олдинги таърифларга нисбатан такомиллашганлигидан далолат беради.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, функционал қиймат таҳлилин тизим тарзида ҳам қараш мумкин. Агар шу нуқтаи назардан қарайдиган бўлсак, у ортиқча харажатларни аниқлаш, олдини олиш, қисқартириш ёки бартараф этишга қаратилган ташкилий воситалар, илмий-услубий тамойиллар, техник-иқтисодий амалларни ўз ичига оладиган фаолиятлар мажмуи. Бу нарса тадқиқот объекти бажарадиган функцияларни ҳамда уларга кетадиган зарурий харажатларни ҳар томонлама ўрганиш ҳисобига таъминланади. Буни инобатга олиб М.Г.Карпунина ва Б.И.Майданчика раҳбарлигида нашр қилинган адабиётда меҳнат маҳсулининг функциялари ижтимоий эҳтиёжларни қондиради, яъни транспорт воситалари юк ва йўловчиларни ташийти, совутгич жиҳоз-ускуналар маҳсулотларни сақлаш ёки иш жараёнларини сақлаб туриш учун зарур ҳароратни яратади ва ҳоказо. Берилган, мўлжалланган функцияни амалга оширадиган аниқ ижро, ишлов бериш уни ифода этишнинг кўпгина имкони бўлган вариантларидан бири ва шунга мос ҳолда функцияларни таъминлаш харажатлари тарзида юзага чиқади², деб таъкидлайди.

Шундай қилиб, функционал қиймат таҳлили истеъмолчи учун товарнинг ўзи эмас, балки ундаги фойдали функцияларнинг бирон бир мажмуи муҳимроқ деган тизимга асосланади. Функционал ёндашув объект ўзининг аниқ бир моддий-

¹Пардаев М.Қ.,Зулунова Д.А. Функционал қиймат таҳлили. Самарқанд, СамИСИ, 2007. – 5 б., Пардаев М.Қ. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. Самарқанд “Зарафшон” нашриёти. – 2001. – 210 б.

²Справочник по функционально-стоимостному анализу / А.П. Ковалев, П.К.Моисеева, В.В. Сысун и др.; Под ред. М.Г. Карпунина, Б.И. Майданчика. -М.: Финансы и статистика, 1988. - 92 с.

ашёвий, ташкилий ёки ўзгача бир шаклда эмас, балки у бажарадиган (ёки бажариш лозим бўлган) функциялар комплекси тарзида англанади ва такомиллаштирилади.

Функцияларнинг ҳар бири имкони бўлган тамойилларни қўллаган ҳолда қандай бажариш мумкинлиги нуқтаи назаридан таҳлил қилинади. Объектни тузиш вариантларини баҳолаш функцияларни бажариш даражаси ва уларнинг муҳимлиги, шунингдек объект ҳаёт циклининг барча босқичларида уларни амалга ошириш билан боғлиқ харажатлар миқдори ҳисобга олинандиган мезонлар бўйича ўтказилади.

Функционал ёндашув буюртмачиларнинг аниқ эҳтиёжларини ўрганиш билан бирга бу эҳтиёжларнинг миқдор ва сифат томонларини теранроқ таҳлил қилиш, ҳар қандай тижорат ташкилотининг ишлаб чиқариш (иш, хизмат кўрсатиш)ни шу эҳтиёжларга мослаштиришга мажбур қилади.

Бундай талаб функционал қиймат таҳлилининг аниқ мақсадидан келиб чиқади. Бу борада Ф.А.Петрище ва Э.Э.Керимовлар таъкидлашича: объектнинг нафли функцияларини уларнинг истеъмолчи учун аҳамиятлилиги билан амалга ошириш харажатлари ўртасидаги оптимал нисбатларни сақлаган ҳолда ривожлантиришдан иборатдир¹. У ҳолда ФҚТнинг математик ифодасини қуйидагича белгилаш мумкин:

$$\frac{X}{Y} \Rightarrow \min \quad \frac{Y}{X} \Rightarrow \max$$

бу ерда X – объект истеъмол хоссалари йиғиндис;

Y – зарур истеъмол хоссаларига эришиш харажатлари.

Бизнинг фикримизча, ФҚТнинг пировард мақсади – истеъмолчи ва ишлаб чиқарувчи нуқтаи назаридан маҳсулотларнинг сифат параметрларини яхшилаган ёки сақлаган ҳолда у ёки бу амалий ечимнинг энг тежамкор вариантларини ёки ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи харажатларини минималлаштиришни излашдан иборат. Танланган таҳлил объектига қараб умумий мақсадларга янада аниқликлар киритилади. Масалан, агар бир неча йил давомида узлуксиз ишлаб чиқарилаётган маҳсулотга ФҚТни қўлласа таҳлил мақсади таннархни қисман пасайтирган ёки ўз ҳолида сақлаб қолган ҳолда истеъмол қийматини яхшилаш бўлиши мумкин. Агар функционал қиймат таҳлили янгидан ўзлаштирилган маҳсулот бўйича ўтказиладиган бўлса, унда истеъмол қийматини жиддий ўзгартирмаган ва сифатини сақлаган ҳолда, таннархни анча (20–30%гача) пасайтириш мақсади қўйилади. Бу ҳолат бугунги кунда жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози давом этиб турган бир паллада ўта муҳимдир. Чунки, тежамкор ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва бошқаришни амалга ошириш имконини беради.

