

SERVIS

№ 2, 2017

ILMIY-AMALIY JURNALI



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2017 йил, 2 сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

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

ЎзР ОАК Раёсатининг қарори (29.03.2017 й., № 239/5) билан эътироф этган

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:
Проф. М.Р.Болтабаев

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

Масъул котиб:
профессор М.Қ.Пардаев

Муҳаррир:
Ҳ.А.Рахимов,
Техник муҳаррир:
С.Хусенов,

Саҳифаловчи:
В.Сирлибоев

Корректор:
Ҳ.Н.Очилова

1 йилда 4 мартаба
чоп этилади.

**Ўзбекистон ҳудудида
тарқатилади.**

Тахририят манзили:
140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,
тел.: +998(66)233-28-38,
+998(66)233-17-88
факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:
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.Ғоибназаров – 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 қишлоқ 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	
М.Қ.Пардаев Инсон манфаатларини ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларни баҳолаш йўллари	4
Ж.С.Файзиев, Ш.Ж.Файзиев Инновацион лойиҳаларнинг тавсифлари	8
С.Ў.Хусенов Инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш ва унда оиланинг ўрни	12
Ш.С.Шарифов Аҳоли бандлигини ташкил этиш ва бошқаришнинг замонавий назарий-методологик йўналишлари	16
ХИЗМАТЛАР ХАВФСИЗЛИГИ	
С.М.Раҳмонов Амир Темур салтанатида давлат хавфсизлиги хизмати масалалари	21
ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Ж.С. Файзиев Овқатланиш корхоналаридаги замонавий хизмат кўрсатиш технологиялари	26
О.М.Пардаев, М.Ташев Агрокластер: маҳсулотларни сақлаш ва сотиш билан боғлиқ хизматлар самарадорлигини ошириш имкониятлари	30
И.И.Файзиева Аҳолига маиший хизмат кўрсатиш: муаммолар ва истиқболлар	35
З.С.Артиков Савдо иқтисодиёти муаммолари ва уни ўрганишнинг ўзига хос хусусиятлари	39
С.Б.Бобоқулов Коммунал хизмат кўрсатиш ҳудудий тизимини модернизациялашнинг асосий йўналишлари	43
С.А.Ташназаров Умумий овқатланиш хизматлари сифатини ошириш орқали уларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш	49
С.Ш.Халилов Хизматлар экспортини кенгайтиришнинг маркетинг чора-тадбирлари	56
Ш.Д.Джуракулов Тижорий ва сиёсий рекламанинг ўхшашликлари ва фарқли жиҳатларига назарий ёндашув	60
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
А.Ш.Бердимуродов, И.С.Тухлиев Эркин туристик ҳудудларни ривожлантиришда геоахборот тизимини қўллаш истиқболлари	67
Н.А.Усманова Меҳмонхона бизнесида хизматлар сифатини бошқариш	73

Ж.А.Абиев Туризм соҳаси самарадорлигини оширишга таъсир этувчи омиллар ва уларни аниқлаш йўллари	77
Б.Ш.Сафаров, О.Жумақулов Туризм соҳасини инновацион ривожлантириш вазибалари	83
М.Ж.Темирханова Туризмни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари ва соҳанинг ўзига хос хусусиятлари	88
М.Куймуратова Туризмни ривожлантириш ва диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари ва уларни такомиллаштириш йўллари	92
Sh.Sh.Rahmonov Veloturizm haqida umumiy tushuncha, uning rivojlanish tarixi, turlari va bugungi kundagi ahamiyati	97
КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК	
Озода Пардаева “Оила хўжалиги”, “Уй хўжалиги”, “Хонадон хўжалиги” ва “Оилавий корхона” тушунчаларининг ижтимоий-иқтисодий мазмуни ва уларнинг таърифи	102
МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ	
Дж.Р. Зайналов, С.С.Алиева, М.С.Хамраев Необходимость оказания качественных услуг налогоплательщикам службами налоговой инспекции	109
З.О.Ахроров, А.А.Ходжимамедов Хўжалик субъектларида молиявий режалаштиришни ташкил этиш	114
БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ	
С.Н.Ташназаров Молиявий ҳисобот (молиявий ҳолат тўғрисидаги ҳисобот) консолидацияси масалалари	122
З.У.Тошкенбаева Туризмда бошқарув ҳисобининг ўзига хос хусусиятлари	133
Б.А.Маматов Биргаликдаги операция иштирокчиларида биргаликдаги фаолиятда ҳиссаларни шакллантириш жараёни бухгалтерия ҳисобининг методологик масалалари	136
О.И.Неъматов Нодавлат ноижорат ташкилотларида молиявий ҳисоботни такомиллаштириш	145
ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР	
Фақат ақли, маблағни ва мулкни ишлатиб бой бўлиш мумкинлиги хусусида	151
АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ	
“К” ҳарфига оид иқтисодий атамаларнинг таърифлари	152

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

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

ИНСОН МАНФААТЛАРИНИ ИФОДАЛОВЧИ КЎРСАТКИЧЛАР ВА УЛАРНИ БАҲОЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада инсон манфаатларини ва уларни ифодаловчи айрим кўрсаткичларни аниқлаш йўллари қараб чиқилган. Унда инсоннинг иқтисодий, ижтимоий, сиёсий, маънавий, ҳуқуқий манфаатларини ҳам аниқлаш йўллари аниқ формулалар орқали кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: инсон манфаатлари, кўрсаткичлар, инсоннинг иқтисодий манфаати, инсоннинг ижтимоий манфаати, инсоннинг маънавий манфаати, инсоннинг сиёсий манфаати.

Инсон манфаатининг олий қадрият эканлигини тўғри тушуниш ва англаш учун, энг аввало, манфаат атамасининг мазмуни хусусида фикр юритишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Манфаат сўзига Ўзбек тилининг изоҳли луғатида араб тилидан келиб чиққан бўлиб, “[*фойда даромад*] *моддий, маънавий, жисмоний ва б. жиҳатдан (кўриладиган) фойда, наф*”¹, деб таъкидланган. Манфаатнинг турларига одамлар нуктаи назаридан қараладиган бўлса, улар: шахсий, оилавий, ҳудудий, халқ манфаати, давлат каби субъектлар манфаатларидан иборатдир. Барча манфаатлар пировардида инсонларнинг манфаатларига бевосита ёки билвосита хизмат қилади. Шу жиҳатдан бизда ҳаётини шиоримизга айланган **инсон манфаати ҳар нарсадан улуғ**, деган қоида шаклланди. Буларга асосан давлат ва нодавлат ташкилотларининг барча ҳаракатлари айнан шу аҳоли манфаатларини қондиришга қаратилган.

Бунга бугунги ҳаётимиздан бир қанча мисолларни келтириш мумкин. Масалан, иқтисодий ривожлантириш нима учун? Товар ва хизматларни экспорт қилиб валюта тушумини кўпайтириш кимга керак? Бюджетни шакллантираманми нима учун? Катта маблағни сарфлаб, йўللарни қуриш кимга керак? Ижтимоий соҳани ўнглаш (соғлиқни сақлаш, таълим тизими, спорт, маданият ҳамма-ҳаммаси)ни ривожлантириш кимга керак? Қонунларни нима учун қабул қиламиз? Тинчлик учун нега курашамиз? Жиноятларнинг олдини олиш учун жуда катта эътибор қаратилиши кимга керак? Бундай саволларни яна давом эттириш мумкин. Буларнинг барчасига битта жавоб бўлади. Буларнинг ҳаммаси пировардида **инсон манфаатларига хизмат қилиш учун зарурдир!!**

Шуни инобатга олиш жоизки, инсон манфаатлари чексиз ва мос равишда уларни қондиришнинг ҳам чегараси йўқ. Шу туфайли манфаатларни қондириш муаммоси бирданга ҳамма жойда бир тексда ҳал бўлмайди. Фақат моддий манфаатларни қондириш ҳали масаланинг бир жиҳати холос. Инсоннинг маънавий эҳтиёжлари ҳам эътибордан четда қолиб кетмаслиги лозим. Худди шундай ҳар бир инсоннинг жисмоний манфаатлари ҳам маълум даражада эътиборни талаб қилади. Буларнинг бир қисmini қондириш инсонларнинг ўзларига боғлиқ бўлса, аксарият қисми турли ташқи субъектларга, хусусан, давлат идораларида фаолият кўрсатаётган раҳбар ходимларга ҳам боғлиқдир.

Мамлакатимизда инсон манфаатлари мустақилликнинг биринчи

¹ Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. П. Таҳрир хайъати: Т.Мирзаев (раҳбар) ва бошқ.; ЎзР ФА Тил ва адабиёт ин-ти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” ДИН, 2006. –540 бет.

кунларидан бошлаб босқичма-босқич ҳал қилиб келинмоқда ва бу жараён давом этади. Аммо айриммуаммоларнинг қаердадир ҳал қилинмаслиги, уларни сезмаслик, сезиб қолган тақдирда ҳам бефарқлик халқ дардига, ташвишларига сабаб бўлади. Энди улар мулоқотга эҳтиёж сезиб бошлайди, муаммоларни тезроқ ҳал қилишини хоҳлайди. Бу ҳар бир фуқаронинг ҳақли қонуний манфаатидир.

Аммо буни ким ҳал қилиб беради? Булар агар давлат миқёсида бўлса, биринчи галда давлат идоралари ходимлари ҳал қилишлари керак. Агар ҳал қиладиган одам халқнинг дардига беписандлик билан қараса, манфаатларни ҳал қилиш борасида нима иш қилишини билмаса, ўз эътиборини қаерга қаратишни ҳам билмайди. Натижада давлат идоралари билан халқ ўртасида **жарлик** ҳосил бўлиб, улар кенгайиб бораверади. Бу дардни билиб борсагина, мутасадди шахслар уни ҳал қилишга киришади ва халқнинг давлат идораларига **ишончи** мустаҳкамланади. Шу туфайли халқнинг дардини биладиган, уни ўрганадиган механизмларни яратиш ҳаётий заруратга айланди. Ушбу механизмлардан бири халқ билан мулоқотдир.

Жамиятнинг муқаддас бурчи одамларнинг ишончини уйғотишдан иборат. Одамлар кимга ва нимага ишониш кераклиги азалдан маълум. Одамлар имонли бўлса, биринчи галда Яратганга ишонади. Кейинги суянадигани Давлатдир. Давлатга ишонч давлат ташкилотлари раҳбарларига ишонч орқали амалга оширилади. Болаларнинг ишончи, суянган тоғи ота-оналардир. Ота-она ва ҳар бир одам ўзининг ва фарзандларининг келажагига ишониши лозим. Бундай ишончни қозониб яшаш жуда шарафли бўлиш билан бирга ўта мураккабдир. Шу туфайли ҳозирги пайтда замонавий раҳбарлардан ўта зийракликни талаб қилади.

Ишонч бор жойда жипслик бўлади. Ўртада жарлик бўлмайди. Жипслик бўлган жойда муваффақият, барқарор ва хотиржам ҳаёт таъминланади. Шу туфайли давлат ва бошқа мутасадди раҳбарлар халқнинг ишончига сазовар бўладиган фаолиятни олиб бориш керак бўлмоқда. Ҳозирги талаб худди шундай. Буни таъминлаш учун халқ билан мулоқот қилиб, инсон манфаатларига хизмат қилишдан афзал ва хайрли ишнинг ўзи йўқ. Шу туфайли мамлакатимиз раҳбари ҳаммани шу жараёнга сафарбар қилишликка даъват этмоқда.

Инсон манфаатлари жуда кенг тушунча. Унинг иқтисодий, маънавий, сиёсий, ижтимоий каби турлари мавжуд. Биз мазкур ҳолатда фақат иқтисодий ва ижтимоий манфаатларнинг айримларигагина тўхталамиз.

Ҳар қандай жараёнга баҳо бериш учун уларни маълум кўрсаткичларда ифодалаш лозим бўлади. Тегишли кўрсаткичлар орқали инсон манфаатларини ифодалаш, бу иқтисодий таҳлил фанининг муҳим вазифаларидан бирига киради.

Таҳлил жараёнида инсон манфаатларини баҳолаш учун уларни йўналишлари бўйича қараб чиқишни лозим, деб топдик. Бунинг учун биринчи галда инсон манфаатларининг иқтисодий жиҳатдан қондирилишини баҳолаш лозимдир. Бу, бизнинг фикримизча, макро даражада қуйидаги кўрсаткичлардан иборат бўлиши мумкин:

- инсонларнинг товар ва хизматларга бўлган эҳтиёжларининг қондирилиш даражаси;
- инсонларнинг товар ва хизматларга бўлган талабининг қондирилиш даражаси;
- яратилган ялпи ички маҳсулотнинг (ЯИМ) аҳоли жон бошига тўғри келиши;
- сотилган товар ва хизматлар ҳажмининг аҳоли жон бошига тўғри келиши;
- аҳолининг фақат хизматларга бўлган эҳтиёжининг қондирилишини аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажми.

Ушбу кўрсаткичлар методологик асос сифатида олинди. Уларнинг сони ва йўналишини таҳлилнинг мақсади ва вазифаларидан келиб чиққан ҳолда кўпайтириш мумкин.

1. Инсонларнинг товар ва хизматларга бўлган эҳтиёжларининг қондирилиш даражаси (Кэк). Бу қуйидагича аниқланади:

$$\text{Кэк} = \text{Тд} / \text{Эх};$$

Бунда: Тд – товар ва хизматларга бўлган талабнинг миқдори;

Эх – эҳтиёжнинг аҳоли томонидан баҳоланиш даражаси.

2. Инсонларнинг товар ва хизматларга бўлган талабининг қондирилиш даражаси (Ктқ). Ушбу кўрсаткични қуйидагича аниқлаш тавсия қилинади:

$$\text{Ктқ} = \text{Смх} / \text{Тд};$$

Бунда: Смх – сотилган маҳсулот ва хизматларнинг умумий ҳажми;

Тд – товар ва хизматларга бўлган талабнинг миқдори.

3. Яратилган ялпи ички маҳсулотнинг (ЯИМ) аҳоли жон бошига тўғри келиши (ЯИМах). Буни аниқлаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\text{ЯИМах} = \text{ЯИМ} / \text{Ас};$$

Бунда: ЯИМ – мамлакат миқёсида (худудлар доирасида) яратилган ЯИМ (худудий маҳсулот);

Ас – мамлакат (худуд) аҳолисининг сони.

4. Сотилган товар ва хизматлар ҳажмининг аҳоли жон бошига тўғри келиши (Смах). Ушбу кўрсаткични қуйидагича аниқлаш тавсия қилинади:

$$\text{Смах} = \text{Смх} / \text{Ас};$$

Бунда: Смх – сотилган маҳсулот ва хизматларнинг умумий ҳажми.

Аҳолининг товарлар ва хизматларга бўлган эҳтиёжнинг қондирилишини унинг ҳар бир гуруҳи (товарлар, хизматлар) бўйича ҳам аниқлаш лозим. Булардан ташқари ҳар бир товар гуруҳлари бўйича ҳам аниқлашни тақозо қилади. Уларни аниқлаш учун ушбу усул методологик асос бўлиб хизмат қилади.

5. Аҳолининг фақат хизматларга бўлган эҳтиёжининг қондирилишини аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажми (Хажб) билан ҳам аниқлаш мумкин. Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия қилинади:

$$\text{Хажб} = \text{Схх} / \text{Ас};$$

Бунда: Смх – сотилган хизматларнинг умумий ҳажми.

Аҳолининг хизматларга бўлган эҳтиёжнинг қондирилишини унинг ҳар бир тури (тиббий, таълим, коммунал, маданий, маиший, каби) бўйича ҳам аниқлашни тақозо қилади. Ушбу кўрсаткичларни аниқлаш учун ҳам ушбу усул методологик ва услубий асос бўлиб ҳисобланади.

Мазкур кўрсаткичларни аниқлаш учун ахборотларни тегишли статистик ҳисоботлар билан бирга социологик сўровлар орқали ҳам олиш лозим бўлади. Таҳлил жараёни асосан микро даражага мўлжалланган. Аммо ушбу кўрсаткичлар макро даражадаги ҳолатни ифодалайди. Кўриниб турибдики, аҳолининг манфаатларини ифодалаш ва баҳо беришда микро ва макро иқтисодий таҳлил усулларида фойдаланишга тўғри келмоқда.

Методологик асос сифатида ушбу кўрсаткичларни келтирдик. Уларнинг сонини яна кўпайтириш мумкин. Ушбу кўрсаткичларнинг айримлари ҳисоботларда ва амалдаги статистик маълумотларда ифодаланмайди. Шу туфайли уларни социологик сўровлар натижасида шакллантириш мумкин.

Яна шуни қайд этиш жоизки, социологик сўровлар натижасида, уларни умумлаштириб, ҳар бир инсоннинг товар ва хизматларга, уларнинг алоҳида турларига қандай манфаатлари қондирилаётганлигига ҳам баҳо бериш мумкин. Бунда уларнинг сиёсий манфаати, ҳуқуқий, маънавий, маданий манфаатларининг қондирилиш даражасини ҳам аниқлаш мумкин бўлади. Буларни аниқлаш учун ушбу кўрсаткичларнинг даражасини ҳам ҳисоблаш лозим бўлади. Булар ҳам юқорида қайд этилган ёндашувлар асосида, яъни социологик сўровлар

натижасида аниқланади. Бунинг учун социологик сўров қоғозидида куйидаги кўрсаткичлар ҳам жойлаштирилади (1-жадвал).

1-жадвал

**Социологик сўров натижасини ифодаловчи варақ шакли
(агар қондирилмаса о, қондирилиш даражасини оралиғини 5 %дан
бошлаб 100 %гача қўйиб чиқади)**

Сизнингча неча фоиз эхтиёжингиз қондирилаяпти?, % (ўртачаси олинади)	Маънавий соҳада	Ҳуқуқий соҳада	Сиёсий соҳада	Ижтимоий соҳада
76,3	65	80	70	90
72,5	70	65	80	75
81,3	75	80	85	85
***	***	***	***	***
Жами Σ	Σ	Σ	Σ	Σ
Ҳар бири бўйича ўртача Σ/n	Σ/n	Σ/n	Σ/n	Σ/n

Шу тариқа неча кишидан сўров ўтказилса, ушбу натижалар ёзиб чиқилади ва умумлаштирилади. Буни алоҳида ҳудудлар бўйича ҳам, аҳолининг категориялари бўйича ҳам амалга ошириш мумкин ва ҳудуд аҳолисининг ёки алоҳида аҳоли қатламининг тегишли йўналишларда қандай манфаатлари қондириляётганлиги тўғрисида хулоса қилинади. Ушбу кўрсаткичлар тегишли тарзда қарорлар қабул қилиш, чора-тадбирлар ишлаб чиқиш учун асос қилиб олиниши мумкин. Чунки битта ҳудудда битта аҳолининг қатламида ҳамма нарса етарли бўлиши мумкин, аммо айримларида сал бошқачароқ, камроқ бўлса, сабаблари ўрганилади ва тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш учун асос бўлади.

Агар бизнинг тавсияларимиз амалиётга қўлланилса, мамлакатимизда инсон манфаатлари қай даражада қондириляётганлигига баҳо бериш мумкин. Бу эса навбатдаги стратегик дастурларни ишлаб чиқиш учун асос бўлиб ҳисобланиши мумкин.

М.К.Пардаев Показатели, характеризующие человеческие интересы, методы их оценки	М.К.Pardaev Indicators characterizing human interests, methods for assessing them
<p>Аннотация: в статье рассмотрены вопросы, касающиеся человеческих интересов и их оценки. В ней также приведены конкретные формулы, посредством которых определяются экономические, социальные, политические, духовные, правовые интересы человека.</p> <p>Ключевые слова: человеческие интересы, показатели, экономические интересы, социальные интересы, политические интересы, духовные интересы, правовые интересы человека.</p>	<p>Abstract: The article deals with issues relating to human interests and their evaluation. It also provides specific formulas through which the economic, social, political, spiritual, legal interests of a person are determined.</p> <p>Keywords: human interests, indicators, economic interests, social interests, political interests, spiritual interests, legal interests of a person.</p>

Ж.С.Файзиев– СамИСИ доценти, т.ф.н.

Ш.Ж.Файзиев– СамИСИ, мустақил изланувчи

ИННОВАЦИОН ЛОЙИХАЛАРНИНГ ТАВСИФЛАРИ

Аннотация: ишда инновацион лойиҳаларни асосий бўлимлари, амалга ошириш босқичлари таркиби талқин этилган. Шунингдек инновацион лойиҳаларни илмий-техник аҳамиятлилиги даражаси, ечиладиган вазифалар хажми ва муддатлари бўйича таснифланиши, сифат тавсифларини баҳолаш учун зарур бўладиган маълумотлар келтирилган.

Калит сўзлар: инновация, инновацион жараён, инновацион фаолият, инновацион технология, инновацион маҳсулот, оддий инновацион жараён, кенгайтирилган инновацион жараён, реал инновацион жараён.

Инновацион фаолият, шунингдек хўжалик фаолияти субъектлари томонидан илмий-техник, ташкилий, бошқарув ва бошқа янгилик киритишларни яратиш, тарқалиши ва фойдаланилиши жараёни иқтисодийтн модернизация қилишни асосий мазмуни ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасини биринчи Президенти И.А. Каримов таъкидлаганларидек, “биз учун асосий вазифа – ишлаб чиқаришни техник ва технологик жиҳатдан узлуксиз янгилаб бориш, доимий равишда ички имконият ва захираларни излаб топиш, иқтисодийтда чуқур таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, саноатни модернизация ва диверсификация қилишни изчил давом эттиришдан иборат бўлиши зарур”[1].

“Ишлаб чиқаришни модернизациялаш, техник янгилаш и диверсификация қилиш, инновацион технологияларни кенг татбиқ этиш инқирозни енгиб ўтиш ва Ўзбекистоннинг дунё бозоридаги янги марраларга чиқишини энг ишончли йўлидир”[2].

Инновацион лойиҳа устувор илмий – техник йўналишларни аниқ мақсадларига эришишга қаратилган бўлиб ресурслар, муддатлар ва бажарувчилар бўйича ўзаро боғланган мураккаб тадбирлар тизими ҳисобланиб тўғридан-тўғри янгилик киритишлар муваффақиятини таъминлайди. Ишда инновацион лойиҳаларни асосий бўлимлари, амалга ошириш босқичларини таркиби, таснифи талқин этилади ва *сифат тавсифларини баҳолаш учун зарур бўладиган маълумотлар шакллантирилади.*

Инновацион лойиҳаларни кенг тарқалган шаклларида бири тадқиқотчилик лойиҳалари ҳисобланади. Тадқиқотчилик лойиҳалари халқ хўжалиги, ижтимоий-сиёсий аҳамиятга эга бўлган назарий ва амалий вазифаларни ечишга йўналтирилган тадқиқотлар ва ишланмалар режасидир. Тадқиқотчилик лойиҳаларида техникавий, иқтисодий ечимлар асосланади.

Инновацион лойиҳаларни амалга ошириш жараёни етарлича мураккаб, кўп қиррали бўлиб, уни бошқариш қуйидаги босқичларни қамрайди: тезкор бошқариш бўйича ишларни ташкил этиш; персонални мотивациялаш ва рағбатлантиришни таъминлаш; ҳисобга олиш ва назорат; стратегия ва режалар бажарилиши самарадорлигини таҳлил қилиш; бошқарув жараёнларини ростилаш ва тузатишлар киритиш; фавқулотда ҳолатларда тезкор бошқариш[3].

Инновацион лойиҳаларни муваффақиятли амалга оширишнинг асосий шarti корхонада ҳаракатчан ташкилий тузилмани, самарали бошқарув тизимини, маҳоратли персонални ва юқори ташкилий маданиятни мавжудлиги ҳисобланади. Айни пайтда ушбу шартларни, ҳаттоки биттасини мавжуд бўлмаслиги ёки етарлича ривожланмаганлиги стратегик мақсадларга эришмасликка, корхона ишини дестабиллашувига ва танланган стратегияни тўлиқ амалга

оширилмаслигига олиб келади.

Бундан ташқари инновацион лойиҳаларни муваффақиятли амалга оширишда асосий ишлаб чиқариш жараёнларига, алоҳида бизнес жараёнлар ва корхона бошқарувини моделлаштиришга йўналтирилган инжинирингни аҳамияти катта.

Инновацион лойиҳаларни турли таснифлари маълум[4]. Илмий-техник аҳамиятлилиги даражасига кўра қуйидаги инновацион лойиҳалар кўринишлари ажратилади:

-модернизациялаш лойиҳаларида прототип конструкцияси ёки базавий технология тубдан ўзгартирилмайди (масалан, маҳсулот ўлчамли қаторини кенгайтириш, автомобил, станок иш унумдорлигини оширувчи янада қувватли юритгич ўрнатиш);

-новаторлик лойиҳаларида янги маҳсулот конструкцияси ўзини элементлари кўринишига кўра олдингиларидан анча фарқланади (янги сифатларни қўшиш, масалан, ушбу типдаги конструкцияларда қўлланилмаган, аммо бошқа маҳсулотларда фойдаланилган автоматлаштириш воситалари ёки бошқа маҳсулотларни киритиш);

-ўзиб кетувчи лойиҳаларда янгилик конструкцияси илғор техник ечимларга асосланади (масалан, самолётсозликда олдин ҳеч қайси ерда фойдаланилмаган герметик кабиналарни, турбореактив юритгичларни жорий этилиши);

-пионер лойиҳаларда олдинги ёки хатто янги функцияларни бажарувчи илгари мавжуд бўлмаган материаллар, конструкциялар ва технологиялар пайдо бўлади (масалан, композит материаллар, биринчи радиоприемниклар, электрон соатлар, шахсий компьютерлар, ракетаалар, атом станциялари, биотехнологиялар).

Лойиҳани аҳамиятлилиги даражаси уни мураккаблигини, муддатини, бажарувчилар таркибини, инновацион жараён натижаларини илгари суриши тавсифини белгилайдики, бу эса лойиҳани бошқариш мазмунига таъсир қилади.

Ечилиладиган вазифалар ҳажми бўйича қуйидаги инновацион лойиҳалар фарқланади:

-одатда бир ташилот ёки бир бўлим томонидан бажариладиган моно лойиҳалар. Ушбу лойиҳалар ягона инновацион мақсадларни (аниқ маҳсулот, технологияларни яратиши) қўйилиши билан фарқланиб қаттиқ вақт ва молиявий доирада амалга оширилади. Бундай лойиҳалар учун мувофиқлаштирувчи ёки лойиҳа раҳбари талаб қилинади;

-ўзида ўнлаб моно лойиҳаларни бирлаштирувчи комплекс дастурлар кўринишида намоён бўладиган мульти лойиҳалар. Ушбу лойиҳалар илмий-техник комплекс яратиши, йирик технологик муаммони ечиши каби мураккаб инновацион мақсадларга эришишига йўналтирилган бўлиб улар учун мувофиқлаштирувчи бўлимлар талаб қилинади;

-ягона мақсадлар дарахтида ўзаро бирлашган қатор мульти лойиҳалар ва юзлаб моно лойиҳаларни бирлаштирувчи кўп мақсадли комплекс дастурлар кўринишидаги мега лойиҳалар. Ушбу лойиҳалар марказлаштирилган молиялашни ва мувофиқлаштирувчи марказ томонидан бошқарилишини тақозо қилади. Мега лойиҳалар асосида тармоқни техник қайта жиҳозлаш, минтақавий экологик муаммоларни ечиши, маҳсулот ва технологиялар рақобатбардошлигини ошириши каби инновацион мақсадларга эришилиши мумкин. Мега лойиҳаларни шакллантириши ва амалга ошириши қатор тармоқлар, минтақалар, йирик корпорациялар ҳамкорлигини тақозо қилади.

Бажариладиган иш ҳажмлари ва муддатлари бўйича лойиҳалар қуйидагича бўлиши мумкин: қисқа муддатли (1-2 йил); ўрта муддатли (5 йилгача); узоқ муддатли (5 йилдан ортиқ).

Инновацион лойиҳалар босқичларини таркиби уни тармоқли ва функционал алоқадорлиги билан белгиланади. Инновацион лойиҳаларни асосий бўлимлари қуйидагилар ҳисобланади: муаммо(ғоя)ни мазмуни ва долзарблиги; маркетинг тадқиқотлари ва муаммони структуралаш асосида тузилган лойиҳа мақсадлари дарахти; лойиҳа мақсадлари дарахтини амалга ошириш бўйича тадбирлар тизими; лойиҳани комплексли асослаш; лойиҳани амалга оширилишини таъминлаш; лойиҳани эксперт ҳулосаси; лойиҳани амалга ошириш механизми ва мотивациялаш тизими.

Лойиҳани яратиш ва амалга ошириш қуйидаги босқичлардан иборат: инновацион ғояни шакллантириш; инновацион имкониятларни тадқиқот этиш; лойиҳани техник-иқтисодий асослаш; контракт ҳужжатларини тайёрлаш; курилиш-монтаж ишлари; объектни ишлатиш; иқтисодий кўрсаткичлар мониторинги.

Инновацион лойиҳаларни сифат тавсифларини баҳолаш учун бизнингча таркиби 1- жадвалда келтирилган маълумотлар зарур бўлади.

1-жадвал

Инновацион лойиҳаларни миқдорий ўлчанадиган объектив маълумотлари ва чиқиш тавсифлари

Тавсифлар	Маълумотлар
Чиқиш тавсифлари	Иқтисодий самарадорликни ошиши Долзарб ижтимоий-иқтисодий муаммоларни ечишдаги улуши Ички бозордаги рақобатбардошлиги Йирик структуравий ўзгаришлардаги улуши Экологик хавфсизликни таъминлашдаги улуши Тўлиқ харажатлари Илмий тадқиқот тажриба конструкторлик ишларига қилинган тўлиқ харажатлар: технологиялар бўйича; йириклаштирилган технологиялар бўйича; устувор йўналишлар бўйича
Сифат тавсифлари	Буюртмачиларни (истеъмолчиларни) мавжудлиги Ташқи бозордаги рақобатбардошлиги Ички бозордаги рақобатбардошлиги Бошқа устувор йўналишлардаги улуши Илмий-техник салоҳиятни ривожлантиришдаги улуши Янгилик даражаси Илмий-техник маҳсулотни дунёда кутиладиган даражага мослиги Мавжуд илмий – техник салоҳият Таваккаллиги (амалга оширувчанлиги) Талаб қилинадиган кўллаб - қувватлаш (давлат, хусусий инвестор ва бошқалар томонидан).

Шундай қилиб, тадқиқотчилик инновацион лойиҳалари кенг тарқалган бўлиб, улар қатъий белгиланган асосий бўлимлари таркибига, лойиҳани яратиш ва амалга ошириш босқичларига эга бўлади.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, инновацион лойиҳаларни илмий-техник аҳамиятлилиги даражаси, ечиладиган вазифалар ҳажми ва муддатлари каби белгилар бўйича таснифланиши аҳамиятли ҳисобланади. Хусусан, илмий-техник аҳамиятлилиги даражасига кўра инновацион лойиҳаларни модернизациялаштирувчи, новаторлик, ўзиб кетувчи, ва пионер лойиҳалар каби кўринишларини фарқлаш қабул қилинган.

Хулоса ўрнида шуни таъкидлаш мумкинки, *инновацион лойиҳаларни сифат тавсифларини баҳолаш учун* миқдорий ўлчанадиган объектив маълумотлар ва чиқиш тавсифларини аҳамияти беқиёсдир. Хусусан, инновацион лойиҳаларни чиқиш тавсифлари лойиҳаларни иқтисодий самарадорлиги, долзарб ижтимоий-иқтисодий муаммоларни ечишдаги улуши, рақобатбардошлиги, йирик структуравий ўзгаришлардаги, экологик хавфсизликни таъминлашдаги улуши, харажатлари бошқа маълумотлар билан белгиланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикасининг биринчи Президенти Ислом Каримовнинг Мамлакатимизни 2015 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2016 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. // Халқ сўзи, 2016 йил 18 январь.
2. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни енгиб ўтишнинг йўллари ва чора-тадбирлари. Тошкент, 2009, 12б.
3. Инновации и импортозамещение в промышленности: экономика, теория и практика. Александрова А.В., Алетдинова А.А., Байков Е.А., Малюк В.И. и др. Под редакцией А.В. Бабкина. Санкт-Петербург, 2015. Издательство: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого" (Санкт-Петербург)
4. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Под ред. д. э. н., проф. А. В. Барышевой. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 384 с.

<p style="text-align: center;">Ж.С.Файзиев, Ш.Ж.Файзиев Характеристики инновационных проектов</p> <p>Аннотация: в работе проанализированы состав основных разделов, этапы осуществления инновационных проектов. Приведена классификация инновационных проектов по уровню научно-технической значимости, по объему решаемых задач, по выполняемым объемам работ и продолжительности, сведения необходимые для оценки их качественных характеристик.</p> <p>Ключевые слова: инновационные проекты, модернизационные проекты, новаторские проекты, опережающие проекты, пионерские проекты, монопроекты, мультипроекты, мегапроекты.</p>	<p style="text-align: center;">J.S.Fayziev, Sh.J.Fayziev Characteristics of innovation projects</p> <p>Abstract: In this article the changes which are specific to the content of innovation, logical forms, person of innovational process have been analyzed. As a result of analyses suggestions regarding structuring innovational process of steps, and models of a simple innovation process are given.</p> <p>Keywords: innovative projects, modernization projects, innovative projects, advanced projects, pioneer projects, mono-projects, multiprojects, megaprojects</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

С.Ў.Хусенов – СамИСИ доктаранти

ИНСОН КАПИТАЛИНИ ТАКРОР ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ВА УНДА ОИЛАНИНГ ЎРНИ

*Оила соғлом экан – жамият мустаҳкам, жамият
мустаҳкам экан –мамлакат барқарор*
И.А.Каримов

Аннотация: мақолада инсон капитали ва уни такрор ишлаб чиқаришнинг мазмун-моҳияти ёритилган. Ундан ташқари инсон капиталини такрор ишлаб чиқаришда оиланинг ўрни ва роли изоҳлаб берилган.

Калит сўзлар: инсон капитали, оила, такрор ишлаб чиқариш, инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш.

Бугунги кундаги глобаллашув жараёнлари, ахборот коммуникация технологиялари ва интернет асри, жаҳонда тобора кучайиб бораётган рақобат шароитида “**инсон капитали**” ҳал қилувчи аҳамият касб этиб бормоқда. Бу ҳақиқатнинг Республикамиз мустақилликка эришган дастлабки даврлардан эътироф этилиб, жаҳонда қиёси бўлмаган “Кадрлар тайёрлаш миллий модели”нинг қабул қилинганлиги мамлакатимизнинг бугунги тараққиётида ўз аксини топмоқда.

Ҳозирги кунда иқтисодчилар инсон капитали бўйича олиб борилаётган изланишларга мувофиқ одамлар ўзларига инвестиция киритиб, имкониятларини кенгайтиришлари, давлат эса инсон капиталини бойитиш учун маблағ сарфлаб, миллий даромадни кўпайтириши мумкин, деган хулосага келишмоқда. Бундай инвестицияларнинг самарадорлиги сарф қилинган маблағларнинг меҳнат унумдорлиги ортиши ва иш ҳақи кўпайиши орқали қопланишида ўз ифодасини топмоқда. Демак, инсон капиталини мамлакат иқтисодий ривожланишида таъсири сезиларли даражада каттадир. Айнан инсон капиталини иқтисодиётга таъсирини баҳолаш борасида америкалик иқтисодчи олим Р.Лукасни олиб борган тадқиқотлари ўз самарасини берган. У мамлакатларнинг XX аср сўнгги 10 йиллик кўрсаткичларини ўрганиб чиқди ва ишчиларнинг қобилиятларини комплекс тарзда баҳолашда “хизматларни баҳолаш” методидан фойдаланди. Ишчилар салоҳияти натижаларини уларнинг маошлари орқали баҳолади. Р.Лукас ўз изланишларида инсон капиталининг иқтисодий ривожланишдаги аҳамиятини кўрсатиб исботлаб берди. Олим иқтисодиётни ривожланиши инсон капиталини ривожланиши билан боғлиқ кўрсаткичлар ўзаро тўғри мутаносибликка эга, деган хулосага келди¹.

Ҳозирги ахборотлашган жамиятда ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларида инсон капитали ва унинг сифати етакчи омилардан бири ҳисобланади. Шунинг учун инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш билан боғлиқ тадқиқотлар ҳозирги куннинг долзарб масалаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Аввало, инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш билан боғлиқ жараёнларни кўриб чиқишимиздан олдин “**инсон капитали**”, “**ишлаб чиқариш**”, “**такрор ишлаб чиқариш**”, “**инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш**” тушунчаларини мазмун-моҳиятини ўрганиб чиқиш мақсадга мувофиқдир. *Инсон капиталибу* – кишиларнинг ҳаётини неъматлари ҳисобланган товар ва хизматлар

¹ Lucas R. On the Mechanism of Economic Development // Journal of Monetary Economics. 1988. Vol. 22. P. 3-32.

яратишга қодир бўлган ақл-идроқи ва куч қувватидир. **Ишлаб чиқариш** – бу иқтисодий жараён ҳисобланиб ва иқтисодиётнинг асосини ташкил этади. Ишлаб чиқариш жараёни – кишилиқ жамиятининг амал қилиши ва ривожланиши учун зарур бўлган моддий ва маънавий неъматларни яратишга қаратилган мақсадга мувофиқ фаолият тушинилади. **Такрор ишлаб чиқариш деганда биз** – ишлаб чиқаришнинг янгидан бошланиб ва қайтадан тўхтовсиз такрорланиб туришини тушунамиз. Хуш нега ишлаб чиқариш такрор бўлади? Негаки инсонлар яшаши керак. Яшаши учун улар доим истеъмол қилиши лозим. Бунинг учун товар ва хизматларни ишлаб чиқариш узлуксиз бўлиши керак. Демак, иқтисодиёт ишлаб чиқаришдан бошланиб истеъмол билан яқунланувчи фаолият сифатида доимо такрорланиб турмаса кишилар яшай олмайди ва жамият ривожланмайди. Бизга маълумки, такрор ишлаб чиқариш жараёнида ишлаб чиқаришнинг моддий-ашёвий омиллари билан бирга шахсий омил ҳисобланмиш инсон капитали ҳам такрор ишлаб чиқарилади. **Инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш**-инсоннинг инсон капитали ҳисобланган ақлий ва жисмоний қобилиятларини қайта тиклаш, яъни унинг овқатланиши, кийиниши, таълим олиши, тажриба ортириши, малакасини ошириши, дам олиши билан боғлиқ жараёнларни тушуниш мумкин. Демак, инсон капитали ишлаб чиқариш, такрор ишлаб чиқаришнинг муҳим омили ҳисобланади. Шунинг учун инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш билан боғлиқ шарт-шароитларни яратишда оила, корхона, жамият, қолаверса давлат ҳам фаол иштирок этади. Инсон капиталини такрор ишлаб чиқаришнинг муҳим хусусиятларидан бири, инсондаги жисмоний ва ақлий қобилиятларини қайта тиклабгина қолмасдан инсон капитали соҳибини меҳнатга бўлган билими, малакасини, тажрибасини мумтазам ошириб янгиланишини таъминлаб боришидадир. Ундан ташқари, инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш унинг ижтимоий ишлаб чиқаришга жалб этиш орқали иқтисодиётнинг соҳа ва тармоқлар ўртасида инсон капиталини тақсимлаш ва қайта тақсимлашни, уларни инсон капиталига бўлган эҳтиёжларини қондирилишини ва ундан самарали фойдаланишнинг ўзига хос ижтимоий-иқтисодий механизмини яратилади. Бу механизм инсон капитали сифатини яхшилаб, унинг рақобатбардошлигини таъминлашга ёрдам беради.

Мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишида инсон капиталини таъсири кундан-кунга ортиб бормоқда. Шунинг учун сифатли инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш ва ривожлантиришга бўлган талаблар ҳам ўзгармоқда. Мамлакатимизда инсон капиталини такрор ишлаб чиқаришда оиланинг ўрни бекиёсдир. Инсон капитали соҳибини бўлган бола дастлаб оила муҳитида илк тарбия ва таълим жараёнини бошидан ўтказди. Болада инсон капиталининг бошланғич элементлари оилада шаклланади. И.А.Каримов айтганидек: “Бола туғилган кундан бошлаб оила муҳитида яшайди. Оилага хос анъаналар, кадриятлар, урф-одатлар бола зуваласини шакллантиради. Энг муҳими, фарзандлар оилавий ҳаёт орқали жамият талабларини англайди, ҳис қилади”². Шу нуқтаи назардан, оиланинг ижтимоий функционаллигига бўлган замонавий талаб ортиб боради. Бугунги кунда оила – ижтимоий фаол шахсни, яъни сифатли инсон капиталини шаклланишининг жуда муҳим вазифаларини бажармоқда. Жумладан, **оиланинг ижтимоий вазифасига** – фарзандларни тарбиялаш, яхши инсон қилиб вояга етказиш, уларнинг табиат ва жамиятга нисбатан ўзаро муносабатини шакллантириш, вақтида дам олиши ва саломатлигини таъминлаш кабилар киради. **Оиланинг иқтисодий вазифасига** – оила аъзоларини яшаши учун зарур бўлган моддий бойликлар – уй-жой,

² Каримов И.А. Баркамол авлод – Ўзбекистон тараққиётининг пойдевори. –Т.: “Шарқ”, 1997. 4-19-бет.

озик-овқат, кийим-кечак, техника воситалари билан таъминлаш киради. **Оиланинг демокрафик вазифасига** – бунда оила наслни давомийлигини таъминлаш билан боғлиқ муҳим вазифани бажаради. Юқорида келтирилган вазифалар ичида энг муҳими демаграфик вазифадир. Ҳақиқатдан ҳам, оила наслни давом эттириш вазифасини бажармас экан оилада фарзанд туғилмайди, янги оилалар пайдо бўлмайди, натижада оила давом этмайди. Агарда оиланинг ижтимоий вазифаси ижоий бажарилса, яъни болада оилага, ота-онага, катталарга ҳурмат, ўзаро ёрдам каби ҳислатлар шаклланса, келажакда оила кургач, унинг ўзи ҳам фарзандларини худди шундай тарбиялашга интилади. Демак, янги оила, янги авлодни шаклланишида оиладаги ижтимоий муҳит, иқтисодий, демаграфик вазифаларни бажарилиши асосий омиллардан бўлиб ҳисобланади. Ҳозирги кунда Ўзбекистон ҳукуқий демократик давлат ва фуқаролик жамияти барпо этиш йўлидан изчил ривожланиб бормоқда. Албатта бундай мақсад сари интилиш йўлида оилани ўрни муҳимдир. Мамлакатимизда оила институтини ривожланиши ва жамиятимизда оилани камол топиши йўлида асос бўладиган мустаҳкам қонунчилик тизими яратилган. Хусусан, Ўзбекистон Республикасининг Конституциясида айни шу масалага бағишланган махсус боб мавжуд. Бу Ўзбекистон Конституциясининг XIV боби бўлиб, у “Оила” деб номланган. Мазкур боб 4 та – 63-66- моддаларни ўз ичига олади. Конституциянинг 63 – моддасида қуйидаги ғоят муҳим юридик норма белгилаб қўйилган: “Оила жамиятнинг асосий бўғинидир ҳамда жамият ва давлат муҳофазасида бўлиш ҳуқуқига эга. Никоҳ томонларнинг ихтиёрий розилиги ва тенг ҳуқуқлилигига асосланади”. Албатта, оила мустаҳкам, соғлом бўлса, маҳаллада, элу юртда тинчлик-осойишталик, хотиржамлик ҳукм суриб мамлакат иқтисодиётининг барқарор ривожланиши таъминланади. Оила ижтимоий ишлаб чиқаришнинг барча фазаларида фаол иштирок этиб, иқтисодиётнинг соҳалари, тармоқлари томонидан яратилган товарлар ва хизматларни истеъмол қилибгина қолмай, уларни сифатли инсон капитали билан такрор ва такрор таъминлаб туради. Демак, оилани ижтимоий-иқтисодий ҳаётдаги аҳамияти жуда муҳим бўлиб ҳисобланади.

Инсон капитали такрор ишлаб чиқаришнинг илк босқичида у оилада яратилади. Ана шу босқич дастлаб инсон капиталини жамғарилиши деб юритилади. Дастлабки жамғарилиш бўлғуси инсон капитали соҳиби бўлмиш болани туғилиб вояга етиши, тарбияланиши, билим олиши ва касбга эга бўлиши, ишга жойлашуви билан боғлиқ жараёнларни ўз ичига олади. Бу жараёнларга сарфланадиган харажатларни катта қисми оила бюджетидан сарфланади. Мамлакат иқтисодиётининг барқарор ривожланиб бориши сифатли инсон капиталига бўлган талабни ортишига олиб келади. Бу эса инсон капитали такрор ишлаб чиқаришда оила ва давлат томонидан харажатларни ортишига олиб келади. Инсон капиталига қилинган харажатлар оиланинг умумий истеъмолига ҳам сезиларли даражада таъсир кўрсатади. Натижада инсон капиталига қилинган харажатларни ортиши оилада болалар сони оптималлаштиришга бу эса ўз-ўзидан инсон капитали сифатини яхшилайдди. Буни эса янада яхшироқ тушунишимиз учун келтирилган жадвал маълумотларидан тегишли хулосалар чиқаришимиз, мақсадга мувофиқдир (1-жадвал).

Оилани инсон капитали такрор ишлаб чиқариш борасидаги тадқиқотлар ўтган асрнинг 60-70 йилларидан бошлаб жуда катта илмий тадқиқотлар олиб борилган. Хусусан, неоклассик йўналиш тарафдори америкалик олим Нобел мукофотини соҳиби Гэри Беккер томонидан “уй хўжалигининг янги иқтисодиёти” концепцияси ишлаб чиқди ва оилани ишлаб чиқариш функцияси хусусидаги

1-жадвал

Ўрта Осиё ва Европа Иттифоқи мамлакатларида оилалар сарфлайдиган харажатлари¹

№	Харажат турлари	Ўрта Осиё	Европа Иттифоқи
1.	Хашаматли уй-жойлар ва дабдабали турмуш тарзи	20 %	15%
2.	Спиртли ичимликлар, тамаки, наркотик моддалар истеъмоли	10 %	3 %
3.	Тўй, чаллари, гап, чойхона ва ҳоказо	20 %	2 %
Интеллектуал салоҳиятни ривожлантиришга:			
4.	Соғлиқни сақлашга	3 %	10 %
5.	Сифатли озиқ-овқат истеъмоли (илмий асосланган меъёр)	15 %	20 %
6.	Сифатли таълим (инноваторлик, чет тиллари, компьютер дастурлари ва интернетни ўрганиш, ҳуқуқий маданиятни ошириш)	2%	10%
7.	Илғор техникалар (notebook, Iphone, ipad) сотиб олиш	3%	10%
8.	Хорижга ўқиш (ёки интернет орқали)	2%	5%
9.	Муסיқа, санъат ва спорт тўғарақларига қатнашиш	3%	5%
10.	Оила (ота-она, бува-бувилар, ака-опалар) 1-9 бандларнинг сифатини талаб қилиши	20%	100%

ғояни илгари сурди. Концепцияда оила ичидаги меҳнатни гендер тақсимоли никоҳ ва репродуктив ҳатти-ҳаракат кабиларни қамраб олувчи жараёнлар билан изоҳлаб берган. Шундан сўнг илк бор оила истеъмол бирлиги сифатида эмас, мустақил ишлаб чиқариш бирлиги сифатида қаралди. Оила иқтисодчилар назаридан четга бўлган анъанавий ёндашувлардан фарқли ўлароқ неоклассик ёндашув доирасида товарлар ва хизматларнинг пассив истеъмолчиси сифатида қаралмайдиган бўлди. Оила “яқуний маҳсулот” ишлаб чиқариш жараёни юз берадиган мустақил ишлаб чиқариш бирлиги сифатида ўрганила бошланди. Гэри Беккер олиб борган тадқиқотлари натижасида шуни алоҳида таъкидлайдики, инсон капитали такрор ишлаб чиқаришда оиладаги ота-онани маълумоти даражаси муҳим рол ўйнайди.

Оила даражасида содир бўладиган жараёнлар, унинг инсон капиталини ривожланиши, жамғарилиши ва такрор ишлаб чиқарилиши кўплаб иқтисодчи олимларимизнинг ҳали-ҳануз диққат марказида бўлиб келмоқда. Шуни қайд этиш лозимки, гендер омили инсон капиталини такрор ишлаб чиқаришда муҳим рол ўйнайди. Замонавий гендер иқтисодиётида инсон капиталини такрор ишлаб чиқаришда оила харажатларини баҳолаш имконини берадиган қатор мезонлар ишлаб чиқилган. Шулар сирасига “инсон баҳоси”, “инсон сифати”, “ҳатти-ҳаракатини оқиллиги” каби тушунчалар киради. Ушбу мезонлардан фойдаланиш қуйидаги саволларга жавоб бериш имкониятини беради: Инсонни тўлиқ “баҳоси” тушунчасига нималар киради? Инсон капиталини такрор ишлаб чиқаришда оила ва жамият иштирокини нисбати қандай? Инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш харажатлари ва инсон капиталидан кўриладиган фойда нисбати нимадан ташкил топади? Инсон капиталини шаклланиши жараёнида болалар сони ва сифатининг бир-бирининг ўрнини босиши қандай амалга ошади?². Қўйилган

¹ Гулямов С., Ғойибназаров Б. “Интеллектуал салоҳиятдан самарали фойдаланиш тараққиёт таянчи”, “Иқтисодиёт ва таълим” 2014 йил №1. 6-бет

² Калабихини И. Гендерный фактор в воспроизводстве человеческого капитала. Женщина. Гендер. Культура. РЛШГИ. Москва, 1999, с 171

саволларга жавоблар оилада инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш билан боғлиқ харажатларни оптималлаштириш билан боғлиқ тавсиялар ишлаб чиқишни имконини беради. Шунини алоҳида қайд этиш керакки ижтимоий нуқтаи назардан инсонни баҳоси ёки инсонни сифати бу инсон капитали билан боғлиқ кўрсаткич тизими билан белгилаш нотўғри бўлади, албатта.

Ҳозирги кунда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишларини қамраб олган Ҳаракатлар стратегиясида ҳам инсон капиталини такрор ишлаб чиқариш билан боғлиқ жуда катта кўламда чоратадбирлар амалга оширилмоқда. Жумладан, аҳолининг реал пул даромадларини ва харид қобилиятини ошириш, кам таъминланган оилалар сонини камайтириш, янги иш ўринларини яратиш ҳамда аҳолининг, энг аввало ўрта махсус ва олий ўқув юртлири битирувчилари бандлигини таъминлаш, оила саломатлигини мустаҳкамлаш, оналик ва болаликни муҳофаза қилиш, оналар ва болаларнинг сифатли тиббий хизматдан фойдаланишни кенгайтириш, ихтисослаштирилган ва юқори технологияларга асосланган тиббий ёрдам кўрсатиш сифатини ошириш, оилаларни арзон уй-жойлар билан таъминлаш ва хоказолар.

<p>С.У.Хусенов</p> <p>Воспроизводство человеческого капитала, значение и роль семьи в данном процессе</p>	<p>S.U.Husenov</p> <p>Reproduction of human capital and the role of family in it</p>
<p>Аннотация: в статье описывается сущность человеческого капитала и его воспроизводство. Более того, объясняется значение и роль семьи в воспроизводстве человеческого капитала.</p> <p>Ключевые слова: человеческий капитал, семья, воспроизводство, воспроизводство человеческого капитала.</p>	<p>Abstract: The article describes the essence of human capital and its reproduction. Besides that, the role and role of the family in the reproduction of human capital is explained.</p> <p>Keywords: human capital, family, reproduction, reproduction of human capital.</p>

Ш.С.Шарифов– СамДУ таянч докторанти

АҲОЛИ БАНДЛИГИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ВА БОШҚАРИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ НАЗАРИЙ-МЕТОДОЛОГИК ЙЎНАЛИШЛАРИ

<p>Аннотация: ушбу мақолада аҳоли бандлигини таъминлаш ва бошқариш бўйича турли хил назарий ёндашувлар таҳлили келтирилган бўлиб, улар асосида мамлакатимизда аҳоли бандлигини ташкилий жиҳатлари ва уни бошқаруви бўйича муаллиф томонидан назарий хулоса ва таклифлар келтирилган.</p> <p>Калит сўзлар: меҳнат бозори, бандлик, тўлиқ бандлик, самарали бандлик, бандлик динамикаси, бандлик даражаси, бандлик механизми, бандликни бошқариш, меҳнат қиймати, меҳнатга талаб ва таклиф, иш ҳақи, ишсизлик.</p>

Бозор иқтисодиётини амал қилиши ва ривожланиши унинг элементлари бўлмиш меҳнат бозори, бандлик, ишсизлик кабиларни амал қилишини тақозо этади. Бу ҳолат ҳукуматимизтомонидан қабул қилинган ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатларда ҳам ўз аксини топган. Аммо, юқорида таъкидланган иқтисодий категорияларнинг методологик асослари аниқ ва мақсадга мувофиқ ҳолда ишлаб чиқилмаган. Бу ҳол албатта мамлакатимизда бандликни ривожлантиришга, уни самарали ташкил этишга ўз таъсирини кўрсатади. Илмий адабиётларда бандлик

ва унинг элементлари тўғрисида турли хил, қарама-қарши ва бир-бирини тўлдирувчи таърифлар келтирилган.

Қ.Х.Абдурахмоновнинг Меҳнат иқтисодиёти номли дарслигида корхоналарда меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини ошириш омиллари ва резервлари ҳамда уларни ўлчаш усуллари, корхоналарда меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш омиллари, иш ҳақининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти, иш ҳақини тўлаш шакллари ва усуллари, унинг асосий вазифалари ва функциялари татқиқ этилган. Шунингдек, инсоннинг корхона ва ташкилотдаги роли, уни бошқариш воситалари, усуллари, ҳуқуқий нормалари ва корхона персоналини ижтимоий жиҳатдан бошқаришнинг назарий жиҳатлари асослаб берилган.[6]

К.Хаксивер, Б.Рендер, Р.С.Рассел, Р.Г.Мердикларнинг асарларида хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнатни илмий асосда ташкил этиш ва бошқариш тизими, унинг усуллари ва воситалари, хизмат кўрсатиш корхоналарида меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини ошириш омиллари ва резервлари ҳамда уларни ўлчаш усуллари, корхоналарда меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш омиллари, иш ҳақининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти, иш ҳақини тўлаш шакллари ва усуллари, унинг асосий вазифалари ва функциялари татқиқ этилган.[7]

Т.Д. Бурменконинг “Экономика сферы услуг” номли ўқув қўлланмасида корхоналарда меҳнат ресурсларининг шаклланиши ва улардан фойдаланиш йўллари, меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини ошириш омиллари ва резервлари ҳамда уларни ўлчаш усуллари, корхоналарда меҳнат ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш омиллари, иш ҳақининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти, иш ҳақини тўлаш шакллари ва усуллари, унинг асосий вазифалари ва функциялари татқиқ этилган.[8]

Бандлик динамикаси, фикримизча, мамлакатимиз иқтисодиётида рўй бераётган таркибий ўзгаришлар таъсирида нобарқарор ривожланиш хусусиятларини ўзида мужассамлаштиради. Чунки, бандлик мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишда бўлаётган ўзгаришларга таъсирчанлиги юқоридир. Шунинг учун ҳам мамлакат иқтисодиётини ислоҳ қилишнинг ҳар бир босқичига, иқтисодиётнинг ривожланиш динамикасига хос бўлган бандлик тизими амал қилади. Хусусан, XX-асрнинг 90-йилларида мамлакат иқтисодиётида халқ хўжалигининг тармоқлари ва соҳаларидан ишчи ва хизматчиларни ишдан бўшаш даражаси ҳаддан ташқари юқори бўлган. Бу ҳол банд бўлган аҳоли миқдорини ҳаддан ташқари пасайишига сабаб бўлган.

Ҳозирги даврда ҳукуватимиз томонидан олиб борилаётган ижтимоий-иқтисодий ислохотлар, таркибий ўзгаришлар ҳамда аҳоли бандлиги тўғрисидаги сиёсати таъсирида меҳнатга лаёқатли аҳолини бандлиги даражаси ошиб бормоқда. Жумладан: Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “янги иш ўринларини яратиш ҳамда аҳолининг, энг аввало, ўрта махсус ва олий ўқув юртлари муассасалари битирувчилари бандлигини таъминлаш, меҳнат бозори мутоносиблигини ва инфратузилмаси ривожланишини таъминлаш, ишсизлик даражасини камайтириш” [1] борасида устувор вазифалар белгилаб олинди. Бу каби белгилаб олинган устувор вазифалар аҳоли бандлиги борасида мамлакатимизда олиб борилаётган ижтимоий-иқтисодий сиёсатнинг яққол далилидир.

Ҳозирги вақтда аҳоли бандлигини таъминлаш мақсадида олиб борилаётган чора-тадбирларга қарамасдан бандликни таъминлашда ўзига хос муаммолар мавжуд. Бу мамлакатимиз тармоқлар, соҳалар ҳамда ҳудудлар кесимида яққол намоён бўлмоқда. Нисбатан аҳоли сони кам бўлган ҳудудларда (Навойй, Бухоро, Жиззах) меҳнат бозорида ишчи кучи талаби ва таклифи ўртасидаги мувозанат

бузилмоқда. Шунингдек, бозор ҳўжалигини юритиш шароити унинг субъектлари ўртасидаги (яъни иш берувчилар ва ишловчилар) рақобатни кучайишига сабаб бўлмоқда. Ушбу ҳолатлар ҳозирги вақтда бандликни ривожлантириш омилларини, уни бошқариш хусусиятларини тадқиқ этишни зарур қилмоқда. Бунинг учун бизнинг фикримизча биринчи навбатда иқтисодий тадқиқот бошқарув объекти сифатида бандлик билан боғлиқ бўлган асосий тушунчаларнинг иқтисодий мазмунини аниқлаш, унинг моҳиятини англаш мақсадга мувофиқдир.

Классик назарийчи иқтисодчилар (А.Смит., Д.Рикардо) аҳоли бандлигини ўз-ўзини бошқарувчи жараён сифатида талқин этишадилар. Бундай нуқтаи-назарни А.Пигу., А.Маршалл., Дж.Б.Кларк., М.Фридманлар ҳам қўллаб-қувватлашади. А.Смитнинг фикрига кўра тўлиқ бандлик бозор иқтисодиётига хос хусусиятдир. Ушбу фикрни тасдиқлаш мақсадида А.Смит иш ҳақи – бу меҳнатнинг пул кўринишидаги баҳоси ва у таклиф қилинадиган меҳнатнинг қиймати миқдори билан белгиланади деган фикрни илгари суради. Мазкур муаммо бўйича бундай нуқтаи-назарни Д.Рикардо ҳам қўллади. У иқтисодий назария фанига “ишчи кучи” тушунчасини киритиб, унинг маъносини ёлланиб ишлайдиган инсонлар билан боғлайди.

Д.Рикардо асарларида меҳнатнинг табиий баҳоси, меҳнатнинг табиий бозор баҳосини шаклланиш механизми масалалари очиб берилган. Шунингдек, Д.Рикардо капиталнинг жамғарилиши фойда нормасининг (рентабелликнинг) пасайиб бориш тенденциясига асосланишини ва унинг натижасида жамғаришни пасайишини ва бандликни қисқаришини асослаб берган [3].

Ж.Б.Сэй ишлаб чиқаришнинг бозор омилларини таҳлил қилишда меҳнатни махсус ресурс сифатида қараган. Чунки, унинг фикрича меҳнат қиймат яратувчи ва унинг эгаси бўлмиш ишчи кучига иш ҳақи кўринишида даромад келтирувчи восита ҳисобланади. Ж.Б.Сэй фикрига кўра, “Агарда товар бозорида ортиқча ишлаб чиқариш рўй берса, ишлаб чиқариш жараёнидан меҳнатнинг ва капиталнинг бир қисми сиқиб чиқарилса, бозорда тўлиқсиз бандлик ҳолати юзага келади, бозор мувозанати ҳолатида эса тўлиқ бандлик юзага келади.” [4]

Марксча назарияга асосан рақобат кураши асосий капиталга доимий инновацияларни киритишга, ишлаб чиқаришни техника билан қуролланишини ошишига, уни ҳаракатга келтирувчи жонли меҳнат миқдорини ўзгаришига сабаб бўлади. К.Маркс қўшимча қиймат қонуни ҳаракати таъсирида капиталнинг органик тузилишини қандай ошишини ва унинг оқибатида саноат меҳнат захираси миқдорини ташкил топиши ва ошишини кўрсатиб берган. Маркс нуқтаи-назарига кўра ишчи кучи қўшимча қиймат яратиш жараёнида капиталистик жамғариш учун манба яратади, капиталнинг жамғарилиши эса, унинг органик тузилишини ошишига олиб келади, оқибатда ишсизликни ўсиши учун шарт-шароит яратади. Демак, Марксча иқтисодий назария ишсизликни ошиши капиталистик жамғаришни умумий қонуни ҳаракати натижаси сифатида қаралган.

Умумий иқтисодий мувозанат назариясига кўра талаб ва таклиф ўртасидаги динамик мувозанат, эгилювчан нарх воситасида эришилади. Ушбу нарх неъматларнинг фойдалилиги ва харажатлар “юки” бозорда мувозанат нархни шаклланишига қадар талаб ва таклифни тебранишига сезиларли таъсир кўрсатади. А.Маршаллнинг концепцияси икки асосий ҳолатга асосланади. Биринчидан: меҳнат таклифи реал иш ҳақи таклифига таъсирчан бўлади. Иккинчидан: реал иш ҳақи ҳаракати номинал иш ҳақининг ўзгаришига сабаб бўлади. Демак, пул кўринишидаги иш ҳақи тўғрисидаги ҳар қандай келишув реал бандлик даражасини белгилайди, шунинг учун ҳам ушбу келишув кўпроқ ишчилар ихтиёрида бўлади. Иш ҳақини пасайтириш ҳолати ишсизликни ўсиб боришига олиб келади.[5]

Неоклассик йўналишнинг бандлик назарияси намоёндалари бўлмиш Дж. Перри, М. Фледстейн, А. Лаффер, П.Хейнелар асосий эътиборларини бандликни ўз-ўзини бошқариш бозор концепциясига қаратишади ҳамда ишсизликни келиб чиқишини ишчи кучи баҳоси бўйича келиша олмаслик натижасида бўлади деб эътироф этишади. Шунингдек бандлик борасида турли моделлар яратилган бўлиб, унга кўра ишчиларнинг иш ҳақи даражасини пасайиши меҳнатга бўлган талабни ошишига сабаб бўлади. Шу билан бир қаторда умумиктисодиёт миқёсида даромадларнинг пасайиши товарлар ва хизматларга ялпи талабни пасайишига олиб келади. Оқибатда бу ҳолат меҳнатга бўлган ялпи талабни пасайишига сабаб бўлади.

Неоклассик назария намоёндаларининг нуқтаи назарига кўра, ҳозирги даврда иқтисодий тизимнинг мутоносиблиги тўлиқ бандликда эмас, балки нисбатан паст бандлик даражаси шароитида эришилади. Улар тўлиқ бандликка эришишга тўқинлик қилувчи шарт-шароитга асосан талабга тўлов қобилятини етишмаслиги ва тўлиқ бандликнинг чегараланганлигини келтиришади. Бандлик даражасининг қанчалик юқори бўлиши, пул даромадларини ошиши эҳтимоллигини оширади, аммо бу ҳол жамият реал даромадларини оширмайди, балки умумий нархни ошишига сабаб бўлади. Уларнинг фикрича тўлиқ бандлик ҳолатида инқирозли жараён юз беради, чунки самарали талабни ошиши ишлаб чиқариш ҳажмини оширмайди, аксинча, сарф-харажатларни ошишига сабаб бўлади. Неоклассикларнинг бандликни бошқариш бўйича баъзи фикрларини, ҳозирги даврда самарали бандлик даражасини баҳолаш жараёнида қўллаш мумкин.

Шундай қилиб, самарали бандликни таъминлаш бўйича икки хил нуқтаи назар, яъни классик иқтисодчиларнинг нуқтаи назари ва неоклассик иқтисодчиларнинг нуқтаи назарлари амал қилмоқда. Классик иқтисодчилар бозор иқтисодиётини ўзини-ўзи бошқарувчи тизим сифатида эътироф этиб, уни амал қилишида давлатнинг иштирокини ортиқча деб эътироф этишади. Неоклассик иқтисодчилар эса бозор иқтисодиёти тизими ўзини-ўзи бошқариш механизминини инкор этишади. Хусусан, Дж. Кейнс “Бандликни умумий назарияси, фоиз ва пул” номли асарида ишсизликнинг асосий сабаби самарали ялпи талабни шаклланмаганлигида деб ҳисоблайди. Шунингдек, улар бозор ўзини-ўзи бошқарувчи иқтисодиёт эмаслигини таъкидлаган ҳолда, у тўлиқ бандликни ҳам таъминлай олмайди. Тўлиқ бандликка эришиш бўйича Кейнсча механизм қуйидагича: давлат харажатларининг ошиши, ялпи талабнинг, ялпи ички маҳсулотнинг ўсишига ва бандликни ошишига олиб келади. Бизнинг фикримизча, Кейнснинг ушбу фикрлари ҳозирги вақтда аҳоли бандлигини бошқариш учун долзарб аҳамият касб этади.

Ҳозирги замон неоклассик назария намоёндалари бўлмиш Р.Харрот, Э. Хансон, Дж.Р.Хикс ва бошқалар ҳам бандлик ва ишсизлик масаласига алоҳида эътибор қаратишган. Хусусан, Э.Хансон давлат томонидан бандликни бошқаришни зарурлиги, ҳукуматнинг бирламчи вазифаси эканлигини эътироф этади. Бу концепцияни мазмуни шундаки, ялпи ишчи кучи таркибидаги тез ўзгаришлар ва алоҳида ҳудудларнинг иқтисодий ривожланишининг нотекислиги, ялпи талаб ва ялпи таклифни ўзаро мутоносиблигини мураккаблаштиради.

Хулоса сифатида шуни эътироф этиш мумкинки, меҳнат ресурслари нисбатан кўп бўлган мамлакатимизда аҳолини самарали бандлигини таъминлаш бўйича методологик асосларини ишлаб чиқишда юқоридаги концепцияларни инобатга олиш тўлақонли бандлик сиёсатини амалга оширишда муҳим аҳамиятга эга.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг П-Ф 4947

- сонли фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й. 25-бет.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий якунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи газетаси, 2017 йил 16 январ, №11 (6705).
 3. Рекардо. Д. Начаго политической экономии и налогового обложения/ Антология экономической классики В 2-т. М.: Эконов, 1993.-Т1 Стр.449-450.
 4. Катехизис полетической экономии или краткое учение о составлении, распределении и потреблении богатств в обществе. СПб,1833.стр.28.
 5. Маршалл А. Принципы экономической науки.Пер.с.англ.-М.:Издательская группа «Прогресс», 1993.-Книга 3.-Ст98-108,213.
 6. Абдурахмонов К.Х. Меҳнат иқтисодиёти (Дарслик). Т.: “Меҳнат”, 2004. -б.397.
 7. Управления и организация в сфере услуг: теория и практика: Service menedjment and Operation – 2-е международ изд. (пер.с англ нар.наук ряд. В.В. Кулибановой) / К.Хаксивер, Б.Рендер, Р.С.Рассел, Р.Г.Мердик – Спб и.др: Питер бух. 2002. – С. 496.
 8. Бурменко Т.Д. Экономика сферы услуг (Вводный курс) / Т.Д.Бурменко. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2004. – С.37-38.

<p>Ш.С.Шарифов Современные теоретико-методологические направления формирования и управления занятости населения</p>	<p>Sh.Sharifov Modern theoretical and methodological directions of formation and management of employment</p>
<p>Аннотация: в данной статье автором приведены теоретические выводы и предложения по различным теоретическим подходам обеспечения и управления занятости населения и на основе их организационные формы и управления занятостью населения в Республике Узбекистан.</p> <p>Ключевые слова: рынок труда, занятость, полная занятость, эффективная занятость, динамика занятости, максимум занятости, управление занятости, стоимость труда, спрос и предложение на труд, заработная плата, безработица.</p>	<p>Abstract: In this article the author presents theoretical conclusions and proposals on different theoretical approaches to ensuring and managing employment of population and on the basis of their organizational forms and management of employment of population in the Republic of Uzbekistan.</p> <p>Keywords: labor market, employment, full employment, effective employment, employment dynamics, maximum employment, employment management, labor costs, labor supply and demand, wages, unemployment.</p>

ХИЗМАТЛАР ХАВФСИЗЛИГИ

С.М.Раҳмонов – СамИСИ ўқитувчиси

АМИР ТЕМУР САЛТАНАТИДА ДАВЛАТ ХАВФСИЗЛИГИ ХИЗМАТИ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада Амир Темур салтанатида давлат хавфсизлиги учун хизмат қилган махсус гуруҳларнинг фаолияти ақс эттирилган. Хусусан Амир Темурнинг разведкаси ва контрразведкасининг тузилиши, тактикаси ва стратегияси, унинг салтанатида фаолият юритадиган махсус махфий гуруҳлар, уларнинг тузилиши мақсад ва вазифалари тарихий манбалар асосида ёритилган.

Калит сўзлар: разведка, контрразведка, махсус гуруҳ, стратегия, жосус, махфий маълумот, дарвеш, қаландар, чопар, маълумот, махфий хизмат.

“Темурга тенг келадиганлар кам топилади, Темурдан ўтадиганлар эса, топилмаса керак. Унинг номи Искандар, Доро, Цезарь, Чингизхон, Бонопартлар билан ёнма-ён туради. Темур инсоният тарихининг буюк сиймоларидандир.”

(Жан Поль Ру. "Тамерлан". Париж. 1994, 23-24 бет).

Амир Темур ҳақидаги эътирофлар француз олими наздида ана шундай баҳоланган. Шунингдек, Темур ва темурийлар ҳақидаги кўплаб сара китоблар дунё кутубхоналарида сақланаётганлиги бежиз эмас. Соҳибқирон Амир Темур буюк саркарда ва адолатли ҳукмдор бўлиш билан бирга моҳир дипломат ҳам бўлиб, бошқа давлатлар ҳақида маълумот тўплаш учун турли воситаларни қўллаган. Жумладан, Амир Темур чегарадош давлатлар тўғрисида керакли маълумотларни махсус ёлланган минг кишилик энгил бўлинмалар (разведкачилар) воситасида тўплаган. Бу бўлинмалар сувсиз чўл ерларда туя миниб, бошқа жойларда эса отлик ва пиёда ҳолда ҳаракат қилганлар. Қўшни чегарадош давлатлар ҳақида маълумот тўплаш ниятида махсус гуруҳ вакиллари (разведкачилар) турли хийлалар ишлатиб, қўшни давлатлар кимга қарши ва қачон урушиш ниятидалиги, шу давлат ҳукмдорларининг мақсади ва ҳарбий тайёргарлигини билиб олишга ҳаракат қилишган. Мазкур бўлинмалар келтирган хабарларга қараб, Амир Темур тегишли чора-тадбирларни кўрган. Бундай маълумотлар савдо муносабатлари баҳонасида ҳам тўпланган бўлиб, Темур савдо қарвонларини Ўрта Осиёнинг турли ўлкаларига, Хитой, Ҳиндистон, Миср, Арабистон, Сурия, Гуржистон ва ҳатто Европа давлатларига ҳам юборган. Қарвон қайтиб келганда савдогарлар билан бирга дарвеш* ва қаландар** кўринишида

*Дарвеш, мурид, қаландар, сўфий, солих, шайх, муршид, пир, авлиё деган номлар тасаввуф намоёндаларига тегишли унвон бўлиб, шу номлар орқали уларнинг даражалари аниқланади. Дарвешнинг асл маъноси камбағал, қашшоқ, факир, гадоё маъноларини беради. У аслида даровеш (даровез) сўздан олинган бўлиб, эшикларда гадоёлик ёхуд тиланчилик қиладиган шахс маъносини билдиради.

** Қаландар сўзи дайди, дарвеш маъносини билдиради ва шу сабаб уларнинг фаолияти қарийб бир хил жараён ҳисобланади. Қаландар ҳам камбағал, аҳли аёли йўқ ва дунёдан воз кечган танҳо йигит. Дарвеш ва қаландар тасаввуф намоёнчаси бўлиб, улар-художўй гадоё тиланчилар ҳисобланади. Тасаввуфда шу тартибда улар сўфийлик тариқати талабларига мослашиб, фаолият кўрсатиб, шогирд тутиниб, мурид бўлиб, сўфиёна босқичлардан ўтиб мартаба топадилар, зоҳидлик ва обидлик даражасига эришадилар.

кийинган махсус гуруҳ вакиллари йўл давомида кўрган давлатларидаги шарт-шароит, шу давлатда яшовчи халқ урф-одатлари ва энг асосийси, ўша давлат ҳукмдорларининг ўз фуқароларига бўлган муносабатлари тўғрисида ахборот берганлар. Амир Темур саёҳатчиларга, савдогар ва қарвонбошиларга алоҳида ҳомийлик қилиш орқали улардан ўзлари кўрган мамлакатларнинг ҳолати ҳақида муҳим далилларни билиб олган.

Шунингдек, аниқ маълумотни олиш учун Амир Темур махсус ишончли амалдорларни ҳам тайинлаган бўлиб, улар мол айирбошлаш, чет эллик саёҳатчи ва олимларнинг асл ниятлари, ўзга давлат бошлиқларининг Темурга бўлган муносабатлари хусусида билиб, бу ҳақида ҳукмдорга тез ва аниқ етказишга хизмат қилган. Агар бу маълумот ҳам етарли бўлмаса, Темур элчилар юборган ва ўз навбатида элчилар ҳам керакли маълумотларни аниқлаб етказиши шарт бўлган. Мана шу қоидалар ҳамда чора-тадбирлар орқали Амир Темур улкан муваффақиятга эришган. Уни "душманлар офати", "фуқаролар отаси", "адолат шиорини баланд кўтарган бирдан-бир шахс", деб аташган ва Амир Темур Ўрта Осиё халқлари учун буюк ҳукмдор намунасига айланган.

Амир Темурнинг махфий хизмати ҳақида энг холис маълумотларни Соҳибқироннинг замондоши Ибн Арабшоҳ берган. Унинг киноя ва ғаразга тўлиқ сатрларида Амир Темур махфий хизмати шахсий таркиби хусусида бебаҳо маълумотлар мавжуд.

У, — деб ёзади Ибн Арабшоҳ, — ерларининг барча томонларида ўз айғоқчиларини тарқатиб, қолган мулкларида эса жосуслар қўйган эди. Жосусларнинг буниси Қоҳирада, Муизияда бўлса, униси Дамашқда, Шамийсонядаги суфийлардан бири эди. Улардан бири чаканафуруш бўлса, иккинчиси йирик савдогар, бадхулқ полвон ва бузуки дорбоз, жафокор ва хунарманд мунажжим ва ўз табиатича иш қиладиганлар, гапчиноз қаландарлару саёқ дарвешлар, денгизчи маллоҳлару қуруқликдаги сайёҳлар, зарофатли мешқоблар, латофатли этикдўзлар, алвасти ва хийлакор Далла мисоли фирибгар кампирлар, тажрибаси бўлиб, илм талабида мағрибу машриқни кезган, пайига тушган мақсад йўлида макру-хийла маконида камолга етган, ўзининг нозик фириби ва даҳоси билан, сув билан олов, тўғрилиқ билан эгрилик ўртасида униб ўсган, макру хийлада Сосон ва Абу Зейддан ҳам ўтиб кетган, ўз ҳикмати баҳсида Ибн Синони ҳам мулзам қилган икки муҳолифни бир-бирига бириктириб, икки душманни бир-бирига қўшган (уддабурон) кишилар эдилар.¹

Биз Амир Темурнинг разведкаси ва контрразведкаси тузилиши, стратегияси ва тактикаси ҳақида аниқ маълумотларга эга эмасмиз. Лекин Амир Темур ҳақида ёзилган китобларда бу ҳақда узук-юлуқ фикрлар берилган.

Аммо бу йўналишда Амир Темурни ёқтирмаган Ибн Арабшоҳ ўзи билмаган ва истамаган тарзда ҳали ҳеч ким билмаган, қўл урмаган, журъат этолмаган мавзунини ёритиб, келгуси авлод учун қимматли маълумотлар қолдирган.

Жосуслар, — деб ёзади Ибн Арабшоҳ, — чор-атрофда бўлаётган ҳодисалар ва уларнинг хабарларини Темурга етказиб, манзилу шаҳарларни тавсифлардилар. Улар текис ва нотекис жойларининг суратини келтириб, уйлари ва диёрлари ўринларини чизиб кўрсатардилар, шулар орасида у жойларнинг яқин ё узок тор ёки кенглигини, шаҳарлар ва қишлоқларнинг номларини, манзил ва паноҳжойлар номларини, ҳар бир жойининг аҳлю бошлиқлари, амирлари, улуғлари, фозиллари, шарифлари, бойларию фақирларини, уларнинг ҳар бирининг исми ва лақабини, шухрати ва насабини, хунари ва воситаларини баён қилардилар.

¹Ибн Арабшоҳ “Амир Темур тарихи” Тошкент 1992 йил 71-бет

Натижада Темур ўз фикри билан шу нарсаларни яққол кўриб, тафаккури восита-сида ўз ерлари билан бирга хориж жойлар устидан ҳам тасарруф юритарди.¹

Чиндан ҳам олганда Ибн Арабшоҳ ўз иқрорлари билан бошқа муаррихлардан фарқли равишда Амир Темур разведкаси ва контрразведкаси хусусида қизиқарли фикрлар билдирган.

Темур аскарлари орасида, — деб ёзади Ибн Арабшоҳ — бутпараст турклар, оловга сажда қилувчи мажусий ажамлар, коҳинлару сеҳргарлар, золимлару мункирлар бор эди.²

Соҳибқирон ана шундай бағри кенг бўлгани ва шунинг учун унга мусулмонлардан ташқари, насронийлар, зардуштийлар, буддавий ва бошқа динларга мансуб кишилар садоқат ила хизмат қилганини Ибн Арабшоҳ ажабланиш ила баён этган.

Улар Тангридан ташқари ўзларига Темурни сардор ва ҳомий деб қабул қилганлар ва бу билан ўзларича кибрланиб, бағоят фахрланардилар. Уларнинг куфурликлари ҳамда унга нисбатан муҳаббатлари шунчалик даражада эдики, башарти Темур пайғамбарлик ёки илоҳийликни даъво қилса, унинг даъвосини, албатта, тасдиқлардилар. Улардан ҳар бири Темурга нисбатан меҳрини восита қилиб, ўзларини Тангри таолога яқин тутардилар.³

Ибн Арабшоҳ — Амир Темур разведкачилари, ахборотчилари хусусида сўз юритиб “Бу ҳукмда улар камдан-кам хато қилардилар”, деган хулосага келади.

Ибн Арабшоҳ Соҳибқироннинг разведка бобидаги маҳоратини тан олиб яна шуни ёзади: У ўз давлати арконларини, мамлакати аъёнларини, ўз мулоҳаза ва машварат эгаси бўлган кишиларининг бирортасини ҳам қолдирмай тўплардики, бола отанинг, ота эса боланинг ўрнини боса олмасди. Сўнгра уларга махфий тутган масаласини зоҳир қилиб, қайси томонга юриш ҳақида (улардан) маслаҳат сўрар дамда гап жиловини уларга ташлаб қўйярдди. Шунда ҳар ким ўз жидду жаҳдини сарфлаб, бу масалада мақсади ва меҳнатини кўрсатиб, ўз ижтиҳоди берган натижасини намоиш қилар, уйлаган фикри Темур муродига мувофиқ деб тасаввур этарди. Шу тарзда ҳамма фикрлар тўпланиб, бир томонга қараб юришга иттифоқ бўлгач, ушбу мажлис (аҳли) тарқаларди.⁴

Ахборотнинг нима эканлигини Амир Темур яхши англаган. Ҳозир, бизнинг замонамизда “ахборотга эга киши дунёни эгаллайди”, деб бежиз айтишмайди. Соҳибқирон эса глобаллашув жараёни ривожланмасдан етти аср илгари ахборот нималигини чуқур англаган ҳолда иш кўрган. Ана шунинг учун ҳам у етти иқлим ҳукмдори бўлган. Жаҳонда мисли кўрилмаган салтанатни барпо этган ва унинг шухратини дунёга таратган.

Амр қилдимки, — деб ёзади Амир Темур, — мингта тезюарар туя минган, мингта от минган елиб-югурувчи кишини чопқунчи, минг нафар тезюарар пиёдани (чопар) этиб тайинласинларки, турли мамлакатлар, сарҳадларининг хабарларини, қўшни ҳукмдорларнинг мақсадлари ва ниятларини билиб, ҳузуримга келиб хабар қилсинлар, токи бирон воқеа, кор-ҳол юз бермасидан бурун чора ва иложини қилайлик.⁵

Ибн Арабшоҳ гувоҳлигидан кўриниб турибдики, Амир Темур доимо сергак ва огоҳ бўлгани ҳолда ўз салтанати ва ўз яқинлари, лашкарбошилари орасида ҳам душман одамлари иш кўришини зинҳор утмаган. Аччиқ тажриба, сабоқлар ва аламли жудоликлар уни шунга ўргатган.

¹ Ўша асар 72-бет

² Ўша асар 96-бет

³ Ўша асар 97-бет

⁴ Ўша асар 73-бет

⁵ Темур тузуклари, 139-бет

Амир Темур разведка ва контрразведка нақадар катта аҳамиятга эгаллигини авлодларга ўз “Тузуқлари”да аниқ ҳаётий мисоллар билан тушунтирган: “Давлат ишида талай олчоқ ёмон одамлар бордирки, давлат душманларини яхшилаб, унинг жон фидоларини турли макр-ҳийлалар билан хароб қиладилар. Чунончи, Амир Ҳусайн вазирларимдан бирини алдаб, давлатимнинг таянчи, икки қўли булмиш амир Идику Темур ва Амир Жоқуни менга қарши қўймоқчи бўлиб гап чиқарди. Мен унинг хиёнатини фаросатимла сезиб қолдим, шунинг учун улар хусусида айтилган ҳамма гапларни эшитмаганга олдим.”¹

Ҳозирги даврда тилимизда ифвогарлик ва ёлғон хабар тарқатиш дейиладиган нарсалар Амир Темурнинг аччиқ тажрибасидан ўтган эди.

Яқинларимдан баъзилари, — деб ёзади Амир Темур, — ёлғиз қолганимизда ва одамлар олдида улуғ ва эътиборли амирларимдан бўлган Амир Аббосга ҳасад ва душманлик қилиб, унинг ҳақида бўлмағур гапларни чиқардилар. Ёлғон сўзлари шамоли билан ғазабим ўтини алангалатдилар. Натижада текшириб кўрмасдан ғазаб устида Амир Аббосни ўлимга буюрдим. Охир оқибат уларнинг Амир Аббос ҳақида хиёнат қилганларини англадим ва қилган ишимдан ўқиниб, жуда пушаймон бўлдим.”²

Амир Темур ўша хатодан кейин бир қарорга келади, ҳукмдор ҳар қандай зўр, доно ва мутафаккир бўлмасин, хатога йўл қўйиши мумкин. Демак, унинг ўзини назорат қиладиган одамлари бўлиши керак. Бу одамлар ҳалол, покиза, адолатли ва ўлимдан кўрқмайдиганлар тоифасидан танланиши керак бўлган. Соҳибқирон шундай қилган. Фуқаро ва раият ишлари бўйича уни Носириддин Маҳмуд ал-Аромий, ҳарб ишларида эса Маҳмуд Шаҳоб Хуросоний назорат қиладиган, унинг нотўғри фармон ва қарорини бекор қилиш ҳуқуқига эга бўлишган.

Ушбу маълумотлардан кўриниб турибдики, ҳеч қайси подшоҳ, султон, хон ва бошқа ҳукмдорлардан ҳеч ким ўзини тергаш, назорат этиш, амрини бекор қилишга ваколат бермаган? Бу маълумотлар Амир Темурни теран фикрлай оладиган, узоқни кўзлайдиган, сабр қаноатли саркарда эканлигини яна бир бор исботлайди.

Амир Темур салтанатни бошқаришда энг аввало, уламолар ва авлиёлар фатвосини олишни зарур деб билган ва ўзига маънавий устозлар танлаган.

Амир Темур ўзининг жангу жадалларга бой жанговар ҳаёт йўлида Аҳмад Яссавий ва Баҳоуддин Нақшбанд тариқатларининг кўп холис хизматларининг гувоҳи бўлган. Унинг шаънига ҳамду санолар битган муаррихлар шундай ёзишади, Ҳамма зафарлар унинг истеъдоди ва жасоратига боғланади. Ҳеч ким кўзга кўринмас, сирли жумбоқларга бой, бутун Мағрибу Машрикка тўр ёйган қудратли Яссавий ва Нақшбандия тариқатлари фаолиятларини тилга олмайди. Сон-саноксиз махфий даракчиларга эга бу тариқатлар ҳали ҳеч бир ҳукмдор эга бўлмаган махфий хизмат тармоқларини Амир Темур учун сафарбар қилишган.”³

Хулоса қилиб айтганда ҳарбий жанг санъатининг даҳоси, буюк давлат арбоби Амир Темур жаҳон миқёсида ўзининг бетакрор армияси ва ҳарбий стратегияси билан ўз даврининг енгилмас саркардасига айланган бўлса, унинг разведка ва контрразведка соҳасида қўллаган стратегияси нафақат ўз замонасининг, балки бугунги кун олимларининг ҳам ҳайратига сабаб бўлган. Бу эса ўз навбатида Соҳибқироннинг теран ақл-заковат соҳиби, сабр-тоқатли узоқни кўра билувчи, адолатли, устозлар ўғитига амал қилувчи, дин аҳлининг чексиз ҳурмати ва садоқатига сазовор бўлган саркарда ва давлат хавфсизлиги ҳамда салтанат

¹Темур тузуқлари, 104-бет

²Темур тузуқлари, 104-бет

³Ҳамдам Содиқов Амир Темур салтанатида хавфсизлик хизмати Тошкент 2010 й

манфаатларини ҳар нарсадан устун қуювчи шоҳ эканлигини яна бир бор исботлайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ибн Арабшоҳ “Амир Темури тарихи”. Тошкент, 1992 йил.
2. Темури тузуклари. Тошкент, 1994 йил.
3. Содиқов Ҳ. Амир Темури салтанатида хавфсизлик хизмати. Т.: 2010.