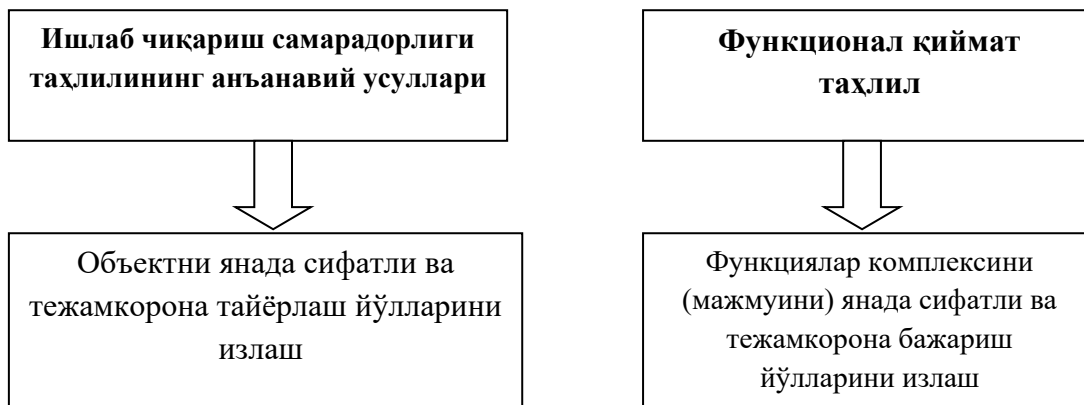
Объектга бажарадиган функциялари жиҳатидан ёндашув, унинг мавжуд тузилмасидан (ташкилий тузилмаси ва бошқалардан) фикран узоқлашувга имконият яратиб, асосий эътиборни унинг функцияларига қаратади ва шу жиҳати билан техник-иқтисодий таҳлил, рационализация ва модернизациялаш каби анъанавий усулларда қўлланиладиган предметли ёндашувлардан тамомила фарк қилади.

Предметли ёндашув маҳсулот, буюмни тайёрлаш ёки уни қабул қилинган конструкторлик ёки бирон-бир бошқа ечим доирасида такомиллаштириш харажатларни камайтириш мақсадларини назарда тутаяди, бу эса мутахассисларни мавжуд конструкцияларга таянишга мажбур қилиб қарорлар излаш майдонини

¹ Петрище Ф.А., Керимов Э.Э. Функционально-стоимостной анализ потребительских свойств товаров // <http://www.smartcat.ru>.

кескин қисқартиради. Бу эса ФҚТнинг бошқа усуллардан афзалликларни кўрсатади.

Ишлаб чиқариш самарадорлиги таҳлилининг анъанавий усуллари ва функционал қиймат таҳлили усули мақсадларининг фарқлари расмда берилган(1-расм):



1 - расм. Анъанавий таҳлил усуллари ва ФҚТ мақсадлари схемаси¹

Г.В.Савицкая ФҚТ воситасида бош мақсадга эришиш учун куйидаги тадбирлар ўтказилиши лозимлигини таъкидлайди: тадқиқот объектининг батафсил тавсифига эга бўлиш; объектни функциялар бўйича деталлаштириш; ажратилган функцияларни бош, ёрдамчи, кераксиз ва бошқаларга гуруҳлаш; харажатларни ажратилган функцияларга мувофиқ аниқлаш ва гуруҳлаш; объектни тайёрлашга кетган харажатлар суммасини кераксиз функцияларни ва бошқа техник, технологик ва бошқа қарорлардан фойдаланишни чиқариб ташлаган ҳолда ҳисоблаб чиқиш; ишлаб чиқаришни технологик ва ташкилий мукамаллаштириш бўйича таклифларни ишлаб чиқиш². Шулар ва бошқа гуруҳ функцияларнинг қисқача мазмуни куйидаги жадвалда келтирамыз (1- жадвал).

1- жадвал

ФҚТда қўлланиладиган функциялар гуруҳларининг мазмуни³

Функцияларни номи	Функциянинг мазмуни
Бош функция	Объектнинг (товар, хизмат, бошқарув) бош функцияси, яъни унинг нимага қаратилганлиги.
Асосий функция	Бош функцияга эришиш учун амалга оширила-диган функциялар. Масалан, маҳсулотларнинг сифатини сақлаган ҳолда унинг таннархини қисқартириш, рақобатбардошлигини кучатириш.
Ёрдамчи функция	Асосий функцияга эришиш учун лозим бўлган ёрдамчи функциялар. Масалан, товар сифати ва кўринишини сақлашга қаратилган функциялар. Уларга бериладиган қўшимча безаклар, ёрдамчи деталлар.
Нокерак функция	Объектни яратишда бажарилаётган, лекин уни олиб

¹ Слуцкий М.Л. Управленческий анализ. - СПб.: Питер, 2002. - 144 с.

² Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб.пособие - 7-е изд., испр., - Мн.: Новое знание, 2002. - 304 с.

³Муаллиф томонидан тузилди.

	ташласа ҳам товарнинг сифатига ва рақобатбардошлигига таъсир қилмайдиган функциялар. Масалан, товарга қўйилган ортиқча безак ва ҳ.к.
Зарарли функция	Шу функциянинг бошқарилиши товарнинг сифатига, рақобатбардошлигига салбий таъсир қилади. Масалан, товарни яроқлилик муддати ўтиб кетгунча сақлаш кабилар.

Шуни ҳам эътиборга олиш лозимки, амалиётда аксарият ҳолларда юқорида санаб ўтилган функция ва вазифаларни бир нечтасини бир йўла ҳал қилишнинг иложи бўлади. Уларни ҳал қилишда турли усул ва ёндашувлардан фойдаланилади, аммо ҳар қандай таҳлил амалиётида қуйидагилар бўлиши шарт: таҳлил қилинадиган объектнинг қимматини, унинг нафлилиги потенциалини ва энг тўлиқ фойдаланиш шароитларини аниқлаш; объектнинг ўз функцияларини бажариш даражасини ва уларнинг амалда талаб этиладиган параметрларига мувофиқлигини аниқлаш, чунки бундай мувофиқликнинг бўлмаслиги объект рақобатбардошлиги пасайганлигидан дарак беради; истеъмол қиймати ва харажатларни оптимал даражага келтириш бўйича таклифлар тайёрлаш.