<p>С.М.Рахмонов</p> <p>Вопросы служба государственной безопасности в государстве Амира Тимура</p> <p>Аннотация: в данной статье отражена деятельность специальных групп служащих для государственной безопасности в государстве Амира Тимура. Особенно, освещены тактика и стратегия разведки и контрразведки Амира Тимура, специальные секретные группы действующие в его государстве, их структура, цели, задачи, обязанности на основе исторических источников.</p> <p>Ключевые слова: разведка, контрразведка, специальное группа, стратегия, шпион, секретная информация, дервиш, отшельник, гонец, информация, секретная служба.</p>	<p>S.M.Rakhmonov</p> <p>State security service issues in the state of Amir Temur</p> <p>Abstract: This article reflects the activities of special groups serving government security in the state of Amir Temur. Especially tactics and strategy of reconnaissance and counterreconnaissance of Amir Temur, special secret groups operating in his state and their structures, goals and tasks are highlighted on the basis of historical sources.</p> <p>Keywords: reconnaissance service, counterreconnaissance, special group, strategy, spy, secret information, calendar, hermit, runner, information, secret service.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС

Ж.С. Файзиев – СамИСИ доценти, т.ф.н.

ОВҚАТЛАНИШ КОРХОНАЛАРИДАГИ ЗАМОНАВИЙ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ

Аннотация: ишда овқатланиш корхоналаридаги замонавий хизмат кўрсатиш технологияларини асосий йўналишлари талқин этилган. Таҳлил натижасида хизмат кўрсатиш технологияларини ташкил этиш хусусиятлари, уларни устунлиги ва камчиликлари кўрсатилган ва улардан мақсадга мувофиқ фойдаланиш бўйича тавсиялар келтирилган.

Калит сўзлар: концептуаль умумий овқатланиш корхоналари, ресторан-кабаре, ресторан-трактир, ресторан-клуб, виртуаль ресторанлар, кейтеринг, мерчандайзинг.

Давлатимиз томонидан хизмат соҳаси корхоналари фаолиятини мутаносиб ривожлантириш ва диверсификациялаш, тақдим этилаётган хизматлар рақобатбардошлиги ва сифатини таъминлашга қаратилган қатор чора-тадбирлар амалга оширилмоқда[1].

Замонавий хизмат кўрсатиш технологиялари татбиқ этиладиган хизмат соҳаси тармоқларидан бири ресторан бизнеси ҳисобланади. Ресторан бизнесини ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари жамиятдаги ўзгаришлар, хусусан одамларни ҳаёт даражасини яхшилашга боғлиқдир. Меҳмонларга хизмат кўрсатишда юқори даражага эришган ресторан нафақат даромадлар олади, шу билан бир қаторда овқатланиш хизматлари бозорида ўзини рақобат ҳолатини яхшилади. Шу боис овқатланиш корхоналаридаги замонавий хизмат кўрсатиш технологиялари асосий йўналишларини таҳлил этиш асосида хизмат кўрсатиш технологияларини ташкил этиш хусусиятларини, уларни устунлиги ва камчиликларини аниқлаш ва улардан мақсадга мувофиқ фойдаланиш бўйича тавсиялар шакллантириш долзарб ҳисобланади.

Умумий овқатланиш корхоналаридаги замонавий хизмат кўрсатиш технологияларининг асосий йўналишлари қуйидагилар ҳисобланади: концептуаль умумий овқатланиш корхоналарини яратиш; буюртмаларни Интернет тармоғи орқали қабул қилишни ва уни истеъмолчиларга етказиб берилишини таъминловчи виртуал ресторанлар тармоғини кенгайтириш; таомларни хўрандалар ҳузурида тайёрлаш; кейтеринг тизими бўйича хизмат кўрсатишни ташкил этиш; мерчандайзингни (маҳсулотлар ва хизматлар сотуви) ташкил қилиш.

Концептуаль ресторанларда интерьер миллий ёки экзотик стилда безатилиб таомнома эса турли - туман ошхоналар ва стиллар таъсирида шакллантирилади. Концептуаль ресторанининг ғояси тадбиркор томонидан маълум мавзунини танлашни, унга мувофиқ таомнома ишлаб чиқишни, интерьерни безатилишини, жиҳоз, идиш, маҳсулотлар ва ичимликлар таъминотчиларини танлашни тақозо қилади. Мавзу сифатида киноматографик, тарихий, бадий ёки бошқа сюжет фойдаланилиши мумкин. Танланган мавзу кабаре ёки клуб ресторанини яратилишини назарда тутати.

Кабаре ресторанида меҳмонлар яхши овқатланиш, ажойиб винодан татиб кўришлари билан биргаликда тақлиф этилган кўнгиш ошиш дастуридан дам олиш имкониятига ҳам эга бўлишади. Бундай ресторанда меҳмонлар театрлаштирилган намоиш ёки карнавални ташкиллаштирилишига жалб қилинади ва маълум ўйинни иштирокчиларига айланишади.

Клуб ресторанларда меҳмонларни нафақат ажойиб таомлар ва винолар, балким қизиқишлари бўйича қизгин суҳбатлар ҳам кутади. Амал қилиши маълум муддатга эга бўлган аъзолик карточкалари жорий этилиши мумкинки, улар бир меҳмон учун текин ташриф буюриш ҳуқуқини, шунингдек столга буюртма беришда устунликни беради. Катта шаҳарларда концептуал ресторанлар ўзини мавзули йўналишини сақлаб қолган ҳолда кўнгил очиш комплексига айлантирилиши мумкинки, бундай комплекс ўзида ресторан, бар, тунги клуб, казино ва дискотекани бирлаштириши мумкин. Истеъмолчиларни бундай кўнгил очиш комплексларига жалб қилиш учун шоу-дастурлар ташкил этилади, эстрада артистлари таклиф этилади, қўриқланадиган автомобил тўхташ жойлари ва бошқалар барпо қилинади.

Виртуал ресторанларда буюртмаларни Интернет тармоғи бўйича қабул қилиш ва уни истеъмолчиларга етказиб бериш амалга оширилади.

Замонавий хизмат кўрсатиш технологиялари потенциал мижозларга Интернет тизими орқали тегишли ресторан саҳифасига кириш, таомлар, уларни нархлари ҳақида маълумотлар олиш, компьютер экранда овқатланиш залини ва столлар жойлашувини кўриш имкониятини беради. Интернет саҳифасидаги асосий мижоз рестораннынг бўлғуси истеъмолчиси ҳисобланиб, у нафақат информация билан танишиши, хабарнома жўнатиши, балким айни пайтда ресторан менежери билан гаплашиши ва хаттоки, мулоқот пайтида уни кўриши ҳам мумкин. Истеъмолчи нафақат ресторандаги столга буюртма бериши, балким ҳисоб ёки кредит картаси рақамини киритиш орқали тўловни ҳам амалга ошириши мумкин. Бу ҳолда ресторан менежери буюртма ҳақидаги, ҳисобчи эса тўлов ҳақидаги ахборотни тасдиқлайди. Шунинг таъкидлаш лозимки, бу ишларни ҳаммаси санокли дақиқаларда амалга оширилади. Интернет тармоғи орқали ташриф буюрувчиларга столни олдиндан банд қилиш, таомномадаги таомларни визуал тарзда намойиш қилиш, фикрлар билан алмашиш ва бошқалар таклиф этилиши мумкин. Панорамали расмга тушириш технологияси мижозларга овқатланиш залларини интерьерни ва таомларни таркибига кирувчи масаллиқлар билан батафсил танишиш имконини беради.

Ҳозирги пайтда электрон тармоқда ресторанлар ҳақидаги маълумотларга ихтисослашаётган Интернет бирлашмалар шаклланимоқдаки, янги технологиялар сайтлар ишлаб чиқарувчиларига сифатли дизайн яратиш имконини беради. Бунда сайт рестораннынг номи ва манзили, концепцияси, таомномаси, иш тартиби каби маълумотларга эга бўлади. Сайтга ресторанга қандай етиб бориш, автомобил тўхташ жойини мавжудлиги, яқин кунлар ичида қандай реклама тадбирларини ўтказилиши, кечки пайтда қандай мусиқий дастур намойиши бўлиб ўтади каби қўшимча маълумотлар ҳам жойлаштирилиши мумкин. Шунинг айтиш жоизки, сайт кўп сонли мижозларни жалб қилиш дастаги ҳисобланади ва ресторан даромадларини ошишига кўмаклашиши лозим.

Таомларни хўрандалар ҳузурида тайёрлаш замонавий хизмат кўрсатиш технологиясида меҳмонлар диққатини тортиш учун таомномада ушбу таомларга тўғри тавсиф бериш ва расмларни келтириш, персонални ўқитиш лозим бўлади. Таомларни ташриф буюрувчиларни кўз ўнгида тайёрлаш учун тажрибали ошпазлар жалб қилинади. Ошпаз томонидан иссиқ таомлар тайёрланаётган пайтда официант тадбир кечишини кузатиб бориши, меҳмонларга газаклар, ичимликлар таклиф этиши лозим бўлади. Хўрандалар таом тайёрлаш босқичида ошпаз ишини кузатиш имкониятига эга бўлишади. Шунинг учун персонални ҳаракатлари ишончли бўлиши лозим, чунки бу ҳаракатлар истеъмолчиларни ҳолатига таъсир қилади, уларни кайфиятини кўтаради. Айниқса, бунда меҳмонга нисбатан кўрсатилган шахсий эътибор унга бўлган ҳурматни белгилайди. Таом тайёрлашни

яқуни ва уни меҳмонга узатилиши босқичида меҳмонни хизмат кўрсатувчи персонал билан алоқасини мустаҳкамланиши рўй беради, меҳмонда бу ресторанга келгусида ташриф буюриш истаги уйғонади.

Ресторан бизнесида кейтеринг тизими бўйича чеккага чиқиб хизмат кўрсатиш замонавий хизмат кўрсатиш технологиясига тегишлидир. Кейтеринг ресторандан ташқарида қабул, банкетни ташкил қилиш ёки спорт ўйинлари ва бошқа йирик томоша тадбирларига хизмат кўрсатиш учун зарур бўладиган озиқ-овқат маҳсулотлари, ичимликлар, идишлар ва бошқаларни етказиб берувчи ресторан ёки корхона ҳаракатларини англатади.

Қуйидаги кейтеринг кўринишлари маълум: хоналарда; ресторандан ташқарида; ижтимоий; етказмалли (маҳсулот етказиб бериш контракти бўйича); чакана сотув; VIP- кейтеринг. Кейтеринг индустриясини ривожланиши ва истеъмолчилар талабини ошиши шунга олиб келадикки, биргина хизмат етказиб берувчи бир неча хизмат кўрсатиш вариантларини таклиф этиши мумкин. Ушбу соҳани ривожланиши кейтеринг кўринишлари таснифини қуйидаги мезонлар бўйича кенгайтириш заруриятини юзага келтирди: хизматларни тақдим жойи бўйича; буюртмачилар контингенти бўйича; нарх сегменти бўйича; таомларни тайёрлаш жойи бўйича; хизматларни тақдим этиш тўлиқлиги бўйича; тадбирлар кўринишлари бўйича; тақдим этилган хизматларни типи бўйича[2].

Хоналардаги кейтеринг ресторанда хизмат кўрсатиш билан кўпгина умумий хусусиятларга эга. Сервис хизматлари буюртмачисига (фирмага) турли тадбирларни ўтказиш учун жиҳозланган хоналар таклиф этилади. Бу қуйидагилар бўлиши мумкин: аванзаллар, комбинациялашган қабулларни ўтказиш учун банкет заллари; маҳсулотларни тайёрлаш ва таомларни пишириш учун ошхона; совутиш шкафлари мавжуд бўлган хона; идишларга санитария ишлов бериш учун жой ва жиҳозлар (идиш ювувчи машиналар, ванналар); ичимликлар, ошхона идиш ва асбоблари, ошхона дастурхон ва сочиқлари, стол ва залларни безатиш учун зарур бўлган буюмларни сақлаш хоналари.

Ушбу кейтеринг кўринишини устунлиги чиқиш тадбирига тайёргарлик кўриш учун сарфланадиган вақтни тежалиши ҳисобланади. Камчилиги ушбу хизмат кўринишини тақдим этадиган чиқиб хизмат кўрсатувчи ресторан учун лизинг, суғурта, юк ҳужжатлари ва ишлаб чиқариш чиқимларини тўлови бўйича катта харажатларни мавжудлиги ҳисобланади.

Ресторан ташқарисидаги кейтеринг овқатланиш индустриясида жуда кенг тарқалган. У буюртмачи ҳудудида уни талабларига мувофиқ хизмат кўрсатишни тақозо қилади. Чиқиб хизмат кўрсатувчи ресторанлар ушбу хизмат кўрсатиш технологиясидан қабулларни, банкетларни фирма биносида, шаҳар ташқарисидаги ҳовли-жойларда, турар жойларда ташкил этишда фойдаланишлари мумкин. Ресторандан ташқарида банкет ёки тақдимотларни ташкил этишда буюртмачи билан қуйидагилар келишиб олинishi зарур: банкет хусусияти, иштирокчиларни сони ва таркиби; банкетни бошланиш вақти ва уни давом этиш муддати; таомнома ва винолар харитаси; хоналар таркиби ва столларни жойлаштириш схемаси.

Банкетга тайёрланиш давомида ресторан ишчилари ушбу мақсадга ажратилган хоналар билан танишишади. Берилган буюртма асосида идишлар, асбоблар, ошхона дастурхон-сочиқлари миқдори ҳисобланади. Айни бир вақтда чиқиш банкетини ташкил этаётган менежер официантлар сонини аниқлайди.

Ҳисоблар асосида идишлар, асбоблар ва дастурхон-сочиқлар танлаб олинади. Синишдан сақлаш мақсадида идишлар ҳар бир идиш тури учун бўлимларга эга бўлган, ички томони матоҳ билан елимланган контейнерларга жойлаштирилади. Буюртмачи билан келишилган таомномани ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқариш ва сервис-бар ишчилари газаклар, таомлар, ярим тайёр маҳсулотлар,

пазандачилик ва қандолат маҳсулотлари, ичимликларни тайёрлашади. Тадбирни ўтказиш кунда маҳсулотларни белгиланган сақлаш муддатларини ҳисобга олган ҳолда олдиндан уларни жойларга жўнатишади. Бу ҳолда хизмат бажарувчиси таомларни тайёрлаш ва етказиб бериш, буфет-барлар, банкет столларини сервировкалаш ва безатиш, залларни йиғиштиришга масъул ҳисобланишади ва олдиндан тузилган шартномага мувофиқ тадбир тугагандан кейин тўлиқ ҳисобни амалга оширишади. Кейтеринг учун, хусусан оммавий дам олиш жойларида (томоша боғлари ва боғлар), махсус жиҳозланган автомобиллар, тиркама ва ярим тиркамалар фойдаланилади.

Ресторан ташқарисидаги кейтерингни устунлиги шундан иборатки кўпгина харажатлар (хоналарни ижарага олиш, юк ҳужжатлари чиқимлари, коммунал хизматларни тўлаш, солиқлар) хонадаги кейтерингга нисбатан анча паст бўлиши мумкин. Камчилиги жўнатиш воситалари ва тайёрланган таомлар, пазандалик ва қандолат маҳсулотлари, ичимликларни сақлаш ва етказиб бериш учун махсус жиҳозларга бўлган юқори харажатлар ҳисобланади.

Ижтимоий кейтеринг ижтимоий тадбирни амалга ошириш учун таом тайёрлаш бўйича хизматларни тақдим этиш ҳисобланади. Ушбу кейтеринг турини асосий фарқи шундан иборатки, таом тайёрлаш жараёни буюртмачини ҳудудида ва уни назорати остида амалга оширилади. Ижтимоий кейтеринг хизматларидан таклиф қилинганлар сони унчалик катта бўлмаган (10-50 киши) оилавий базмларни ташкил этишда фойдаланиш тавсия этилади. Ижтимоий кейтерингни устунлиги унчалик катта бўлмаган юк ҳужжатлари чиқимлари ва жиҳозларга қилинадиган харажатларни бўлмаслиги ҳисобланади.

Етказмалар (кўчма) кейтеринг одамлар гуруҳини овқат билан таъминлаш зарур бўлган жойларга, масалан, қурилиш ва тасвирга тушириш майдончалари, офисларга ярим тайёр маҳсулотларни етказиб беришни назарда тутати. Ярм тайёр маҳсулотлардан буюртмачи ҳузурида овқат тайёрлаш учун умумий овқатланиш корхонаси-хизмат бажарувчисига ихтисослашган кўчма жиҳозлар зарур бўлади. Шунинг учун ушбу кейтеринг кўриниши катта молиявий харажатлар билан боғлиқ.

Тайёр пазандачилик маҳсулотларини сотуви кейтеринг кўриниши ҳисобланиб, бунда умумий овқатланиш корхонаси уйларга иссиқ таомларни етказиб бериши, спорт мусобақалари, фестиваллар, карнаваллар ва бошқа ижтимоий тадбирларда овқатланиш маҳсулотлари савдосини амалга оширади.

VIP- кейтеринг юқори малакали ошпаз ва официантларни жалб қилган ҳолда чиқиб ресторан хизмати кўрсатилишини назарда тутати. Буюртмачи хонасида ва уни кузатуви остида маҳсулотларга ишлов бериш ва таом тайёрлашни тўлиқ цикли амалга оширилади. Ушбу шахслар узок сафарлар давомида буюртмачига ҳамроҳ бўлишлари мумкин.

Ҳозирда умумий овқатланиш мерчандайзинги ҳам замонавий хизмат кўрсатиш технологияси сифатида қаралмоқдаки, у умумий овқатланиш маҳсулоти ва хизматини сотишнинг рағбатлантириш бўйича фаолият ҳисобланади. Ушбу йўналиш истеъмолчилик хоҳишларини яратиш усули сифатида қаралиши мумкин. Ресторан, кафе ёки барларда сотув ҳажмларини ошириш учун қуйидаги мерчандайзинг усулларидан фойдаланиш тавсия этилади: таом ва ичимликлар дизайни; янги хизмат кўрсатиш усулларини татбиқ этиш; залда ташвиқотни амалга ошириш; ишонтирувчи сотув; маҳсулот ва хизматларни танлашда таклиф бериш.

Шундай қилиб, умумий овқатланишда кенг тарқалаётган замонавий хизмат кўрсатиш технологиялари ресторан бизнесини инновацион ривожлантиришни устувор йўналишлари ҳисобланади. Янги хизмат кўрсатиш технологияларини татбиқ этиш мураккаб ва кўп қиррали жараён ҳисобланиб, тадбирни умумий

концепциясини пухта ўйлаб кўришни ва амалга ошириш учун мутахассислар томонидан янги ғояларни илгари сурилишини тақозо қилади. Замонавий хизмат кўрсатиш технологияларини кенг ривожлантириш нафақат ресторан бизнеси сегментидаги корхоналар самарадорлигини ошириш, балким кичик ва ўрта бизнесни ривожлантириш учун ҳам янги имкониятлар яратади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. 2016 йил 26 февралдаги “Хизмат соҳасини 2016-2020 йилларга мўлжалланган ривожлантириш дастури тўғрисида” ги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 55-сонли қарори.
2. Кондратьев К.П. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания. Учебное пособие. -Улан-Уде: Издательство ВСГТУ, 2007. -104 с.
3. Дяченко А. А., Власенко М. А. Днепрпетровский национальный университет имени Олеса Гончара (Украина). Кейтеринг как инновация в ресторанном бизнесе.

Ж.С.Файзиев	J.S.Fayziev
Современные технологии обслуживания в предприятиях питания	Modern technologies of service in food enterprises
Аннотация: в работе проанализированы основные направления современных технологий обслуживания в предприятиях питания. В результате анализа показаны особенности организации, преимущества и недостатки технологий обслуживания и приведены рекомендации по их целесообразному использованию.	Abstract: in the article the main directions of modern service technologies in food enterprises are analyzed. As a result of the analysis, features of the organization, advantages and disadvantages of service technologies are shown and recommendations for their appropriate use are given.
Ключевые слова: концептуальные предприятия общественного питания, ресторан-кабаре, ресторан-трактир, ресторан-клуб, виртуальные рестораны, кейтеринг, мерчандайзинг	Keywords: conceptual catering enterprises, restaurant-cabaret, restaurant-tavern, restaurant-club, virtual restaurants, catering, merchandising.

О.М.Пардаев – СамИСИ доценти, и.ф.д.

М.Ташев – СамИСИ талабаси

**АГРОКЛАСТЕР: МАҲСУЛОТЛАРНИ САҚЛАШ ВА СОТИШ БИЛАН
БОҒЛИҚ ХИЗМАТЛАР САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ
ИМКОНИАТЛАРИ**

<p>Аннотация: мақолада агрокластернинг маҳсулотларни сақлаш ва сотиш билан боғлиқ хизматлар самарадорлигини оширишга қаратилган имкониятлари қараб чиқилган. Унда эркин иқтисодий шароитидаги мавжуд рақобат билан бирга турли субъектлар ҳамкорлигидан фойдаланиш имкониятларининг ҳам кенглиги исботланган.</p> <p>Калит сўзлар: кластер, агрокластер, маҳсулотларни сақлаш, маҳсулотларни сотиш, рақобат, ҳамкорлик, хизматлар, кластер.</p>

Иқтисодиётнинг барча жараёнларида ҳамкорлик билан қилинган ҳаракатлар катта муваффақият келтириши мумкин. Ҳамкорликнинг илғор инновацион усулларида бири кластер усули бўлиб ҳисобланади. Ушбу усулдан фойдаланиш ҳозирги кунда ўта долзарб масалалардан бири бўлиб қолмоқда.

Мамлакатимизда бозор муносабатлари шароитида турли мулк шаклига эга бўлган иқтисодиёт ва унинг субъектлари шаклланди ва ривожланмоқда. Бундай субъектларнинг ривожланиши асосан рақобатга таянилади. Рақобат инсоният тараққиётида узоқ йиллар давомида шаклланган ва ўзининг маълум даражада ижобий ва салбий томонлари билан кўзга ташланиб келинаётган иқтисодий жараёнлардан биридир. Аммо ҳозирги шиддат билан ўзгариб турган ва тараққий этаётган замонда эски қолиплар ва андозалар билан ҳам ривожланиб бўлмайди. Ривожланишнинг турли йўллари ва дастакларини танлаб олиш ҳар бир давлатнинг ва ҳар бир иқтисодиёт субъектининг ўз ихтиёрида. Бундан ўзининг мустақил тараққиёт йўлини танлаб олган ва ушбу йўлда сабитқадам билан ривожланиб бораётган Ўзбекистон ҳам мустасно эмас.

Шундай экан мамлакатимиз ҳам ривожланишнинг мумтоз тури билан биргаликда бошқа янгича механизмларини танлаб олишга ҳам ҳақли, деб ўйлаймиз. Улардан бири **рақобат ўрнига ҳамкорлик** йўлидир. Бу йўл бизнинг менталитетимизга ҳам тўғри келади. Чунки рақобат маълум даражада зиддиятларни келтириб чиқариши табиий. Зеро, индивидуализм ривожланган жойда ҳар ким ўзи билан ўзи бўлиб юрадиган шароитда рақобат тараққиёт учун жуда қулай. Ҳар бир хўжалик юритувчи субъект ўзича, ўзининг услуби ва воситалари билан ривожланаверади. Аммо бизда жамоавийлик ривожланган. Ҳар бир рақобатчи субъектнинг атрофида ва орқасида катта жамоалар мавжуд.

Агар корхоналар бир-бири билан кескин рақобатда бўлса, фақат шу икки корхона ёки шу рақобатчи корхоналар эмас, балки, уларнинг орқасида турган катта жамоа ўртасида ҳам рақобат пайдо бўлади. Бундай шароитда жамоалар ўртасида зиддият пайдо бўлади. Бу эса, ўз навбатида тараққиётга эмас, балки курашга олиб келади. Кураш жараёнида эса, албатта бирини иккинчиси синдиришга ҳаракат қилади. Ҳар бир синган корхона мамлакатимиз иқтисодиёти учун жароҳат ҳисобланади.

Синган корхоналарнинг жароҳатлилигини қуйидагича изоҳлаш мумкин:

- шу корхонада фаолият кўрсатаётган ходимлар ишсизлар сафига кўшилади;

- корхона ишлаб чиқараётган маҳсулот (иш, хизмат)лар бозорда камаяди ва уларга нисбатан тахчилликни вужудга келтиради;

- бир қанча хонадонлар фаровонлигига салбий таъсир қилади, чунки ишсиз қолган хонадонларга ҳар ойида келадиган ойлик маоши тўхтайдди;

- корхона ўзининг фаолияти натижасида сотилган маҳсулот (иш, хизмат) ва оладиган фойданинг бир қисмини солиқ сифатида тўлаш орқали бюджетни тўлдириб бораётган бўлади, аммо у тўхтагач давлат бюджети даромадларининг шаклланишига ҳам салбий таъсир қилади;

- ҳаммаси пировардида жамиятнинг иқтисодий ва ижтимоий ҳаётига салбий таъсир қилади.

Шу туфайли ҳар бир корхонанинг эркин фаолият кўрсатишини таъминлаш, уларни бир-бирига кўмаклашиш кўникмасини ташкил қиладиган ҳамкорлик муҳитини яратиш лозим. Бундай шароитда рақобатдан кўра жамоавийлик, унинг қулай услубларидан бири бўлган ҳамкорлик масаласи устуворликни ташкил қилади.

Буларнинг ўзига хос хусусиятларини қуйидаги жадвалдан ҳам кўриш мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

Рақобат ва жамоавийликнинг ўзига хос хусусиятлари¹

Рақобатнинг ўзига хос хусусиятлари	Ҳамкорликнинг ўзига хос хусусиятлари
Рақобат шароитида ҳар бир корхона ўзи, ўз услубларини ишлатган ҳолда фаолият кўрсатади.	Ҳамкорлик шароитида барча ҳамкор корхоналар бир-бирига ёрдам бериб, ўзаро тажриба алмашиб биргаликда фаолият кўрсатади.
Ҳар бир муваффақиятга элтувчи усуллар тижорат сири сифатида ошкор қилинмайди	Ҳар бир муваффақиятга элтувчи усуллар тижорат сири сифатида сир сақланмайди, жамоада ошкора амалга оширилади
Сир сақланган тараққиёт механизми асосан битта ёки бир қанча ушбу усулни қўллаётган иқтисодиёт субъектларигагина хизмат қилади	Қулай тараққиёт механизми сир сақланмаса бутун жамоага ва ушбу жамоадаги барча иқтисодиёт субъектларига ва кенг қўламдаги иқтисодиётга хизмат қилади
Илғор ғоялардан бир гуруҳ иқтисодиёт субъектлари манфаатдор бўлади	Илғор ғоялардан гуруҳга кирувчи жамоадаги барча иқтисодиёт субъектлари манфаатдор бўлади
Рақобат нитижасида фаолият кўрсатиб турган иқтисодиёт субъектлари синиб, банкротга учраб ўз фаолиятларини тўхтатишга мажбур бўлади	Жамоавий фаолиятда ҳамкорлик эвазига фаолият кўрсатаётган иқтисодиёт субъектлари асосан ривожланиб ва кенгайиб бораверади
Тўхтаб қолган иқтисодиёт субъектларида фаолият кўрсатаётган ходимлар ишсизлар армиясига қўшилиб, бандлик масаласини мураккаблаштириб туради	Узлуксиз фаолият кўрсатаётган иқтисодиёт субъектларида ходимлар доимий иш билан таъминланган ва уларнинг кенгайиши эвазига янги иш ўринларининг очилиши рўй беради.

Ҳозирги пайтда иқтисодиётда ҳамкорликнинг янги йўналишларидан бири – кластер усулидан фойдаланиш орқали юқори самарадорликка эришилмоқда. Унинг таркибий қисми бўлган хизмат кўрсатиш соҳасида ушбу йўналиш янада муҳим роль ўйнайди. Чунки хизмат кўрсатиш ишлаб чиқаришга таъсир қилса, унинг ўсиш даражаси хизмат кўрсатишни такомиллаштиради. Бу ўзаро боғлиқлик иқтисодиётнинг барча соҳа ва бўғинларида содир бўлиши табиий. Бундан ҳам кўриниб турибдики, ишлаб чиқариш билан шуғулланувчи корхоналар ва уларга хизмат кўрсатадиган субъектлар ўртасида кластер ташкил бўлиши керак.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг таркибий қисми бўлган сақлаш ва сотиш хизматларини ривожлантиришда ҳам бир қанча замонавий усуллардан фойдаланишни тақозо қилади. Ушбу усуллардан бири – “синергетик самара” усулидир. Бу ҳам бирорта масалани ёки муаммони ҳал қилишда хўжалик юритувчи субъектларнинг бирлашишини тақозо қилади. Ушбу ҳолат билан боғлиқ тушунча ва жараёнларнинг хизмат кўрсатиш соҳасида қўлланилиш имкониятлари алоҳида мавзу. Аммо шунга ўхшаш усуллардан бири кластер усули бўлиб, у ҳам турли хўжалик юритувчи субъектлар ўртасида ҳамкорликни юзага келтиришга қаратилгандир.

Тадқиқотларимиз кўрсатдики, кластернинг турли шакллари мавжуд экан. Улардан бири ҳудудий кластердир. Ушбу йўналиш бўйича Самарқанд вилоятида

¹Мазкур жадвал тадқиқотлар натижасида муаллиф томонидан ишлаб чиқилди.

маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари кластери, бизнинг фикримизча куйидагиларни ўз ичига олади (1-расм):



1-расм. Самарқанд вилояти учун тавсия қилинган маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари бўйича агрокластер¹

Ушбу расмдан кўриниб турибдики, маҳсулотларни сақлаш ва сотиш билан боғлиқ жуда кўп субъектлар бир-бири билан узвий равишда боғлиқ экан. Уларнинг бошини қовуштириш ва барча кучларни бир мақсад сари йўналтириш учун қаратилган тадбирларни амалга ошириш учун вилоятда айнан шу масалани ҳал қилишга қаратилган ҳудудий дастурини ишлаб чиқишни тақозо қилади. Бунга фақат маҳсулотларни сақлаш ва сотиш билан шуғулланадиган субъектлар эмас, балки шунга манфаатдор бўлган барча корхона, ташкилот ва идоралар кучларини жамлашга тўғри келади. Хулоса қилиб айтганда, вилоятда маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари кластерини яратиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Вилоятдаги вазиятни ўрганиб, маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари кластерини ишлаб чиқишга муваффақ бўлдик. Бундан кўриниб турибдики, ушбу соҳани ривожлантириш учун фақат маҳсулотларни сақловчи корхоналар ёки ҳокимиятнинг кучи етмайди. Маҳсулотларни сақловчи корхоналар тегишли инфратузилмани ташкил қилиш учун улардаги мавжуд маблағи ҳам етишмаслиги мумкин. Ундан булар бевосита манфаатдор ҳам эмас. Ҳокимиятнинг ҳам маҳаллий бюджети маҳсулотларни сақлашни юқори даражага кўтариши учун зарур бўлган харажатларни кўтара олмайди. Шу туфайли, ушбу тадбирни амалга ошириш учун бир қанча кучларни бирлаштириш лозим бўлмоқда. Бунга эришишнинг замонавий йўлларида бири, унинг кластерини ташкил қилишдан иборат, деб ўйлаймиз.

Кластер усулининг моҳияти шундаки, расмда келтирилган барча субъектлар маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматларини ривожлантиришнинг ягона дастурини ишлаб чиқади ва унда ҳар бирининг вазифаси ва масъулияти аниқ белгилаб олинади. Масалан, маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматларини

¹ Тадқиқотлар натижасида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

кўрсатувчи субъектлар нима билан шуғулланади, шу маҳсулотларни кимлар етиштиради, ташиш билан ким шуғулланади, йўлни ким таъмирлайди, янги йўللарни ким куради, ички ва ташқи инвесторларнинг вазифалари нималардан иборат бўлади каби масалаларнинг барчаси келишилиб олинади. Шундагина вилоятда маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматларини ривожлантириш бўйича ягона дастур шаклланиб, уни ривожлантиришга ҳамкорликда эришилади. Буни мувофиқлаштирувчи ташкилот вилоятда вилоят ҳокимлиги, туман ва шаҳарларда, мос равишда, туман ва шаҳар ҳокимликлари бўлади.

Ушбу жараёнда бир нарсани таъкидлаш жоизки, илоят (туман ёки шаҳар) ҳокимлиги маъмурий бошқарувчи эмас, балки бошқа субъектлар билан тенг ҳуқуқли ҳамкор сифатида иштирок этиши лозим.

Бизнинг фикримизча, Самарқанд вилоятининг Жомбой, Булунғур, Тайлоқ ва Самарқанд каби мева ва сабзавотларга ихтисослашган туманларида маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматларини мувофиқлаштирувчи кенгаш тузишни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Ушбу ташкилотнинг номини “Маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматларини ривожлантиришни мувофиқлаштирувчи Кенгаш”, деб аташ мумкин. Ушбу Кенгаш шу соҳа бўйича кластер вазифасини ўтайди. Унинг таркибий қисмлари сифатида маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари билан шуғулланувчи йирик корхоналар, ундан манфаатдор ва у билан боғлиқ бўлган корхона раҳбарларини киритиш мумкин. Улар бошланишда жамоатчилик асосида, кейинчалик пуллик хизматларни йўлга қўйиб, тижорат асосида фаолият кўрсатишлари мумкин.

Фикримизча, ушбу кенгаш раиси вазифасига вилоят, туманларда бўлса, туман ҳокимлари ёки унинг иқтисодий ва ижтимоий ишлари бўйича ўринбосарлари тайинланишлари мумкин. Унинг аъзолари таркибига шунингдек, ушбу хизматларни ривожлантиришдан манфаатдор бўлган бошқа ташкилотларни ва олимларни ҳам киритиш лозим бўлади. Чунки бу борадаги ишланмалар илмий тавсиялар учун ушбу кластер тажриба майдони бўлиб ҳисобланади.

Таъкидланганидек, ушбу кенгаш аъзолари биринчи босқичда жамоатчилик асосида фаолият кўрсатишлари лозим. Кейинчалик маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари билан шуғулланувчи субъектлар ва уларга дахлдор ташкилотлар ривожланиши оқибатида ушбу кенгашнинг фаолиятини таъминлаш учун маълум миқдорда ажратмалар қилиши ҳисобидан унинг маблағини шакллантирса бўлади. Бундан ташқари, ушбу идора назорат қилувчи ташкилот бўлмасдан кўмаклашувчи ва мувофиқлаштирувчи ташкилот бўлиб ҳисобланади. Улар мамлакатимизнинг ва бошқа хорижий мамлакатларнинг турли ҳудудларидан ҳар хил эҳтиёт қисмлари, технологияларни олиб келиши ва уларни таъмирлаш хизматларини амалга ошириши мумкин. Бунинг эвазига улар маълум даражада маблағ ишлаб топади.

Шуни таъкидлаш жоизки, Кенгашга йўналтирилган маблағлар маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари билан шуғулланувчи субъектлар ва унга дахлдор бўлган ташкилотларга бир неча баробар кўпроқ фойда келтириши лозим бўлади. Кенгаш тузилишидан мақсад ҳам маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари кластерини ташкил қилиш натижасида юқори синергетик самарадорликка эришишдан иборат бўлади.

Биз тавсия қилаётган ушбу маҳсулотларни сақлаш ва сотиш хизматлари кластерини вилоятда (туманларда) бошқа соҳаларни ривожлантириш учун ҳам бемалол қўлланилиши мумкин. Бу ҳақда вилоят ҳокимлигининг тегишли розилиги мавжуд ва мутасадди ташкилотлар ушбу усулни қўллаш бўйича тавсияларимизни маъқулладилар. Келажакда, ушбу усуллардан фойдаланиш объектив заруратга айланиб қолади. Чунки кучларни бирлаштириш ва ундан

ақилона фойдаланиш масаласи кун тартибда бўладиган ва катта самара берадиган усуллардандир.

<p>О.М.Пардаев, М.Ташев Агрокластер: возможности повышения эффективности услуг хранения и реализации продуктов</p>	<p>O.M.Pardaev, M.Tashev Agrocluster: opportunities to improve the efficiency of storage and sale of products</p>
<p>Аннотация: в статье рассмотрены возможности агрокластера по повышению эффективности услуг хранения и реализации продуктов. В ней также доказаны безграничные возможности сотрудничества различных субъектов в условиях конкуренции свободной экономики.</p> <p>Ключевые слова: кластер, агрокластер, хранение продуктов, реализация продуктов, конкуренция, сотрудничество, услуги, кластер.</p>	<p>Abstract: The article considers the possibilities of an agrocluster for increasing the efficiency of services for storage and sale of products. It also proves the boundless possibilities of cooperation between various actors in the context of a competitive free economy.</p> <p>Keywords: cluster, agrocluster, storage of products, sale of products, competition, cooperation, services, cluster.</p>

И.И.Файзиева – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ассистенти

АҲОЛИГА МАИШИЙ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ: МУАММОЛАР ВА ИСТИҚБОЛЛАР

<p>Аннотация: мақолада аҳолига маиший хизмат кўрсатишнинг хизматлар соҳасидаги ҳозирги ўрни ва ривожланиш истиқболлари ҳақида сўз юритилади. Муаллиф томонидан аҳолига маиший хизмат кўрсатишнинг илмий-методик муаммолари тадқиқ қилинмоқда.</p> <p>Калит сўзлар: маиший хизмат, маиший хизмат кўрсатиш, хизматлар соҳаси, маиший хизмат кўрсатишни ривожлантириш.</p>

Хизматлар соҳасини ривожлантириш ва уни иқтисодиётнинг етакчи соҳаларидан бирига айлантириш Ўзбекистон Республикаси истиқболидаги стратегиясининг асосий вазифаларидан ҳисобланади. Постиндустриал ривожланиш тажрибаси шуни кўрсатадики, хизматлар соҳасининг жадал ривожланиши жаҳон тенденцияси ҳисобланиб, аҳоли ва жамият фаровонлигини таъминловчи энг самарали восита бўлиб хизмат қилади.

Хизматлар соҳасининг кенг қамровлиги, унда аҳолининг бандлигини таъминлаш имкониятининг кенглиги, моддий ресурслар талаб этилиш даражасининг пастлиги ҳамда ривожлантириш салоҳиятининг юқорилиги иқтисодиётнинг бошқа реал соҳаларидан устунлигини кўрсатиб беради. Шу билан биргаликда мазкур соҳанинг ижтимоий аҳамиятини ҳам эсдан чиқармаслик лозим, чунки хизматлар соҳаси аҳоли билан бевосита алоқада бўладиган соҳа ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасининг иқтисодий ривожланишида хизматлар соҳасининг ўрни бекиёсдир. 2016 йил маълумотларига кўра ушбу соҳа 90991,7 млрд. сўмлик кўрсатилган бозор хизматлари билан ялпи ички маҳсулотдаги улуши 49,5 фоизини ташкил қилган.

Хизматлар таркибининг ўзгариши ва унда замонавий жамиятга хос бўлган хизмат турларининг кенгайиб бориши ушбу соҳанинг муҳим хусусиятларидан

ҳисобланади. Бу борада анъанавий хизматлардан бири ҳисобланган маиший хизмат кўрсатиш тўғрисида алоҳида сўз юритиш лозим деб ҳисоблаймиз. Бунинг сабабига аввало мамлакатимизда маиший хизмат кўрсатиш корхоналарига эҳтиёжнинг юқорилигидир. Охириги йилларда юқори технологик хизматларнинг ривожланиши илмий ва меъёрий-ҳуқуқий адабиётларда маиший хизмат кўрсатишга бўлган қарашларнинг ўзгаришига олиб келмоқда. Бунга мисол сифатида Давлат статистика маълумотларида маиший хизматларнинг алоҳида банд сифатида келтирилмаслиги, уларни 2016 йилдан бошлаб шахсий хизматлар сифатида юритилишини кўрсатишимиз мумкин [1]. Хизматлар соҳаси алоҳида аҳамиятга эга реал соҳага айланиши, унинг таркибида кўплаб жамоавий юқори технологияли хизматларнинг ўсиб боришини белгилайди. Юқоридаги Вазирлар Маҳкамасининг қарорида ҳам айнан хизматларнинг замонавий турларини жадал ривожлантириш ва бозорни улар билан тўлдиришга асосий урғу берилган. Ушбу ҳужжатда эътироф этилган тармоқ классификациясининг белгиланган халқаро стандартларида маиший хизматлар асосан 95- “Компьютерларни ва маиший товарларни таъмирлаш хизматлари” ва 96-“Бошқа шахсий хизматлар” бўлимларида ўз аксини топади, аммо хизматларнинг бошқа гуруҳларида ҳам мазмунан маиший хизматга доир хизматларни ҳам учратиш мумкин [2]. Самарқанд вилоятида маиший хизматлар кўрсатиш бўйича статистик маълумотларни таҳлил қиладиган бўлсак, 2015 йилда аҳолига 473,7 млрд. сўмлик хизмат кўрсатилган, яъни жами хизматларнинг 8,2%, 2016 йилда эса моддалар номининг ўзгаришини ҳисобга олган ҳолда 588,5 млрд. сўмлик маиший хизматлар кўрсатилиб, жами хизматларнинг 9,8%ни ташкил қилган. Бундан билвосита хулосага келиш мумкинки, маиший хизматлар ҳиссаси ошиб бормоқда.

Маиший хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятидаги муаммоларни кўриб чиқадиган бўлсак, уларни иккита йўналишга ажратишимиз мумкин бўлади, яъни илмий-услубий муаммолар ва ташкилий-иқтисодий муаммолар. Илмий - услубий муаммоларга маиший хизматларнинг давлатнинг иқтисодий сиёсатида ўз ўрнини йўқотиб боришини киритишимиз мумкин. Буни табиий ҳол сифатида қабул қилиш лозим бўлади, чунки халқнинг турмуш тарзидаги ўзгаришлар ҳамда ахборот коммуникацияларнинг жадал ривожланиши билан технологик хизматларнинг ўрни ошиб боради. Илмий адабиётларда ҳам маиший хизматларнинг аста-секинлик билан ўз аҳамиятини йўқотиши ҳақида фикрлар келтирилган [3].

Аммо, муаммо кўрсатилган маиший хизматларнинг ҳажмида эмас, балки унинг мазмунига илмий жиҳатдан ёндашишда, яъни маиший хизматлар кўрсатишнинг моҳиятини талқин қилишдадир. Хўш, маиший хизмат кўрсатиш ўзи нима? Маиший хизматнинг атамасига эътибор қаратадиган бўлсак, илмий адабиётларда унга жисмоний шахсларга кўрсатиладиган ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш пуллик хизматлари деб таъриф берилади. Кўриниб турибдики, бу ерда маиший хизматларнинг иқтисодий моҳияти ва истеъмолчиларга нафтлилик нуқтаи назаридан тугган ўрни ва аҳамияти очиб берилмаган.

Аҳолига маиший хизмат кўрсатиш деганда аҳолига ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш хизматларини кўрсатувчи хизматлар соҳасининг бир қисми деб таъриф берилади. Ўзбекистон Республикаси расмий манбаларида маиший хизматлар фуқароларнинг яқка тартибдаги буюртмалар асосида рўйхатга киритилган хизматлардан ташкил топади [4]. Ушбу атамаларда ҳам мавҳум, яъни ноаниқ фикрлар мавжудлигини эътироф этиш мумкин бўлади.

Маиший хизматнинг туб моҳиятини кўриб чиқадиган бўлсак, унга аҳолининг уй хўжаликлари юритиш бўйича меҳнат харажатлари ва вақтини тежашга қаратилган хизматларни кўрсатишга йўналтирилганлигини кўришимиз

мумкин бўлади. Хақиқатдан ҳам маиший хизмат кўрсатиш корхоналари биринчи ўринда уй хўжаликда вақтни иқтисод қилиш мақсадларини кўзлайдилар. Бунда нафақат тежамкорлик, балки бажариладиган юмушнинг сифатини ошириш катта аҳамият касб этади. Масалан, кимёвий тозалаш уй шароитида бажариш мумкин бўлмаган ишлар қаторига киритилса, гўзаллик салонлари хизматнинг зарур гигиеник сифатини кафолатлайди. Таҳлиллар шуни кўрсатадики, маиший хизматлар аҳоли учун кундалик ҳаётида зарур бўлганлиги бўйича савдо хизматлардан кейин иккинчи ўринда туради. Аввало ушбу хизматларнинг санитария-гигиена нуқтаи назаридан кундалик ҳаёт учун аҳамияти, бошқа томондан эса меҳнат ресурсларининг уй хўжалигидан ижтимоий фаол меҳнатга тобора ўсиб бориши асосий сабаблардан бири ҳисобланади. Ушбу фикрларни ҳисобга олиб маиший хизмат кўрсатиш атамасини ривожлантириш долзарб муаммога айланганлигини ҳамда алоҳида илмий изланишлар зарурлигини таъкидлаш мумкин.

Аҳолига маиший хизмат кўрсатишнинг ташкилий-иқтисодий муаммоларига тўхталадиган бўлсак, биринчи ўринда аҳолининг ушбу хизматларга қўйиладиган талабларининг ошишини кўрсатиш мумкин бўлади. Хизматлар мазмуни, таркиби ва сифати бугунги кунда маиший хизмат кўрсатиш корхоналарини баҳолашнинг асосий мезонига айланган. Уй хўжаликларининг технологик жиҳатдан юқори жиҳозланганлиги, уларнинг шахсий хизматлар борасидаги имкониятларини оширади, демак маиший хизмат кўрсатиш корхоналарига мурожаат қилиш учун кўрсатиладиган хизматлар шунга мос бўлиши лозим. Бундан ташқари, таклиф этиладиган маиший хизматларнинг доимий равишда такомиллашиши ҳам корхоналар олдида кўплаб ноанъанавий масалаларни қўймоқда. Мисол тариқасида кенг тарқалган базмгоҳлар хизматларини эслатиб ўтмоқчимиз. Ҳаммага маълумки, улар овқатланиш хизматларига эмас, балки маиший хизматларга йўналтирилгандир. Бундан ташқари ушбу корхоналар тўйлар ва бошқа оммавий тадбирларни ўтказиш бўйича комплекс хизматлар таклиф қилади.

Маиший хизмат кўрсатиш корхоналарининг муҳим бир жиҳати ушбу соҳадаги технологияларнинг мураккаблашишидир. Бугунги маиший хизмат корхоналарининг фонд сифимининг ошиб бориши, уларга янги жиҳозлар талаб этилиши хизматнинг таннархига ҳамда корхонанинг рентабеллигига салбий таъсир кўрсатиб қолмай, балки инвестициялар сиёсатини ҳам белгилаб бермоқда. Оддий гўзаллик салони бугун кўп тармоқли комплекс хизмат кўрсатувчи корхонага айланган. Маиший хизмат таннархи таркибида жонли меҳнат улушининг камайиши корхоналарнинг рақобатбардошлигини пасайишига олиб келмоқда. Бу вазиятда тадбиркорлардан маиший хизмат кўрсатишга янгича ёндашиш талаб этилади, яъни фойда олишнинг анъанавий усулларидан воз кечиш ҳамда хизмат кўрсатишнинг замонавий усулларини жорий қилишга эътиборни қаратиш лозим.

Маиший хизмат кўрсатиш корхоналарининг иқтисодий муаммосига ушбу хизматларнинг истеъмолчиларга яқинроқ жойлаштириш заруратини киритиш мумкин. Аҳолининг яшаш, иқтисодий фаолият кўрсатиш ва хордиқ чиқариш жойларининг ажралиб бориши, транспорт тизимининг мукамаллашиши ва бунинг натижасида аҳоли ҳаракатчанлигининг ошиши, маиший хизматга бўлган талабнинг тарқалишига сабаб бўлмоқда. Бу шароитда талабнинг концентрациялашган жойини аниқлаш маиший хизмат кўрсатиш тармоғини шакллантиришнинг асосий омили сифатида кўрилиши мумкин.

Маиший хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятини такомиллаштириш масаласининг долзарблигини ҳисобга олган ҳолда ушбу соҳани

ривожлантиришнинг қуйидаги йўналишларини кўрсатиш мумкин:

1. Маиший хизмат кўрсатиш корхоналарининг жойлашувини уларнинг хизмат кўрсатиш шакллари бўйича ташкил этиш. Бизнинг фикримизча, ушбу корхоналарнинг уч тоифага ажратиш мақсадга мувофиқ, яъни айнан бир турдаги хизмат кўрсатувчи микрокорхона, комплекс хизмат кўрсатувчи хизмат марказлари, мижозларнинг уйида хизмат кўрсатиш корхоналари. Биринчи турдаги корхоналар кам инвестиция ва моддий ресурслар талаб қилиш муносабати билан уларни кўп миқдорда аҳолига яқин жойларда ташкил қилиш мақсадга мувофиқ. Бундай корхоналарнинг сонини чеклаш зарурати йўқ, чунки эркин рақобат шароитида улар мустақил равишда бошқарилиб борилади.

Комплекс хизмат кўрсатувчи корхоналар асосан ишлаб чиқариш маиший хизматларга ихтисослашган бўлиб, уй шароитида бажарилиши техник ва иқтисодий жиҳатдан мумкин бўлмаган хизматларни кўрсатади. Бундай марказларда алоҳида хизмат турини таклиф қилиш самара бермайди, чунки кўп маблағ ва жиҳозлар сарфланган бўлади. Бундан ташқари иқтисодий самарадорлик нуктаи назаридан марказлар учун кўп мижозлар керак бўлади. Комплекс хизмат кўрсатиш марказларни жойлаштириш аҳоли пунктининг бош режасига мувофиқ амалга оширилиши ва маълум меъёрларга бўйсунуши лозим.

Бугунги кундаги маиший хизматларнинг яна бир тури, яъни мижознинг уйида хизмат кўрсатиш турлари ҳам ривожланмоқда. Бундай корхоналарнинг асосий ресурси – бу мобил малакали кадрлардир. Улар мижознинг хоҳишига кўра аҳоли пунктининг турли бурчакларига етиб бориши мумкин. Корхоналарнинг жойлашиш жойи муҳим эмас, балки мутахассисларни тўғри танлаш ва хизмат кўрсатиш сифатини таъминлаш катта аҳамиятга эга.

2.Маиший ёки шахсий хизматларнинг мазмунини кенгайтириш, уларнинг ижтимоий-иқтисодий моҳиятини чуқур ўрганиш ва бунинг натижасида хизмат кўрсатиш корхоналарининг фаолиятини ривожлантириш.

3.Маиший хизмат корхоналарининг моддий-техник базасини замон талабларига мос келтириш. Хизматларнинг сифатини таъминлаш учун нафақат зарур жиҳозлар, балки турли сарфланувчи материаллар ва эҳтиёт қисмларнинг етказилишини ташкил қилиш лозим. Бу эса ўз навбатда маиший хизмат кўрсатиш соҳасини тизимли равишда ривожлантиришни талаб қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 55-сон Қарори. 2016 — 2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида. 2016 йил 26 февраль, электрон манба, www.lex.uz
- 2.Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности. Четвертый пересмотренный вариант. - Организация Объединенных Наций, Нью-Йорк, 2009 г. – 353 с.
3. В.Л.Иноземцев. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. Учебное пособие. - Москва - "Логос" – 2000 г.
4. Ўзбекистон Республикаси аҳолисига кўрсатиладиган пулик хизматларни ҳисобга олиш бўйича Йўриқнома. 1996 йил 7 октябр. Электрон манба, www.stat.uz.

И.И.Файзиева	I.I.Fayzieva
Бытовое обслуживание: проблемы и перспективы	Personal services: problems and prospects
Аннотация. в статье ведётся речь о современном месте бытового	Abstract. The article is devoted to a modern place of personal services in the

<p>обслуживания населения в сфере услуг и перспективах его развития. Автором исследуются научно-методические проблемы бытового обслуживания населения.</p> <p>Ключевые слова: бытовые услуги, бытовое обслуживание, сфера услуг, развитие бытового обслуживания.</p>	<p>service sector and prospects for its development. The author explores the scientific and methodological problems of personal services.</p> <p>Keywords: household services, personal services, service industry, development of personal services.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

З.С.Артиков – СамИСИ таянч дактарантура изланувчиси

САВДО ИҚТИСОДИЁТИ МУАММОЛАРИ ВА УНИ ЎРГАНИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада “Савдо иқтисодиёти муаммолари” фанини ўрганишнинг ўзига хос жиҳатлари қараб чиқилган. Чунки, ҳар қандай фаннинг илмий-назарий, методологик ва амалий масалаларини ўрганишда, унинг предмети, объекти, мақсади, вазифалари, методи, усуллари, бошқа фанлар билан алоқаси, уни ташкил қилиш каби жиҳатларига қаратилади. Унда ҳар бир тушунчанинг таърифи ҳам келтирилган ва ўқув адабиётларига киритиш учун тавсия қилинган.

Калит сўзлар: савдо, савдо иқтисодиёти, савдо иқтисодиёти муаммолари, савдо иқтисодиётининг таркибий тузилиши, савдо иқтисодиёти фанининг предмети, савдо иқтисодиёти фанининг объекти, савдо иқтисодиёти фанининг мақсади, савдо иқтисодиёти фанининг вазифалари, савдо иқтисодиёти фанининг методи, савдо иқтисодиёти фанининг усуллари, савдо иқтисодиёти фанининг бошқа фанлар билан алоқаси.

Савдо иқтисодиёти муаммолари фанининг назарий, методологик ва амалий жиҳатларини ўрганишда инсоният тараққиётининг фанларнинг ривожланиши билан ҳамма вақт боғлиқ эканлигини инобатга олган ҳолда ёндашмоқ лозим. Фан объектив заруратдан келиб чиқади ва мос равишда, у инсонларнинг эҳтиёжларини қондириш учун хизмат қилади. Фанни инсонлар томонидан кашф қилинади, ўз навбатида фан ҳам инсоният тараққиётини таъминлаш учун хизмат қилади. Кўриниб турибдики, бутун олам бир-бири билан узвий боғлиқликда ва алоқада.

Агар фаннинг шаклланиш тарихига назар ташлайдиган бўлсак, билимлар йиғиндиси ижтимоий онг маҳсули сифатида жамият ривожланишининг маълум бир босқичда шакллана бошлаган. Фан жуда мураккаб, кўп қиррали, кўп ходисалар ва жараёнлар тўғрисидаги билимлар тизими сифатида намоён бўлган. Шу билан бир қаторда, ижтимоий онгнинг илғор маҳсули сифатида ҳам қаралиши зарур. Буларнинг барчаси, ҳар қандай фаннинг илмий-назарий, методологик ва амалий масалаларини ўрганишда, унинг предмети, объекти, мақсади, вазифалари, методи, усуллари, бошқа фанлар билан алоқаси, уни ташкил қилиш каби жиҳатларига алоҳида аҳамият берилишини тақозо қилади. Шу туфайли “Савдо иқтисодиёти муаммолари” фанида ҳам ушбу масалаларни ўрганиш объектив зарурат бўлиб ҳисобланади.

Энг аввало, мазкур фаннинг предметига тўхталиш мақсадга мувофиқдир. Чунки дастлаб ушбу фан нимани ўргатишини англаб олишимиз лозим. Предмет сўзининг мазмунига ўзбек тилининг беш жилдлик изоҳли луғатида, уни рус тилидан олинган бўлиб, нарса, объект деган маъноларни англатиши қайд

этилган¹. Сўнгра унга икки хил изоҳ берган. “1. Сизги аъзолари орқали ҳис қиладиган, онгимиздан ташқарида мавжуд бўлган ҳар қандай аниқ моддий нарса. 2. Айрим ўқув фанини ташкил этган билимлар мажмуи; ўқув фани дарс”², деган маъноларни англатиши қайд этилган.

Мазкур фаннинг предметини аниқлашда юқорида келтирилган изоҳнинг иккинчи қисмига таяниш мумкин, деб ҳисоблаймиз. Чунки унинг мазмуни бевосита ундаги ўзига хос хусусиятларни ҳам ўзида ифодалаб турибди.

Савдо иқтисодиёти муаммолари фани иқтисодиётга оид фанлар тизимида мансуб бўлиб, унинг предмети бевосита соҳада хўжалик юритувчи субъектларда рўй бераётган реал иқтисодий-ижтимоий жараёнлар, ҳодисаларни, уларнинг аҳамияти, ҳолати ва келажагини ёритиб, маълумот ёки хулосалар беришни ўрганишга қаратилганлиги билан ўзига хосдир.

Ушбу зарурий ҳолат мазкур фаннинг предметининг таърифини ишлаб чиқишни тақозо қилади. **Савдо иқтисодиёти муаммолари фанининг предмети деганда, савдо соҳаси иқтисодиётида содир бўлаётган реал иқтисодий-ижтимоий жараёнлар, ҳодисалар, уларнинг аҳамияти, ҳолати ва келажагини ёритиб, маълумот ёки хулосалар бериш билан боғлиқ мураккаб муносабатлар мажмуи тушунилади.**

Бизнинг фикримизча, ушбу таъриф мазкур фаннинг предметига қўйилган талабга тўлиқ жавоб беради ва мазмунини тўлиқ ифодалайди. Шу жиҳатдан ушбу фаннинг предметини шаклланган ҳисоблаш мумкин. Зеро, мазкур фан ҳали янги бўлганлиги туфайли, унинг назарий асослари ва у билан боғлиқ масалалар тўлиқ ишланган эмас.

Ҳар қандай фанни ўрганишда назарий йўналишларидан бири, унинг объектини бўлиб ҳисобланади. Ўзбек тилининг беш жилдлик изоҳли луғатида, объект лотинча «objectum» сўздан олинган бўлиб, ўзбекчада нарса, деган маънони англатиши қайд этилган. Мазкур сўзга юқоридаги луғатда учта изоҳ берилган. 1. *Фалсафа*. Биздан ташқарида ва бизнинг онгимизга боғлиқ бўлмаган ҳолда мавжуд бўлган субъект (инсон)нинг амалий ва билиш фаолияти қаратилган ташқи олам, борлиқ, воқеялик, моддий дунё, мавжудот. 2. Киши фаолияти, диққат-эътибори қаратилган ҳодиса, нарса. 3. Хўжалик ёки муҳофаа аҳамияти бўлган корхона, қурилиш, айрим участка ш.к.³

Одатда фан нуқтаи назаридан, объект сўзи бирота ташкилот, муассаса ёки бирорта фаолият ўтказиладиган жой маъносида ишлатилади. Биз тадқиқ қиладиган “Савдо иқтисодиёти муаммолари” фанининг объекти бевосита савдо жараёнлари, яъни турли мулк шаклига эга бўлган, турли йўналишда амалга ошириладиган савдо, уни амалга оширадиган хўжалик юритувчи субъектлар ва ундаги муаммолар бўлиб ҳисобланади. Бундай назарий қарашлардан келиб чиқиб, мазкур фаннинг объектига таъриф беришни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Савдо иқтисодиёти муаммолари фанининг объекти деганда, турли мулк шаклига эга бўлган, турли йўналишда амалга ошириладиган, бевосита савдо билан шуғулланадиган хўжалик юритувчи субъектлар ва улардаги муаммолар тушунилади.

¹ Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. Ш. Н-Тартибли./ Таҳрир хайъати: Т.Мирзаев (раҳбар) ва бошқалар. ЎЗР ФА Тил ва адабиёт институти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 306 бет.

² Ўша жойда. – 306 бет.

³ Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. Ш. Н-Тартибли./ Таҳрир хайъати: Т.Мирзаев (раҳбар) ва бошқалар. ЎЗР ФА Тил ва адабиёт институти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 77 бет.

Савдо билан шуғулланадиган хўжалик юритувчи субъектларга бозорлар, дўконлар, мини маркетлар, супермаркетлар, гипемаркетлар, ларёклар каби кўплаб савдо шахобчалари киради.

Ҳар қандай фаннинг назарий асосларида, унинг мақсади ҳам тадқиқ қилиниши лозим. Чунки фанни ўрганишдан нима ва қандай мақсадлар кўзда тутилиши аниқ кўриниб туриши лозим. Савдо иқтисодиёти муаммолари фани ҳам бошқа фанлар сингари шу фаннинг объектини ўрганишдан қандай мақсадлар кўзда тутилган бўлса, уни аниқ ифодалашга қаратилган бўлади. Бевосита ушбу фанга келадиган бўлсак, унинг мақсади савдо соҳаси иқтисодиётида содир бўладиган иқтисодий-ижтимоий ҳодисалар, уларнинг аҳамияти, ҳолати ва келажак истиқболлини белгилаш жараёнида учрайдиган муаммоларни ўрганишга қарилган мураккаб тадбирлар мажмуидан иборат бўлиши лозим. Ушбу талаблардан келиб чиқиб, мазкур фаннинг ҳам мақсадига таъриф бериш мумкин. **Савдо иқтисодиёти муаммолари фанининг мақсади деганда, савдо соҳаси иқтисодиётида содир бўладиган мураккаб иқтисодий-ижтимоий ҳодисалар, уларнинг аҳамияти, ҳолати ва келажак истиқболлини белгилаш жараёнида учрайдиган муаммоларни ўрганишга қаратилган тадбирлар мажмуи тушунилади.**

Ҳар қандай фаннинг мақсадини амалга ошириш учун тегишли вазифалар белгиланиб олинади. Савдо иқтисодиёти муаммолари фанининг вазифалари ҳам бир қанча бўлиб, ҳозирги шароитда уларни қуйидагилардан иборат, деб белгилаш мумкин:

- савдо соҳасининг жамият иқтисодий-ижтимоий ҳаётида тутган ўрнига баҳо бериш;
- савдонинг кенгайтирилган ишлаб чиқариш жараёнида ва мамлакат иқтисодиётида тутган ўрнига баҳо бериш;
- савдо соҳасидаги асосий йўналишларни, савдонинг турларини илмий-назарий ва амалий жиҳатдан ўрганиш;
- савдо соҳасини савдо шахобчалари бўйича ўрганиш;
- савдо соҳасини мамлакатимизнинг ҳудудлари бўйича ўрганиш;
- савдо соҳасининг истиқболли йўналишларига баҳо бериш ва унда учрайдиган муаммоларнинг ечимларини ҳал қилиш кабилар.

Шуни эътироф этиш керакки, мазкур фаннинг вазифалари юқорида қайд қилинганлар билан чекланиб қолмайди. Уни хоҳлаганча давом эттириш мумкин. Аммо мазкур масала иқтисодий адабиётларда кам ёритилган. Шу туфайли мазкур масалани методологик асос сифатида бермоқдамиз.

Савдо иқтисодиёти муаммолари фанининг методологияси, унинг мақсади, диққат эътибори савдо фаолиятида содир бўлаётган иқтисодий жараёнга қаратилади. Яъни савдода рўй бераётган иқтисодий реалликни ўрганишга қаратилади. Бунда билиш назариясининг барча услублари (анализ ва синтез, индукция ва дедукция, мазмун ва шакл, макон ва замон, сабаб ва оқибат, миқдор ва сифат кабилар)дан фойдаланилади. Ушбу усулларнинг қўлланилишини олди-сотди жараёнида рўй бераётган иқтисодий муаммоларни ўрганишда фойданилишини инобатга олиш лозим.

Савдо иқтисодиёти муаммолари фанининг бошқа фанлар билан алоқасини ўрганиш ҳам унинг назарий масалаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Умуман, фанларнинг бир-бири билан боғлиқлигини ўрганишда уларнинг жамиятдаги мавжудлигидан келиб чиққан ҳолда табиий-техник ва ижтимоий фанларга бўлинишини инобатга олиш лозим. Жамиятдаги барча ҳодисалар бир-бири билан боғлиқлиги туфайли, уларни ўрганишга қаратилган фанлар ҳам бир-бири билан узвий боғлиқдир. Фанларнинг бир-бири билан боғлиқлиги уларнинг

усулларидан, объектларидан, субъектларидан ва ниҳоят бир-бирининг маҳсулидан фойдаланишдан келиб чиқади. Чунки табиий ва техник фанлар ҳам, ижтимоий фанлар ҳам ишлаб чиқариш кучлари ва ишлаб чиқариш муносабатларини ўрганиш билан чамбарчас боғлиқдир. Масалан, бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил, аудит, молия каби аниқ иқтисодий фанларнинг ҳам, технологияга оид фанларнинг ҳам, менежмент ёки маркетинг фанларининг ҳам объекти хўжалик юритувчи субъектлар бўлиши мумкин. Фақат улар ушбу объектнинг фақат ўзига тегишли томонларинигина ўрганадилар. Шу жиҳатдан ушбу фанлар бир-бири билан узвий боғлиқ фанлардир.

Савдо иқтисодиёти муаммолари фанини ташкил қилиш масаласи ҳам уни ўрганиш жараёнида эътибор қаратиладиган муҳим йўналишлардан биридир. Ҳар қандай фанни ўрганишда уни ташкил қилувчи жиҳатларини билишини тақозо қилади. Шу жиҳатдан мазкур фаннинг ташкил қилувчи элементларига қуйидагиларни киритиш мумкин. Биринчидан, ушбу фаннинг назарий ва амалий жиҳатларини ўзида мужассам этган таркибий тузилиши аниқ белгиланган бўлиши лозим. Иккинчидан, фақат ушбу фанга хос бўлган илмий-назарий ва амалий-услубий масалаларнинг мантиқий кетма-кетлиги таъминланган бўлишлиги ҳам талаб қилинадиган жиҳатлардан бири эканлигини инобатга олиш лозим. Учинчидан, ушбу фан бошқа фанлар билан ўзаро боғлиқ ҳолда қаралсада, фақат ўзига хос бўлган жиҳатларнигина қамраб олиши мақсадга мувофиқдир. Масалан, савдо айланмаси масаласи савдо иқтисодиётида тўлиқ ва батафсил ўрганилади, аммо мазкур фанда ушбу категория билан боғлиқ муаммолар, уларнинг турлари, таснифи, тавсифи каби масалалар аниқ ўз ечимини топган бўлиши ҳам муҳимдир. Тўртинчидан, савдо иқтисодиётига оид муаммолар, уларнинг истикболлари ва ҳал қилиш йўллари ҳам мазкур фанга тегишли масалалар сирасига киради. Буларни тизимли тарзда ўрганишни ташкил қилиш каби масалалар фаннинг ташкилий жиҳатларини қамраб олади.

Хулоса қилиб айтганда, савдо иқтисодиёти муаммолари фанини ўрганишнинг ўзига хос хусусиятлари ҳам бевосита унинг мазмуни ва таркибини белгилаш билан бирга, уларнинг ўзидаги муаммолардан келиб чиқади. Шу жиҳатдан мазкур фан иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида ўзининг муҳимлиги ва объектив зарурлиги билан ажралиб туради.

З.С.Артиков	Z.S.Artikov
<p style="text-align: center;">Проблемы экономики торговли и специфика ее изучения</p> <p>Аннотация: в статье рассмотрены особенности изучения предмета “Проблемы экономикоторговли”. Потому что, при изучении научно-теоретических, методологических и практических аспектов любой дисциплины уделяется большое внимание на его предмет, объект, цель, задачи, методы, способы, отношения с другими дисциплинами ина её организацию. В статье приведены определения каждого понятия и они рекомендуются для использования в учебной литературе.</p> <p>Ключевые слова: торговля, экономика-торговли, проблемы экономикитор-</p>	<p style="text-align: center;">Problems in trade economy and its learning features</p> <p>Abstract: the article considers the peculiarities of studying the subject "Problems of the Trade Economy". Because, studying the scientific-theoretical, methodological and practical aspects of any subject, much attention is paid to its subject, object, purpose, tasks, methods andmanners, relations with other disciplines and to its organization. The definitions of each concept are given and are recommended for use in educational literature.</p> <p>Keywords: trade,the trade economy, the problems of the trade economy, the structure of the trade economy, the subject of the discipline of the trade</p>

говли, структура экономикиторговли, предмет дисциплины экономики торговли, объект дисциплины экономики торговли, цель дисциплины экономики торговли, задачи дисциплины экономики торговли, методы дисциплины экономики торговли, способы дисциплины экономики торговли, отношение экономики торговли с другими дисциплинами.	economy, the object of the discipline of the trade economy, the purpose of the discipline of the trade economy, the tasks of the discipline of the trade economy, the methods of the discipline of the trade economy, the manners of the discipline of the trade economy, relationship of the trade economy with other disciplines.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

С.Б.Бобокулов – СамДУ таянч докторанти

КОММУНАЛ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ҲУДУДИЙ ТИЗИМИНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада муаллифнинг коммунал хўжалик ҳудудий тизимини модернизациялаш, самарадорлигини ошириш йўллари, механизмлари, уни оширишда таъсир кўрсатувчи омиллар тўғрисида фикрлар келтирилган ҳамда таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: коммунал хўжалиги, коммунал тизим, коммунал, сервис, модернизация, маиший хизмат, уй-жой ширкати, самарадорлик, сув таъминоти, реконструкция, иссиқлик таъминоти.

Мамлакатимизда ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётига ўтиш жараёни кўпгина муҳим ислохотларнинг таркибий қисми сифатида коммунал хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам чуқур ўзгаришларни амалга оширишни ва ушбу соҳада фаолият юритаётган хўжалик корхоналарини модернизация қилишни тақозо этмоқда. Бундан асосий мақсад иқтисодиётни эркинлаштиришни янада кучайтириш орқали аҳолини турмуш тарзи, даражаси ва сифатини яхшилашдан иборат. Бунинг учун биринчи навбатда коммунал хизматларга бўлган эҳтиёжини таъминлаш мақсадга мувофиқдир.

Президентимиз Шавкат Мирзиёев томонидан қабул қилинган 2017–2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “аҳолининг коммунал-маиший хизматлар билан таъминланиш даражасини ошириш, энг аввало, янги ичимлик суви тармоқларини қуриш, тежамкор ва самарали замонавий технологияларни босқичма-босқич жорий этиш орқали қишлоқ жойларда аҳолининг тоза ичимлик суви билан таъминлашни тубдан яхшилаш” [1] деб таъкидлаганлари Республикаимизда коммунал хўжалик тизимини ривожлантириш, модернизация қилиш лозимлигини кўрсатмоқда. Шу мақсадда, Республика аҳолисининг сифатли уй-жой коммунал хизматлари билан қамраб олинишни тубдан яхшилаш, ва соҳада барча ташкилотларнинг ўзаро ҳамкорлиги уйғунлашган технологик занжирини шакллантириш асосида уй-жой фондидан фойдаланиш тизимини янада такомиллаштириш, кўп хонадонли уйларнинг сақланиши талабларига риоя этилиши устидан техник назоратнинг самарали тизимини яратиш, хусусий уй-жой мулкдорлари ширкатларининг иш сифатини ошириш ва молиявий-иқтисодий барқарорлигини таъминлаш бирламчи вазифа қилиб белгиланди.

Маълумки, мамлакатимиз аҳолисини турмуш даражаси ва сифатини

яхшилашда коммунал хизматлар соҳасининг ўрни ва роли жуда каттадир. Бу ҳолат коммунал хизматлар кўрсатиш соҳаси фаолиятини ташкил этиш ва самарадорлигини оширишга алоҳида эътибор беришни талаб этади. Шунинг учун ҳам коммунал хизмати тизими соҳасидаги ислохотлар мамлакатимизда амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларнинг узвий таркибий қисми ҳисобланади. Хусусан, соҳани ривожлантириш асосида аҳолининг иш билан бандлигини таъминлаш, хизматчиларни ишбилармонлик фаоллигини ошириш, кўрсатилаётган хизматларни оператив тарзда ташкил этилиши ва бошқаларни яхшиланишига сабаб бўладики, буларнинг барчаси охир-оқибатда мамлакат аҳолиси турмуш даражаси ва сифатини оширишга олиб келади.

А.Сидякин ва А.Чибис. “Азбука для потребителей услуг ЖКХ” номли уй-жой хўжалиги хизмати истеъмолчилари учун дарслигида коммунал хизматлари истеъмолчилари саводхонлигини ошириш, уларда ўзига хос хўжалик муносабатларини шакллантириш масалаларига эътибор берилиб, унда бош масала сифатида хизматлар қонунчилиги бўйича аҳолининг саводхонлигини ошириш масаласига катта эътибор берилган. Бундан ташқари мазкур дарсликда коммунал хизмат ходимларини ўз мол-мулкига эгаллик қилиш ва бошқариш хизматлар бўйича тўловларни амалга ошириш механизми, коммунал хизматлардан тежамли фойдаланиш масалалари очиб берилган [2].

В.Ёдгоров, Д.Бутунов “Уй-жой коммунал хўжалиги иқтисодиёти ва бошқаруви” номли дарслигида коммунал хўжалиги тизимини предмети, назарий ва амалий масалалари, республикамиз уй-жой коммунал хўжалиги соҳасининг ташкилий тузулмаси ҳамда фаолиятининг иқтисодий механизми ўрганилган. Дарсликда бозор иқтисодиёти шароитида республикамизда уй-жой коммунал хўжалиги соҳасида олиб борилаётган ислохотларнинг ва таркибий ўзгаришларнинг пировард мақсадларини очиб беришга ҳаракат қилинган[3].

Б.Б.Мардонов “Хизмат кўрсатиш соҳаси ва аҳоли бандлиги” номли монографиясида хизмат кўрсатиш соҳаси ривожланишининг назарий асослари, аҳоли бандлигини таъминлашдаги ўта муҳим ижтимоий-иқтисодий аҳамияти ва вазифалари ўз ифодасини топган. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ҳолати ва ривожланиш тенденциялари, соҳа тараққиётига таъсир этувчи омиллар таҳлили, соҳани ривожлантиришдаги кадрлар муаммолари ўрганилган. Шунингдек, хизмат кўрсатиш соҳасининг аҳоли бандлигини таъминлашдаги имкониятлари аниқланган ва истиқболлари асослаб берилган[4].

А.М.Саидов “Маиший хизмат кўрсатиш корхоналарида меҳнатни ташкил қилишни такомиллаштириш йўллари” номли диссертациясида хизмат кўрсатиш соҳасида маиший хизмат ўзига хос ўринга эгаллиги, иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида маиший хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнатни ташкил қилишни такомиллаштириш билан боғлиқ ижтимоий ва иқтисодий муносабатлар тизими ёритилиб берилган. Энг аввало, янги иш ўринларини очиш эвазига халқ фаровонлигини оширишга, хизмат турларини кўпайтириш орқали мамлакат хизмат бозорини тўлдиришга, катта даромад олиш эвазига унинг бир қисмини солиқ тариқасида тўлаш йўли билан Давлат бюджети даромадини кўпайтиришга олиб келиш йўллари кўрсатилиб ўтилган. Бундай муҳим чора-тадбирларни амалга ошириш учун маиший хизмат кўрсатиш корхоналарида меҳнатни ташкил қилиш ва аҳоли бандлигини таъминлашдаги имкониятлари асослаб берилган[5].

Коммунал хизмат кўрсатиш тизими – бу мураккаб иқтисодий тизим бўлиб, у аҳолини энг зарур бўлган бирламчи ҳаётий эҳтиёжларини қондирувчи соҳа ҳисобланади. Шунингдек, коммунал хўжалиги соҳасида иқтисодиётнинг турли тармоқларига тегишли бўлган корхона ва ташкилотлар томонидан аҳоли турмушида газ, сув, иссиқлик энергияси каби зарур бўлган ресурслар етказиб

бериш билан бирга уларда меҳнатга лаёқатли аҳолини салмоқли қисмини иш билан бандлигини таъминлайди. Шу боис ҳам ушбу соҳани ривожлантириш учун мазкур тизимни самарали фаолиятини таъминлаш мақсадида замонавий технологияларни жорий этиш, соҳада меҳнатни ташкил этишнинг илғор усуллари кўллаш, ҳисобот ишларини такомиллаштириш муҳим аҳамият касб этади.

Аҳолига коммунал хизмат кўрсатиш тизимини ривожланиши бизнинг фикримизча, мамлакатнинг ҳудудий хусусиятлари ва ундаги тафовутларни бартараф этиш билан боғлиқ. Ушбу тафовут ва хусусиятларни инobatга олиш биринчи навбатда соҳада меҳнатни ташкил этишни самарали бўлишини таъминлайди ҳамда коммунал хизмат кўрсатиш тизимининг ривожланиш суръатларини ва йўналишларини белгилаб беради. Бунда биринчи навбатда шаҳар ва қишлоқ ҳудудларида ҳамда республикадаги алоҳида вилоятлар ўртасидаги уй-жой хўжалигига хизмат кўрсатиш соҳасида тафовутларни йўқотишга эътиборни қаратиш мақсадга мувофиқ. Коммунал хизмат кўрсатиш тизимининг алоҳида ҳудудлараро тафовутлари республика вилоятлари бўйича ривожланиши ҳолатини тавсифлайди. Шунинг учун ҳам алоҳида ҳудудларда уй-жой коммунал хўжалигининг ривожланиш даражасидаги тафовутларни белгилаб берувчи барча омилларни икки гуруҳга ажратишимиз мумкин.

Биринчи гуруҳ омиллари ижтимоий-иқтисодий омиллардан таркиб топиб уларга жамиятдаги ишлаб чиқариш тизимининг ривожланганлик даражаси, саноат ва қишлоқ хўжалиги ўртасидаги нисбат, ижтимоий, ишлаб чиқариш инфратузулмаси ва ҳудудларда аҳолининг турмуш тарзи каби омиллар киради. Мазкур омилларнинг ҳисобга олиниши уй-жой коммунал хўжалигининг ривожланиш даражасига таъсир кўрсатиш имконини беради.

Иккинчи гуруҳ омилларга табиий иқлим шароити билан боғлиқ омиллар киради. Улар ҳудудда ишлаб чиқарувчи кучларни ривожланганлик даражасини, шунингдек аҳоли турмуш даражасини турли шароитини моддий таъминотига бевосита таъсир кўрсатади. Коммунал хизмат кўрсатиш ҳудудий тизимини ривожланиш даражаси ўртасидаги фарқлар қуйидаги хусусиятлар орқали аниқланади:

- ҳудуднинг тарихий ривожланганлик даражаси;
- асосий фондлар ва уларнинг заҳираси ҳажми;
- қурилишнинг зичлиги ва кўп қаватлилиги;
- аҳоли пункти ҳудудларининг режаси ва унинг конфигурацияси;
- уй-жой ва саноат зоналарнинг кетма-кет жойлашганлиги ва бошқалар.

Бу омилларнинг таъсири биринчи навбатда ишлаб чиқариш жараёнида ва ишчи кучига бўлган талабда намоён бўлади. Бунда соҳа хизматларига бўлган талабдаги фарқларни аниқлаш учун имкониятлар юзага келади. Бу фарқлар соҳа ва унинг тузулмасининг ривожланишига, суръатларига маълум даражада таъсир кўрсатади. Ушбу омиллар гуруҳидан ҳар бири маълум даражада уй-жой коммунал хўжалигининг ривожланиш даражасини тавсифловчи кўрсаткичларда намоён бўлади. Бу эса соҳанинг ривожланишида ва хизматларига бўлган талабни қондиришда эришилган даражанинг ишлаб чиқариш ривожланишидаги эришилган даражаси билан алоқадорлигини кўрсатади.

Коммунал хизмат кўрсатиш соҳаси ҳолати таҳлили ҳозирги даврда Ўзбекистон Республикасида коммунал хизмат кўрсатиш тизими мамлакатимиз бўйича нотекис ривожланаётганлигини кўрсатмоқда. Бунга ҳудуднинг тарихий, иқтисодий, табиий, демографик ҳамда миллий менталетет каби ҳолатлар сабаб бўлади. Аммо, кўп ҳолларда тизимидаги айрим тафовутларнинг келиб чиқишига коммунал соҳани модернизация қилинмаганлиги сабаб бўлмоқда.

Шунингдек, шаҳар ва қишлоқ жойларда коммунал хизмат кўрсатиш тизимидаги камчиликлар хусусий мулкчилик тасарруфида бўлган уй-жой фондининг эскирганлиги, ягона тизимли лойиҳада қурилмаганлиги ва қурулиш маданияти ривожланмаганлиги билан ҳам боғлиқдир. Бизнинг фикримизча коммунал хўжалик ҳудудий тизимидаги тафовутларни бартараф этиш учун коммунал хўжалик корхоналарини модернизация қилиш, хорижий инвестицияларни йўналтириш, замонавий технологиялар билан таъминлаш, кадрлар малакасини ошириш, бошқарув тизимини ислоҳ этиш орқали юзага келган тафовутларни юмшатиш мумкин.

Иқтисодий сиёсатнинг асосий мақсади – халқнинг моддий ва маънавий турмуш даражасининг ўсишини таъминлашдан иборатдир. Бу ўз навбатида уй-жой коммунал хўжалиги корхоналари, жумладан хусусий уй-жой мулкдорлар ширкатлари фаолияти билан боғлиқдир. Маълумки, коммунал хизмат кўрсатиш соҳаси аҳолининг уй билан боғлиқ яшаш шароитларини яхшилаш, уйларнинг қулайлигини ва турмуш даражасини ошириш, уй фондининг эксплуатациясини яхшилаш ҳамда уларни сақлаб қолиш бўйича чораларни амалга ошириш, аҳолига коммунал хизмат кўрсатиш турларини ривожлантириш, шаҳар ва бошқа аҳоли пунктларини марказлашган сув, газ, электр-энергияси билан таъминлашдан иборатдир.

Ҳозирги вақтда хизматлар кўрсатиш соҳасининг таркибий қисми бўлмиш коммунал хўжалигининг иқтисодий аҳамияти етарлича баҳоланмаяпти. Бизнинг фикримизча, коммунал хўжалигининг ривожини ижтимоий муносабатларни такомиллаштиришда, шахснинг ҳар томонлама ривожланиши учун шароитлар яратишда муҳим рол ўйнайди.

Кейинги йилларда иссиқлик таъминоти соҳасида бир қатор дастурлар қабул қилинган бўлиб, самарали фаолият олиб бормоқда. Бироқ, ҳозирги даврга келиб иссиқлик таъминоти тизимида қатор камчиликлар кўзга ташланмоқда. Хусусан, истеъмолчилар томонидан иссиқ сув учун тўловларни ўз вақтида тўламаслик ҳолатлари, иссиқлик тизими иссиқ сув билан аҳоли эҳтиёжларини қондира олмаётганлиги, бир қатор шаҳарларда иссиқлик манбаларининг самарали фаолият кўрсатмаётганлиги, иссиқ сув таъминоти тизими тамир талаб бўлиб қолган ҳолатлар каби камчиликлар кўзга ташланмоқда.

Шу мақсадда “2018-2022 йилларда иссиқлик таъминоти тизимини ривожлантириш дастури тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори қабул қилинди. Қарор истеъмолчиларга иссиқлик энергияси етказиб бериш, коммунал хизмат сифатини ошириш ва узлуксизлигини таъминлаш, иссиқлик таъминоти тизимини замонавий тежамкор ва кам энергия сарфлайдиган технологияларни жорий этиш асосида янгилаш ва модернизация қилиш, ёқилғи-энергетика ресурсларидан самарали ва оқилона фойдаланишга доир чоратadbирларни изчил амалга ошириш мақсадида қабул қилинди.

Фикримизча, сармояларни мақсадли йўналтириш учун тизимда қўп қаватли уйлар учун алоҳида иситиш таъминоти тизимини ўрнатиш, кадрларни қайта тайёрлаш, меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланиш, иситиш қурилмаларини замонавий техникалар билан таъминлаш ва иссиқ сув тўлов тизимини такомиллаштириш мақсадга мувофиқ бўлади.

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида коммунал хизмат кўрсатиш соҳасининг газ таъминоти масаласини ҳал этиш – аҳолига хизмат кўрсатиш даражаси ва сифатини ошириш экзоген омилларнинг таъсири билан биргаликда бажарилмоқда. Бугунги кунда ижтимоий ишлаб чиқаришни табиий ресурслардан оқилона фойдаланмасдан ва уларни қайта тикламасдан туриб ривожлантириб бўлмайди. Атроф-муҳитни сақлаш, оқова сувларни инсон

организми учун хавфли бўлган захарли кимёвий моддалардан тозалаш ҳам уй-жой коммунал хизматининг фаолиятига боғлиқ. Мамлакатимизнинг географик табиати (иссиқ иқлим, дарёларда йил мавсумлари бўйича сув лойқаланишининг ўзгариб туриши, сув истеъмолининг юқори меъёрлари ва бошқалар) ичимлик сувини тозалашнинг технологик жараёнларини доимий равишда такомиллаштириб боришни тақозо этади.

Ҳозирги даврда лойиҳалаштирувчи ва сув хизмати ташкилотлари қидириб топилган ва тасдиқланган ер ости сувларидан тўлақонли фойдаланиш масалаларига зарур даражада эътибор берилмайди. Натижада, баъзи ҳудудларда ер ости сувлари бошқа мақсадларда ва асоссиз тарзда истеъмоли қилинади. Бундай ҳолат захираларнинг камайишига ва ер ости сувлари сифатининг ёмонлашувига олиб келади. Атроф-муҳитни муҳофаза қилиш тадбирлари мажмуида қаттиқ маиший чиқиндиларни йўқотиш ва зарарсизлантириш муаммоси муҳим ўрин тутаяди. Уларни ахлат тўкиладиган жойларда кўмиб ташлашнинг анъанавий ва кенг тарқалган усули қониқарли деб тан олинishi ҳам мақсадга мувофиқ эмас. У кенг ҳудудларнинг эгалланиши билан боғлиқ бўлиб, уларни ташиш учун катта миқдордаги харажатларни талаб қилади. Ёқиб юбориш чиқинди миқдорини камайтириш имконини беради, бироқ бунда ихтисослашган корхоналарда дастлабки материални қайта ишлаб утилизация қилиш мумкин бўлган қимматбаҳо моддалар ёниб кетади. Минорали ёки барабанли қурилмаларда ишлов бериш жараёнида чиқиндилар зарарсизлантирилади ва бу атроф муҳитни муҳофаза қилиш талабларига тўлиқ мос келади.

Кейинги йилларда мамлакатимизда аҳоли харидини ошириши, халқ фаровонлигини юксалиши қувонарли ҳолатдир, аммо истеъмоли жараёнидан сўнг вужудга келадиган маиший чиқиндилар ҳажмининг ошиб бориши коммунал соҳанинг долзарб масалаларидан биридир. Коммунал хизмати, йўл қурилиши, чиқиндиларни қайта ишлаш каби соҳаларда инфратузилма лойиҳаларини амалга оширишда давлат-хусусий сектор ҳамкорлиги механизмини қўллаш соҳанинг истиқболли ривожланиши учун муҳим аҳамият касб этади. Уй-жой коммунал хизмат кўрсатиш вазирлиги маълумотига кўра, йилига 100 миллион тоннадан зиёт саноат чиқиндилари, 36 миллион метр куб маиший-рўзғор чиқиндилари ҳосил бўлади. Бу чиқиндиларни утилизация қиладиган, қайта ишлайдиган тизимли корхоналарнинг йўқлиги натижасида мамлакатимиз миқёсида 2 миллиард тоннадан ортиқроқ чиқинди йиғилиб қолгани экологик хавфсизлик нуқтаи-назаридан ҳам бу борада зарур чоралар кўришни тақозо этади.