Тадқиқотларнинг кўрсатишича, функционал қиймат таҳлили қуйидаги мақсадларга эришиш учун ўтказилиши мумкин:

- 1) корхона фойдаси (даромади)ни ошириш;
- 2) товар таннархинива эксплуатация харажатларини пасайтириш:
 - объектнинг материалталаблиги, меҳнатталаблиги, энергияталаблиги ва фондталаблигини пасайтириш;
 - эксплуатацион ва транспорт харажатларини камайтириш;
 - тақчил, қимматбаҳо ва импорт материалларни алмаштириш;
 - яроқли буюмлар, деталлар ва бошқаларнинг чиқиши фоизини ошириш, бракни қисқартириш ёки тугатиш;
 - меҳнат унумдорлигини ошириш ва бошқалар ҳисобига пасайтириш.
- 3) жаҳон даражасига эришиш ёки ундан ўзиб кетиш учун товар сифати ва рақобатбардошлигини ошириш.

Товарнинг функционал қиймат таҳлили унинг ҳаётийлигини умуман кўриб чиқиш (асосан янги товарларни ишлаб чиқишда ва қоида тарзида ўзлаштириб бўлинган товарлар муҳим даражада модернизация қилинганда) йўли билан ёки ҳаётий циклининг ҳар бир босқичини: ўрганиш ва ишлаб чиқиш, ишлаб чиқаришни тайёрлаш, маҳсулотни тайёрлаш, муомалага чиқариш ва сотиш, фойдаланиш ва истеъмол, қайта фойдаланиши (товар ўз истеъмол қийматини йўқотганидан кейин ёки маънавий эскириши натижасида) босқичларини батафсил таҳлил қилиш йўли билан ўтказилиши мумкин.

<p>О.Т.Астанакулов Возможности применения функционально-стоимостного анализа в сфере услуг</p>	<p>O.Astanakulov The possibilities of application of functional and cost analysis in the service sector</p>
<p>Аннотация: в статье рассмотрены Возможности применения функционально-стоимостного анализа в сфере услуг. В ней уделено особое внимание на применение таких функций как главная функция, основная функция, вспомогательная функция, ненужная</p>	<p>Abstract: In the article possibilities of application of functional-cost analysis in the sphere of services are considered. It focuses on the use of such functions as the general function, the main function, an auxiliary function, an unnecessary function, a negative</p>

<p>функция, негативная функция. Ключевые слова: услуга, обслуживание, анализ, функционально-стоимостной анализ, главная функция, основная функция, вспомогательная функция, ненужная функция, негативная функция.</p>	<p>function. Keywords: service, to serve, analysis, functional-cost analysis, general function, main function, auxiliary function, unnecessary function, negative function.</p>
---	---

АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ

“И” ҲАРФИГА ОИДАТАМАЛАРНИНГ ТАЪРИФЛАРИ

Журналнинг 2015 йил 1-сонидан бошлаб тахририят ҳайъати томонидан хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва тушунчаларнинг таърифларини бериб боришга қарор қилинган эди. Мазкур сонда профессор М.Қ.Пардаевнинг “И” ҳарфларига оид атамаларга берган таърифлари келтирилмоқда.

И

Ижтимоий адолат деганда, ҳар бир ҳуқуқий давлатнинг асосий вазифаларидан бири бўлиб, жамиятнинг барқарор ва тўлақонли ривожланиши учун унинг ҳаётини тартибга солишда қўлланиладиган тенг ҳуқуқчиликни таъминлайдиган адолатли омиллар тизимининг мавжудлиги ва уларнинг изчиллик билан амал қилиши тушунилади. Бунда бир қанча талабларнинг амалга оширилиши таъминланиши лозим. Биринчидан, шахс, жамият, давлат алоқадорлигида тенглик ва ўзаро ҳамкорлик таъминланиши даркор. Иккинчидан, мазкур тамойил шахснинг ижтимоий, иқтисодий, сиёсий ва ҳуқуқий неъматлардан баҳраманд бўлишда тенг ҳуқуқчиликни таъминлашга қаратилган мезонлар ва қафолатларнинг мавжудлигини ва уларнинг амал қилинишини таъминлаган бўлиши лозим.

Ижтимоий ёрдам деганда, ишсизлик, меҳнатга лаёқатсизлик, каби сабаблар оқибатида кам таъминланган аҳоли қатламига давлат томонидан бериладиган мақсадли ёрдам тушунилади.

Ижтимоий ёрдамга муҳтожлар деганда, саломатлиги, ёши, даромад олиш имкониятининг чекланганлиги туфайли ўзгаларнинг кўмагига муҳтож шахслар ва оилалар тушунилади.

Ижтимоий соҳа деганда, аҳолининг муносиб турмуш шароити ва фаровонлигини таъминлашга хизмат қилувчи, бевосита инсоннинг камолоти, унинг шаклланиши ва ривожланиши билан боғлиқ хизматларни кўрсатувчи соҳа ва тармоқлар мажмуи тушунилади.

Ижтимоий соҳада кўрсатиладиган хизматлар деганда, бевосита инсоннинг камолоти, унинг шаклланиши ва ривожланиши билан боғлиқ хизматларни кўрсатиш тушунилади. Булар жумласига таълимнинг барча турлари, тиббий хизматлар ва бошқа инсон камолоти билан боғлиқ хизмат турларини киритиш мумкин.

Ижтимоий соҳа объектлари деганда, аҳолининг муносиб турмуш шароити ва фаровонлигини таъминлашга хизмат қилувчи соҳа ва тармоқлар мажмуи тушунилади. Булар қаторига уй-жой фондлари, соғлиқни сақлаш, маориф, спорт, маданият муассасалари ва бошқа инсоннинг камолотига хизмат қилувчи объектларни киритиш мумкин.

Ижтимоий фикр деганда, аҳолининг муайян гуруҳлари, қатлами, табақаларининг воқеликдаги турли ходиса ва ҳаракатларга нисбатан билдирадиган оммавий фикри, баҳоловчи муносабати тушунилади. Бундай баҳо маъқуллаш, қоралаш ёки бетараф позицияда намоён бўлиши мумкин.

Ижтимоий ҳамкорлик деганда, хилма-хил фикр ва қарашларга эга бўлган, турли миллат, ирқ ва динга мансуб шахс ва гуруҳларнинг умумий мақсад йўлидаги ҳамжиҳатлигида олиб бориладиган фаолияти тушунилади.

Илмий-маълумотнома аппарати (ИМА) деганда, архив ҳужжатларининг таркиби ва мазмуни тўғрисидаги ягона илмий-услубий асосда тузилган, бир-бири

билан боғлиқ, ўзаро тўлдирувчи архив маълумотномалари мажмуи (архивнинг илмий-маълумотнома тизими) тушунилади.

Импорт деганда, мамлакат ички бозорларида сотиш учун чет эл молларини, капиталини, технологиясини ва хизматларни ташқаридан, хорижий мамлакатлардан олиб келиш тушунилади. Импорт халқаро меҳнат тақсимоти натижасидир. У вақтни тежашга, иқтисодиёт, аҳоли эҳтиёжини қондириш вазифаларини муваффақият билан ҳал қилишга кўмаклашади.

Инвентаризация деганда, корхоналар, фирмалар, ташкилотларда ҳақиқатда мавжуд бўлган нақд пул, мулк ва товарларни рўйхатдан ўтказиш, тушунилади. Бу жараён натура ҳолидаги бойликларнинг мавжудлиги ёки ҳолатини, маблағларни мунтазам текшириб туриш, шунингдек, уларнинг моддий бойликларини ҳисобга олиш заруратидан келиб чиқади. Инвентаризация орқали ҳақиқатда мавжуд пул ва моддий бойликларнинг қайдномаларга мувофиқлигини аниқлаш мақсадларида даврий қайта ҳисобга олиш жараёни содир бўлади.

Инвестициялар деганда, даромад олиш мақсадида иқтисодий ва бошқа фаолият объектларига киритиладиган моддий ва номоддий неъматлар (пул, техника, технология ва бошқа кўринишдаги) ҳамда уларга доир ҳуқуқлар мажмуи тушунилади.

Инвестицион кредитлар деганда, ишлаб чиқаришни кенгайтириш, техник ва технологик жиҳатдан янгилаш, модернизациялаш ва реконструкция қилиш, янги бино ва иншоотларни қуриш учун зарур бўлган воситалар ҳамда қимматли қоғозларни сотиб олиш мақсадида олинган узоқ муддатли кредитлар.

Инвестицион лойиҳа дастури деганда, Ўзбекистон Республикасида қабул қилинган қонунчилик андозаларига мувофиқ ишлаб чиқилган зарурий ҳужжатларни ҳисобга олган ҳолда капитал қўйилмалар ҳажми ва амалга ошириш муддатининг мақсадга мувофиқлигини асословчи ва инвестицияларни (бизнес-режа) амалга ошириш бўйича амалий фаолият дастури тушунилади.

Инвестицион сиёсат деганда, савдо менежменти умумий стратегиясининг бир қисми бўлиб, корхонани ривожлантириш учун активларни кенгайтиришнинг энг самарали йўллари тиклашни назарда тутадиган сиёсат тушунилади.

Инвестицион солиқ кредити деганда, солиқ мажбурияти бўйича тўлаш муддатини ўзгартириш имконияти бериладиган, агарда солиқ тўловчида белгиланган тартибда солиқ тўловларини камайтирилган ҳолда маълум бир вақт ичида босқичма-босқич тўлаш мумкин бўладиган ҳолатлар мажмуи тушунилади.

Инвестицион ҳамкорлик деганда, халқаро иқтисодий муносабатларнинг бир кўриниши бўлиб, ресурсларни рационал тақсимлаш, халқаро меҳнат тақсимотида иштирок этиш натижасидаги устунликларидан фойдаланиш орқали давлат томонидан иқтисодиётда нисбатан юқори натижаларга эришиш, техник ва технологик ишлаб чиқариш тузилмасини янгилаш каби ларни мақсад қилган ҳамкорлик тушунилади.

Инвестиция деганда, иқтисодий самара (фойда, даромад) олиш ёки ижобий ижтимоий натижага эришиш учун сарфланадиган пул маблағлари, банкларга қўйилган омонатлар, пайлар, қимматли қоғозлар (акция, облигациялар), технологиялар, машиналар, асбоб-ускуналар, лицензиялар ва самара берадиган бошқа ҳар қандай бойликлар тушунилади.

Инвестиция дастури деганда, ишлаб чиқаришни ривожлантириш мақсадида мамлакат ёки чет элларда иқтисодиётнинг турли тармоқларига узоқ муддатли капитал киритиш учун ишлаб чиқилган дастур тушунилади.

Инвестиция комплекси деганда, инвестиция фаолиятини таъминловчи ташкилотлар, корхоналар ва фирмалар мажмуаси тушунилади.

Инвестиция муҳити деганда, инвестициялар жозибадорлиги ҳамда хавф-хатар даражасини белгилаб берувчи ижтимоий-иқтисодий, молиявий ва сиёсий омиллар мажмуи тушунилади.

Инвестиция фаолияти деганда, инвестиция мақсадларини амалга ошириш билан боғлиқ фаолият тушунилади. Инвестиция асосан ортиқча маблағи бор, юридик ва жисмоний шахслар томонидан амалга оширилади. Бу жараён инвестицион фаолиятни ташкил қилади.