Бизнинг фикримизча, мавжуд чиқиндини саноат шаҳарларида қайта ишлаш ва ундан саноат тармоқлари учун хом-ашё ишлаб чиқариш, қаттиқ маиший чиқиндилардан органик ўғитлар ишлаб чиқариш, аҳоли зич яшайдиган жойларда чиқинди ҳудудларини барпо этиш ҳамда мавжудларини модернизация қилиш, аҳолини атроф-муҳитни озода сақлаш бўйича саводхонлигини ошириш, коммунал тўлов тизимини ислоҳ қилиш, коммунал хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган ходимларнинг меҳнатини рағбатлантириш мақсадга мувофиқдир. Ушбу тадбирларни амалга оширилиши натижасида янги иш ўринлари яратилади, экологик ва санитария муҳити яхшиланади, аҳоли саломатлиги яхшиланади.

Хулоса қилиб айтганда, коммунал хизмат кўрсатиш ҳудудий тизимини модернизациялаш, жамият ижтимоий ҳаётини барқарор ривожлантириш, аҳоли фаровонлиги ва турмуш даражасини ошириш учун коммунал хизмат кўрсатиш соҳасига оид қонунлар, қонуности ҳужжатлари асосида ишлаш, қонунларимиз мазмун-моҳиятини кенг оммага тарғибот қилиш, қолаверса, соҳада жамият

тараққиётига ва инсон манфаатларига мос келадиган ҳуқуқий асосни янада мустаҳкамлаш зарур.

Шунингдек, коммунал хизмат кўрсатиш ҳудудий тизимидаги тафовутларни бартараф этиш учун коммунал хўжалик корхоналарини модернизация қилиш, хорижий инвестицияларни йўналтириш, замонавий технологиялар билан таъминлаш, кадрлар малакасини ошириш, бошқарув тизимини ислоҳ этиш орқали юмшатиш мумкин. Коммунал хизматлар ва кўп қаватли уйларда турар жойдан фойдаланиш харажатларининг ижтимоий нафлилигини таъминлаш, тармоқ муҳандислик инфратузилмаси билан боғлиқ бўлмаган коммунал хизматларни кўрсатишнинг арзон ва муқобил турларини ривожлантириш лозимдир. Коммунал хизмат ходимларининг иш жараёнларига ахборот тизимларини қўллаш ва уларнинг масъулиятли ишини автоматлаштириш мақсадга мувофиқдир.

Сармояларни мақсадли йўналтириш учун тизимда кўп қаватли уйлар учун алоҳида иситиш таъминоти тизимини ўрнатиш ва мавжудларини реконструкция қилиш, меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланиш, иситиш қурилмаларини замонавий техникалар билан таъминлаш ва иссиқ сув тўлов тизимини такомиллаштириш мақсадга мувофиқ бўлади. Бизнинг фикримизча, мавжуд чиқиндини саноат шаҳарларида қайта ишлаш ва ундан саноат тармоқлари учун хом-ашё ишлаб чиқариш, қаттиқ майший чиқиндилардан органик ўғитлар ишлаб чиқариш, аҳоли гавжум жойларда чиқинди ҳудудларини барпо этиш ҳамда мавжудларини модернизация қилиш, аҳолини атроф-муҳитни озода сақлаш бўйича саводхонлигини ошириш, коммунал тўлов тизимини ислоҳ қилиш, коммунал хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлган ходимларнинг меҳнатини рағбатлантириш мақсадга мувофиқдир.

Коммунал хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиёт ривожланишининг умумий қонуниятлари ҳамда газ саноати, энергетика ва миллий иқтисодиётнинг бошқа соҳалари ривожланишининг таъсири остида шаклланади. Коммунал хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш саноат корхоналари ва ташкилотларининг узлуксиз ишлашига катта таъсир кўрсатади, бунинг натижасида уй хизматида меҳнат ва вақт сарфи қисқаради. Асосий коммунал қулайликлар (марказлашган иситиш тизими, канализация, тоза ичимлик суви, электр энергияси) билан таъминланган уйларда яшовчи оилалар уй хизматини юритиш учун бундай қулайликларга эга бўлмаган оилаларга қараганда анча кам вақт сарфлашади. Коммунал хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиши, шунингдек, аҳолининг алоҳида гуруҳлари ўртасида, шаҳарлар ва кишлоқлар ўртасида турмуш шароитидаги фарқларни камайтиришга ёрдам беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2017-йил 14 январдаги Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузаси. Зарафшон газетаси, 18 январ 2017 йил
2. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегияси. му.gov.uz
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев “2017-2021 йилларда ичимлик суви таъминоти ва канализация тизимларини комплекс ривожлантириш ҳамда модернизация қилиш дастури тўғрисида”ги қарори. Ўзбекистон, 24 апрел 2017 йил. 3568.
4. ЁдгаровВ., Бутунов Д. “Уй-жой коммунал хўжалиги иқтисодиёти ва бошқаруви” Дарслик.Т.: “Ношир” нашриёти. 2012 йил, 18-бет.

5. Мардонов Б.Б. “Хизмат кўрсатиш соҳаси ва аҳоли бандлиги” Монография. Т.: “Фан” нашриёти. 2013 йил.
6. Сидякина А., Чибис А. “Азбука для потребителей услуг ЖКХ” Учебник. Москва. 2015 год.
7. Саидов А.М. “Маиший хизмат кўрсатиш корхоналарида меҳнатни ташкил қилишни такомиллаштириш йўллари” номли диссертацияси. Самарқанд. СамИСИ. 2011 йил.

<p>Бобокулов С.Б.</p> <p>Основные направления модернизации региональной системы коммунальных услуг</p> <p>Аннотация: в данной статье автором разработаны выводы и предложения по модернизации региональных коммунальных хозяйств, пути повышения эффективности, механизмы и факторы влияющие на них.</p> <p>Ключевые слова: коммунальные хозяйства, коммунальная система, сервис, бытовые услуги, ширкат, эффективность, водоснабжение, реконструкция, теплоснабжение.</p>	<p>Bobokulov S.B.</p> <p>The main directions of modernization of the regional system of public services</p> <p>Abstract: In this article, the author developed conclusions and proposals on the modernization of regional utilities, ways of increasing efficiency, mechanisms and factors affecting them.</p> <p>Keywords: municipal services, communal system, service, household services, shirkat, efficiency, water supply, reconstruction, heat supply.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

С.А.Ташназаров – СамИСИ докторанти

УМУМИЙ ОВҚАТЛАНИШ ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИНИ ОШИРИШ ОРҚАЛИ УЛАРНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ

Аннотация: ушбу мақолада умумий овқатланиш хизматлари сифатини ошириш орқали уларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш масалалари, сифат ва рақобатбардошликнинг ўзаро боғлиқлик муносабатлари ўрганилган.

Калит сўзлар: рақобат, рақобатбардошлик, сифат, хизмат, умумий овқатланиш хизматлари, хизмат сифати, хизмат рақобатбардошлиги.

Рақобат кураши ва рақобатбардошликни таъминлаш иқтисодий тараққиётнинг муҳим омили ҳисобланади. Республикамизда мустақилликка эришилган пайтдан бошлаб иқтисодий тараққиётнинг ушбу омилларига катта эътибор қаратилди. Республикамизнинг биринчи Президенти И.Каримов мустақилликнинг дастлабки йилларидаёқ рақобатчилик кураши омилига катта баҳо бериб, қуйидагиларни таъкидлаган эдилар: “Мулкчилик шакллари турлича бўлган корхоналар ўртасидаги рақобатчилик кураши уларни ишлаб чиқаришни бошқаришнинг ички ташкилий тизимларини такомиллаштиришга, техника билан қайта қуроллантиришга, фан ва техника соҳасидаги янги ютуқларни қўллашга мойил бўлишга, кам сарф-харажат қилган ҳолда янада юқори сифатли ва энг арзон нархда маҳсулот ишлаб чиқаришга ундайди. Пировард натижада бу иқтисодий ва илмий-техникавий тараққиётнинг қудратли воситаси бўлиб хизмат қилади”[1].

Дарҳақиқат, рақобат кураши иқтисодиётнинг барча тармоқлари, соҳалари ва корхоналари рақобатбардошлигини таъминлаш, тармоқлар, соҳалар ва

корхоналар рақобатбардошлигини ошириш эса макродаражада яхлит иқтисодиёт рақобатбардошлигини таъминлаш омили эканлиги мустақилликдан кейинги босиб ўтилган қисқа даврда ўз тасдиғини топди.

Президентимиз Ш.Мирзиёев “Тармоқлар ва ҳудудларни модернизация қилиш, улар рақобатдошлик даражасини ошириш, экспорт салоҳиятини ривожлантириш масалалари доимий эътиборимиз марказида бўлиши лозим”, деб таъкидлади [2].

Президентимизнинг 2017 йил 7 февралдаги 4947-сон фармони билан тасдиқланган “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”да иқтисодиёт тармоқларининг рақобатбардошлигини оширишни бугунги куннинг энг устувор вазифаларидан бири сифатида белгиланди[3]. Ушбу устувор вазифанинг бажарилиши иқтисодиётимизнинг барча тармоқлари, уларга кирувчи ҳар бир хўжалик субъектида ўта муҳимдир. Бу бевосита хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасига, унга кирувчи умумий овқатлантириш корхоналарига ҳам дахлдордир.

Маълумки, мустақиллик йилларида хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасига бўлган муносабатлар ва ёндашишлар буткул ўзгарди. Худди ривожланган мамлакатлар сари хизмат кўрсатиш ва сервис янги қиёфага кира бошлади. Бугунги кунда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси иқтисодиётимизнинг етакчи тармоқларидан бирига айланди. Мазкур соҳанинг мамлакатимизда яратилаётган ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) даги улуши 2016 йилда 55% дан ошди. Ҳаракатлар стратегиясида “миллий иқтисодиётнинг мутаносиблиги ва барқарорлигини таъминлаш, унинг таркибида саноат, хизмат кўрсатиш соҳаси, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик улушини кўпайтириш” масалаларини белгилаб қўйилганлиги, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожланиш кўрсаткичларини истиқболда янада ошириш мақсадидаги тадбирларни тақозо этади[3].

Хизмат кўрсатишнинг муҳим турларидан бири бўлиб умумий овқатланиш хизматлари ҳисобланади. Республикамиз аҳолиси сонининг кўпайиши, жамиятнинг турли бўғинларида банд бўлган ходимлар сонининг табора ошиб бориши, инсонлар ҳаёт тарзининг фаоллашуви, вақтнинг кадр-қийматини ошиши, дам олиб хордиқ чиқаришга бўлган эҳтиёжнинг кучайиши умумий овқатланиш хизматларига бўлган талабнинг ўсиб боришини таъминламоқда. Қолаверса, ватанимизга ташриф буюрувчи туристлар оқимининг ҳам бу тур хизматларга бўлган талабнинг ортиб боришида ҳиссаси салмоқлидир. Ушбу турдаги хизматга бўлган юқори талаб соҳага кўплаб тадбиркорлар эътиборини жалб қилмоқда ва тармоқда янги, замонавий типдаги корхоналарнинг кўпайишига олиб келмоқда. Бу эса, ўз ўзидан, тармоқ ичида рақобат курашини вужудга келтирмоқда. Рақобат муҳитида самарали фаолият олиб бориш учун умумий овқатлантириш корхоналарида ҳам рақобатбардошликни таъминлаш асосий талаблардан бирига айланиб бормоқда. Бироқ, таъкидлаш жоизки, республикамизда умумий овқатланиш хизматлари рақобатбардошлигини ошириш масалалари етарлича ўрганилмасдан қолмоқда. Бизнингча, умумий овқатланиш хизматлари рақобатбардошлигини ошириш масалаларига қаратилган илмий тадқиқот ишлари долзарб аҳамият касб этади. Бундай тадқиқотлар етарлича олиб борилмаётганлиги ҳисобга олиб, қуйида умумий овқатланиш хизматлари сифатини ошириш орқали унга кирувчи субъектлар рақобатбардошлигини таъминлаш масалаларига, мазкур хизматларнинг сифати ва рақобатбардошлиги ўртасидаги муносабатлар ва боғлиқликларига тўхталамиз.

Маълумки, бозор иқтисодиётининг муҳим аломатларидан бири бўлиб рақобат ҳисобланади. Бугунги кунда “рақобат” тушунчаси турли соҳаларда ўзаро

таъсирлашувнинг турли шакллари ифодалаш учун қўлланиладиган универсал атама сифатида кенг маъно касб этмоқда. Иқтисодий адабиётларда рақобат атамаси борасида олимларнинг билдирган фикрлари ва унга берилган таърифлар деярли бир хил мазмун-маъно касб этади. Фикримизнинг далили сифатида айрим олимларнинг ушбу атамага берган таърифларини келтирамиз.

Д.Тожибоева рақобатга “иқтисодий фаолият иштирокчиларининг ўз манфаатларидан келиб чиқиб, юқори даромад олиш имкониятига, нуфузли мавқеига эга бўлиш учун бошқалар билан беллашуви, кураши”, деб таъриф берган[5].

У.В.Ғафуров, О.А.Норбоев, С.Р.Бердиевлар “Рақобат – бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашувидан иборат бўлиб, улар ўртасидаги юқори фойда ва кўпроқ нафлиликка эга бўлиш учун курашни англатади”, деб таъкидлайдилар[6].

Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида”ги қонунида рақобатга қуйидагича таъриф берилган. “Рақобат – хўжалик юритувчи субъектларнинг (рақобатчиларнинг) мусобақалашуви бўлиб, бунда уларнинг мустақил ҳаракатлари улардан ҳар бирининг товар ёки молия бозоридаги товар муомаласининг умумий шарт-шароитларига бир томонлама тартибда таъсир кўрсатиш имкониятини истисно этади ёки чеклайди”[4].

Демак, рақобат бозор иштирокчиларининг ҳақиқий қарама-қаршиликлари жараёни бўлиб, уларнинг хулқ-атвори ва ҳатти-ҳаракатларини белгилайдиган бозор қурилмасининг ажралмас механизми ҳисобланади.

Кўплаб замонавий иқтисодий адабиётларда рақобатнинг асосий икки йўли кўрсатиб ўтилган. Булар нарх воситасида рақобатлашув ва нархсиз рақобатлашувдир.

Нарх воситасида рақобатлашувда курашнинг асосий усули бўлиб ишлаб чиқарувчиларнинг ўз товарлари (хизматлари) нархини бошқа ишлаб чиқарувчиларининг шундай маҳсулотлари (хизматлари) нархига нисбатан пасайтириши ҳисобланади.

Нархсиз рақобат шу билан тавсифланадики, бунда рақобат курашининг асосий омили товарларнинг (хизматларнинг) нархи эмас, балки унинг сифати, сервис хизмат кўрсатиш, ишлаб чиқарувчи фирманинг обрў-эътибори ҳисобланади.

Рақобат курашида устун келиш имкониятлари **рақобатбардошликни** билдиради. Рақобатбардошлик бозорда яшаб қолишнинг асосий омили бўлиб, аниқ бозор шароитларида бошқалар билан мусобақада чидаш имкониятидир.

Бугунги кунда умумий овқатланиш хизматлари соҳаси тез суръатларда ривожланаётган соҳалардан бўлиб, унга кирувчи субъектлар бозорда деярли бир хил хизматларни таклиф этишади. Шу сабабли умумий овқатланиш хизматлари бозорида рақобатбардошликни ошириш соҳа субъектларини ташвишлантирадиган асосий муаммо ҳисобланади. Тармоқ ичида рақобат курашининг кучайиб бориши мазкур хизматларининг бир қатор ўзига хос жиҳатлари ва хусусиятларидан келиб чиқади. Бундай хусусиятлар сирасига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- соҳага инновацияларнинг кириб келиши;
- кулинария ва ошпазлик санъатининг тобора ривожланиб бориши;
- соҳада фаолият олиб боровчи ходимлар профессионализи (касбий маҳорати)нинг ошиб бориши;
- овқатланиш жараёнида турли тадбирларни ҳамоҳанг олиб борилиш имкониятининг мавжудлиги (бизнес учрашувлар, маросимлар ва ҳ.к.)
- соҳа корхоналари тақдим этаётган маҳсулот ва хизмат турларининг ва тақдим этилаётган қулайликларнинг кенгайиб бориши;

– истеъмолчилар эстетик дидининг ошиб бориши ва бошқалар.

Умумий овқатланиш хизматлари рақобатбардошлигини оширишда хизмат сифати асосий омиллардан саналади. Инсонларнинг моддий таъминланганлик даражасининг ўсиб бориши уларнинг маданий юксалишига таъсир кўрсатади. Бу эса сифатли хизматларга бўлган талабни табиий равишда оширади. Шу сабабли рақобат шароитида умумий овқатланиш хизматлари сифати муҳим аҳамият касб этиб, овқатланиш корхонасининг самарали фаолиятини ва даромадлари ошишини таъминлайди.

Умумий овқатланиш хизмати сифати деганда овқатланиш хизматини кўрсатувчи корхона томонидан миждозга тақдим этиладиган маҳсулотлар ва хизматлар комплексининг умумий сифат даражаси тушинилади. Бунда маҳсулот, яъни таом ва ичимликлар сифати уларни тақдим этиш билан боғлиқ хизматларни амалга оширадаги ходимлар фаолияти сифати, хизмат истеъмолчисини ва бажарувчисини учун яратилган шароит ва муҳит сифати умумий ҳолатда эътироф этилади. Масалага бундай ёндашувимизга сабаб шуки, умумий овқатланиш корхонасига ташриф буюрган миждоз корхона маҳсулотлари ва хизматлари истеъмолчисига айланади, истеъмолчининг якуний ҳулосасини умумий ҳолатда бўлиб, корхонанинг хизмати **сифатли** ёки **сифатсиз** деган шаклда бўлади.

Овқатланиш хизматлари соҳасида сифатни таъминлаш жуда кўп омилларга боғлиқ бўлган мураккаб вазифа саналади. Шу сабабли бу соҳада ҳозиргача сифатни таъминлашнинг ягона тизими ва стандартлари мавжуд эмас. Бу умумий овқатланиш хизматлари сифатининг назарий масалаларини тадқиқ этишда тизимли ёндашувни тақозо этади. Ушбу ёндашувга асосан умумий овқатланиш хизмати сифати шаклланишида овқатланиш корхонасини томонидан маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқиш, уларни истеъмолчиларга тақдим этиш жараёнларини яхлит бир тизим деб қараб, бу жараёндаги ҳар бир операцияни тизимнинг умумий сифат даражасига таъсир кўрсатувчи омил сифатида таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир.

Умумий овқатланиш хизматларини ташкил этиш ва амалга оширишда соҳа субъектлари учта функционал вазифани амалга оширади: (1) ишлаб чиқариш, (2) савдо, (3) хизмат кўрсатиш. Ушбу вазифаларни амалга оширишда жуда кўплаб жараёнлар содир бўлиб, бу жараёнларни шартли равишда корхона ички жараёнлари ва миждозлар кўз ўнгида содир бўладиган жараёнларга бўлишимиз мумкин. Корхона ички жараёнлари таом ва озиқ-овқат маҳсулотлари сифатини шакллантирса, миждозлар кўз ўнгида содир бўладиган жараёнларда бевосита миждозлар иштирок этади ва корхона хизмати сифати намоён бўлади. Мазкур жараёнлар тизимида амалга ошириладиган тадбирлар тўғридан-тўғри корхона хизмати сифатига таъсир кўрсатади (хом ашё ва уларга ишлаб бериш сифати таом сифатига, таом сифати эса хизмат сифати тўғрисидаги миждознинг якуний ҳулосасига ва ҳ.к.) ва хизмат сифатини шакллантиради. Демак, умумий овқатланиш хизматларини тақдим этишда маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқиш, миждозларга тақдим этиш жараёнлари яхлит тизим сифатида намоён бўлади.

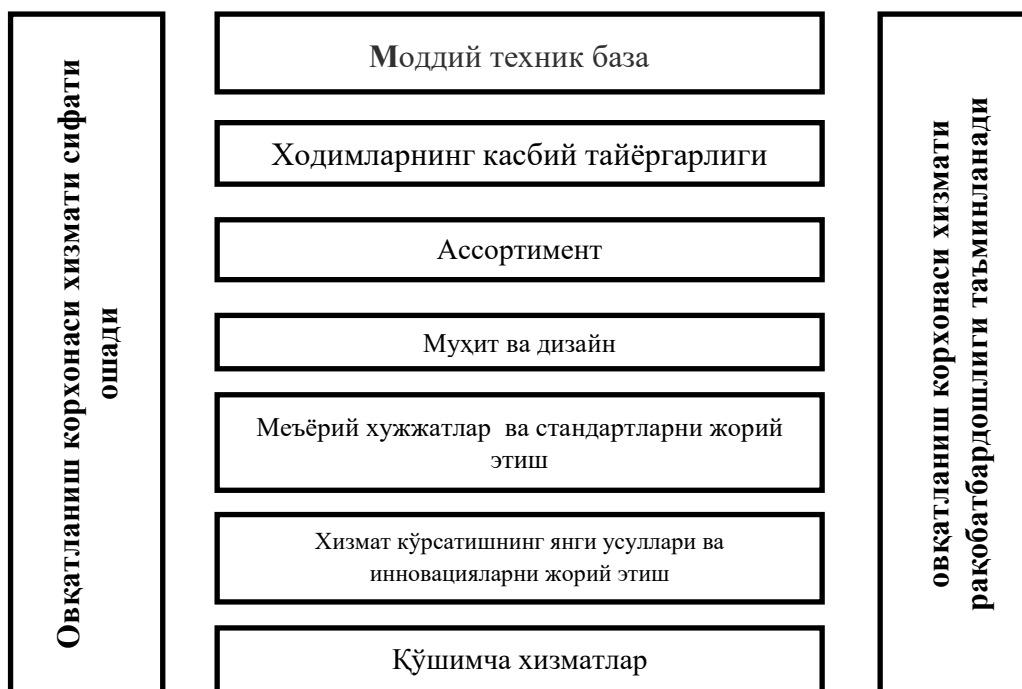
Умумий овқатланиш корхоналари хизматлари сифатининг шаклланиши корхона фаолиятининг барча жараёнлари ва босқичларида амалга ошади. Қайсидир жараёнда сифатнинг эътибордан четда қолиши оқибатида якуний натижа сифат борасида қониқарсизликларга олиб келиши мумкин.

Овқатланиш корхоналарида сифат ва рақобатбардошлиқни ошириш турли омилларга боғлиқ. Бу омилларни, фикримизча, қуйидагича тизимлаш мақсадга мувофиқ (1-расм).

Моддий техник база. Умумий овқатланиш корхонасининг моддий техник базаси, замонавий жиҳоз, ускуналар ва инвентарлар билан таъминланганлиги,

корхона ходимлари учун яратилган шароитлар уларнинг меҳнат фаолиятига ва кайфиятига, шу билан бирга тўғридан тўғри ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ва хизматлар сифатига таъсир кўрсатади.

Ходимларнинг касбий тайёргарлиги. Умумий овқатланиш хизматларини тақдим этувчи корхоналарда раҳбарлар, бошқарувчи ходимлар, мерттотел ва менежерлар, ошпазлар ва қандолатчилар, официант ва барменлар, швецарлар каби кўплаб ходимлар фаолият олиб боришади. Уларда ўз функционал вазибаларини аъло даражада бажаришлари учун бошқарувчилик санъати ва раҳбарлик маҳорати, нозик дид, юқори маданият, этика ва эстетика, хайрихоҳлик, ўзаро дўстона муносабатлар, касбий билим ва маҳорат каби жиҳатлар мавжуд бўлиши лозим.



1-расм. Умумий овқатланиш хизмати сифати ва рақобатбардошлигига таъсир этувчи омиллар¹

Ассортимент. Умумий овқатланиш корхонаси томонидан мижозларга таклиф этиладиган озиқ-овқат маҳсулотлари ва хизматлари ассортиментининг кенглиги истеъмолчиларда танлаш имкониятини вужудга келтиради. Мижозларда танлаш имкониятининг юқорилиги корхона даражасини белгилайди.

Муҳит ва дизайн. Мижозлар умумий овқатланиш корхоналарига нафақат овқатланиш учун, балки дам олиш мақсадида ҳам ташриф буюришади. Шу сабабли корхонада яратилган муҳит уларга ўзларини эркин ҳис қилиш имкониятини бериши лозим. Бунга экстерьер (бинонинг ташқи кўриниши ва безаклари, ҳовли ва ер ландшафт дизайни, тунда ёритилиши) ва интерьер (бино ички қисми ва деворлар безаклари, ранглар, кўшимча дизайн элементларидан фойдаланиш) дизайни, микроиқлим (бино ичида ҳавонинг ҳарорати, ҳавонинг нисбий намлиги, ёруғлик, товуш акустикаси) шароитларини аъло даражада ташкил қилиш орқали эришилади.

Меъёрий хужжатлар ва стандартларни жорий этиш. Умумий овқатланиш хизматлари соҳасига тааллуқли бир қатор халқаро стандартлар ва

¹Муаллифтомониданишланган

меъерий ҳужжатлар ишлаб чиқилган. Чунончи, Ўзбекистон Республикаси умумий овқатланиш хизматлари соҳасида қуйидаги халқаро стандартлар қўлланилади: ГОСТ 30389-2013[7], ГОСТ 30524-2013[8], ГОСТ 31985-2013[9].

Ўзбекистон Республикаси соғлиқни сақлаш вазирлигининг давлат санитария-эпидемиология назорати томонидан “СанПиН РУз №0309-14.” меъерий ҳужжати қабул қилинган[10]. Мазкур стандартлар ва меъерий ҳужжатлар умумий овқатланиш хизматлари соҳасини ва соҳа субъектлари фаолиятини тартибга солиб турувчи ҳужжатлар саналади. Ушбу ҳужжатларнинг жорий этилиши умумий овқатланиш хизматларининг сифати ва бошқа кўплаб жиҳатлари билан боғлиқ муаммоларнинг олдини олишда асос бўлиб хизмат қилади. Қолаверса, сифатни бошқаришда сифат менежменти тизимлари мавжуд бўлиб, умумий овқатланиш корхоналарида уларни жорий этиш сифат борасида ижобий натижаларга эришишни таъминлайди.

Хизмат кўрсатишнинг янги усуллари ва инновацияларни жорий этиш. Сўнгги йилларда нафақат хизматлар соҳасида, балки иқтисодиётнинг барча тармоқларида сифат ва рақобатбардошликни ошириш муаммосини ҳал этишда инновациялардан кенг фойдаланилиб келинмоқда. Кўплаб янги иқтисодий адабиётларда “билимлар иқтисодиёти”, “инновацион иқтисодиёт” каби ибораларни учратиш мумкин. Бу иқтисодий тараққиётнинг янги босқичга, инновациялар ва замонавий билимларга таяниш босқичига чиққанидан далолат беради. Умумий овқатланиш корхоналарида бошқарувнинг инновацион усулларида фойдаланиш, хизмат кўрсатишнинг янгича ноананавий методларини ишлаб чиқиш, фан ва техниканинг сўнгги ютуқларини жорий қилиб бориш сифат ва рақобатбардошликни ошириш масалаларини ҳал этишдаги янгича ёндашувни намоён қилади.

Қўшимча хизматлар. Қўшимча хизматлар асосан миқдорларга кўплаб қўшимча қулайликлар яратиш орқали корхона имиджини оширишга қаратилган бўлиб, бу тур хизматларга қуйидагиларни киритишимиз мумкин: ахборот бериш, олдиндан буюртма қабул қилиш, етказиб бериш, парковка, турли кўнгилочар тадбирлар ва ҳ.к.

Таъкидлаш жоизки, умумий овқатланиш хизматлари сифати ва рақобатбардошлиги ўртасида ўзаро боғлиқлик муносабатлари мавжуд бўлиб, бу боғланиш тўғридан-тўғри таъсир кучига эгадир. Мазкур муносабатларнинг табиатини очиқ беришда ўзбек тилининг изоҳли луғати ва Ўзбекистон миллий энциклопедиясида келтирилган “қонун” ва “қонуният” ибораларига берилган изоҳларга таяниш лозим. Юқоридаги манбаларга кўра, “қонун” (фалсафада)– нарсаси ва ҳодисалар ўртасидаги муҳим, зарурий, барқарор, такрорланувчи муносабат. Мазкур муносабат объектив воқеликка мансуб бўлиб, у воқелик қонунлари деб юритилади[11]. “Қонуният” – объектив ҳодисалар ўртасидаги боғланишлар ва уларнинг қонунлари. Қонуний асосда табиий равишда ўз-ўзидан келиб чиқувчи, табиий, муқаррар иш, ҳодиса деб изоҳ берилган[12].

Фикримизча, овқатланиш хизматлари сифати ва рақобатбардошлиги ўртасидаги боғлиқлик муносабатларини **сифат ва рақобатбардошликнинг ўзаро боғлиқлик қонунияти** деб изоҳлаш мақсадга мувофиқдир. Ушбу қонуниятга кўра сифатнинг ошиши рақобатбардошликнинг ошишига, сифатнинг пасайиши эса рақобатбардошликнинг пасайишига олиб келади. Умумий овқатланиш хизматлари сифатининг ошишини рақобатбардошлигининг ошишига боғлиқлигини математик жиҳатдан ифодаласак, сифатнинг ўзгариши рақобатбардошликнинг ўзгаришига тўғридан-тўғри боғлиқ ва бу боғланишнинг математик моделини қуйида келтирилган чизикли ёки ночизикли функциялар ёрдамида ифодалаш мумкин.

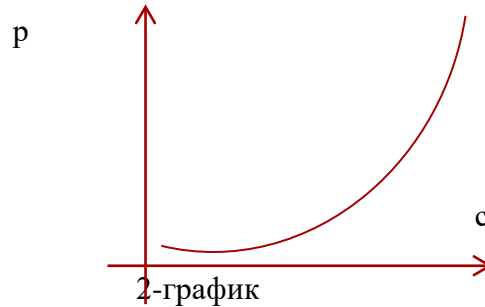
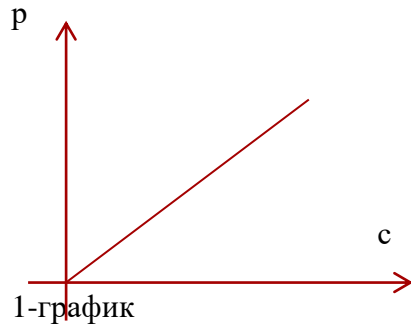
*Чизикли функция:

$$y = a_0 + a_1 x \quad (1)$$

*Ночизикли функция

$$y = a_0 + a_1 x^2 \quad (2)$$

кўринишида бўлади. Ушбу функциялар графикда қуйидагича тасвирланади:



Умумий овқатланиш хизматлари сифати ва рақобатбардошлигининг аниқ кўрсаткичларини ишлаб чиқиш ва бу кўрсаткичлар ўзгаришининг бир-бирига таъсирини ушбу функциялар орқали таҳлил қилиш, сифатнинг рақобатбардошликка таъсирини аниқ ўлчамларини топиш имконияти вужудга келади.

Бизнинг фикримизча, ҳозирги бозор шароитида барча жараёнлар ўзгарувчан бўлиб, бу умумий овқатланиш хизматлари сифати ва рақобатбардошлигига ҳам тегишлидир. Умумий овқатланиш хизматлари истеъмолчилари талабларининг диверсификацияси барча турдаги умумий овқатланиш корхоналарида кўрсатиладиган хизмат турларини оширишга ва уларнинг сифатини яхшилашга ундайди, яъни хизматлар сифатини ошириш жараёни умумий овқатланиш корхоналари фаолиятининг таркибий қисми бўлишини тақозо қилади, буни инобатга олмаган умумий овқатланиш корхонаси бозорда ўз позициясини йўқотади. Сифатни оширишга қаратилган доимий чоралар умумий овқатланиш корхоналари фаолияти масштабининг кенгайиб бориши орқали рақобатбардошлик даражасини ошириш имкониятини яратади. Хизматнинг юқори даражада бўлиши корxonанинг доимий мижозлари сонини ортишини кафолатлайди. Бу, ўз навбатида, самарали фаолият ва корхона имиджини шакллантириш гаровидир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

- 1 Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида. Тошкент - “Ўзбекистон” – 1995. 183-б.
- 2 Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. Тошкент, “Ўзбекистон” – 2016 й. 14-бет.
- 3 Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармони. Тошкент ш., 2017 йил 7 февраль, ПФ-4947-сон. www.lex.uz
- 4 Ўзбекистон Республикасининг “рақобат тўғрисида”ги қонуни, 2012 йил 6 январь, ЎРҚ-319-сон. “Халқ сўзи” газетаси 5 (5425)-сон, 7 январь 2012 йил.
- 5 Тожибоева Д. Иқтисодиёт назарияси, ўқув қўлланма. Тошкент-“Иқтисодиёт молия” 2005 йил.
- 6 Гафуров У.В., Норбоев О.А., Бердиев С.Р., Иқтисодиёт назарияси фанидан маърузалар матни. Тошкент-2013.

- 7 Межгосударственный стандарт ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. Москва. Стандартинформ, 2014.
- 8 Межгосударственный стандарт ГОСТ 30524-2013. Услуги общественного питания. Требования к персоналу. Москва. Стандартинформ, 2014.
- 9 Межгосударственный стандарт ГОСТ 31985-2013. Услуги общественного питания. Термины и определения. Москва. Стандартинформ 2014.
- 10 СанПиН РУз № 0309-14. Санитарно-гигиенические требования для предприятий общественного питания. Ташкент-2014.
- 11 Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 234-б. www.ziyouz.com кутубхонаси.
- 12 Ўзбек тилининг изоҳли луғати. II том. Москва, издательство “Русский язык” 1981. 598-б. www.ziyouz.com кутубхонаси.

<p>С.А.Ташназаров</p> <p>Обеспечение конкурентоспособности услуг общественного питания посредством повышения их качества</p> <p>Аннотация: в этой статье рассматриваются вопросы обеспечения конкурентоспособности посредством повышения качества услуг общественного питания, а также отношения между качеством и конкурентоспособностью.</p> <p>Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, качество, услуга, услуги общественного питания, качество услуг, конкурентоспособность услуг.</p>	<p>S.A.Tashnazarov</p> <p>Ensuring competitiveness of public catering services by increasing the quality</p> <p>Abstract: This article deals with the issues of ensuring competitiveness through improving the quality of public catering services, as well as the relationships between quality and competitiveness.</p> <p>Keywords: competition, competitiveness, quality, service, catering service, quality of service, service competitiveness..</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

С.Ш.Халилов– ТДИУ ўқитувчиси, тадқиқотчи

ХИЗМАТЛАР ЭКСПОРТИНИ КЕНГАЙТИРИШНИНГ МАРКЕТИНГ ЧОРА-ТАДБИРЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада хизматлар экспортининг таркибий ташкил этувчиларига аниқлик киритилган. Хизматлар экспортини муттасил рағбатлантириб боришнинг маркетинг чора-тадбирлари самарадорлигини ошириш йўллари ҳам алоҳида тўхталиб ўтилган.

Калит сўзлар: хизматлар экспорти, инновацион маркетинг технологиялари, тижорат муваффақиятига эришиш шартлари.

Умумий экспорт ҳажмида хизматлар ўрни салмоқли бўлиши мамлакат иқтисодиёти ривожланишнинг интенсив босқичига етиб келганидан далолат беради. Зотан, хизматлар экспорти рўёбга чиқиши учун хўжалик юритиш амалиёти интеллектуал салоҳиятга асосланган бўлиши зарур. Ўз навбатида, бу мамлакат ички меҳнат ресурсларининг малакавий даражаси юқори эканлигини англатади. Хизмат кўрсатиш соҳасида касбий таълим доимий модернизация қилиб борилаётганлиги келгусида Ўзбекистон хизматлар халқаро савдосида

муносиб ўрин эгаллашига замин яратади.

Президентимиз Шавкат Мирзиёевнинг 2017 йил 14-15 апрель кунлари Самарқанд вилоятига ташрифи доирасида берган топшириқлари 2017-2019 йилларда Самарқанд шаҳри ва вилоятнинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш бўйича “йўл харитаси” яратилишига асос бўлди. Самарқанд вилояти ҳудудида 1851 та моддий-маданий мерос объектлари мавжуд. Шунингдек, туризм фаолияти билан шуғулланадиган 176 та субъект, шулардан 71 таси туроператорлар ҳамда бир вақтнинг ўзида 4500 нафар меҳмонларни жойлашиш имкониятига эга бўлган 105 та замонавий меҳмонхоналар фаолият кўрсатмоқда. Самарқанд шаҳрида хорижий инвесторлар билан ҳамкорликда замонавий меҳмонхоналар, коттежлар, кўнгилочар ва савдо марказлари, шунингдек, амфитеатр, турли миллатлар таомларини тайёрлайдиган ресторанлар, кафелар, боулинг марказлари, караоке-бар, сувенир дўконлари ва бошқа туризм инфратузилмаларини ўз ичига оладиган “Samarkand City” туризм ҳудуди барпо этилмоқда.

Агар рақамларга тўхталадиган бўлсак, 2016 йилда сайёҳлик ташкилотлари томонидан туристик хизматлар экспорти ҳажми 130,2 миллион АҚШ долларини ташкил этиб, 2015 йилга нисбатан 116,4 фоизга ўсган.

2017-2021 йилларда 40 та янги меҳмонхоналарни ишга тушириш, туристик объектларда маданий тадбирларни ўтказиш белгиланиб, 2017-2018 йилларда қиймати 26 миллиард 150 миллион сўмлик 14 та янги меҳмонхона қурилиши бўйича лойиҳа таклифлари ва лойиҳа ташаббускорлари аниқланиб, аксариятида қурилиш ишлари бошлаб юборилган¹.

Халқаро савдода эса маркетингга доир амалий саъй-ҳаракатларни кучайтириш, энг аввало, хизматлар экспортининг таркибий ташкил этувчиларини аниқлаб олишни тақозо қилади. Маълумки, иқтисодий табиатига кўра хизматлар моддий неъматлардан кескин фарқ қилади. Шундан келиб чиқиб айтиш жоизки, хизматлар экспорти таҳлили ҳам алоҳида илмий-методологик ёндашувни ишлаб чиқишни талаб этади. Бунда:

биринчидан, хизматлар экспортини халқаро савдо алоқаларининг бир қисми сифатида тадқиқ қилиш;

иккинчидан, маҳаллий хизмат кўрсатиш тармоқларининг хорижий истеъмолчилар орасида ижобий имижини яратишга йўналтирилган реклама ва сотувни рағбатлантириш фаолиятини йўлга қўйиш;

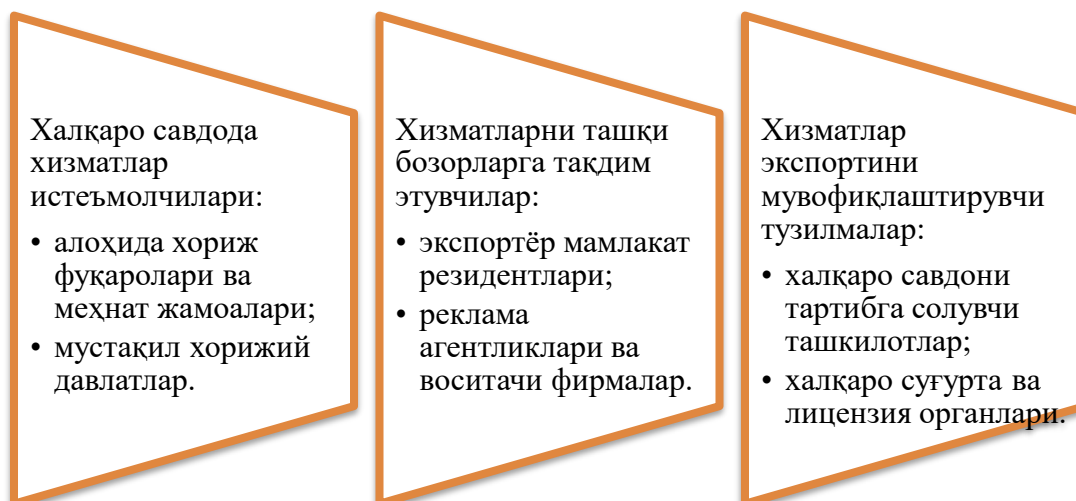
учинчидан, хизматларни ташқи бозорларда тақдим қилишнинг инновацион ёндашувини шакллантиришга ҳамда маркетинг чора-тадбирларини тизимлаштиришга устувор аҳамият бериш;

тўртинчидан, хизматлар экспорти таркибий ташкил этувчилари ўртасида ўзаро боғлиқликни илмий асосланган тарзда давом эттириш;

бешинчидан, хизматлар экспорти амалга ошишига инсон капитали сифати, бизнес муҳити қулайлиги ва технологик омиллар таъсири юқорилигини инобатга олиш мақсадга мувофиқ.

Энди эса хизматлар экспорти таркибий ташкил этувчиларига тўхталиб ўтиш зарур. Хизматлар экспорти амал қилиш механизмнинг самарадорлигига эришиш ҳам бунга чамбарчас алоқадор. Демак, хизматлар экспортининг таркибий ташкил этувчиларини қуйидагича ифодалаш мумкин:

¹ zarnews.uz – Самарқанд вилояти ҳокимлиги нашри “Зарафшон” газетаси расмий сайти



1-расм. Хизматлар экспортининг таркибий ташкил этувчилари¹

Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий муносабатларни бошқаришнинг мақбул даражада йўлга қўйилганлиги синергетик самарадорликни таъминлашнинг энг муҳим омили саналади. Хизматлар экспорти бошқарув тизими амал қилишининг самарадорлигини эса:

- ❖ экспорт муносабатларининг ҳуқуқий тартибга солинганлиги;
- ❖ хизматлар экспортининг яхлит кластери вужудга келганлиги;
- ❖ хизмат кўрсатиш соҳасига инновацион маркетинг технологияларининг жорий этилиши;
- ❖ хизматларни тақдим қилиш бўйича янги ташқи бозорларини ўзлаштиришнинг мотивацион платформаси яратилганлиги;
- ❖ рақобат стратегияларини ишлаб чиқишнинг илмий асосланганлиги кабилар белгилаб беради.

Шубҳасиз, маркетинг фаолияти хизматлар экспорти билан шуғулланиб келаётган корхоналар истиқболини аниқлашнинг ҳал қилувчи мезони ҳисобланади. Мақсадли бозорларни тадқиқ қилиш, хизматлар ассортиментини шакллантириш, сегментлаш ва бозор нишасини эгаллаш, конъюнктуравий ўзгаришларни таҳлил қилиш, рақобат устунликларига эришиш чораларини кўриш тижорат муваффақияти шартлари қаторида бирламчи ўринда туради (2-расм). Инновацион маркетинг технологияларини хизматлар экспортида бизнес юритиш амалиётига жорий этиш бунда, айниқса, долзарб аҳамият касб этади. Хизматлар экспортида инновация дейилганда экспортга мўлжалланган янги хизмат турининг яратилиши ёки анъанавий хизматларнинг таклиф этилиши ва реализациясидаги такомиллашув англанади. Хизматлар экспортида инновацион маркетинг технологиялари эса хорижий мамлакатлар янги сотув бозорларини ўзлаштиришнинг шакл ва воситаларидир. Ўз навбатида, хизмат кўрсатиш соҳаси экспорт имкониятларини кенгайтиришга инновацион маркетинг технологияларини татбиқ қилиш муайян қонуниятга асосланган кетма-кетликда амалга оширилади.

¹ Муаллиф тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилган.