Инвестиция фаолияти иштирокчилари дейилганда, буюртмачилар, пудратчилар, етказиб берувчилар, банклар, суғурта компаниялари, лойиҳаловчилар, воситачилар, илмий-маслаҳат фирмалари, ўз мамлакатига қонунчиликка қўра инвестициявий мулк эгалари (тасарруфчилари) ёки буюртмалардан фойдаланувчи сифатида қатнаша олувчи хорижий ташкилотлар вакиллари тушунилади.

Инвесторлар деганда, хусусий ва қарзга олинган мулккий ва интеллектуал қийматларни сарфлаш ҳақида қарор қабул қилувчи инвестиция фаолияти субъектлари тушунилади. Инвесторлар объектлар ва инвестиция натижаларига эгалик қилиш, фойдаланиш ва тасарруф қилиш ҳуқуқига эга бўлади. Инвесторлар кредиторлар ва харидорлар ролини бажаришлари, шунингдек, инвестиция фаолиятининг бошқа иштирокчилари функцияларини бажаришлари мумкин. Одатда инвесторлар капитал қўйилмалар сарфланадиган соҳаларни аниқлайдилар, контракт ва шартномаларнинг шартларини ишлаб чиқадилар ва инвестиция актининг бошқа томонлари билан - контрактор, ҳуқумат органлари, пировард маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ва шу маҳсулотнинг истеъмолчилари билан ҳисоб-китобларни амалга оширадилар.

Инновация деганда, илғор ғоялар асосида амалга оширилган ишланмалар натижаларининг фан ва техника ютуқлари, илғор технология ва янги ихтиролар сифатида турли соҳаларда (иқтисодий, ижтимоий, маънавий ҳаётимизда, бошқарув тизими кабиларда) қўлланилиши билан боғлиқ ҳодиса тушунилади.

Инновацион технологиялар деганда, иқтисодиётга янгиликларни татбиқ этиш босқичларида қўлланилувчи усул ва воситалар мажмуи бўлиб, ўз ичига жорий этиш, тренинг, консалтинг, трансферт, аудит, инжиниринг каби турлари тушунилади.

Инновация жараёни деганда, янгилик ғоясини ривожлантиришдан унинг пировард истеъмолчи томонидан истеъмол қилинишигача бўлган мантиқий изчилликда ҳаракатланувчи жараён тушунилади. Бу янгиликнинг илмий-техник, ишлаб чиқариш-иқтисодий ва ижтимоий-ташкилий салоҳиятини яратиш, ривожлантириш ва ундан фойдаланиш жараёнидир. Инновация жараёнининг қуйидаги босқичлари мавжуд - янгиликни яратиш, уни ўзлаштириш, тарқатиш (амалиётга тадбиқ қилиш) ва такомиллаштириш.

Инсон ва фуқароларнинг ҳуқуқ ва эркинликлари деганда, инсонга бекаму-кўст яшаш имкониятларини берувчи иқтисодий, ижтимоий, маданий ва сиёсий соҳаларда ўзининг имконият ва талабларини амалга оширишни таъминловчи ҳуқуқий мақом тушунилади. Инсон ва фуқароларнинг ҳуқуқ ҳамда эркинликларига риоя этиш Ўзбекистон Республикаси Конституциявий тузумининг асосидир.

Инсон омили деганда, амалга оширилаётган барча ислохотларнинг бош йўналиши ва самарадорлигининг пировард натижасини белгилаб берувчи ва

ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий ҳаётни ҳаракатга келтирувчи инсон капитали билан боғлиқ бўлган асосий омиллар мажмуи тушунилади.

Инсон омили таркибан икки муҳим жиҳатдан, яъни инсон капиталини такомиллаштиришга қаратилган давлатнинг доимий эътиборини ва шахснинг ўзини-ўзи такомиллаштиришга қаратилган ҳаракатларни қамраб оладиган жараёнларни ўз ичига оладиган тадбирлардан иборат бўлади.

Инсон тараққиёти деганда, иқтисодиётни барқарор ривожланиш заруриятини, ҳозирги ва келажак авлоднинг ҳаёт сифатини юксак даражасини таъминлашишига қаратилган чора-тадбирларни ўз ичига оладиган жараёнлар мажмуи тушунилади.

Инсон ҳуқуқлари деганда, кишиларнинг яшаши, ишлаши, дам олиши каби фаолиятларнинг фаоллашиб бориши учун уларга берилган ҳуқуқлар мажмуи тушунилади.

Инсон экологияси деганда, инсонларнинг ўзгарувчи атроф-муҳитга мослашишини, уларнинг инсон саломатлигига таъсирини ўрганишга қаратилган ижтимоий экологиянинг бир қисми тушунилади.

Институционал сиёсат деганда, давлат томонидан мулкчилик, меҳнат, молиявий, ижтимоий ва бошқа соҳаларда янги иқтисодий институтларни шакллантириш, эскиларини йўқотиш, мавжудларини трансформациялаш бўйича амалга оширадиган чора-тадбирлар, ҳатти-ҳаракатлар мажмуи тушунилади.

Интермодаль марказ деганда, юк ташишлар бўйича халқаро коммуникация ва логистика маркази тушунилади.

Интернет хизматлари деганда, абонентларнинг интернет тармоғидан электрон почта, файлларни қабул қилиш ва узатиш, веб-ҳужжатларни ўқиш, воқеий вақтдаги мулоқот (чат), терминал орқали эркин фойдаланиш, тармоқда ҳужжатларни сақлаш ва ишлаш каби хизматларни тақдим этувчи функционал имкониятлар мажмуи тушунилади.

Инфляция деганда, пул муомаласи қонуниятларининг бузилиши туфайли миллий валютанинг қадрсизланиши натижасида нархларнинг ўсиши тушунилади.

Инфляция даражаси деганда, маълум вақт ичида (ой, йил) камида 300 та товар ва хизматлардан ташкил топган истеъмол савати бўйича нархлар даражасининг фоиздаги ўзгариши тушунилади.

Инфратузилма деганда, асосий фаолиятнинг самарали ишлашига кўмаклашадиган қўшимча соҳа ва тармоқлар комплекси тушунилади. Масалан, товар ишлаб чиқаришни самарали ташкил қилиш учун зарур бўлган инфратузилмага ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш тармоқлари комплексини, яъни йўллар, алоқа, транспорт, маориф, соғлиқни сақлаш кабиларни киритиш мумкин.

Инқроз деганда, бирор бир соҳанинг ривожланишида мувозанат ва мутаносибликнинг кескин издан чиқиши натижасида беқарорлик ва чуқур танглик ҳолатининг вужудга келиши тушунилади. Инқроз иқтисодий, ижтимоий, маънавий, сиёсий каби соҳаларда рўй бериши мумкин.

Инқрозга қарши чоралар дастури деганда, инқрозга қарши ва унинг таъсиридан ҳимояланишга қаратилган комплекс чоралар дастури тушунилади. Ўзбекистон Республикаси ҳукумати томонидан 2009-2012 йилларга мўлжалланган чоралар дастури ишлаб чиқилди. Унда талабни рағбатлантиришга йўналтирилган бир қатор молиявий имтиёзлар ва барқарор иқтисодий ўсиш суръатларини таъминловчи чора-тадбирлар мажмуи ўз аксини топган.

Ипотека деганда, банкнинг кўчмас мулк гарови ёки кафолат хати асосида муайян муддатга бериладиган ссуда тушунилади.

Ипотека кредити деганда, жойларда тасдиқланган намунавий лойиҳалар бўйича яқка тартибдаги уй-жой қурилишига барпо этиладиган уй-жой гарови остида бериладиган узоқ муддатли кредити тушунилади. Ипотека кредитлари тижорат банклари томонидан қайтаришлик, тўловлилик, таъминланганлик ва муддатлилик шартларида берилди.

Истеъмо деганда, ижтимоий такрор ишлаб чиқариш жараёнининг охириги фазаси бўлиб, ижтимоий маҳсулот (иш, хизмат)лар билан аҳолининг барча талабларини қондириш ва уларни ишлатиш, фойдаланиш билан боғлиқ жараёнлар тушунилади.

Истеъмолчи деганда, ижтимоий маҳсулот (иш, хизмат)лардан маълум эҳтиёжларини қондириш учун фойдаланадиган, ишлатадиган истеъмол қилувчилар ва харидорлар тушунилади.

Истеъмол кредити деганда, банклар ва бошқа махсус кредит институтлари томонидан аҳолининг узоқ муддатли истеъмол товарларини сотиб олиш учун бериладиган кредит тушунилади. Мазкур кредит марказий банк томонидан иқтисодий барқарорлик даврида қўлланиладиган товар-пул сиёсатини амалга ошириш дастаги сифатида фойдаланилади.

Истеъмол соҳасида кўрсатиладиган хизматлар деганда, инсонларга истеъмоли жараёнида кўрсатиладиган барча хизматлар мажмуи тушунилади. Бундай хизматлар жумласига ресторанларда ва бошқа овқатланиш шаҳобчаларида кўрсатиладиган хизматларни, транспорт хизматларини, меҳмонхоналарда кўрсатиладиган хизматларни, инсонларнинг шахсий ҳолатини ўнглашга таъсир қиладиган (уқалаш, саргарошлик, пардоз-андоз каби) хизматларни киритиш мумкин.

Истеъмол товарлари деганда, инсон эҳтиёжини қондиришга қаратилган пулга сотиб олинадиган, истеъмол қилинишга мўлжалланган моддий маҳсулотлар ва ҳар хил хизматларнинг товар шаклидаги ифодаси тушунилади.

Иш деганда, буюртмачиларнинг бирорта меҳнат талаб қиладиган ишларини унинг материаллари ва бошқа ашёлари асосида ижрочилар томонидан бажариш билан боғлиқ фаолият тушунилади. Иш хизматнинг бир қисми бўлиб, буюртмачининг материаллари ва бошқа ашёлари асосида, унинг талабига мос ишни бажариб беради. Масалан, уйни таъмирлаш, реконструкция қилиш қабилар. Хизматда эса, буюртмачидан материаллар ва бошқа ашёлар кўп миқдорда талаб қилинмайди, бунда фақат ижрочининг меҳнатида фойдаланилади.

Иш билан банд бўлган жами аҳоли деганда, ишчи кучи (иқтисодий фаол аҳоли)нинг ижтимоий ишлаб чиқариш ва бошқа тармоқларда, шу жумладан касаначилик ва хусусий яқка тадбиркорлик соҳасида рўйхатдан ўтиб иш билан таъминланган қисми тушунилади.

Иш билан таъминлаш деганда, меҳнатга қобилиятли аҳолининг ўз эҳтиёжларини қондириш билан боғлиқ қонун доирасидаги фаолият билан шуғулланиб, иш ҳақи ёки даромад келтирадиган фаолият билан банд бўлишиги тушунилади.

Иш вақти деганда, ходимнинг ўз вазифасини бажариш лозим бўлган қонун билан белгиланган вақт тушунилади. Бу кўрсаткич Ўзбекистон Республикасининг Меҳнат Кодекси билан тартибга солинади.

Иш вақтидан ташқари вақт деганда, ходим учун белгиланган кунлик иш вақтидан ташқари бажарилган иш учун сарфланган вақт тушунилади.

Иш кучи деганда, ходимнинг моддий ва маънавий неъмат ишлаб чиқаришга қаратилган жисмоний ва интеллектуал (ақлий) меҳнат қилиш қобилияти тушунилади.

Иш кучига талаб деганда, иш берувчиларнинг тегишли мутахассисликлар бўйича бўш иш ўринлари тушунилади.