2-расм. Хизматлар экспортида тижорат муваффақиятига эришишнинг маркетинг шартлари¹

Хулоса қилиб айтганда, хизматларнинг умумий экспортдаги аҳамиятини кучайтириш ҳамда салмоғини ошириш миллий иқтисодиётдаги таркибий ўзгаришлар суръати билан баробар олиб борилмоқда. Инновацион маркетинг технологияларини амалиётда қўллаш эса хизматлар экспортида сифат жиҳатидан ўзгаришларни чуқурлаштириш имконини беради. Зеро, инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш хизматлар экспортига ташкилий-услугий ёндашувларни узлуксиз такомиллаштириб боришни тақозо қилади. Шундагина ташқи бозорлар географиясини кенгайтириш интенсив асосда кечади.

<p>С.Ш.Халилов</p> <p>Маркетинговые меры по расширению экспорта услуг</p> <p>Аннотация: в этой статье описываются компоненты экспорта услуг. Также были подчеркнуты пути повышения эффективности маркетинговых мер для непрерывного продвижения экспорта в сфере услуг.</p> <p>Ключевые слова: экспорт услуг, инновационные маркетинговые технологии, условия для коммерческого успеха</p>	<p>S.Khalilov</p> <p>Marketing efforts to expand exports of services</p> <p>Abstract: This article describes the components of service exports. It has been highlighted the ways of increasing the effectiveness of marketing measures for the continuous promotion of service export.</p> <p>Keywords: service export, innovative marketing technologies, conditions for commercial success.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

¹ Муаллиф тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилган

Ш.Д.Джуракулов – СамДУ ўқитувчиси

ТИЖОРИЙ ВА СИЁСИЙ РЕКЛАМАНИНГ ЎХШАШЛИКЛАРИ ВА ФАРҚЛИ ЖИХАТЛАРИГА НАЗАРИЙ ЁНДАШУВ

Аннотация: мақолада тижорий ва сиёсий рекламанинг ўхшашликлари ва фарқли жиҳатлари, хорижлик олимларнинг фикрлари, илмий янгиликлари қиёсий таҳлил қилинган. Шу билан бирга миллий реклама бозорига кириб келаётган янги терминларга ойдинлик киритилган ҳамда реклама соҳасида қонунчилик тизимини такомиллаштириш бўйича таклиф ва хулосалар келтирилган.

Калит сўзлар: ноёб савдо таклифи, ноёб сиёсий таклиф, имиджмейкинг, хейп-реклама, реклама-антикоммерш.

Сиёсий рекламада иқтисодий ёндашув тарафдорлари сиёсий ва тижорий реклама, товарни бозор муҳитида силжитишнинг сиёсий ва тижорий механизмлари орасида деярли фарқ йўқ, деб қарайдилар. Иқтисодий ёндашув тарафдорларига кўра, иқтисодиётда бўлгани каби, сиёсатда ҳам тақдим этилаётган товар бир хил ўхшаш тавсифларга эга: товар имиджи, ёрлик, сервис дастури ва ҳ.к. Таниқли француз сиёсий технологи Жак Сегела: “Сиёсий арбобнинг ёзувчидан фарқи шундаки, у истеъмол маҳсулоти ҳисобланади”, дейди¹. Шунинг учун унга нисбатан истеъмол бозори қонуниятлари қўлланилади.

Тижорий реклама ва сиёсий реклама орасидаги боғлиқлик кўриниб турибди. Сиёсий реклама анча пайтдан буён тижорий реклама воситаларини самарали қўллагани ҳолда истеъмолчи – сайловчига номзодлар, сиёсий партиялар, ташкилотлар, дастурларни товар сифатида тақдим этиб келмоқда. “Сиёсий рекламада тижорий рекламада қўлланиладиган қонуниятлардан фойдаланилади. Улар маркетингнинг илмий асосларида баён этилган ва жуда тушунарли фикрга олиб боради: гап қўлингдан келадиганини ёки хоҳлаганини қилиш (ёки гапириш) эмас, балки ортингдан эргаштирмоқчи бўлаётган одамларга нима кераклиги хусусида боради”² (ушбу цитатада маркетингнинг машҳур постулатига ўхшашлик бор: “Сотиб олинadиган нарсани ишлаб чиқариш ишлаб чиқарилганини сотишга нисбатан муҳимроқ”). Time журнали бир неча йиллар олдин “сиёсий реклама номзодни товар билан алмаштирган ҳолда тижорий рекламага яқинлашмоқда”, дея қайд этган эди³.

Америка сиёсий рекламасида ҳар доим тижорий реклама технологияларидан фаол фойдаланилган. Мутахассислар аллақачон сиёсатдонни сиёсий бозорда силжитишнинг ўзига хослиги унинг гапира олишида ўз аксини топади, деган хулосага келганлар. 1933 йилда илк Америка сиёсий менежмент фирмасига асос солган Д.Уитейкернинг тасдиқлашича, сиёсатдон-номзодни сайловда кўзланган маррага етказиш автомобилни сотишдан анчайин мураккаб, автомобил албатта гунг, сиёсатдон эса биргина нотўғри сўзи ёки бемаврид мурожаати билан сайловчиларни ўзидан бутунлай узоқлаштириб юбориши мумкин⁴. Шунда унинг жамоаси томонидан бажарилган барча ишлар барбод бўлади. АҚШда сиёсий рекламага асос солганлардан бири, таниқли рекламист Россел Ривз: “Мен сайлов хонасида туриб номзодлар орасида иккиланаётган сайловчини анкетада тиш пасталари ўртасида иккиланаётган харидорга ўхшатаман. Шуниси аниқки, қай бири хотирага яхши муҳрланган бўлса, айнан

¹ Политические коммуникации. Под ред. А.И.Соловьева. – М., 2004. 150 бет.

² Лебедов-Любимов А.Н. Психология рекламы. – СПб., 2002. 276 бет.

³ Феофанов О.А. Реклама: Новые технологии в России. – СПб., 2004. 266 бет.

⁴ Ольшанский Д.В. Политический ПР. – М. и др., 2003. 129 бет.

ўшаниси танланади”¹.

Ушбу нуқтаи назар сиёсий коммуникациялар соҳасидаги назариётчилар ва мутахассислар томонидан сиёсий рекламанинг ўзига хос жиҳатлари юзасидан талайгина эътирозларга сабаб бўлмоқда. Хусусан, АҚШ демократик партияси намоёндаларидан бири Э.Стивенсонга кўра: “Номзодларни эрталабки нонушта учун мўлжалланган бўтқа каби сотиш ғоясининг ўзи – демократик жараёнларни дарғазаб қилади”².

Сиёсий рекламага иқтисодий нуқтаи назардан ёндашиш тушунчаси унинг муҳолифлари томонидан оммавий танқидга учрашига қарамасдан, кўплаб тадқиқотлар сиёсий реклама тижорий рекламанинг муҳим таснифларидан фойдаланишини тасдиқлайдилар. Шу билан боғлиқликда, ушбу иш муаллифи реклама бўйича мумтоз адабиётлардан айрим фикрлар келтиришни жоиз деб билади.

К.Бове ва У.Аренсларга кўра, “реклама – бу ахборотни ношахсий тарзда етказиш бўлиб, одатда, у маълум тўловга эга ва турли ташувчилар воситасида таниқли реклама берувчилар орқали махсулотни, хизматни ёки ғояни харид қилишга ундовчи тавсифга эга бўлади”³. “Реклама реклама берувчилар ва реклама мурожаати йўлланган аудитория ўртасидаги махсус ижтимоий оммавий коммуникация соҳаси сифатида қаралиши мумкин, унинг мақсади ушбу аудиторияга фаол таъсир кўрсатиш бўлиб, шу орқали реклама берувчининг маълум маркетинг вазифаларини ҳал этишга қаратилади”⁴. Френк Джефкинснинг “Реклама” номли китобида Америка амалий реклама Институти (Institute of Practitioners in Advertising)нинг қуйидаги изоҳи келтирилган: “Реклама ўзида имкон қадар арзон нархда тайёрланган ва жойлаштирилган товар ёки хизмат ҳақидаги хабарни мужассам этиб, маълум мақсадли аудитория учун мўлжалланган бўлади”⁵. “Реклама – бу ҳисобга олинган мақсадли аудитория учун мўлжалланган товар ёки хизмат ҳақидаги хабарни яратишга қаратилган илмий асосланган тадбирлар мажмуи”⁶.

Халқаро савдо палатаси реклама учун қуйидаги таърифни бериб ўтган: “... ношахсий шаклда бўлиб, турфа фикр уйғотиш учун тижорий ғоялар, хизматлар ва товарлар бозоридаги маълум буюртмачи томонидан ташувчи (реклама тарқатиш воситаси)га ўз мурожаатини йўллаш учун тўлов бўлиб, у оммалаштириш деган тушунчадан ахборотни ёйишда қўлланиладиган восита, хизмат учун ҳақ олинмаслиги, буюртмачининг танилиши шарт эмаслиги билан фарқланади”⁷.

Тадқиқотлар мақсадлари ва тўпланган амалий материалнинг ўзига хослигига мувофиқ мазкур мақола муаллифи “сиёсий реклама” тушунчасини таърифлашга иқтисодий жиҳатдан ёндашади. Бунга асос сифатида реклама дунёсида таниқли бўлган “Advertising age” журнали томонидан энг яхши дефиниция учун 1964 йилда ўтказилган танловда ғолиб бўлган реклама таърифини келтирамиз: “Реклама – бу шахс, товар, хизмат ёки оммавий ҳаракат ҳақида босма, кўлёзма, оғзаки ёки тасвирий тарзда хабардор қилиш бўлиб, у реклама берувчи томонидан очикча тақдим этиладиган ва у томонидан даромадни кўпайтириш, мижозлар кўламини кенгайтириш, овоз йиғиш ёки оммавий тасдиқ олиш мақсадида тўланадиган хабар”⁸. Бизнингча, ушбу таъриф таниқли россиялик

¹ Феофанов О.А. Реклама: Новые технологии в России. – СПб., 2004. 265 бет.

² Политические коммуникации. Под ред. А.И.Соловьева. – М., 2004. 150 бет.

³ Бове К., Арэнс У. Современная реклама. – М., 1995. 5 бет

⁴ Ромат Е.В. Реклама: История, теория, практика. – М. и др., 2003. 8 бет

⁵ Джефкинс Ф. Реклама. – М., 2002. 6 бет

⁶ Пименов П.А. Основы рекламы. – М., 2005. 39 бет

⁷ Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. – М., 2005. 8 бет.

⁸ Полукаров В.Л. Основы рекламы. – М., 2004. 19 бет.

тадқиқотчи О.А.Феофанов томонидан таъкидланган сиёсий реклама ҳақидаги қуйидаги таърифни тўлдиради ва уни янада аниқлаштиради: “Сиёсий реклама – бу оммавий аудиторияларга руҳий таъсир қилиш услубларини ўзида акс эттирган ҳар қандай реклама бўлиб, у орқали омманинг сиёсий ҳулқ-атворини бошқариш, у ёки бу сиёсий эътиқодни ўзгартириш ёки мустаҳкамлашга қаратилган бўлади”¹.

О.Феофанов “маълум даражада ҳар қандай реклама, ҳатто, тижорий реклама ҳам сиёсат билан боғланган бўлиб, моддият ва маънавият ўртасида ажралмас алоқа билан шартланган... Кенг истеъмол товарлари ва хизматларини тарғиб қилиш асносида реклама бир вақтнинг ўзида маълум маънавий кадриятларни, умуман олганда, маълум ҳаёт тарзини тарғиб қилади”², дея адолатли таъкидлаган. Сиёсий имидж яратиш соҳасидаги йирик француз мутахассиси Жак Сегелага кўра: “Реклама шунчаки савдодаги сўз эмас. Бу – сиёсатдаги, жамоатчилик муносабатларидаги, ахлоқдаги ўзининг муҳим ўрнига эга бўлган сўздир”³.

Сиёсий реклама ўзининг кўп тиражлилиги, турфа хиллиги, такрорлаш имкониятлари, лаконизми (қисқа ва лўндалиги) ва эмоционаллиги (ҳис-туйғуга жўшқинлиги) билан оммавий онга таъсир қилиш имкониятлари тижорий рекламадан кам эмаслиги эътироф этилади.

Сиёсий рекламанинг асосий вазифаларидан бири, ҳудди тижорий рекламада бўлгани каби, ўз “товар”ининг бозордаги мавқеини яратиш, уни намоён қилиш ва мустаҳкамлашдир. Ушбу ҳолатда гап маълум партия, ҳаракат, жамғарма, номзоднинг бошқа ташкилотлар ва номзодларга нисбатан мавқеини аниқлаш ҳақида бормоқда. Сиёсий рекламанинг вазифаси – у ёки бу сиёсий кучлар ёки уларнинг вакилларининг тегишлича имиджларини яратган ҳолда, сайловчига уларни фарқлаб, таниб олишда ёрдам беришдан иборат.

Замонавий рекламада, асосан, қуйидаги 3 та назариянинг таъсирчанлиги таъкидланади:

- Д.Огилвининг имидж назарияси;
- Дж.Траут ва А.Райснинг мавқе назарияси;
- “ноёб савдо таклифи” назарияси (НСТ ёки “ноёб сиёсий таклиф” – НСТ)⁴.

Ушбу назариялар муаллифлари мазкур қонуниятларни шунчалик аниқ шакллантирганларки, улар ҳар томонлама қулай бўлиб, маркетингда бўлгани каби рекламада ҳам қўлланила оладилар. Назарий хулосалар чиқариш учун ўн йиллар давомида жиддий тажриба ва тадқиқотлар олиб борилган. Буларнинг барчаси кераксиз сарфларни қисқартириш ва самарали рекламани яратишни ўрганиш учун амалга оширилган.

Юқоридаги учта назария сиёсий реклама ва сиёсий жараёнларда ўз ютуқларига эришдилар. Замонавий рекламада улар фақатгина рақобатчи сифатида эмас, балки бир-бирларини тўлдирувчилар сифатида ҳам ҳамоҳанг тарзда фойдаланилмоқдалар. Тижорий рекламада ривожланиб бораётган имидж назариясидан кейинчалик имиджмейкинг етишиб чиқди. Замонавий тижорий рекламанинг муҳим қисмларидан бири ҳисобланган мавқе назарияси вақт ўтгани сари сиёсий рекламанинг ҳам муҳим компонентларидан бирига айланди. Сиёсий реклама ва уни концептуал жиҳатдан англашнинг муҳим негизларидан бири бўлиб “ноёб сиёсий таклиф” (НСТ) ҳам хизмат қилди (бу ҳақда батафсилроқ: Ляпина Т.В. Политическая реклама. – Киев, 2000, с. 42-46; Политическая

¹ Феофанов О.А. Реклама: Новые технологии в России. – СПб., 2004. 264 бет.

² Феофанов О.А. Реклама: Новые технологии в России. – СПб., 2004. 251 бет.

³ Феофанов О.А. Реклама: Новые технологии в России. – СПб., 2004. 252 бет.

⁴ Ляпина Т.В. Политическая реклама. – Киев, 2000. 42 бет; Ольшанский Д.В. Политический ПР. – М. и др., 2003. 127 бет.

психология. Под общ.ред. А.А.Деркача, В.И.Жукова, Л.Т.Лаптева, - М., 2003, с 709-711). Айнан мазкур трансформация босқичма-босқич тарзда тижорий ва сиёсий реклама ўртасидаги деярли барча асосий фарқларни аниқлаб берди, бунда у сиёсий рекламани одатий тижорий рекламадан концептуал, назарий даражада ажратди.

Сиёсий рекламанинг тижорий реклама билан кўпгина ўхшашликлари билан биргаликда фарқланувчи жиҳатлари ҳам мавжуд. Сиёсий рекламанинг ўзига хослиги шундаки, у жонли “товар” билан иш олиб боради ва у фавқулодда инжиқ бўлиши эҳтимоли мавжуд.

Сиёсий реклама:

- маълум натижага йўналтирилган бўлиб, сайловолди сиёсий компанияси амалга ошириладиганда (ёки амалга оширилгач) белгиланган муддатларда натижа кутилади. Бир қатор тадқиқотчилар таъкидлашича, сиёсий реклама “мавсумийлик” характери ифодаламайди ва фақатгина сайловолди компанияларида эмас, балки улар оралиғида ҳам мавжуд бўлиши мумкин. Масалан, у бошқа бир партия тарафдорларини оғдириб олишда, яъни аъзолар жалб этишда, янги партия ғоя ва тамойилларини кенг оммага етказишда, одамларни бирор бир сиёсий акцияларда қатнашишга ундашда, шунингдек, сиёсий кучлар имиджи, дастури ва лозунглари яратиш ҳамда мустаҳкамлашда қўлланилиши мумкин¹;
- конфронтация ёки сиёсий можароларга қарши курашишда амалга оширилади;
- қатъий белгиланган меъёрларга эга бўлади, хусусан, молиявий жиҳатдан;
- электорат билан тезкор боғланувчи тизимга қаратилган бўлади².

Тижорий реклама бирор турдаги товарни силжитаётганда, у имкон қадар баркамол қилиб акс эттирилади. Ижобий нусха ҳосил қилиш учун барча хусусиятлари санаб ўтилади. Агар бу сумка бўлса, демак у сумкалар орасида энг яхшиси. Ушбу сумкага эгалик қилиш асносида одамда ўзгача ҳаёт тарзи бошланади. Сиёсий рекламада умуман бошқача қонуниятлар ҳукмрон. Реклама қилинаётган номзод, аввало, инсон сифатида ўзига хос феъл-атвори, табиати билан намоён бўлади ва буни сайловчилардан пинҳон қилиш шарт эмас. Номзод имиджида “салбий” (ёки “ўзига хос”) унсур бўлиши – зарурат. Масала шундаки, ушбу ўзига хос сифатлар номзоднинг ижобий томонлари билан қатъий пропорцияда бўлмоғи шарт. Бундан ташқари, улар шундай сифатлар бўлиши керакки, токи номзоднинг ушбу “қирралари” жамоатчилик томонидан кечиримли деб топилсин. Бу каби жоиз бўлган жиҳатларни усталик билан ошкор қилиш учун кенг қўламли услублар арсенали (йиғиндиси)дан фойдаланилади³.

Сиёсий рекламанинг тижорий рекламадан яна бир муҳим фарқи – унинг инсофсизлигида. Тадқиқотчиларга кўра, агар тижорий рекламада алдов реклама технологиясининг таркибий қисмларидан бирида рўй берса (бошқа технологик компонентларда реклама қилинаётган товар ёки хизмат ҳақида нисбатан ҳаққоний ахборот беради), сиёсий рекламада эса алдов ўзида бошқа кўшимчаларнинг принципал асосини намоён этади. Ҳамма гап шундаки, тижорий реклама қонунчилик доирасида ўрнатилган меъёрларга эга ва унинг ишлаб чиқилиши ҳамда натижалари назорат қилинади. Одатий тижорий реклама сиёсий рекламага нисбатан кўпроқ чегараланган. Яна бир жиҳати шундаки, уни айрим “табiiий” таъқиқлар ҳам “четлаб ўтади”. Масалан, агар маҳсулот сифатсиз бўлса, унинг

¹Лисовский С.Ф. – Политическая реклама. – М., 2000. 14-15 бетлар; Феофанов О.А. Реклама: Новые технологии в России. – СПб., 2004. 257 бет.

²Политическая психология. Под общ.ред. А.А.Деркача, В.И.Жукова, Л.Г.Лаптева. – М., 2003. 706 бет.

³Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. – М., 1999. 12 бет.

тижорий рекламаси бесамар кетиши аниқ – истеъмолчининг ўзи бунга муносабат билдиради, ўз-ўзидан сотув ҳажми ва реклама мурожаатлари кўлами қисқариб кетади. Сиёсий рекламада эса ўзига хос сиёсий “товар”нинг амалда деярли ҳеч қандай сифатий мезонлари бўлмайди. Сиёсий “товар” шунчалик субъектив ҳисобланадики, одамлар унинг “сифат”ини баҳолай олмайдилар ва бу сиёсий “сотув”лар (овоз бериш натижалари)га таъсир кўрсатмайди.

Социологлар тижорий ва сиёсий реклама таъсирлари орасидаги анчайин аниқ фарқларни қайд этадилар. Тижорий рекламада, асосан, материални узатиш шакли, эстетик жиҳати эслаб қолинади. Сиёсий рекламада эса кўпинча унинг мазмуни ёдда сақланади. Сиёсий рекламада, аксинча, орадан йиллар ўтса ҳам одамлар сайловолди пойгасининг иштирокчиларини яхши эслаб қоладилар, гарчанд уларнинг реклама роликларини яхши эшлаша олмасаларда. Мазкур саволларни тадқиқ қилиш жараёнида Н.Голядкин шуни аниқладики, томошабинлар сиёсий рекламада ҳатто рақамларни эслаб қоладилар. Бошқача айтганда, сиёсий рекламада “Қандай?” деган саволга нисбатан “Нима?” деган савол муҳимроқ. Шуни кўшимча қилиш мумкинки, америкалик сиёсий реклама тадқиқотчилари Паттерсон ва Макклорларга кўра, томошабинларнинг тўртдан уч қисми сиёсий рекламанинг мазмунига аҳамият қаратадилар, тижорий рекламада эса томошабин шаклга эътибор қаратиб, у ёки бу ролик қанақа товарни тақлиф қилганлигини унутадилар¹.

Яна шу нарса маълумки, сиёсий реклама компаниялари “нотоза”, “қора” ва “кулранг” технологиялардан фаол фойдаланишлари билан ҳам “ном қозонганлар”. Кўпинча рақобатчилар томонидан тўпланган далиллар (компромат) агрессив реклама компаниясининг ажралмас унсурига айланади. Бундай ҳодисаларни ўз меъёрида ушлаш учун кўп уринишлар бўлишига қарамасдан, бу йўналишда ҳаққоний натижага эришиш мушкул. Сиёсатчиларнинг ўзлари вазиятни яхши томонга ўзгартириш учун унчалик қатъиятлик билан уринмайдилар, чунки уларнинг ўзлари аҳолининг кучли таъсир қилувчи воситалардан айрилишни хоҳлайдилар.

Тижорий реклама билан таққослаганда сиёсий йўналишда шафқатсиз ва андишасиз танқид (хейп-реклама), рақибининг салбий жиҳатларини унинг ўзига оммавий тарзда айтиш (реклама-антикоммерш) ва, ҳатто, таъқиқланган рекламалардан фойдаланиш анча кенг тарқалган.

Бошқа томондан қараганда, сиёсий рекламада олдиндан ахборот бериш техникасидан деярли фойдаланилмайди (анонс-тиггер)².

Яна битта фарқ мавжуд. Бизнесда профессионаллар учун ва маҳсулот ишлаб чиқарувчилар учун мўлжалланган реклама фарқланади. Масалан, кўргазма ва ярмаркаларда маҳсулотнинг профессионаллар учун муҳим ҳисобланган алоҳида деталларига қадар бағишланган ихтисослаштирилган маълумотлар тарқатилади. Шундоқкина уларнинг ёнида истеъмолчилар учун мўлжалланган буткул бошқа турдаги маълумотлар тақдим этилади. Сиёсий соҳада, аксинча, сиёсий бозор унинг дилетантлари ва профессионаллари учун алоҳидалик касб этиб, фарқланувчи технологиялардан камдан-кам фойдаланилади. Сиёсий реклама компаниясининг слоганлари оддий варақаларда фойдаланилган каби VIP-журналларда ҳам ишлатилади.

Сиёсий рекламада, шунингдек, маҳсулотнинг харидори ва истеъмолчиси орасида фарқ мавжуд эмас. Масалан, ёш она чақалоқ учун таглик сотиб олса, унда у товарнинг харидори бўлиб ҳисобланади, истеъмолчиси эмас. Сиёсатда реклама воситаси орқали тақдим қилинган номзодга овоз берган киши бир вақтнинг ўзида

¹Голядкин Н.А. Творческая телереклама. – М., 2005. 152 бет.

² Политические коммуникации. Под ред. А.И.Соловьева. – М., 2004. 158 бет.

сиёсий “товар”нинг ҳам харидори, ҳам истеъмолчисидир¹.

Сиёсий рекламанинг яна бир фарқли томони – реклама матнини шакллантирувчи муҳим жиҳати учта унсурда ўз аксини топади: сиёсатчининг ваъдаси, унинг ҳокимиятга муносабати (апелляцияси) ва ўз рақибларига (ёхуд ўзига нисбатан) танқид. Сиёсий реклама матнининг бундай морфологияси сиёсий ҳокимият соҳасидаги рақобатлашув табиати билан боғлиқ. Лекин айнан мазкур жараён реклама матнига ўзига хос таниқли алгоритмик характер бағишлайди.

Юқоридаги фикрларни умумлаштирар эканмиз, сиёсий ҳамда тижорий реклама тушунчалари, уларни амалга ошириш механизмлари, услублари ўртасидаги бир қатор ўхшашликларга дуч келамиз. Шу билан бир қаторда айрим фарқли жиҳатлар ҳам мавжуд бўлиб, лекин кутилаётган пировард натижа ҳар қандай ҳолатда ҳам реклама мурожаатини қабул қилувчининг танловига таъсир кўрсатишга йўналтирилган.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, ҳар иккала категория ҳам маълум қонунлар ва меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади. Ушбу фикрни Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги доирасида талқин қиладиган бўлсак, 1998 йил 25 декабрда қабул қилинган “Реклама тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунига бугунги кунга қадар 3 марта ўзгартириш ва қўшимчалар киритилган бўлишига қарамай (2002 йил 30 август 404-П-сон; 2008 йил 10 апрел ЎРҚ-150-сон; 2010 йил 17 сентябрь ЎРҚ-259-сон)², сиёсий реклама категориясига мазкур қонун ҳужжатида аниқлик киритилмаган. Ваҳоланки, 2017 йил 7 февралда имзоланган ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармонида иқтисодий ривожлантириш ва либераллаштиришга, демократик ислохотларни чуқурлаштириш ва мамлакатни модернизация қилишда Олий Мажлис, сиёсий партияларнинг ролини янада кучайтиришга алоҳида урғу берилган³. Бу сиёсий бозор, сиёсий маркетинг ва сиёсий реклама категорияларининг ривожига ўз таъсирини ўтказмай қолмайди. Шундай экан, ушбулардан ижтимоий-иқтисодий муносабатларда самарали фойдаланишда меъёрий-ҳуқуқий базани, илмий ёндашувларни такомиллаштириб бориш долзарб ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Политические коммуникации. Под ред. А.И.Соловьева. – М., 2004.
2. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. – СПб., 2002.
3. Феофанов О.А. Реклама: Новые технологии в России. – СПб., 2004.
4. Ольшанский Д.В. Политический ПР. – М. и др., 2003.
5. Бове К., Аренс У. Современная реклама. – М., 1995.
6. Ромат Е.В. Реклама: История, теория, практика. – М. и др., 2003.
7. Джефкинс Ф. Реклама. – М., 2002.
8. Пименов П.А. Основы рекламы. – М., 2005.
9. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. – М., 2005.
10. Полукаров В.Л. Основы рекламы. – М., 2004.
11. Ляпина Т.В. Политическая реклама. – Киев, 2000.
12. Лисовский С.Ф. – Политическая реклама. – М., 2000.
13. Политическая психология. Под общ.ред. А.А.Деркача, В.И.Жукова, Л.Г.Лаптева. – М., 2003. 706 бет.

¹ Политические коммуникации. Под ред. А.И.Соловьева. – М., 2004. 158 бет.

² www.lex.uz – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.

³ http://lex.uz/pages/getpage.aspx?lact_id=3107036#3109146 – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.

14. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. – М., 1999.
15. Голядкин Н.А. Творческая телереклама. – М., 2005.
16. www.lex.uz – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.

<p style="text-align: center;">Ш.Джуракулов</p> <p style="text-align: center;">Теоретический подход к различиям и сходствам коммерческой и политической рекламы</p> <p>Аннотация: в статье сравнительно проанализированы теоретические различия и сходства коммерческой и политической рекламы, идеи и научные новации зарубежных ученых. А также раскрыты новые термины в сфере рекламы и приведены рекомендации по совершенствованию национальной законодательной системы в области рекламы.</p> <p>Ключевые слова: уникальное торговое предложение, уникальное политическое предложение, имиджмейкинг, хейп-реклама, реклама-антикоммерш.</p>	<p style="text-align: center;">Sh.Jurakulov</p> <p style="text-align: center;">Theoretical approach to differences and similarities of commercial and political advertisement</p> <p>Abstract: The article analyzes theoretical differences and similarities of commercial and political advertisement, ideas and scientific innovations of foreign scientists. New terms that are appearing on the national market are clarified and conclusions on development of the national law system on advertisement are introduced.</p> <p>Keywords: unique selling proposition, unique political proposal, image-making, hype advertising, anti-commercial advertising.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

А.Ш.Бердимуродов – СамИСИ ассистенти

И.С.Тухлиев – СамИСИ профессори

ЭРКИН ТУРИСТИК ХУДУДЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ГЕОАХБОРОТ ТИЗИМИНИ ҚЎЛЛАШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Аннотация: мақолада эркин иқтисодий ҳудуд ҳамда эркин туристик ҳудудларда геоахборот тизимини қўллашнинг афзалликлари, мамлакатимизда барпо этилаётган эркин туристик ҳудудларни самарали ривожлантиришда қўллаш масалалари ва ундан олинган ижобий натижалар келтирилган.

Калит сўзлар: эркин иқтисодий ҳудуд, эркин туристик ҳудуд, геоахборот тизими, рақамли харита, инвестиция, технология, инфратузилма.

Бугунги кунда мамлакатимизда иқтисодиётни янада ривожлантириш, макроиқтисодий барқарорликни мустаҳкамлаш, аҳоли турмуш фаровонлигини янада ошириш, барча соҳаларда туб таркибий ўзгаришларни муваффақиятли амалга оширишга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Жаҳон тажрибасидан маълумки, туризм салоҳиятини юксалтириш, хизмат кўрсатиш сифатини ошириш, хорижий инвестицияни жалб қилиш, энг муҳими, янги бозорларга кириб боришда эркин иқтисодий зоналар (ЭИЗ)нинг алоҳида тури бўлган эркин туристик ҳудудлар (ЭТХ) муҳим ўрин тутади. Шу боис мамлакатимизда ана шундай ҳудудларни ташкил этишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Ўтган йиллар давомида мамлакатимизда “Навоий”, “Ангрен”, “Жиззах” эркин иқтисодий зоналари ташкил этилди. Улар юқори технологияли янги ишлаб чиқариш қувватларини йўлга қўйиш, ҳудудларда замонавий sanoat маҳсулотлари ишлаб чиқаришни рағбатлантириш, тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни жалб этишни кенгайтиришга салмоқли ҳисса қўшиб келмоқда.

Давлатимиз раҳбарининг 2017 йил 12 январдаги “Ургут”, “Ғиждувон”, “Қўқон” ва “Ҳазорасп” эркин иқтисодий зоналарини ташкил этиш тўғрисида”ги фармони иқтисодий салоҳиятни янада юксалтиришда муҳим қадам бўлди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли ҳамда 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармонларида ўрта муддатли истиқболда амалга ошириладиган масалалар қаторида эркин туристик ҳудудлар (ЭТХ)ни ташкил этиш муҳим ўрин тутиши таъкидлаб ўтилган.

Ҳозирги пайтда Республикамиз Президенти ташаббуси билан бир қатор ҳудудларда эркин туристик ҳудудларни барпо этиш бўйича қатор ишлар бошлаб юборилди.

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 ҳудуд барпо этиш, Самарқанд шаҳрида эркин туристик ҳудудни барпо этиш бўйича 2017-2019-йилларга мўлжалланган лойиҳалар асосида эркин туристик ҳудуд яратиш ва

туристик кўнгилочар масканлар куриш “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ҳамда “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чоратадбирлари тўғрисида”ги Фармонларидаги туризм соҳасидаги вазифаларни амалга оширишга хизмат қилади.

Авваламбор, Эркин иқтисодий ва эркин туристик ҳудудлар ҳақидаги мавжуд адабиётларнинг таҳлили куйидаги ҳолатни ифодалайди:

“Эркин иқтисодий зона” тушунчасига Россия давлат маданият, спорт, ёшлар ва спорт университети (ГЦОЛИФК) “Туризм ва меҳмонхона иши” кафедраси профессори В.И.Шариков куйидагича таъриф беради: – “Бу тадбиркорлик фаолиятининг махсус тартиблари ўрнатилган, иқтисодиётнинг устувор соҳаларига инвестицияларни жалб этиш, махсус божхона тартиб-қоидаларини қўллаш имконияти бериладиган махсус ҳудуддир”.

Ж.А.Алиева эса “Интернаука” журналида ушбу тушунчага куйидагича таъриф беради: – “Айни пайтда кўплаб олимлар томонидан берилган таърифлардан келиб чиқсак, у мамлакат ичида давлат томонидан маълум бир иқтисодий ёки иқтисодий-ижтимоий мақсадларга эришишни кўзлаб ташкил этилган, махсус иқтисодий ва маъмурий тартибга эга алоҳида ҳудуд бўлиб, унда фаолият юритаётган субъектлар учун мамлакатнинг бошқа ҳудудларига нисбатан имтиёзли тартиб ва имкониятлар тақдим этиш демакдир. Эркин иқтисодий зоналарни ташкил этишнинг муҳим жиҳати маълум ҳудуд ёки ишлаб чиқариш соҳасини иқтисодий ривожлантиришни рағбатлантириш, шунингдек, бозор иқтисодиётига ўтиш даврида эркин иқтисодий зоналардан иқтисодиётни модернизация қилишнинг ҳудудий услуги сифатида фойдаланишдир”.

Ўзбекистон Республикасининг “Эркин иқтисодий зоналар тўғрисида”ги қонунида куйидагича таъриф берилган:

Эркин иқтисодий зона (ЭИЗ) — минтақани жадал ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш учун мамлакат ва чет эл капиталини, истиқболли технология ва бошқарув тажрибасини жалб этиш мақсадида тузиладиган, аниқ белгиланган маъмурий чегаралари ва алоҳида ҳуқуқий тартиботи бўлган махсус ажратилган ҳудуддир.

Эркин иқтисодий ҳудудлар – давлатлараро келишувларга ёки махсус қонунларга мувофиқ, хўжалик ва ташқи иқтисодий фаолият билан шуғулланиш учун имтиёзли солиқ, молия, ҳуқуқий шароитлар жорий қилинадиган муайян ҳудудлар.

ЭТҲларни яратишдан асосий мақсад – чет эл инвестицияларини жалб қилиш орқали туризмда тадбиркорлик фаолиятини яхшилаш, табиий омиллардан самарали фойдаланиш, янги технологияларни жалб этиш ва бошқариш, халқаро ва ички бозорга юқори сифатли сервис ва туристик хизматларни тақдим этиш, хизматлар экспорти миқдорини ошириш, туризм инфратузилмасини яхшилаш, аҳоли бандлигини янада кўтариш ва туристларга сифатли хизматларни тақдим этган ҳолда туристлар оқимини янада кўпайишига эришиш, пировард натижада иқтисодий-ижтимоий соҳани ривожлантиришга қаратилган.

Эркин туристик ҳудудлар дам олиш масканлари (дам олиш ва сайёҳлик) жойларида жойлашган ва хорижий инвесторлар учун жуда жозибали объектлардир. Бу ерда тадбиркорларга ҳудудни янада ривожлантириш ва унинг инфратузилмасини ривожлантириш учун маблағ тўплаш имконини берувчи махсус имтиёзли солиқ тизими ва бошқалар ўрнатилади.

Ўрганилган адабиётлар ҳамда олиб борилган илмий тадқиқот ишларидан шу нарса маълум бўлдики, эркин туристик ҳудудлар бўйича бир қатор изланишлар

амалга оширилган бўлсада, ЭРКИН ТУРИСТИК ҲУДУДЛАР афсуски, деярли ўрганилмаган.

Эркин туристик ҳудудлар туризм соҳасининг ривожланишида муҳим ўрин тутар экан, қилиниши лозим бўлган ишлардан бири – эркин туристик ҳудудларни самарали ривожлантириш механизмларини ишлаб чиқиш, янги технологияларни ишлаб чиқиш ва амалда қўллаш, хорижий мамлакатлар тажрибасини чуқур ўрганиш, ҳудуд самарадорлигини ошириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқишдан иборатдир.

Бизнинг фикримизча, эркин туристик ҳудудларни ривожлантиришда геоахборот тизимини қўллаш муҳим аҳамият касб этади ва ўзининг салмоқли ҳиссасини қўшади.

Ҳозирги вақтда ахборот тизимлари инсон фаолиятининг турли соҳаларида қўлланилмоқда. Бироқ, кўп ҳолларда фойдаланувчиларда ўрганилаётган объектларнинг бўшлиқдаги ҳолатини аниқлаш зарурияти туғилади. Исталган бўшлиқдаги ахборот тизими барча ахборот тизимларига хос бўлган қоидалар асосида шаклланади. Бундай тизимлар табиий, шунингдек ер юзаси чегарасида жойлашган сунъий объектлар учун мўлжалланган автоматлаштирилган ахборот тизимлар сифатида намоён бўлади. Ўрганилаётган объектларнинг бўшлиқдаги боғланиши “географик ахборот тизимлари” (бундан сўнг ГАТ) атамасининг киритилиши учун асос бўлиб хизмат қилди. Кейинчалик ушбу атама кенгрок талқин қилина бошланди ва “геоахборот тизимлари” тушунчасига айланди, чунки ГАТ тадқиқотлари доирасига нафақат ер юзасидаги аниқ жойлашувга эга бўлган, балки турли хусусиятларга эга бўлган объект ва ҳодисалар ҳам киритилган эди.

Кенг маънода ГАТ реал дунёнинг модели сифатида қабул қилинади, тор маънода эса ушбу тушунча ер юзасига боғланган маълумотларни тўплаш ва сақлаш тизими деб тушунилади. Бунда ГАТ ривожланишининг энг истиқболли йўналиши сифатида, қарорларни қабул қилишни таъминлаш имконияти тан олинган. Мураккаб сўзларнинг таркибий қисми бўлган “гео” нинг юнон тилидаги маъноси “ер”ни англатади. ГАТнинг қўлланилиш соҳаси, табиийки, фақат география, геодезия ва бошқа “геофанлар” билан чекланиб қолмайди. ГАТ атамасининг қўлланилиши, амалиётнинг кўрсатишича, бўшлиқда тасвирланаётган ёки ўрганилаётган ҳар қандай объектлар (экология, табиий ресурсларни бошқариш, бизнес, туристик инфратузилма объектлари кадастри, коммунал хўжалик ва шу қабилар)нинг ўзаро жойлашуви тўғрисидаги ахборот муҳим аҳамиятга эга бўлган исталган фан соҳасида ҳам анча самарали ҳисобланади. Шу тарзда, ГАТ нинг бошқа ахборот тизимларидан муҳим фарқи шундаки, улар аниқ ҳудуд объектини белгилловчи бўшлиқ-вақтли ва жўғрофий мувофиқлаштирилган маълумотларни ўзида сақлашади. Мазкур маълумотлар объектларнинг жойлашувини аниқлаштирувчи жўғрофий координаталар (кенглик ва узунлик), тўғри бурчакли координаталар (X ва Y) ёки почта манзилларни ўз ичига олиши мумкин.

Ҳудуднинг туристик салоҳиятини тадқиқ этишда ва уларнинг дастурларини ишлаб чиқиш ҳамда ўзлаштиришда мутахассислар маконнинг турли томонларини ифодаловчи кўпгина ахборотларга тўқнаш келадилар. Бундай турдаги ахборотларга ишлов беришнинг алмаштириб бўлмайдиган воситаси бугуни кунда геоахборот тизимлари бўлиб ҳисобланади.

Умумий маънода ГАТ – маълум ҳудудда мувофиқлаштирилган маълумотларни йиғиш, сақлаш, уларга ишлов бериш, кириш, уларни акс эттириш ва кенг тарқатиш каби амалларни бажарувчи ахборот тизими бўлиб ҳисобланади.

“Географик ахборот тизимлари” атамаси 1963 йилда Р.Ф.Томлинсон томонидан, Канадада электрон бўшлиқ ахборот тизимини жорий қилиш вақтида

муомалага киритилган. Ушбу тушунча маълумотларни сақлаш ва қайта ишлаш учун ЭҲМ да қўллашнинг янги технологиясига мувофиқ келган. Анча кейинроқ, бундай тизимлар асосида юқорида кўрсатилган, майдони жиҳатидан кичик бўлган ҳудудларнинг хўжалик ва бўшлиқ ҳолатини белгиловчи ер ахборот тизимлари яратилган эди.

Бугунги кунда ГАТ ер юзасини ва ер ости, ер юзасида ва ер остида мавжуд объектларни ўрганишнинг ажралмас воситасига айланмоқда. Геоахборот тизимларни қўллаш соҳаси доимо кенгайиб бормоқда.

Ушбу тизим бошқарув, экологик, ижтимоий, иқтисодий ва бошқа вазифаларни ҳал қилишда ёрдам беради, маълум минтақанинг алоҳида ҳудудлари, жумладан, қирғоқ сув зоналари ва чегарадош ҳудудларни акс эттиради, туристик ҳудудларни ва субъектларни хариталашни таъминлайди, шаҳар атрофи чегараларини белгилаш учун мўлжалланган.

Эркин туристик ҳудуднинг ўзига хос томони шундаки, бу ерда замонавий инфратузилма шаклланган бўлиши, куннинг исталган қисмида сифатли хизмат кўрсатиш имкониятининг мавжудлиги, туристларнинг мароқли дам олишлари ва вақтини мазмунли ўтказишлари учун барча шароитларга эга бўлиши, меҳмонлар ҳаёти ва мол-мулки хавфсизлиги ишончли таъминланганлиги, ҳудудда фаолият юритувчилар ва хорижий инвесторлар учун имтиёзлар яратилганлиги билан ажралиб туради.

Хорижий тажриба шуни кўрсатадики, қуйидаги жараёнларда ГАТ муҳим ахборот базаси бўлиб хизмат қилади:

- ҳудуд бўйича ҳукуматнинг барча даражалардаги қарорларни қабул қилишида;
- эркин туристик ҳудудларни ривожлантириш учун илмий асосланган, истиқболли ва тезкор режаларни ишлаб чиқишда;
- кўнгилочар объектларни тўғри лойиҳалашда;
- ҳудуднинг бош режасини ишлаб чиқиш ва унинг бажарилишини назорат қилишда;
- ҳудуднинг экологик, ижтимоий-иқтисодий, табиий-ресурс бўйича аҳволини ўрганиш ва уларни иқтисодий баҳолашда;
- ҳудуд ерларини ва кўчмас мулкни (меҳмонхоналар, овқатлантириш ва кўнгилочар объектлар) бухгалтериясини юритиш ва оқилона фойдаланишни йўлга қўйишни такомиллаштиришда;
- рационал солиққа тортишда;
- атроф-муҳит ифлосланишига қарши курашишда, табиий ресурслардан ва кўчмас мулкдан фойдаланиш учун тўловларни йиғишда;
- кўчмас мулкка ва турли табиий ресурсларга мулкчилик ҳуқуқларини ҳимоя қилишда.

Эркин туристик ҳудуд фаолиятида ГАТни қўллаш орқали минтақалар бўйича савдо бозорларини ўрганиш мумкин. Шу билан бирга, хизмат кўрсатиш стратегиясини ишлаб чиқиш, маркетинг ва реклама компаниялари учун маблағларни оқилона тақсимлаш имконияти мавжуд. Бундан ташқари, ГАТ ер участкаси, бинонинг табиати ва бошқаларни ҳисобга олган ҳолда истиқболли транспорт йўналишларини лойиҳалаштириш учун тижорий фаолиятдаги тенденцияларни тақсимлаш имконини беради.