Иш кучининг истеъмол қиймати, деганда ходимнинг ёлланган жойида ўз иш кучи қийматига нисбатан кўпроқ қиймат яратиши, яъни қўшимча қиймат яратиши тушунилади.

Иш кучининг қиймати, деганда ходим ва унинг оиласининг нормал фаолияти ва яшашини таъминлайдиган харажатларни қоплай оладиган қиймати тушунилади.

Ишга келган ходимлар сони деганда, бир таквим кунида рўйхатдаги ходимлардан фақат ишга келган қисмининг сони тушунилади.

Ишга келган ходимларнинг ўртача сони деганда, бир таквим кунида рўйхатдаги ходимлардан ҳар куни ишга келган ходимлар сони кўшилиб, шу даврдаги иш кунларига бўлиш йўли билан аниқланган кўрсаткич тушунилади.

Ишлаб чиқариш деганда, маълум даврда алоҳида хўжалик юритувчи субъектлар (юридик ва жисмоний шахслар) томонидан товарлар ва хизматларни яратиш жараёни тушунилади. Ишлаб чиқарилган товарлар ва хизматлар қиймати ишлаб чиқариш ҳажмининг пулдаги ифодасини белгилайди.

Ишлаб чиқариш инфратузилмаси деганда, ишлаб чиқаришнинг ривожланиши учун тегишли шарт-шароитларни таъминловчи тармоқлар мажмуи тушунилади. Булар таркибига темир ва автомобиль йўллари, электр, газ ва сув таъминоти, алоқа коммуникациялари, омбор хўжалиги ва бошқаларни киритиш мумкин.

Ишлаб чиқариш воситаларини модернизациялаш деганда, эски ишлатилиб келинаётган ишлаб чиқариш воситаларини (техникаларни) бугунги кун талабига мос ҳолда замонавийлаштириш мақсадида янгилаш, яъни янги техникаларга алмаштириш тушунилади.

Ишлаб чиқаришни модернизациялаш – ишлаб чиқаришни замонавий технологиялар билан жиҳозлаш, уни маънавий жиҳатдан янгилаш, таркибий жиҳатдан техник ва технологик қайта тузиш каби чора-тадбирларни ўз ичига олувчи жараён. Ишлаб чиқаришни модернизациялашнинг асосий йўналиш ва воситалари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади: корхоналардан эскирган асбоб-ускуналарни чиқариб; замонавий техника ва технологиялар билан алмаштириш; маҳаллий ресурслар асосида ишлаб чиқаришга инновацион технологияларни жорий этиш; ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ассортиментини кенгайтириш; ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш ва ресурсларни тежаш; сифатни бошқариш ва сертификатлаш тизимини жорий этиш; чиқитсиз ва экологик тоза технологияларни жорий этиш ва бошқалар.

Ишлаб чиқариш муносабатлари деганда, одамларнинг ўз эҳтиёжларини қондириш учун ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва иш бажариш ҳамда уларни сотиш жараёнларида бир-бири билан бўладиган муносабатлари мажмуи тушунилади.

Ишлаб чиқариш соҳасида кўрсатиладиган хизматлар деганда, мураккаб техника ва технологик жараёнларда қўлланиладиган асбобларни таъмирлаш, уй-жой коммунал хизматлари, турли маслаҳатлар, консалтинг, молия-кредит соҳасида кўрсатиладиган хизматлар, суғурта хизматлари, ҳуқуқий (юридик) хизмат сингари хизматлар мажмуи тушунилади. Ишлаб чиқариш соҳасида

кўрсатиладиган хизматлар етакчи хизматлар турларига киради. Аҳолига кўрсатиладиган хизматларнинг ҳам кўлами ва турлари кенгайиб бормоқда.

Ишсизлар деганда, меҳнат биржасидан рўйхатдан ўтган меҳнат қобилиятига эга бўлган меҳнат ресурси ёшидаги аҳоли тушунилади.

Ишсизлик деганда, иқтисодий жиҳатдан фаол, меҳнатга қобилиятли аҳолининг бир қисми ўз кучини қўллай олмай «ортиқча» бўлиб, меҳнат захираси армияси сафида, ишсизлар рўйхатига кириб қолган аҳоли қатлами тушунилади.

Ишчанлик туризми деганда, хизмат юзасидан турли конференцияларга, конгрес ва бошқа тадбирларга ҳамда хизмат билан боғлиқ маълум ишни бажаришга вақтинча хизмат сафари билан борган ва ўша жойда даромад қилмайдиган ходим тушунилади.

Иқтисодиёт субъектларининг баҳо сиёсати деганда, қисқа ва узок муддатли барча мақсад ва манфаатларини ўзида ифода этадиган, бозор табиатига мос келадиган, унинг яшовчанлиги ва рақобатбардошлигини таъминлайдиган, харажатларини қоплаб маълум даражада фойда олишга эриштирадиган имкон қадар бозорни эгаллайдиган баҳо миқдорини белгилаши тушунилади.

Иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги деганда, жаҳон талабларига жавоб берадиган маҳсулотлар (ишлар, хизматлар) ишлаб чиқара олиш, мамлакат иқтисодиётининг халқаро савдода иштирок этиши, жаҳон бозоридаги ўз ўрни ва мавқеини сақлаб қолиши ва кенгайтира олишини таъминлайдиган қобилиятига эга бўлган иқтисодиётнинг мавжудлиги тушунилади. Бунинг даражаси: мамлакатдаги ишлаб чиқаришнинг техник-иқтисодий даражаси, ишлаб чиқариш харажатлари миқдори, ишлаб чиқарилаётган товарлар сифати, уларнинг халқаро бозордаги рақобатбардошлиги, инфратузилманинг ривожланганлик даражаси, мутлақ ва нисбий устунликларнинг мавжудлиги каби кўрсаткичлар билан белгиланади.