ГАТ туризм соҳасидаги юқори ташкилотлар учун шаҳарсозлик нормалари ва қоидалари талабларини инобатга олган ҳолда, ривожланиш жараёнларини режалаштириш ва тартибга солиш учун зарурдир.

Ундан эркин туристик ҳудуд барпо этиладиган ерни ўрганиш жараёнида маълумотларни тўплаш, уларни тайёрлаш ва улардан фойдаланиш усулларини

таҳлил қилиш ва келажакдаги ривожланиш режаларини тузиш учун фойдаланиш мумкин.

Анъанавий бошқарув вазифаларидан ташқари, ГАТнинг аналитик имкониятлари туристлар саломатлиги соҳасида, хусусан, йўллардаги мавжуд вазиятни ҳисобга олган ҳолда, тез тиббий ёрдам муассасаларига қисқа масофани аниқлаш учун қўлланилиши мумкин. ГАТ эпидемиологик вазиятни таҳлил қилиш, турли касалликларнинг тарқалиши ва уларнинг келиб чиқиш сабабларини ўрганиш жараёнида ҳам қўлланилиши мумкин.

Халқаро туризм бизнесида хизматларни сотиш ҳажми, бозор иштирокчиларининг манзиллари рўйхати ҳақидаги маълумотларга талаб катта. Барча керакли маълумотларни электрон харитада тақдим этилиши мумкин.

Бугунги кунда, туристик маҳсулотни яратиш, тарғиб қилиш ва реализация қилиш фаолияти бир қатор маълумотларсиз амалга оширилиши мумкин эмас. Туризм фаолиятини бошқарувчи ташкилот ва туристик фирмалар доимий равишда халқаро туристик бизнес интеграцияси учун асос бўлган ахборот технологияларини ривожлантириш муаммолари билан дуч келади.

ГАТ одатда, тўртта зарурий тизимларни ўз ичига олади:

- турли манбалардан (хариталар ва ҳоказо) олинган кенг тармоқли маълумотларни киритиш ёки қайта ишлашни таъминловчи маълумотларнинг киритилиши;

- ўз вақтида қабул қилиш, янгилаш, таҳлил қилиш ва уларни тўғрилаш имконини берадиган маълумотларни сақлаш ва топиш;

- параметрларни баҳолаш, ҳисоблаш ва аналитик муаммоларни ҳал қилиш имконини берадиган маълумотларни қайта ишлаш ва таҳлил қилиш;

- турли шакллардаги маълумотларни (хариталар, жадваллар, блок диаграммалар, рақамли ер моделлари ва ҳ.к.) тақдим этиш.

Бугунги кунда ГАТ технологиялари туристик режалаштириш ва туристик ресурсларни эксплуатация қилиш жараёнида, шунингдек, туризм саноатининг объектларида тобора кўпроқ фойдаланилмоқда. Бироқ Ўзбекистон туризм бозорининг бу борадаги ютуқлари билан мақтана олмаймиз.

Россия заминида Москва ва Санкт-Петербургда бу борада катта ютуқларга эришилди, бу ерда ҳозирги кунда маълумотлар электрон харита шаклида тақдим этилади. Масалан, Москва харитасида бирор театрни топиш мумкин, аммо унда ҳам бугунги томошалар рўйхатини, фасаднинг расмини ёки унинг расмий веб-сайтига кириш ҳаволасини олиш имконияти мавжуд эмас.

Агар ЭТХнинг сайёҳлик харитасида дам олиш масканлари, хизмат кўрсатувчи ташкилотлар ҳақидаги маълумотлар, туристик ресурсларнинг жойлашган ўрни ва қисқача тавсифи, ҳудуднинг ўзига хос ошхонаси, туризм инфратузилмаси объектлари ҳақидаги маълумотлар ўз аксини топган бўлса, ГАТ туристик фирманинг паспорти бўлиб хизмат қилади ва унинг бошқа фирмалардан сотувчилардан афзал бўлишини кафолатлайди.

ГАТнинг афзаллик жиҳатларини ҳисобга олиб Ўзбекистонда шаклланаётган ЭТХда унинг қуйидаги таркибий қисмлардан иборат бўлишини тавсия қиламиз:

- ❖ транспорт қўлайликнинг ҳолати;
- ❖ туристик-рекреацион инфратузилманинг ҳолати;
- ❖ экологик жиҳатдан қулай бўлган ҳудуд;
- ❖ ҳудудда туристик-рекреацион фаолият объектининг мавжудлиги;
- ❖ ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ҳолати;
- ❖ сув объектларининг салоҳияти ва барқарорлиги;
- ❖ мавжуд ва режалаштирилган дам олиш масканлари;

- ❖ мавжуд ва истикболли туристик йўналишлар;
- ❖ темир йўллар ва автомобил йўллари чизмаси;
- ❖ табиий ёдгорликлар;
- ❖ тарихий ва маданий-меъморий обидалар;
- ❖ дарёлар ва сув омборлари бўйида дам олиш жойлари чизмаси;
- ❖ экологик хавфли ва нокулай зоналар ва ҳудудлар;
- ❖ кўриқхоналар, буюртманомалар ва миллий боғлар.

Бундан ташқари, ГАТда матнли маълумотлар, албомлар, турли суратлар, фотосуратлар ва бошқа қўшимча маълумотлар билан боғлиқ блок мавжуд бўлиши керак.

Хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкин:

1. Халқаро амалиёт таҳлилидан кўришимиз мумкинки, туризм соҳасини ривожлантиришда эркин туристик ҳудудларнинг ўрни катта ва шуни ҳисобга олган ҳолда республикамизда бундай ҳудудларни барпо этиш давр талаби бўлиб турибди. Галдаги вазифалардан бири - мазкур ҳудудлар фаолиятининг ҳуқуқий асосларини яратиш, инвестиция маблағларини жалб қилиш чораларини кўриш ҳамда алоҳида имтиёзлар тизимини ишлаб чиқишдан иборатдир.

2. Яқин ва узоқ истикболда туристик эркин ҳудудларни барпо этиш, унинг самарали ривожланишини таъминлашда ГАТ технологияларидан фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади. Бундай ҳудудларни лойиҳалаштириш, инфратузилма объектларини барпо этишдан олдин ҳудуднинг алоҳида хусусиятларини баҳолаш, мавжуд имкониятларни, атрофда жойлашган бино ва иншоотларни, ер тузилиши ва рельефини ҳисобга олиш, бу бўйича маълумотларни ГАТга киритиш, хулосалар қабул қилган ҳолда эркин туристик ҳудуд режасини ишлаб чиқиш зарур.

3. Эркин туристик ҳудуднинг фаолияти давомида ҳам бошқарув қарорларини қабул қилиш учун зарурий маълумотларни йиғиб бориш, туристларнинг фикрларини, таклифларини умумлаштириш, тегишли чора-тадбирларни амалга оширишда ҳам муҳим восита бўлиб хизмат қилади.

Бизнинг фикримизча, ҳудудларда, ҳусусан, Самарқанд вилоятида ГАТни амалиётга жорий қилиш истикболда минтақадаги туристлар оқимини 2-3 мартага кўпайтириш, туристик хизматлар сифатини янада ошириш имконини беради. Лойиҳа дастлабки йилда самарадорликнинг 10%га ўсишини ташкил қилса, узоқ муддатли истикболда эса бу кўрсаткич янада юқори бўлишини таъминлайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикасининг “Эркин иқтисодий зоналар тўғрисида”ги Қонуни. Тошкент ш., 2015 й., 33-сон, 439-модда.
2. 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.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 19 майдаги “2017-2019-йилларда Бухоро шаҳри ва Бухоро вилояти сайёҳлик имкониятларини жадаллик билан ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. 2980-сон.
4. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2017-2019 йилларда Самарқанд шаҳри ва Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятининг жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 27-сон, 616-модда, 37-сон, 996-модда.

5. Алиева Ж.А. Эркин иқтисодий зоналар. /Интернаука, № 9 (13), 3 қисм, 2017 йил.
6. В.И.Шариков. Проблемы и перспективы развития особых экономических зон туристско-рекреационного типа. /“Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России” материалы международной научно-практической конференции. Москва. 9-10 марта 2017 г.

<p style="text-align: center;">А.Ш.Бердимуродов, И.С.Тухлиев Перспективы использования геоинформационных систем в развитии свободных туристических зон</p> <p>Аннотация: в статье приведены превосходства использования геоинформационных систем в туристических регионах и свободных экономических зонах, вопросы их использования в эффективном развитии свободных создаваемых в стране свободных туристических зон и ожидаемый положительный результат.</p> <p>Ключевые слова: свободная экономическая зона, свободная туристическая зона, геоинформационная система, цифровая карта, инвестиции, технологии, инфраструктура.</p>	<p style="text-align: center;">A.Sh.Berdimurodov, I.S.Tukhliev Perspectives of using geoinformation systems in the development of free tourist zones</p> <p>Abstract: The article shows the advantages of the use of geoinformation systems in tourist regions and free economic zones, the issues of their use in the effective development of free tourist zones created in the country and the expected result.</p> <p>Keywords: freeeconomiczone, freetouristzone, geoinformation system, digital map, investments, technology, infrastructure</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Н.А.Усманова – СамИСИ, Менежмент ва статистика кафедраси катта ўқитувчиси

МЕҲМОНХОНА БИЗНЕСИДА ХИЗМАТЛАР СИФАТИНИ БОШҚАРИШ

Аннотация: мақолада меҳмонхона бизнесида хизматлар сифатини бошқариш билан боғлиқ масалалар кўриб чиқилган. Хизматлар сифати ва уларнинг самарадорлигига таъсир кўрсатувчи омиллар келтирилган ва хизмат кўрсатиш сифатини ошириш имкониятлари билан боғлиқ айрим масалалар ёритиб берилган.

Калит сўзлар: бошқарув, сифат, хизматлар, тизим, меҳмондорчилик корхонаси рақобатбардошлик.

Ўзбекистон иқтисодиётининг бозор муносабатларига ўтиши билан сифат – тадбиркорлар учун рақобатбардошликнинг муҳим ва аҳамиятли кўрсаткичларидан бирига айланди. Замонавий бозор шароитларида фаолиятни сақлаб қолиш учун тадбиркорлар истеъмолчилар талабига мос келувчи сифат даражасидаги товар ва хизматлар билан таъминлашлари зарур бўлиб қолмоқда.

Бозор иқтисодиёти шароитида барча корхоналар олдида турган энг асосий вазифа – рақобатбардош маҳсулот ва хизмат ишлаб чиқаришдир. Шунинг учун ҳам маҳсулот ва хизматлар сифатини яхшилаш бугунги куннинг муҳим масалаларидан ҳисобланади. Маҳсулот ва хизматлар сифатини яхшилаш стратегик муаммо бўлиб, мамлакатимиз иқтисодиётининг стабиллашуви бу муаммоларнинг ҳал этишига боғлиқдир. Сифатни яхшилаш жараён маҳсулотни сотиш ёки хизматлар кўрсатишда фақатгина кўпроқ фойда олиш учунгина эмас, балки жамият учун, унинг равнақи учун ҳам зарурдир.

Меҳмонхона бизнеси Ўзбекистон бозорининг энг истикболли фаолият турларидан бирига айланиб бормоқда ва унинг ривожланиш тенденцияси тадбиркорлар ва давлат бюджетига кўшимча даромад манбаи сифатида қаралмоқда. Кучли рақобат шароитида меҳмонхона хизматлари сифатини оширишни таъминлайдиган тизимни яратиш ёки уни такомиллаштириш меҳмонхона менежерлари зиммасидаги долзарб масалага айланган. Шу боисдан ҳам бугунги кунда меҳмонхона бизнесида хизматлар сифати долзарб масала бўлиб қолмоқда.

Сифат тушунчаси жуда кенг маънода маълум талабларга ёки кўрсаткичларга жавоб беришни англатади. Сифат бу маҳсулот (хизмат)нинг белгиланган ёки тахмин қилинадиган эҳтиёжларни қондириш қобилиятини шакллантирувчи хоссалар ва кўрсаткичлар мажмуасидир. Корхонанинг ўз мақсадига эришиш қобилияти, чиқарилаётган маҳсулотнинг рақобатбардошлигини таъминлаш, ундаги бошқариш ва ташкил этиш тартиби – сифатни бошқариш тартибидан аниқланади.

Сифатни бошқариш тартиби корхонада амал қилинаётган ва фойдали техник, бошқариш усуллари ўз ичига олган, инсонлар ва машиналарнинг ўзаро муносабатини энг яхши ва энг қулай усуллари таъминлаган ва шунингдек сифат учун қилинган харажатларни тежаш, маълумотларни беришни намоён этадиган келишилган иш қурилишидир.

Сифат – хизматларнинг истеъмолчилар томонидан белгиланадиган турли даражадаги эҳтиёжларини қондиришга қаратилган хусусиятлари мажмуидир. Сифат мижозларнинг у ёки бу хизматни нархидан қатъий назар танлаш имкониятини беради. Меҳмонхона бизнесида сифат мижозларнинг муайян меҳмонхона хизматларидан фойдаланиш ҳақидаги қарор қабул қилишига таъсир кўрсатувчи омилдир. Меҳмонхона хизматлари сифати ва уларнинг сотув ҳажми ўртасида бевосита боғлиқлик мавжуд: сифатнинг пасайиши мижозлар сонининг йўқотилишига олиб келади. Бироқ, сифатни бошқаришнинг самарали тизимини яратиш тадқиқ қилинаётган меҳмонхонада мавжуд сифат тизимини пухта ўрганиш ва баҳолашларсиз амалга ошириш мушкул вазифа.

Сифатни бошқаришнинг асосий тамойиллари:

- истеъмолчи фақат яроқли маҳсулотни олиши шарт;
- бошқарув сифат тизимини такомиллаштириш ва нуқсонларни ишлаб чиқаришнинг ўзида олдини олишга қаратилган бўлади.

Хизматнинг бир ёки бир неча хосса хусусиятларини миқдорий тавсифига сифат кўрсаткичи дейилади. Сифат кўрсаткичларини танлаш хизмат сифати таркибига кирувчи ва унинг сифати даражасини баҳолашга имкон берувчи хизмат хусусиятлари миқдорий тавсифининг номларини аниқлашдир. Сифат кўрсаткичларини номларини танлашни асослаб бериш қуйидагиларни ҳисобга олган ҳолда амалга оширилади:

- маҳсулотдан фойдаланиш шартлари ва нима мақсадда ишлаб чиқарилганлиги;
- истеъмолчи талабларини таҳлили;
- хизмат сифатини бошқариш масалалари;
- тавсифланаётган хусусиятларни таркиби ва структураси;

Хизматларнинг моддий товарлардан фарқланадиган *сезилмаслик*, *сифатнинг доимий эмаслиги*, *сақланмаслик* ва *сервисни объектдан ажратиб бўлмаслик* каби хусусиятлари мазкур баҳолаш мураккаб масала ва вазифаларни ўз ичига олганлигидан далолат беради. Хизматлар сифатини бошқариш жараёни сифат соҳасида кўзланган мақсадга эришишга имкон берувчи режалаштириш, ресурслар ва ташкилий тузилмани ташкил қилиш ва жараённи назорат қилишни

ўз ичига олади. Хизматлар сифатини бошқаришда энг муҳим вазифалардан бири миждозлар кутган даражани тўғри аниқлай олиш ҳисобланади. Тажрибалар шуни кўрсатмоқдаги, рақобат курашида ютиб чиқиш учун корхоналар фаолиятини миждозлар эҳтиёжларини юқори даражада қондиришга йўналтирадилар, чунки эҳтиёжни содда таклифлар асосида қондириш ҳам истеъмолчиларнинг бошқа таклифларни танлаш ҳақидаги қарор қабул қилиш учун етарли бўлади. Сифатни бошқариш учта элементни ўз ичига олади: сифатни бошқариш субъектлари, сифатни бошқариш объекти ва сифатни бошқариш механизми (субъектнинг объектга ўзаро таъсири). Ушбу жараён амалда бошқарув функциялари асосида юзага чиқади. Ушбу функцияларга корхонанинг сифат соҳасидаги сиёсати, ходимларни ўқитиш ва рағбатлантириш, ташқи муҳит билан алоқалар, меҳмонхона раҳбарияти томонидан самарали қарорлар қабул қилиш кабилар киради. Таъкидлаш жоизки меҳмонхона хизматларини тақдим этиш асосида *малакали ходимлар* ва *моддий-техник база* муҳим рол ўйнайди.

Тадқиқот давомида ва меҳмонхона фаолиятининг амалдаги тажрибасига кўра шуниси аниқ бўлмоқдаки, *меҳмонхоналарнинг моддий-техник базасининг* мавжудлиги ва ҳолати сифат даражасига сезиларли таъсир кўрсатади. Бу ҳолатда меҳмонхона хизматлари сифати самарадорлигини ошириш учун уларнинг ўзига хос жиҳатлари ва шинамлигига қўйиладиган халқаро талабларни эътиборга олган ҳолда доимий равишда ривожлантириб бориш зарур.

Меҳмонхона бизнеси корхоналарида сифат тизимини ишлаб чиқиш учун хизматлар сифатининг ҳолатини баҳолаш зарур. Меҳмонхона раҳбарияти мазкур баҳолаш вазифаси билан шуғулланувчи ишчи гуруҳ тузиши мумкин. Бу ҳолда шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, истеъмолчи баҳоси (уларнинг жавоб реакцияси, таклиф ва мулоҳазалари, эътирозлари) ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Истеъмолчиларнинг тақдим этилаётган хизматлар сифатини баҳолаш натижаларини аниқлаш учун анкета усулидан фойдаланиш мумкин. Махсус ишчи гуруҳнинг вазифаларига қуйидагиларни киритишимиз мумкин:

- объектни холис баҳолашни таъминлаш;
- муаммо ечимининг муқобил вариантларини ишлаб чиқиш;
- самарали қарорларни қабул қилиш.

Юқорида таъкидланганидек, хизматларнинг муҳим хусусиятларидан бири уларнинг сезилмаслигидир. Ушбу вазиятда тадбиркорнинг хизматлар сифати ҳақидаги ахборотларни истеъмолчига узатиш имконияти чекланади. Истеъмолчи бунда билвосита маълумотлар: яқинлари ва танишларининг фикри, меҳмондорчилик корхонаси эришган турли ютуқлар (диплом, сертификат ва бошқалар)идан фойдаланиши мумкин. Натижада ўз шахсий қарори асосида мазкур меҳмонхона комплексининг хизматларидан фойдаланиши ёки ўзи кутган хизмат кўрсатилмаслигидан хавотирга тушиши мумкин. Айнан шу вазиятда хизматлар сифатини бошқариш хизматларни тақдим этиш ва ташкил қилишни назорат қилиш билан шуғулланувчи муқобил бошқарув тизимчаси бўлишини талаб этади. Сифатни бошқариш жараёнига етарли даражада эътибор қаратмаслик меҳмондорчилик корхонасининг иқтисодий самарадорлигини йўққа чиқариши мумкин.

Меҳмондорчилик корхонасини самарали бошқаришни жадал ривожланиб бораётган маркетинг даражасида ҳам олиб қараш мумкин. Маркетингнинг замонавий концепцияси якуний натижага йўналтирилган ишлаб чиқариш, сотиш фаолиятини талаб этадики, бу фаолият истеъмолчилар ва жамият аъзолари билан самимий муносабатлар ва алоқаларни сақлаб қолган ҳолда фойда олишга қаратилади. ушбу тизим учта омилнинг барчасини – фойдага интилиш,

истеъмолчиларнинг барча талаб ва истакларини, шунингдек жамият манфаатларини ҳам эътиборга олишни кўзда тутди.

Меҳмондорчилик корхоналарининг истиқболдаги ривожланишини белгилаб берувчи омиллар қуйидагилар бўлиши мумкин:

- ❖ маҳсулот ва хизматларни самарали реализация қилишга шарт-шароит яратиб берувчи маркетингга йўналтирилган самарали менежмент”;
- ❖ корхонанинг даромадлиги ва рақобатбардошлигини таъминлаб берувчи мукамал сифат тизимини жорий этиш.

Меҳмонхона бизнесининг халқаро тажрибасидан келиб чиққан ҳолда шунини айтиб ўтиш жоизки, ҳар бир хорижий бренд ўз корпоратив стандартига эга. Меҳмонхона стандарти сифат тизимини назорат қилиш, ходимлар ва хизмат кўрсатиш жараёнининг узлуксиз такомиллаштирилиб борилишини амалга оширади. Бундан ташқари, корпоратив стандартлар савдо белгиси билан ҳам боғлиқ бўлиб, меҳмонхона объектларининг таниқлилигини ва бозорнинг маълум сегментларида позициялашувини ҳам таъминлайди. Бундай меҳмонхоналар корпоратив маданиятни шакллантирадилар.

Корпоратив маданият барча ишчи ходимлар ва раҳбариятнинг ташкилотга хос қадриятлари ва ишончи-эътиқодларининг яхлит тизими сифатида қаралади. Корпоратив маданият ҳар бир корхона ва ташкилотнинг бошқа корхона ва ташкилотлардан фарқини кўрсатиб беради. Ходимларни бир-бирига бўлган муносабати, уларни муомаласи кийиниш маданиятини аниқлаб беради. У жамоавий тафаккур, ташкилотнинг менталитети ҳамдир. Бундан ташқари корпоратив маданият меҳмонхона ходимларининг хулқ-атворини, меҳмонлар, раҳбар ходимлар, воситачилар ва таъминотчилар билан ўзаро алоқаси, муносабатини ҳам белгилаб беради.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, хизматлар сифатини самарали бошқариш доимо долзарб масала бўлиб келган, бироқ у бозор муносабатлари ривожланиши билан янада ривожлана бошлади. Хизматларнинг муҳим хусусияти уларнинг сезилмаслиги бўлиб, бугунги кунда ҳам уларни бошқаришда айрим муаммоларни келтириб чиқармоқда. Меҳмондорчилик корхоналарининг асосий вазифаси истеъмолчиларни юқори сифат даражасини тақдим этадиган хизматларни кўрсатиш, шунингдек уларнинг хизматлардан фойдаланиш натижасида маълум нафлиликка эришишларини таъминлашдир. Меҳмонхона хизматлари сифатини ошириш мақсадида бошқарув тизимининг қуйидаги жиҳатларига алоҳида эътибор қаратиш, мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз:

- меҳмонхоналарнинг моддий-техник базасини такомиллаштириш;
- бошқарув тузилмасида сифатни назорат қилувчи ва унинг ҳолатига ҳолис баҳо берувчи махсус тузилма (ишчи гуруҳ) ташкил қилиш;
- ходимларнинг профессионал даражасини таъминловчи қўшимча билим, малака ва кўникмалардан иборат талабларни белгилаш;
- меҳмонхоналарни маркетингга асосланган ҳолда самарали бошқариш;
- корпоратив маданиятнинг мавжудлиги ва уни ривожлантириш.

<p>Н.А.Усманова Управление качеством услуг в гостиничном бизнесе</p>	<p>N.A.Usmanova Quality management of services in hotel business</p>
<p>Аннотация: в статье рассмотрены вопросы, связанные с управлением качества услуг в гостиничном бизнесе. Приведены основные факторы, влияющие на восприятие качества услуг</p>	<p>Abstract: This article describes the issues of quality management system in the hospitality industry. There are some basic factors affected on perception of quality systems and its</p>

<p>и их эффективность. Рассмотрены вопросы, связанные с возможностью повышения качества обслуживания на предприятиях гостиничного бизнеса.</p> <p>Ключевые слова: управление, качество, услуги, система, гостиничное предприятие, конкурентоспособность.</p>	<p>effectiveness. The issues related to the possibility of improving the quality of service at the enterprises of hospitality industry.</p> <p>Keywords: management, quality, services, system, hotel enterprise, competitiveness.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ж.А.Абиев – СамИСИ катта илмий ходим-изланувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР ВА УЛАРНИ АНИҚЛАШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация: мақолада туризм соҳаси самарадорлигини оширишга таъсир этувчи омиллар тизими ва уларни аниқлаш йўллари қараб чиқилган. Унда натижага омиллар таъсири ва омилларга ҳам таъсир қилувчи омиллар аниқланган. Уларнинг ҳисоб-китоби аниқ мисолда, яъни меҳнат унумдорлиги мисолида қараб чиқилган. Таҳлил натижасида тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш йўллари ҳам кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: туризм, соҳа, тармоқ, самарадорлик, омиллар, меҳнат унумдорлиги, ходимлар сони, асосий воситалар, номоддий активлар, айланма маблағлар, моҳиятлилик коэффициенти.

Мамлакатимизда жуда катта туристик ресурсларнинг мавжудлигига қарамадан, туризм соҳаси мустақиллик йилларига қадар эътибордан четда қолиб кетган соҳа эди. Боз устига бир қанча тарихий ва маданий обидаларимиз қаровсиз ҳолатда, ўғит сақлайдиган омборхоналар сифатида фойдаланилар эди. Мазкур соҳага мустақилликнинг биринчи кунларидан бошлаб катта эътибор қаратилди. 1992 йилда ушбу соҳани бошқариш учун “Ўзбектуризм” Миллий компанияси тузилган бўлса, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”¹ги Фармонига¹ биноан Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ташкил қилинди. Натижада нодавлат мақомига эга бўлган соҳа давлат тасарруфига ўтказилди ва давлат томонидан бошқариладиган ва мувофиқлаштириладиган бўлди. 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

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 қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида” ПҚ-2666-сонли Қарори.

бозорларида тарғибот қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантиришдан иборат”¹, деб белгиланди. Ушбу масалага эътибор мамлакатимизни ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида янада кучайтирилди ва унга иқтисодийнинг ҳал қилувчи соҳаси сифатида алоҳида эътибор қаратилди.

Тадқиқотлар кўрсатдики, туризмнинг ривожланиши мамлакатимизда ва унинг ҳудудларида бир қанча ижтимоий-иқтисодий муаммоларни ҳал қилиш имконини беради. Аммо уни ривожлантириш жуда кўп ички ва ташқи омилларга боғлиқ. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ✓ биринчи галда туристик объектларнинг мавжудлиги;
- ✓ уларни туристларга реклама орқали етказиб берилиши ва кўриш иштиёқини уйғота олишлиги;
- ✓ туристик хизматларнинг турлари ва сифатининг жаҳон андозалари даражасига жавоб бера олишлиги;
- ✓ мамлакатда сиёсий ва ижтимоий барқарорликнинг ҳукм суриши;
- ✓ туристларнинг ўзлари ва мулкларининг хавфсизлиги тўлиқ таъминланганлиги;
- ✓ туристик фирмалар моддий-техника базасининг талаб даражасида шакллантирилганлиги;
- ✓ туристларга хизмат қилувчи ходимларнинг сони ва уларнинг малакаси;
- ✓ туризмни ривожлантиришга қўйиладиган инвестициянинг ҳажми ва кўлами;
- ✓ асосий воситалар ва айланма маблағлардан самарали фойдаланиш даражаси;
- ✓ туризм бўйича бренд ва бошқа номддий активларнинг ҳолати;
- ✓ туризмда банд бўлган ходимларнинг меҳнат унумдорлиги;
- ✓ аҳолининг сони ва фаровонлик даражаси, уларнинг дунёни кўришга ва англашга бўлган иштиёқининг шаклланганлиги;
- ✓ давлатлар ўртасидаги сиёсий, иқтисодий ва маданий муносабатларнинг дўстона ўрнатилганлиги ва уларнинг бардавомлигининг кафолатланганлиги каби бир қанча омилларни киритиш мумкин.

Туризмни барқарор ва бугунги кун талабидан келиб чиққан ҳолда ривожлантириш учун барча омилларни чуқур таҳлил қилиб, уларни ишга солган ҳолда тегишли чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ва улар асосида бошқарув қарорларини қабул қилишга эришиш лозим.

Аммо юқорида келтирилган омилларнинг айримлари ҳисобланадиган ва айримлари рақамларда ифода этилмайдиган омиллардир. Иқтисодийда ҳисобланадиган омилларга алоҳида аҳамият берилиб, уларнинг таъсирини аниқ ҳисоблаш билан бирга яна қанча вақтда қанчага ўстириш ёки ўзгартириш имкониятларини аниқ белгилаш мақсадга мувофиқдир.

Ўрганиш жараёнини чуқурлаштириш натижасида ҳар бир омилнинг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни ҳам аниқлаб олиш мумкинлиги асосланди. Шу тариқа омиллар кластерини ташкил қилиш мумкин бўлади. Бунда ҳар бир омилнинг натижа кўрсаткичи, яъни туризмда сотилган маҳсулот ва кўрсатилган хизматлар ҳажмига таъсирини ҳисоблаш билан бирга ҳар бир омилга ҳам таъсир этувчи омилларни аниқлаш мумкинлиги исботланди. Масалан, юқорида келтирилган омиллардан бири – **туризм соҳасида меҳнат унумдорлигидир**. Ушбу омил сотилган туристик маҳсулотлар ҳажмига катта таъсир кўрсатади.

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 конун ҳужжатлари тўплами, 2016 й., 49-сон, 558-модда, 2017 й., 1-сон, 3-модда.

Масалан, меҳнат унумдорлигининг сотилган туристик маҳсулотлар ҳажмига таъсирини оддий усул билан қуйидагича аниқлаш мумкин:

$$Q = \{(X * My) * Kmm\} + \{(Av * Avs) * Kмав\} + \{(Айм * Аймс) * Kмайм\} + \{(На * Нас) * Kмна\} ;$$

Бунда: X – туризмда банд бўлган ходимлар сони;

My – туризмда банд бўлган ходимларнинг меҳнат унумдорлиги;

Kmm – меҳнат билан боғлиқ омилларнинг моҳиятлилик коэффиценти;

Av – туристик фирмаларнинг асосий воситаларининг ўртача йиллик қиймати;

Avs – туристик фирмаларда асосий воситаларининг самарадорлиги;

Kмав – асосий воситалар билан боғлиқ омилларнинг моҳиятлилик коэффиценти;

Айм – айланма маблағларнинг ўртача йиллик қиймати;

Аймс – айланма маблағларнинг самарадорлиги;

Kмайм – айланма маблағлар билан боғлиқ омилларнинг моҳиятлилик коэффиценти;

На – номоддий активларнинг ўртача йиллик қиймати;

Нас – номоддий активларнинг самарадорлиги;

Kмна – номоддий активлар билан боғлиқ омилларнинг моҳиятлилик коэффиценти. Ушбу омиллар тизимига кирувчи ҳар бир омилнинг таъсирини ва мос равишда, ҳар бир омилнинг ўзгаришига таъсир қилувчи омилларни ҳам аниқлаш йўллари ишлаб чиқдик.

Юқорида келтирилган омиллар тизимида меҳнат унумдорлигини олайлик. Ушбу омилнинг ўзгаришига ҳам бир қанча омиллар таъсир қилади. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, мазкур кўрсаткич ўзгаришига яна қуйидаги омиллар таъсир қилар экан:

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

Ушбу омилларнинг натижа кўрсаткичи, яъни туризмда меҳнат унумдорлигининг ўзгаришига боғлиқлигини қуйидаги мультипликатив¹ модель билан ифодалашни тавсия қилмоқдамиз:

$$Tmy = Tmb * Tax * As ;$$

Энди ҳар бир омилнинг туризм соҳасида меҳнат унумдорлиги ўзгаришига таъсир қилувчи омилларни аниқлаб олиш учун энг аввало, уларнинг фарқи аниқланади:

$$\Delta Tmy = (Tmb_1 * Tax_1 * As_1) - (Tmb_0 * Tax_0 * As_0);$$

Бунда: “1” индекси кўрсаткичнинг (омилнинг) ҳақиқий миқдорини “0” индекси эса, унинг режадаги ёки қийёсланадиган йилдаги миқдорини ифодалайди. Иқтисодий таҳлилнинг занжирли алмаштириш усулини қўллаб ҳар бир омилнинг таъсирини ҳисоблаш мумкин.

1. Туризм соҳасида меҳнат унумдорлиги ўзгаришига таъсир қилувчи биринчи омилнинг, яъни 1та туристга тўғри келадиган туристик маҳсулот ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун натижани ушбу омилнинг ҳақиқийси ва қолган омилларнинг режадаги миқдори билан ҳисоблаб олинади ($Tmb_1 * Tax_0 * As_0$) ва бундан натижа кўрсаткичининг режадаги миқдори ($Tmb_0 * Tax_0 *$

¹ Натижа билан омиллар ўртасидаги боғлиқликни ифодаловчи ушбу формула муаллиф томонидан биринчи марта тавсия қилинмоқда.

Ас₀) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия қилинади:

$$\Delta T_{\text{му}_{\text{тмб}}} = (T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах0}} * A_{\text{с0}}) - (T_{\text{мб0}} * T_{\text{ах0}} * A_{\text{с0}});$$

2. Натижавий кўрсаткичнинг, яъни туризм соҳасида меҳнат унумдорлиги ўзгаришига таъсир қилувчи иккинчи омилнинг, яъни туристларнинг аҳоли сонидаги ҳиссаси ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун натижани ушбу иккинчи омилнинг ҳақиқийси ва ўзидан олдинги биринчи омилнинг ҳам ҳақиқий миқдори ва учинчи омилнинг режадаги миқдори билан ҳисоблаб олинади ($T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах1}} * A_{\text{с0}}$) ва бундан натижа кўрсаткичининг биринчи омил ўзгариши билан ҳисобланган миқдори ($T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах0}} * A_{\text{с0}}$) айрилади. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия қилинади:

$$\Delta T_{\text{му}_{\text{тах}}} = (T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах1}} * A_{\text{с0}}) - (T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах0}} * A_{\text{с0}});$$

3. Натижавий кўрсаткичнинг, яъни туризм соҳасида меҳнат унумдорлиги ўзгаришига таъсир қилувчи учинчи омилнинг, яъни туризмда банд бўлган 1 та ходимга тўғри келадиган аҳоли сони ўзгаришининг таъсирини аниқлаш учун натижани ушбу учинчи омилнинг ҳақиқийси ва ўзидан олдинги биринчи ва иккинчи омилларнинг ҳам ҳақиқий миқдори билан ҳисоблаб олинади ($T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах1}} * A_{\text{с1}}$) ва бундан натижа кўрсаткичининг иккинчи омил ўзгариши билан ҳисобланган миқдори ($T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах1}} * A_{\text{с0}}$) айрилади. Буни аниқлаш учун эса қуйидаги формуладан фойдаланиш мумкин бўлади:

$$\Delta T_{\text{му}_{\text{ас}}} = (T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах1}} * A_{\text{с1}}) - (T_{\text{мб1}} * T_{\text{ах1}} * A_{\text{с0}});$$

Ушбу усулнинг афзаллиги шундаки, моделга киритилган барча омилларнинг таъсири натижа ўзгаришининг умумий фарқига тенг бўлиши лозим. Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия қилинади:

$$\Delta T_{\text{му}} = \Delta T_{\text{му}_{\text{тмб}}} \pm \Delta T_{\text{му}_{\text{тах}}} \pm \Delta T_{\text{му}_{\text{ас}}}$$

Бунга амалий маълумотларни қўллаб, натижа кўрсаткичи ўзгаришига ҳар бир омилнинг таъсирини аниқлаш билан бирга туризм соҳасида меҳнат унумдорлигини ошириш бўйича тегишли чора-тадбирларни ишлаб чиқиб, бошқарув қарорларини қабул қилиш мумкин. Буни исботлаш мақсадида Самарқанд вилоятида фаолият кўрсатаётган 50 та туристик фирмалар 2010-2016 йилларни ўз ичига олган фаолиятининг натижалари бўйича социологик сўров ўтказилди. Аммо сўров натижалари шулардан 17 тасининг маълумотларини қиёслаш мумкин бўлганлиги учун танлаб олинди. Тадқиқ қилинган 17 та туристик фирмаларда меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш ва уларни ошириш бўйича ички имкониятларни топиш йўллари ишлаб чиқиш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қилдик (1-жадвал).

1-жадвал

Тадқиқ қилинган 17 та туристик фирмаларда меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш ва уларни ошириш бўйича ички имкониятларни топиш йўллари

Т/р	Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Ҳисобот йилида	Фарқи (+,-)	Ўзгариш суръати, %
1.	Туристларга сотилган маҳсулот ва кўрсатилган хизматлар ҳажми, млн. сўм	3452,9	3973,2	+520,3	115,1
2.	Туризмда банд бўлган ходимлар сони, киши	73	77	+4	105,5
3.	Меҳнат унумдорлиги, млн. Сўм	47,3	51,6	+4,3	109,1
4.	Турфирмалар томонидан	2981	3142	+161	105,4

	хизмат кўрсатилган туристлар сони, киши				
5.	Худуд аҳолисининг умумий сони, минг киши	642,3	661,4	+19,1	103,0
6.	1та туристга тўғри келадиган туристик маҳсулот (Тмб), минг сўм (1к/4к),	1158,3	1264,5	+106,2	109,2
7.	Туристларнинг аҳоли сонидаги ҳиссаси (Тах), (4к/5к)	0,464	0,475	+0,02	104,3
8.	Туризмда банд бўлган 1та ходимга тўғри келадиган аҳоли сони, киши (Ас), (5к/2к)	8,799	8,590	-0,209	97,6

Мазкур таҳлилий жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, туристик фирмаларда туристларга сотилган маҳсулот ва кўрсатилган хизматлар ҳажми ўтган йилга нисбатан 520,3 млн. сўмга ёки 115,1 %га кўп бўлган, туризмда банд бўлган ходимлар сони ҳам ўсган ва ўтган йилга нисбатан 4 кишига ёки 105,5 %га ўсган. Мос равишда меҳнат унумдорлиги ҳам 4,3 млн. сўмга ёки 109,1 %га ўсган. Ушбу кўрсаткичлар турфирмалар томонидан хизмат кўрсатилган туристлар сонини ҳам 161 кишига ёки 105,4 %га ўсишига олиб келган. Таҳлиллар кўрсатмоқдаки, шу даврда мазкур худуд аҳолисининг умумий сони ҳам 19,1 минг кишига ёки 103,0 %га ўсишга муваффақ бўлган. Ушбу кўрсаткичларнинг барчаси бир қарашда ижобий, чунки ҳаммасида ўсиш рўй берган. Аммо улардаги самарадорликнинг даражаси қандай бўлган ва уларга таъсир этувчи омилларнинг ўзгариш даражаси қандайлиги таҳлил қилиш лозим бўлади. Бунинг учун меҳнат самарадорлигига бевосита таъсир қиладиган бир қанча кўрсаткичларни аниқлашни тақозо қилади. Тадқиқотларимиз кўрсатдики, меҳнат унумдорлиги ўзгаришига туризм тармоғида бошқа омиллар билан бирга қуйидаги омиллар ҳам таъсир қилар экан. Буларга:

1та туристга тўғри келадиган туристик маҳсулот;

туристларнинг аҳоли сонидаги ҳиссаси;

туризмда банд бўлган 1та ходимга тўғри келадиган аҳоли сони киради.

Ушбу омилларнинг таъсирини аниқлаш учун амалий маълумотларни қўллаган ҳолда қуйидаги ҳисоб-китобларни амалга оширишни тавсия қиламиз (2-жадвал).

2-жадвал

Тадқиқ қилинган 17 та туристик фирмаларда меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш ва уларни ошириш бўйича ички имкониятларни топиш йўллари

Т/р	Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Ҳисобот йилида	Натижа 1-омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган	Натижа 2-омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган
1.	1та туристга тўғри келадиган туристик маҳсулот (Тмб), минг сўм (1к/4к),	1158,3	1264,5	1264,5	1264,5

2.	Туристларнинг аҳоли сонидagi ҳиссаси (Тах), (4к/5қ)	0,464	0,475	0,464	0,475
3.	Туризмда банд бўлган 1та ходимга тўғри келадиган аҳоли сони (Ас), (5к/2қ)	8,799	8,590	8,799	8,799
4.	Меҳнат унумдорлиги, млн. сўм	47,3	51,6	51,6	52,9

Жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, туристик фирмаларда банд бўлган ходимлар меҳнат унумдорлиги, ўтган йилга нисбатан 4,3 млн. сўмга ёки 109,1 %га кўп бўлган. Ушбу ўзгаришга мазкур формулага киритилган учта омил таъсир қилган.

1. 1та туристга тўғри келадиган туристик маҳсулотнинг 106,2 минг сўмга ёки 109,2 %га ошганлиги туристик фирмалар меҳнат унумдорлигини 4,3 минг сўмга (51,6 – 47,3) оширган.

2. Туристларнинг аҳоли сонидagi ҳиссаси 0,011 ҳиссага (0,475 – 0,464) ошганлиги таҳлил қилинаётган натижавий кўрсаткич, яъни туристик фирмалар меҳнат унумдорлигини 1,3 минг сўмга (52,9 – 51,6) оширган.

3. Туризмда банд бўлган 1та ходимга тўғри келадиган аҳоли сони 0,209 кишига ёки 2,4 %га (100,0 – 97,6) камайиши соҳада меҳнат унумдорлигини 1,3 млн. сўмга (51,6 – 52,9) камайтириб юборган.

Барча омиллар таъсири натижанинг умумий фаркига тенг бўлган, яъни умумий фарқ 4,3 млн. сўм. (4,3 + 1,3 – 1,3). Ушбу ҳисоб-китоблар туризмда меҳнат унумдорлигини ошириш учун ички имкониятларни топишга асос бўлади.

Ҳисоб-китоблардан кўришиб турибдики, туризмда банд бўлган 1та ходимга тўғри келадиган аҳоли сони 0,209 кишига ёки 2,4 %га (100,0 – 97,6) камайган. Ушбу омил туризмда меҳнат унумдорлигини 1,3 млн. сўмга (51,6 – 52,9) пасайтириб юборган. Агар ушбу омил ҳам ўтган йилга даражада қолганда эди, меҳнат унумдорлиги 1,3 млн. сўмга кўпайган бўлар эди. У ҳолда меҳнат унумдорлигининг ҳақиқий миқдори 51,6 млн. сўм эмас, балки 52,9 млн. сўмни (51,6 + 1,3) ташкил қилган бўларди. У ҳолда унинг ўзгариш суръати 109,1 % эмас, балки 111,8 %ни ($52,9 * 100,0 / 47,3$) ташкил қилган бўларди.

Ушбу ҳисоб-китоблар туризмда меҳнат унумдорлигини ошириш бўйича тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш имконини беради. Таҳлиллар кўрсатмоқдаки, келгусида меҳнат унумдорлигини муттасил ошириб бориш учун 1та туристга тўғри келадиган туристик маҳсулот ҳажмини камайтирмасдан, унинг ошиб боришини таъминлаш чораларини кўриши лозим экан. Шунингдек, туристларнинг аҳоли сонидagi ҳиссасини ҳам муттасил ошиб боришини таъминлаш чораларини ҳам кўриш мақсадга мувофиқ эканлигини кўришимиз мумкин. Алоҳида аҳамият берилиши лозим бўлган омил, бу туризмда банд бўлган 1та ходимга тўғри келадиган аҳоли сонини ҳам ошириб боришни тақозо қилади. Агар ушбу омил ижобий бўлганда, юқорида таъкидланганидек, шу таҳлил қилинган даврда меҳнат унумдорлиги яна 1,3 млн. сўмга (51,6 – 52,9) камаймаган, балки ошган бўлар эди.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, туризм соҳасида самарадорликни ифодаловчи ҳар қандай кўрсаткични ошириш бўйича ички имкониятларни ахтариб топиш учун, уларнинг ўзгаришига таъсир қилувчи омилларни аниқлашни ва уларда амалий маълумотларни қўллаган ҳолда ҳисоб-китоб қилишни тақозо қилади.