Иқтисодиётнинг реал сектори деганда, иқтисодиётнинг бевосита моддий неъматлар ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш билан боғлиқ соҳаси тушунилади. Уларнинг таркибига саноат, қишлоқ хўжалиги, қурилиш, транспорт, алоқа ва бошқа хизмат кўрсатиш тармоқларини киритиш мумкин.

Иқтисодий кўрсаткич деганда, жамиятда ва унинг ҳар бир бўғинида (хўжалик юритувчи субъектида) содир бўлган, бўлаётган ва бўладиган ижтимоий-иқтисодий жараёнларни рақамларда ифода этувчи маълум категориянинг номи билан аталувчи тушунчага айтилади.

Иқтисодий ночор корхоналар деганда, муайян миқдорда капитал йўқотиш, ишлаб чиқариш майдонларининг қисқариши, ишсизлар сонининг ортиши, рақобатбардош бўлмаган маҳсулот ишлаб чиқарадиган ва бунинг учун катта миқдорда материаллар, хом ашё, ёнилғи, меҳнат ресурслари сарфлайдиган қоқоқ, банкротлик эҳтимоли юқори бўлган самарасиз корхоналар тушунилади.

Иқтисодиётнинг таркибий тузилиши деганда, иқтисодиётнинг турли қисм ва соҳалари ўртасидаги пропорциялар ва ўзаро нисбатларнинг мавжудлиги.

Иқтисодий ўсиш деганда, реал ялпи ички маҳсулот умумий ҳажмининг ёки аҳоли жон бошига тўғри келадиган реал ялпи ички маҳсулотнинг олдинги йилга нисбатан ўсиши тушунилади. Агар унинг ўсиш суръати 5,0 %дан кам бўлмаган ҳолда амалга оширилса, бундай ўсиш барқарор ўсиш деб баҳоланади.

Иқтисодий ночор корхона деганда, кредиторларнинг товар (иш, хизмат)лар ҳақини тўлаш бўйича талабларини қондириш, шунингдек, бюджет ва нобюджет фондларига мажбурий тўловларни таъминлашга лаёқатсиз бўлган хўжалик юритувчи субъект тушунилади.

МУАЛЛИФЛАРГА ЭСЛАТМА

Таҳририятга мақола юборилганда муаллиф қуйидаги қоидаларга риоя қилиши лозим:

- ☞ “Сервис” журнали хизмат кўрсатиш ва сервис мавзусидаги илмий мақолаларни чоп этишга мўлжалланган илмий-амалий нашр бўлганлиги сабабли, таҳририятга тақдим этиладиган мақолалар ҳам бевосита шу соҳага оид илмий изланишларга, тадқиқот натижаларига асосланган бўлиши лозим.
- ☞ Мақолада мавзунинг долзарблиги, ўрганилганлик даражаси, бугунги муаммолар ҳамда уларнинг ечимлари хусусида ўз фикр-мулоҳазалари ифода этилган, аниқ таклиф ва тавсияларини ўз ичига олган яқуний хулосага эга бўлиши керак.
- ☞ Илмий мақоланинг ҳажми жадвал, расмлар, фойдаланилган адабиётлар рўйхати билан бирга 5 бетдан, қисқа хабарлар 3–4, тақризлар 2-3 бетдан кам бўлмаслиги, MS Word дастурида Times New Roman 14 шрифтида бир интервал оралиғида расмийлаштирилган ва китоб шаклида ёзилган бўлиши керак.
- ☞ Мақола ўзбек, рус ёки инглиз тилларида ёзилган бўлиб, аниқ, раво ва адабий тилда таҳрир қилинган ва 2 нусхада қоғоз вариантыга муаллифлар имзо чеккан ҳолда электрон версияси билан бирга тақдим этилиши талаб қилинади.
- ☞ Ҳар бир мақоланинг муаллифи, мавзуси, аннотацияси ва калит сўзлари ўзбек, рус, инглиз тилларида берилган бўлиши шарт.
- ☞ Таҳририят мақолаларни қисқартириш, тўғрилаш ва таҳрир қилиш ҳуқуқига эга.
- ☞ Фойдаланилган адабиётлар рўйхати амалдаги стандартлар асосида расмийлаштирилган бўлиши лозим.
- ☞ Жадвал, диаграмма ва расмлар ихчам ва тушунарли қилиб ёритилиши, уларнинг тартиб рақами, номи, жадвал маълумотларининг манбаларига ҳаволалар албатта берилиши лозим.
- ☞ Мақолага соҳа мутахассислари ва олимлар томонидан иккита тақриз тақдим қилиниши лозим.
- ☞ **Мақоланинг таркиби:** мавзунинг долзарблигини, унинг ўрганилганлик даражасини, ҳолати ва тадқиқот натижаларини, хулоса ва илмий-амалий тавсияларни ўз ичига олган бўлиши шарт.
- ☞ Ушбу талабларга жавоб бермайдиган мақолалар чоп этишга қабул қилинмайди.

“Сервис” журналида эълон қилинаётган материаллардаги далиллар, рақамлар ва маълумотларнинг ишончлилиги учун уларнинг муаллифлари жавобгардир.

Таҳририят фикри муаллифларнинг фикрига мос келмаслиги мумкин. Таҳририятга юборилган кўлөзмалар муаллифларга қайтарилмайди. Журналдан кўчириб босилаётган материалларни шу журналдан олинган, деб кўрсатилиши шарт.

∞ “СЕРВИС” ∞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

Теришга берилди: 2017 йил 20 февраль. Босишга рухсат этилди: 2017
йил 12 март. Ризография усулида чоп этилди. Шартли босма
табоғи 10,0. Ҳисоб нашр табоғи 10,4. Адади 100 нусха.
№ ____ -сонли буюртма.

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти босмахонасида
чоп этилди.

Манзил: 140100, Самарқанд шаҳри, Амир Темур кўчаси, 9.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2017