<p>Дж.Н.Абиев</p> <p>Факторы влияющие на эффективность сферы туризма и пути их определения</p>	<p>J.N.Abiev</p> <p>Factors influencing the efficiency in tourism sphere and the ways of identifying them</p>
<p>Аннотация: в статье рассматривается система факторов, влияющих на эффективность индустрии туризма и способы их идентификации. Также были выявлены факторы, которые влияют на факторы и факторы, влияющие на результат. Их расчеты четко рассматриваются в примере производительности труда. В результате анализа было показано, как принимать соответствующие управленческие решения</p> <p>Ключевые слова: туризм, сектор, сеть, эффективность, факторы, производительность труда, количество сотрудников, основные средства, нематериальные активы, оборотные средства, коэффициент наследования.</p>	<p>Abstract: This article is about the system which influences efficiency in tourism as well as their identification is considered. Means which affected the result and means influenced means are identified. Their sum is given in definite examples, in other words in the content of efficiency of labour. Also making management decisions as per analyses are given.</p> <p>Keywords: tourism, field, branch, efficiency, means, labour efficiency, number of employees, main assets, fund under circulation.</p>

Б.Ш.Сафаров - СамДУ кафедра мудир, и.ф.д., доцент

О.Жумакулов – СамДУ талабаси

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШ ВАЗИФАЛАРИ

Аннотация: ушбу мақолада туризм соҳасининг ривожланиши, Ўзбекистонда бу соҳада олиб борилаётган ислохотлар, инновацион йўналишдаги ўзгаришлар, инвестициялар жалб қилиниш истикболлари, туризм соҳасини янада ривожлантириш учун таклиф ва тавсиялар баён этилган.

Калит сўзлар: туризм, туризм соҳаси, туризм тармоғи, кластер, виза сиёсати, давлат томонидан қўллаб-қувватлаш.

Президентимизнинг шу йил 7 февралдаги Фармони билан тасдиқланган 2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси мамлакатимиз тараққиётини белгиловчи барча соҳаларни қамраб олгани билан аҳамиятлидир. Ҳаракатлар стратегиясининг иқтисодий ривожлантириш ва либераллаштиришга оид устувор йўналишлари қаторига киритилган, “таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодийнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш” мақсади кўзланаётган бандида туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодийда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш вазифалари белгилаб қўйилган. Айнан шу вазифалар, мамлакатимиз Президентининг 2 декабр 2016 йилда эълон қилинган “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-

тадбирлари тўғрисида”ги ПФ–4861-сон фармонида ҳам тўлиқ ва равшан қайд этилган бўлиб, уларнинг ижроси борасида аниқ кўрсатмалар берилган. Мазкур ҳужжатлар мамлакатимизда ўтган йиллар давомида туризм соҳасини ривожлантириш, сайёҳлар оқимини кўпайтириш, туристларга сифатли хизмат кўрсатиш бўйича олиб борилган ишларни янада юқори босқичга олиб чиқиш учун дастуриламал хизматини ўташига ишончимиз комил.

Зотан, ушбу ҳужжатлар туризм тармоғини жадал ривожлантиришни таъминлаш, туризмга иқтисодиётнинг стратегик сектори мақомини бериш, уни мамлакат иқтисодиётини барқарор ўстиришнинг, минтакаларда туризм салоҳиятидан самарали фойдаланишнинг, аҳоли турмуш даражаси ва сифатини оширишдаги ролини кучайтиришнинг қудратли воситасига айлантиришга қаратилгандир.

Фармонда туризм соҳасида давлат сиёсатининг сифат жиҳатдан янги босқичга ўтишини белгилаб берадиган ушбу тармоқни тубдан ислоҳ қилиш бўйича мисли кўрилмаган чора-тадбирлар назарда тутилиб, асосий мақсадли вазифалар ва устувор йўналишлар белгилаб берилган. Ҳозирги пайтда ушбу фармон асосида шакллантирилган “Ўзбекистон Республикасида туризмни ривожлантиришнинг ўрта муддатли истиқбол Концепцияси” кенг миқёсдаги муҳокамага қўйилган.

Энг аввало, хорижий туристлар учун мамлакатимиз жозибадорлигини ошириш мақсадида виза сиёсатини тубдан либераллаштиришни назарда тутувчи истиқболли тадбирлар мўлжалланмоқда. Мазкур тартиб-қоидалар Ўзбекистоннинг туризм соҳасидаги ижобий қиёфасини юқори даражага кўтариш, мамлакатга туристлар оқимини кескин даражада кўпайтириш, шунингдек, мазкур соҳадаги ишбилармонлик фаолиятини кучайтириш имконини беради.

Шунингдек, туризм соҳасида лицензия бериш, сертификатлаштириш ҳамда бошқа рухсатномалар бериш тартиб-таомилларини такомиллаштиришга қаратилган давлат томонидан бошқариладиган бир қатор принципиал янги механизмлар белгилаб қўйилди.

Жумладан, 2017 йилнинг 1 январидан бошлаб туризм фаолиятига лицензия бериш вазифаси Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасига ўтказилди, бунда меҳмонхоналар ва одамлар яшайдиган бошқа жойлар фаолият юритишини қонунлаштирувчи лицензия олиш талаби бекор қилинади. Ўз навбатида, 2018 йилдан бошлаб хорижий туристларга хизмат кўрсатишга ихтисослашган умумий овқатланиш корхоналари ва автотранспорткорхоналарини хорижий туристларнинг ҳаёти ва соғлиғи хавфсизлигини таъминлаш мақсадида мажбурий сертификатлаш жорий этилади.

Юртимизда зиёрат қилиш, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик, спорт, даволаш-соғломлаштириш, қишлоқ, саноат, ишбилармонлик, болалар, ёшлар ва оилавий туризмни жадал ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Бу борадаги улкан салоҳиятига эга эканлигимиз дунё аҳли томонидан эътироф этилмоқда. Гап шундаки, Буюк Британиянинг “Financial Times” газетаси 2017 йилда жаҳон бўйлаб саёҳатга чиқиш истагидагилар учун энг қизиқарли йўналишлар рўйхатини эълон қилди ва унда келтирилган тўққизта давлат орасида Ўзбекистон 2-ўринда қайд этилди. Шунингдек, яқинда дунёга машҳур “The Telegraph” нашри сайтида мақола эълон қилинди ва “Ҳар бир инсон ҳаёти давомида бориб кўриши керак бўлган 35 шаҳар” рўйхатига юртимизнинг Хива шаҳри ҳам киритилган.

Амалга оширилаётган ишлар натижасини бошқа эътирофларда ҳам кузатиш мумкин. Россиянинг “ТурСтат” аналитик агентлигининг кўрсаткичи

бўйича, Ўзбекистон Республикаси 2017 йил баҳорда энг қизиқарли туристик йўналишлар рейтингда еттинчи ўринни эгаллади. Бундан ташқари, Ўзбекистон энг тез ривожланаётган йўналишлардан бўлган гастрономик туризм бўйича олд ўриндаги бешта мамлакатлар қаторига қўшилди.

Таъкидлаш жоизки, мустақиллик йилларида туризм янги соҳа сифатида фаолият кўрсатиб, тадрижий тарзда такомиллашиб борди. Ҳозирги кунда биргина Самарқандда туристик хизматини амалга ошириш ҳуқуқига эга бўлган 193 та ташкилот мавжуд. Шундан 105 таси меҳмонхона, 88 таси туристик фирмалардир. Соҳага оид янги ҳужжатларнинг қабул қилиниши мазкур сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини янада такомиллаштириш, туристларга кўрсатилаётган хизмат сифатини оширишга туртки бўлади.

Таъкидлаш лозимки, бугунги кунда Самарқанд вилояти ҳудудда 1105 археологик, 60270 меъморий, 37 диққатга сазовор жойлар, 18 монументал, 21 мемориал, жами 1851 та моддий-маданий мерос объектлари мавжуд. Вилоятда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича 2016-2017 йилларга мўлжалланган чоратадбирлар дастури доирасида мазкур объектларда таъмирлаш, реставрация қилиш, ободонлаштириш ва кўкаламзорлаштириш ишлари олиб борилмоқда.

Юртимиз раҳбарининг 2017 йил 25 январдаги “Ўзбекистон Республикасининг Биринчи Президенти Ислом Абдуғаниевич Каримовнинг хотирасини абадийлаштириш тўғрисида”ги қарорига мувофиқ, Самарқанд шаҳрида улкан меъморчилик, музейшунослик ишлари амалга оширилмоқда. Жумладан, Ислом Каримов дафн этилган ҳудудда ёдгорлик мажмуаси барпо этилмоқда. Ушбу мажмуа келажакда юксак маънавият, илм-маърифат маскани бўлиши билан биргаликда, катта зиёратгоҳга айланишига ҳам ишончимиз комил. Мажмуада ҳамиша майин оҳангда Қуръон суралари янграб туриши, мақбара деворларига муқаддас оятлар билан бир қаторда, Ислом Каримовнинг ҳикматли сўзлари ҳам битилиши зарур. Токи ташриф буюришаётган хорижлик ва маҳаллий зиёратчилар ўзига улкан руҳий қувват олсин, халқимизнинг илмига, маънавиятига ҳаваси ортсин.

Шу билан бирга, ўзининг жозибаси ва таровати билан дунёдаги энг яхши дам олиш ва саёҳат масканларидан қолишмайдиган гўзал табиатимизнинг бойлиги ва хилма-хиллигини ҳам бу борадаги энг катта имкониятларимиз қаторида кўрамиз. Бунда захирадан оқилона фойдаланиш мамлакатимизни жаҳон туризми марказларидан бирига айлантириши мумкин ва зарур.

Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасидаги салоҳиятини кўтариш манбаларидан яна бири агротуризм ва вино туризми кластерларини ташкил қилиши зарурлиги қайд этилмоқда.

Деярли барча вилоятлардаги узумзорлар, узумни қайта ишлаб чиқариш корхоналари, тарихий обидалар, музей, дегустация заллари, кичик ресторан, меҳмонхона ва транспорт логистикасидан иборат бўлган замонавий кластерни ташкил қилиш орқали турли вазирликлар, холдинг, миллий компания тассаруфидаги корхона ва хизмат кўрсатиш соҳаларини ягона мақсад сари ишлашига имконият яратилади.

Замонавий Ўзбекистоннинг минтақавий туристик дастурларида фаол амалга оширилаётган инновацион йўналишлар орасида аграр туризмни алоҳида ажратиш мумкин. Ҳудудий кластер сифатида агротуризм истезмолчи учун долзарб туристик маҳсулотни яратишга қишлоқ хўжалиги, табиий, маданий-тарихий ва қишлоқ жойлардаги бошқа ресурслардан ҳам фойдаланишни таклиф этилади. Минтақалар инновацион туристик фаолиятининг яна бир йўналиши сифатида воқиявий туризмни кўрсатса бўлади. У Самарқанд вилояти туризмни ривожлантиришда туманларга қандайдир аҳамиятли, ғаройиб, ёрқин ҳодиса билан

боғлиқ муайян бир вақтда ташриф буюришни ва уларни график асосида амалга оширишни тақозо қилади.

Бугунги кунда кўпгина давлатларда туристик марказларнинг минтақавий брендлари шакллантирилган, давлатлар ўзининг турмаҳсулотини умумжаҳон туризм бозорида силжитишга кўмак берадилар.

Ҳозирги кунда, туристик ва рекреацион хизматларни силжитиш учун Ўзбекистонда кучли маркетинг сиёсатини олиб бориш керак. Тадбирларни, шу жумладан, қатор хизмат учрашувлари ва мавзули тақдимотларни янада кўпайтириш лозим бўлмоқда. Мазкур тадбирлар дунё бозорларида етарли даражада таниш бўлмаган Ўзбекистонда жойлашган саройлари, курортлари, ЮНЕСКО рўйхатига киритилган шаҳарлари ва минтақанинг бошқа диққатга сазовор жойларига бағишланиши лозим.

Турли халқаро туристик ярмаркалар фаолиятини таҳлил қилиш натижалари шуни кўрсатадики, Ўзбекистон туристик маҳсулотини халқаро бозорга силжитиш учун жозибатор «Ўзбекистон» номли ягона миллий брендини яратиш бўйича мутахассис ва олимлар билан биргаликда илмий-тадқиқот ишларини амалга ошириш лозим бўлмоқда.

Бугунги кунда туризм соҳасига ва унга хизмат кўрсатувчи инфраструктурага инвестицияларни жалб қилиш рақобат курашида яшаб қолиш ҳамда ўз фаолиятини бозорда давом эттириш имкониятини беради. Инвестициялар, биринчи навбатда, кенгайтирилган такрор ишлаб чиқаришни таъминлаш ҳамда миқдор ва сифат кўрсаткичлари билан тўлдирилган янги хизматларни шакллантириш учун зарур бўлади. Бу эса инвестицияларга юқори жозибаторлик ва рақобатбардошликни тақдим этади. Туристлик тадбирларнинг инвестицион жозибаторлигини ошириш ҳам минтақа иқтисодиётини ривожлантиришга имкон берувчи қўшимча восита сифатида хизмат қилади.

Улкан сайёҳлик салоҳиятига эга бўлган Самарқанд вилоятида туризмни ривожлантириш, туристик хизмати кўрсатиш сифатини ошириш ва йўналишларини кенгайтириш юзасидан изчил ишлар олиб борилмоқда. Бу борадаги салоҳиятни янада ошириш ва туристик оқимини кўпайтириш мақсадида Самарқанд шаҳрида эркин туристик ҳудудни барпо этиш бўйича 2017-2019 йилларга мўлжалланган лойҳалар ишлаб чиқилган. Ушбу лойҳаларга кўра шаҳарнинг Амир Темур кўчасида сайёҳлик-кўнгилочар меҳмонхона комплекси, Самарқанд эшак эшиш канали бўйида қишки дам олиш маскани барпо этиш мўлжалланмоқда.

Туризм соҳаси юқори инвестицион мультипликаторга эга эканлиги мутахассислар томонидан аниқланган. Бу соҳага қўйилган бир сўм иқтисодиётнинг бошқа тармоқларига тўрт сўм миқдорда умумий даромад келтиради. Шунингдек, туризм бандлик борасида ҳам кўпайтирувчи коэффициентга эга бўлади, яъни туризм соҳасида яратилган битта ишчи ўрин туристик маҳсулот ишлаб чиқаришдаги турдош бошқа тармоқларда тўртта ишчи ўрин ташкил бўлишига сабаб бўлади.

Туризм соҳасидаги инновацион фаолият туристик маҳсулотнинг янгисини яратиш ёки мавжуд маҳсулотни ўзгартиришга, транспорт, меҳмонхонага оид ва бошқа турдош хизматларни такомиллаштиришга, янги бозорларни ўзлаштиришга, илғор ахборот ва телекоммуникация технологияларини ҳамда ташкилий-бошқарув фаолиятининг замонавий шакллари амалиётга татбиқ этишга йўналтирилган бўлади.

Кирувчи туристик оқимни ошириш ва Ўзбекистоннинг ижобий нуфузини намоён этиш мақсадида хорижий бозорларга, жумладан, МДХ давлатларига йўналтирилган ўзбек туристик маҳсулотининг тижорат реклама брендини

силжитишни кучайтириш лозим. Шунингдек, тарихий объектлар яқинида туристик йўналишлардаги реклама-ахборот эълонлар ва электрон туристик хариталарни жойлаштириш керак.

Энг муҳими, вилоятлар туристик мажмуининг самарасини ошириш мақсадида кадрлар тайёрлашнинг амалий тизимини яратиш лозим. Туризм соҳасида кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни мувофиқлаштириш, жумладан, ривожланган туристик амалиётга эга мамлакатлардан юқори малакали мутахассисларни таклиф қилиш, ҳамда бизнинг кадрларимизни стажировка ўташга хорижга жўнатиш ўз самарасини беришига аминмиз.

Дарҳақиқат, Ҳаракатлар стратегиясининг – Ижтимоий соҳани ривожлантиришнинг тўртинчиустувор йўналишларига оид бандида: илмий-тадқиқот ва инновация фаолиятни рағбатлантириш, илмий ва инновация ютуқларини амалиётга жорий этишнинг самарали механизмларини яратиш, олий ўқув юртлари ва илмий-тадқиқот институтлари ҳузурида ихтисослаштирилган илмий-экспериментал лабораториялар, юқори технология марказлари ва технопаркларни ташкил этиш вазифаси белгиланган. Шу боис, Самарқанд давлат университети ва Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ҳузурида технопарк ташкил қилишини таклиф қиламиз. Технопарк туристик кластер тизимида фаолият кўрсатиши лозим. Самарқанд шаҳрида жойлашган, лекин фаолият кўрсатмаётган “Афросиёб” меҳмонхона комплекси бу технопаркнинг асосий кластер аъзоси бўлиши мумкин.

Ушбу асосий мақсадли вазифалар ва устувор йўналишларбугунги кунда туризм соҳасини инновацион ривожлантиришда ва туризм бозорини мукамал шакллантириш тамойилларини аниқлаш бўйича илмий-тадқиқот ишларини олиб боришда методологик асос бўлиб хизмат қилади.

Туризм соҳасининг давлат сиёсати даражасига кўтарилиши ҳамда маҳсус қонун, қарорларнинг қабул қилинганлиги мамлакатимизда бу соҳани ҳар томонлама қўллаб-қувватлаётганлигидан дарак беради. Шунингдек, туристик-рекреацион фаолиятнинг мунтазам равишда илмий-тадқиқот объектига айланиши ҳам соҳа ривожига имкон яратади.

Равшанки, мазкур ҳужжатлар Ўзбекистоннинг турли минтақаларида туристик-рекреацион ресурслардан тўлиқ фойдаланиш замирида янги туристик корхоналар очилишига ва мавжудларининг ишини янада фаоллаштиришга тўртки беради ва янги турдаги туристик маҳсулотларнинг яратилишига асос бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. «O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida» O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni.2016 yil 2 dekabr,PF-4861-son.
2. «O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida» O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori.2016 yil 2 dekabr,PQ-2666-son.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yichaharakatlar strategiyasi to‘g‘risida»gi Farmoni. 7 fevral 2017,№ UP-4947.
4. Ilm-fan yutuqlari – taraqqiyotning muhim omili // O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev Yangi yil arafasida – 2016-yil 30-dekabr kuni mamlakatimizning yetakchi ilm-fan namoyandalari bilan uchrashdi. Uchrashuvda hukumat a’zolari, vazirlik va idoralar, davlat va jamoat tashkilotlari, tijorat banklari

rahbarlari, Fanlar akademiyasi a’zolari, yetakchi oliy o‘quv yurtlari rektorlari ishtirok etdi.

5. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак.- Т.: “Ўзбекистон”, 2017, 103 б.

<p>Б.Сафаров., О.Джумакулов. Задачи инновационного развития туризма</p>	<p>B.Safarov, O.Jumakulov. Innovative development objectives in tourism</p>
<p>Аннотация: в данной статье анализируется развитие сферы туризма, ыреформа проводимые в данной области в Узбекистане, изменения в инновационном направлении, перспективы привлечения инвестиций.Даны рекомендации по развитию сферы туризма.</p> <p>Ключевые слова: туризм, сфера туризма, туристическая сеть, кластер, визовая политика, государственная поддержка.</p>	<p>Abstract: This article analyzes the development of the tourism sector, the reform carried out in this field in Uzbekistan, changes in the innovation area, the prospect of attracting investment, these recommendations on the development of tourism.</p> <p>Keywords: tourism, sphere of tourism, tourism network, cluster, visa policy state support</p>

М.Ж.Темирханова – ТДИУ ўқитувчиси, тадқиқотчи

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ УСТУВОР ЙЎНАЛИШЛАРИ ВА СОҲАНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада мамлакатимизда туризмни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари ва соҳада молиявий ҳисобнинг ўзига хос хусусиятлари очиб берилган. Унда саккизта устувор йўналишдаги вазифалар кўрсатилган. Агар биз ушбу устувор вазифаларни муваффақиятли бажаришга эришсак, ўйлаймизки, соҳани ривожлантириш бўйича мамлакатимиз тараққиётининг 2017-2021 йилларга мўлжалланган ўсишига тўлиқ эришилиши мумкинлиги асосланган.

Калит сўзлар: туризм, устувор вазифалар, туризм индустрияси, туризмни ижтимоийлаштириш, стратегик сектор.

Туризм соҳасига мамлакатимиз мустақилликка эришган биринчи кунлардан бошлаб катта эътибор берилиб келинмоқда. Натижада умуман изи бўлмаган соҳа бугунги кунда иқтисодиётнинг етакчи тармоқларидан бирига айланиб бормоқда. 2016 йил 2 декабрда Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”¹ги Фармони эълон қилинди. Мазкур фармоннинг мақсади 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

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

ижобий қиёфасини шакллантиришдан иборат, деб белгиланган”¹. Бир мунча вақт ўтгач унга ўзгартириш ва қўшимчалар киритилди².

Туризм соҳасининг муҳимлиги яна шу билан изоҳланадики, ушбу масала Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралда “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” эълон қилинган мамлакатимизни 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича ҳаракатлар стратегияси кўрсатиб берилган фармонида яна битта йўналиш сифатида қаралган. Ушбу ҳужжатнинг “Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишлари”га бағишланган учинчи бўлимида “Таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш”га³ доир бир қанча йўналишлар берилган. Унинг бир йўналиши бевосита “туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш”га бағишланган⁴.

Юқорида номлари қайд этилган ҳужжатларда ўрта муддатли истиқболда туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг мақсадли вазифалари ва устувор йўналишлари белгилаб берилди. Бу устувор йўналишлар қуйидагиларни ўз ичига олади:

Биринчи галда туризмга **иқтисодиётнинг стратегик сектори мақомини бериш**, туризмни ривожлантиришнинг яхлит концепциясини шакллантириш ва изчил амалга ошириш масаласига қаратилган. Бунда туризм соҳасини барча ҳудудларда ва ўзаро боғлиқ тармоқларни комплекс равишда жадал ривожлантиришда етакчи кучига айлантириш масаласи ҳам алоҳида устувор вазифа сифатида қаралган. Зеро, ҳудудларнинг мутаносиб ривожланишида мазкур соҳанинг роли ва ўрни бекиёс. Фақат ҳар бир ҳудудда туристларни жалб қиладиган туристик объектларни топиш ва уларни ишга солиш лозим бўлади. Шу тариқа мазкур соҳани иқтисодиётни диверсификациялаш, таркибий ўзгартириш ва барқарор ривожланишнинг қудратли воситасига айлантириш мумкинлиги ҳам кўрсатилган. Мамлакатимизда яратиладиган ялпи ички маҳсулотда, маҳаллий бюджет даромадларида туризмнинг улушини кўпайтириш масаласи ҳам мазкур тармоқни ривожлантиришнинг устувор вазифалари сирасига киради. Шу орқали аҳолининг иш билан бандлигини таъминлаш, ишсизликни камайитириш орқали аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини ошириш бўйича тизимли чора-тадбирларни амалга ошириш ҳам туризмнинг зиммасига юклатилган.

Иккинчи устувор йўналиш, туризм соҳасида **фаолият кўрсатадиган субъектлар учун қулай шарт-шароитларни таъминлашга қаратилган қонун ҳужжатларини ва норматив-ҳуқуқий базани янада такомиллаштиришдан**

¹Ўша жойда.

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. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрда имзоланган “Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида” ПҚ-2666-сонли Қарори.

³Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралда “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони эълон қилинди. Мазкур Фармон мамлакатимизни 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича ҳаракатлар стратегияси ўз тасдиғини топган.

⁴Ўша жойда.

иборат қилиб белгиланган. Бунинг учун туризм индустрияси субъектлари тараққиётига қулай шарт-шароитларни шакллантириш орқалигини эришилади. Бу эса, туризм фаолияти соҳасидаги қонун ҳужжатларини ва норматив-ҳуқуқий базани янада такомиллаштириш, туризмнинг ривожланишидаги барча тўсиқ ва ғовларга барҳам бериш, виза ва рўйхатдан ўтказиш тартиб-таомилларини, паспорт ва божхона назоратини соддалаштиришга қаратилган ҳуқуқий базани такомиллаштиришни тақозо қилади. Мустақиллик йилларида туризм соҳаси асосан хусусий сектор эвазига ривожланиб келинган эди. Бу ҳолат бугунги кунга келиб, мазкур соҳани давлат томонидан бошқариш ва бир вақтнинг ўзида, бозорга хос тарзда тартибга солиш механизмини мақбуллаштиришни ҳам тақозо қилади. Шу туфайли ушбу соҳанинг мазмун-моҳияти сақлаб қолинган ҳолда, уни давлат бошқаруви тасарруфига ўтказилгани ҳам айни муддао бўлди. Туризм соҳасини жадал ривожлантириш учун мазкур соҳада тадбиркорлик фаоллигини рағбатлантириш ва туризм хизматлари бозорида рақобатни кучайтириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш масаласи ҳам бугунги кунда ушбу соҳани ривожлантиришнинг устувор вазифалари сирасига киради. Туризм соҳасида яна бир муҳим йўналиш, ушбу соҳада статистик ҳисобга олиш тизимини такомиллаштириш масаласидир. Чунки жуда кўп туристик маҳсулотлар ҳозир статистик ҳисобда ўз аксини топмаётганлиги ва уларни айниқса ҳудудларда ҳисобга олиш масаласи ўта мураккаб бўлиб қолмоқда. Шу туфайли ушбу масала ҳам энг долзарб муаммолардан бири сифатида қаралишини тақозо қилади.

Учинчи устувор йўналиш, туризм хизматларини ташкил этишда **туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти ва соғлиғи хавфсизлигини таъминлашга қаратилган.** Бу талаб, туристларни қабул қилиб олишдан тортиб, уларни жойлаштириладиган жойларда, овқатланиш пунктларида, республика ҳудуди бўйлаб ҳаракатланишда, туризм объектларига ташрифларни уюштиришда, уларни ўз мамлакатларига (яшаш ҳудудларига) кузатиб қўйишгача бўлган жараёнларни ўз ичига олади. Ушбу тизимда туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти ва соғлиғи хавфсизлигини таъминлаш бўйича комплекс чора-тадбирларни амалга ошириш ҳам бугунги кунда устувор вазифалар сирасига киради.

Тўртинчи устувор йўналиш туризмнинг **турларини кўпайтириш билан биргаликда, унинг ижтимоий аҳамиятини кучайтиришдан иборатдир.** Ҳозирги пайтгача мамлакатимизда туризм соҳаси асосан анъанавий маданий-тарихий туризм ҳисобига ривожланиб келди ва бу давом этмоқда. Эндиликда юқоридагилар билан бирга туризмнинг бошқа салоҳиятли турларини, хусусан, биз учун аҳамиятли бўлган зиёрат қилиш, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик, спорт, даволаш-соғломлаштириш, қишлоқ, саноат, ишбилармонлик туризми ва бошқа турларини жадал ривожлантириш, шунингдек, болалар, ўсмирлар ва ёшлар туризминини, оилавий туризмни, кексалар учун ижтимоий туризмни ривожлантириш ҳисобига туризмнинг ижтимоий аҳамиятини кучайтиришга қаратилмоғи лозим. Бунинг учун ҳудудларда янги туризм йўналишларини ташкил этиш, уларни паспортлаштириш, туризм йўналишлари ва туризм объектлари бўйича ягона миллий реестрларни шакллантиришга йўналтирилган ички, кириш ва чиқиш туризмни комплекс ривожлантиришнинг миллий ва ҳудудий дастурларини ишлаб чиқиш ва уларнинг бажарилишини тизимли равишда амалга оширишга эришишни ҳам тақозо қилмоқда. Ушбу тадбирларнинг ҳаммаси туризмни жадал ривожлантириш, мавжуд улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, анъанавий маданий-тарихий туризм билан биргаликда туризмнинг бошқа турларини ҳам кенгайтириш эвазига унинг иқтисодий-ижтимоий ҳаётидаги ўрнини оширишга олиб келади.

Бешинчи устувор йўналиш, туризм соҳасида халқаро ҳамкорликни, биринчи навбатда, БМТнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти (ЮНВТО), хорижий мамлакатларнинг туризм бўйича нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлари билан ҳамкорликни мустаҳкамлашга қаратилган. Чунки соҳани ривожлантириш учун туризм хизматлари бўйича минтақавий ва жаҳон бозорларининг фаол иштирокчисига айланишни, хорижий мамлакатлар туристик ташкилотлари билан ҳамкорликни кенгайтиришни, Ўзбекистоннинг туризм соҳасида тартибга солувчи универсал халқаро конвенциялар ва битимлардаги иштирокини кенгайтиришни, туризм фаолияти амалиётига халқаро ва давлатлараро стандартлар ва нормаларни жорий этиш каби тадбирларни амалга оширишни тақозо қилади. Ҳозирги пайтда туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик, хусусан, БМТнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти (ЮНВТО) билан муносабатлар йўлга қўйилган. Аммо ушбу ҳамкорликни мустаҳкамлаш билан биргаликда хорижий мамлакатларнинг туризм бўйича нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлари билан муносабатлар доирасини кенгайтиришга қаратилган чора-тадбирларни қўллаш ҳам лозимдир.

Олтинчи устувор йўналиш, замонавий жаҳон стандартларига, туристларнинг эҳтиёжлари ва талабларига жавоб берадиган туризм индустрияси объектларини барпо этишдан иборатдир. Бунинг учун республиканинг барча минтақаларида жаҳон андозалари талабларига жавоб берадиган ва миллий кадриятларини ўзида мужассам этган замонавий меҳмонхоналарни ва жойлаштиришнинг бошқа воситаларини барпо этиш лозим бўлади. Шунингдек, ўша жойларнинг ўзида умумий овқатланиш объектларини, транспорт-логистика тузилмаларини, ахборот марказларини, маданият ва спорт муассасаларини жадал ривожлантиришни ҳам тақозо қилади. Мамлакатимизнинг асосий туризм йўналишлари бўйича йўл-транспорт ва муҳандислик-коммуникация инфратузилмасини, йўлбўйи инфратузилмасини жадал қуриш ва реконструкция қилиш, ушбу мақсадлар учун маҳаллий тадбиркорлар билан биргаликда хорижий инвесторларни ва уларнинг туризм соҳасидаги илғор тажрибаларини ҳам кенг жорий этиш лозим бўлади. Шундагина замонавий жаҳон стандартларига, туристларнинг эҳтиёжлари ва талабларига жавоб берадиган туризм индустрияси шаклланади. Бу эса соҳанинг ривожланиши учун муҳим, аниқроғи асосий омиллардан биридир.

Еттинчи устувор йўналиш, рақобатбардош туризм маҳсулотларни ва хизматларини ишлаб чиқишга қаратилган. Бунда халқаро туризмнинг ривожланиш тенденцияларини ва замонавий маркетинг воситалари қўлланилишини ҳисобга олган ҳолда ривожлантириш лозимлиги ҳам қайд этилган. Рақобатбардош туризм маҳсулотлари ва хизматларини ишлаб чиқиш, уларни ички ва халқаро туризм бозорларида тарғибот қилиш бўйича стратегияни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш ҳам мамлакатимизни ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида ўз аксини топган. Бунинг учун қулай туризм ахборот муҳитини ташкил этиш ва ривожлантириш, кенг реклама-ахборот фаолиятини амалга ошириш, мамлакат ҳудудларида туризм ахборот марказлари ва чет элда туризм ваколатхоналари очиш масаласи ҳам кўзда тутилган ва бу тадбирлар босқичма-босқич амалга оширилмоқда. Соҳанинг ривожланишида интернет тармоғидан фаол фойдаланиш ҳам муҳим роль ўйнашини инобатга олиш лозим. Ҳар йили Тошкентда халқаро туризм ярмаркасини ўтказиш йўли билан туризм соҳасидан мамлакатимизнинг ижобий қиёфасини шакллантиришда ҳам кенг фойдаланилмоқда.

Саккизинчи устувор йўналиш, туризм тармоғи учун малакали кадрларни сифатли тайёрлаш, айниқса менежмент ва маркетинг соҳасида

ишларни тубдан такомиллаштиришдан иборат қилиб белгиланган. Ҳозир соҳада жуда кўп кадрлар тадбиркорлик асосида фаолият кўрсатмоқда. Уларнинг таянч маълумотлари соҳага тўғри келмайди. Барча ишлари амалий тажрибаларни такомиллаштиришга асосланган. Шу туфайли соҳа учун гидлар (экскурсия етакчилари)ни тайёрлаш, туризм фаолияти субъектларида фаолият кўрсатаётган малакаси ва маълумоти тўғри келмайдиган ходимларни мунтазам равишда қайта тайёрлаш ва малакасини оширишга эришиш ҳам мақсадга мувофиқдир.

Бугунги кунда туризмни ривожлантишнинг устувор йўналишлари юқоридагилар билан ҳам чегараланиб қолмайди. Буларнинг рўйхатини яна давом эттириш мумкин эди. Аммо соҳа учун асосий бўлган жиҳатларгагина тўхталишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Чунки ушбу қарашлар мазкур йўналишларни давом эттириш учун услубий асос бўлиб ҳисобланади.

<p>М.Ж.Темирханова</p> <p>Приоритетные направления развития туризма и особенности финансового учета в данной сфере</p>	<p>M.Temirkhanova</p> <p>Priority directions of tourism development and features of financial accounting in this area</p>
<p>Аннотация: в статье раскрыты приоритетные направления развития туризма в стране и особенности финансового учета в данной сфере. В ней приведены задачи по 8 приоритетным направлениям. Обосновано, что при выполнении данных задач, по нашему мнению, можно полностью достичь роста сферы, запланированного на 2017-2021 гг.</p> <p>Ключевые слова: туризм, приоритетные задачи, индустрия туризма, социализация туризма, стратегический сектор.</p>	<p>Abstract: The article reveals the priority directions for the development of tourism in the country and the specifics of financial accounting in this area. It lists tasks in 8 priority areas. It is substantiated that in the fulfillment of these tasks, in our opinion, it is possible to fully achieve the growth of the sphere planned for 2017-2021.</p> <p>Keywords: tourism, priority tasks, tourism industry, tourism socialization, strategic sector.</p>

М.Куймуратова – Наманган муҳандислик иқтисодиёт институти катта ўқитувчиси

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ҚИЛИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМЛАРИ ВА УЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

<p>Аннотация:мақолада туризмни ривожлантириш ва диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари ва уларни такомиллаштириш йўллари қараб чиқилган. Унда туризм соҳасига мос ташкилий-иқтисодий механизмнинг мазмуни, таърифи, турлари ва ҳар бир турининг моҳияти қисқача очиб берилган.</p> <p>Калит сўзлар: туризм, туризмни ривожлантириш, туризмни диверсификация қилиш, ташкилий-иқтисодий механизмлар, имтиёзлар, режалаштириш, назорат қилиш, молиялаштириш, рағбатлантириш, таҳлил қилиш.</p>

Туризм соҳаси бевосита аҳолининг ҳаёт даражаси ва сифатини оширишга, иқтисодиётнинг ривожланиши ва самарадорлигининг ошишига таъсир қиладиган муҳим омиллардан биридир. Аммо туризмни ривожлантириш ўта мураккаб

бўлиб, уни амалга оширишда таъсирчан ташкилий-иқтисодий механизмлардан тўғри фойдаланишни тақозо қилади.

Ўз навбатида ташкилий-иқтисодий механизмлар барча соҳалардаги сингари, туризм соҳасида ҳам қотиб қолган ёки ўзгариши мумкин бўлмайдиган дастак эмас. Улар бир томондан, вақт ўтиши билан жамиятнинг ривожланиши, иқтисодиётнинг юксалиши, ҳаёт талабининг ўзгариши билан такомиллашиб бораверадиган бўлса, иккинчи томондан, бир вақтнинг ўзида турли соҳаларда қўлланиладиган ташкилий-иқтисодий механизмлар ҳам турлича бўлади.

Буларнинг барчаси мазкур масаланинг ечимини назарий жиҳатдан ҳал қилишни тақозо қилади. Бу масала бугунги кунда иқтисодиёт фанлари, мазкур ҳолатда туризмга оид фанлардаги устувор вазибалардан бири бўлиб ҳисобланади. Шу туфайли унинг мазмунини очиб бериш тадқиқотнинг навбатдаги босқичларида қараладиган масалаларга анча ойдинлик киритади.

Умуман олганда, ташкилий-иқтисодий механизм тушунчаси иқтисодий адабиётларда кўп қўлланилсада, унинг мазмунини етарли даражада тўлиқ очиб берилмаган. Мазкур масалага ойдинлик киритиш учун энг аввало, унинг луғавий маъносига эътиборни қаратиш мақсадга мувофиқдир. Ўзбек тилининг 5 томлик изоҳли луғатида ушбу тушунчалар тўғрисида тегишли маълумотлар берилган. Ташкилий-иқтисодий механизм сўз бирикмаси, аммо луғатларда ҳар бир сўзга алоҳида изоҳ берилган. Шу туфайли уларнинг ҳар бирини алоҳида кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ. “Ташкилий” сўзи юқоридаги луғатнинг 4-жилдида қуйидагича изоҳланган: *[ташкил этишига, уюштиришига, ташкилотчиликка оид; тузиши, тузилиши билан боғлиқ бўлган]*¹. Булардан кўриниб турибдики, ташкиллаштириш бевосита бирор мақсадга эришиш учун унга таъсир қилувчи омилларни уюштириш, сафарбар қилиш масалаларидан иборатдир.

Мазкур сўз бирикмасининг иккинчи қисми – “иқтисодий” атамасидан иборатдир. Мазкур сўз ҳам алоҳида мазмунга эга. Ўзбек тилининг 5 томлик изоҳли луғатнинг 2-жилдида “Иқтисодий” сўзига қуйидагича: *“Иқтисодга, иқтисодиётга оид; иқтисодиёт (иқтисод)га боғлиқ бўлган”*² изоҳ берилган. Бундан табиий равишда иқтисодиёт сўзининг ҳам изоҳини қарашга тўғри келади. “Иқтисодиёт” атамаси ҳам араб тилидан келиб чиққан бўлиб, *хўжалик масалалари; хўжалик*³ маъносини англатиши кўрсатилган. Сўнгра унга учта изоҳ берилган: *“1 Ижтимоий тузумнинг базаси. 2 Халқ хўжалиги ишлаб чиқариш кучларининг ҳолатига мувофиқ келувчи ишлаб чиқариш муносабатлари. 3 Хўжалик тармоқларининг моддий ва молиявий томонларини ўрганадиган фан”*⁴. Ушбу изоҳга таянган ҳолда О.М.Пардаев: “Иқтисодиётнинг мазмуни бевосита ишлаб чиқариш кучларининг ҳолатига мувофиқ келувчи ишлаб чиқариш муносабатларидан иборат. Ушбу жараён жуда кўп жиҳатларни ўз ичига олади. Ишлаб чиқариш кучлари такомиллашган сари уни ҳаракатга келтирувчи ходимлар малакаси ҳам такомиллашиб боради. Мос равишда улар ўртасидаги

¹Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. IV. Таҳрир ҳайъати: Т.Мирзаев (раҳбар) ва бошқ.; ЎЗР ФА Тил ва адабиёт ин-ти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” ДИН, 2008. – 22 бет.

² Ўша жойда. – 264 бет.

Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. II. Таҳрир ҳайъати: Т.Мирзаев (раҳбар) ва бошқ.; ЎЗР ФА Тил ва адабиёт ин-ти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” ДИН, 2006. – 264 бет.

³ Ўша жойда. – 264 бет.

⁴ Ўша жойда. – 264 бет.

ишлаб чиқариш муносабатлари ҳам, ўша жараёнга мос равишда такомиллашади”¹, деган изоҳни беради. Ушбу қарашга қўшилган ҳолда, навбатдаги “Механизм” атамасига ҳам изоҳ беришни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

“Механизм” сўзининг ҳам мазмуни юқоридаги луғатда берилган бўлиб, ушбу сўзнинг юнон тилидан олинганлиги қайд этилган ва у [*mechane – қурол, машина ёки механике машина яратиши*] сўзларини англатиши кўрсатилган ва унга қуйидагича 2 та изоҳ берилган: “1 Машина, асбоб, аппарат ва ш.к.нинг ички, ишига солувчи қисмлари, ички тузилиши”². Кўриниб турибдики, механизм ҳам ниманидир ҳаракатга келтиришга мўлжалланган ускуна, восита бўлиб ҳисобланади. Ушбу сўзлар бирикмасига О.М.Пардаев: “Агар буларнинг ҳаммасини иқтисодиётга мос равишда қарайдиган бўлсак, уни ривожлантириш, самарадорлигини оширишга қаратилган ҳаракатга келтирувчи кучлар, омиллар мажмуи мазкур жараённинг ташкилий-иқтисодий механизмларини ташкил қилади”³, деб кўрсатган. Булардан келиб чиқиб, ташкилий-иқтисодий механизм тушунчасининг таърифи ишлаб чиқилган. Юқоридаги муаллифнинг эътироф этишича: **“Ташкилий-иқтисодий механизм деганда, иқтисодиётни ривожлантириш ва самарадорлигини оширишга йўналтирилган дастакларни ташкил этиш, уюштириш, ишлаб чиқариш кучлари ва уларнинг ҳолатига мувофиқ келувчи ишлаб чиқариш муносабатларини ҳамда ҳуқуқий асосларини такомиллаштиришга қаратилган чора-тадбирлар мажмуи тушунилади”**⁴, деган таърифни келтирган.

Мазкур таъриф муаллифи таъкидлаганидек, “ташкилий-иқтисодий механизмлар назарий жиҳатдан яхлит тушунча бўлгани билан иқтисодиётнинг турли соҳалари, тармоқлари ва бўғинларида турлича йўналишга ва мос равишда, уларнинг ҳар бири ўзига хос хусусиятларга ҳам эга”⁵. Биз ушбу таъриф муаллифини қўллаб-қувватлаган ҳолда, уни назарий асос сифатида қабул қиламиз ва ўзимизнинг мавзумизга мослаштирган ҳолда такомиллаштириш лозим, деб ҳисоблаймиз. Чунки биз бевосита “ривожлантириш ва диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизмини” қараб чиқишимиз лозим. Юқоридаги таърифда, айнан, диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизми ўз ифодасини топмаган.

Биз қараётган масаладан келиб чиқиб юқоридаги таърифни бироз такомиллаштирган ва ўзимизга мослаштирган ҳолда қуйидагича изоҳлашни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Юқоридаги мақсадлардан келиб чиқиб, келтирилган таърифни: **Туризмни ривожлантириш ва диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизм деганда, соҳани ривожлантириш ва кенгайтиришга йўналтирилган дастакларни ташкил этиш, уюштириш, ишлаб чиқариш кучлари ва уларнинг ҳолатига мувофиқ келувчи ишлаб чиқариш муносабатларини ҳамда ҳуқуқий асосларини такомиллаштиришга қаратилган чора-тадбирлар мажмуи тушунилади**, деган иборалар билан алмаштиришни тавсия қиламиз.

¹ Пардаев О.М. Маҳсулотларни сақлаб сотиш хизматлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари. Монография. – Т.: “Фан ва технология” нашриёти, 2017. – 88-89 бетлар.

² Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. П. Таҳрир хайъати: Т.Мирзаев (раҳбар) ва бошқ.; ЎзР ФА Тил ва адабиёт ин-ти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” ДИН, 2006. – 584 бет.

³ Пардаев О.М. Маҳсулотларни сақлаб сотиш хизматлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари. Монография. – Т.: “Фан ва технология” нашриёти, 2017. – 89 бет.

⁴ Ўша жойда. – 89 бет.

⁵ Ўша жойда – 89 бет.

Ушбу таърифдан кўриниб турибдики, таърифда умумий ташкилий-иқтисодий механизм эмас, балки аниқ туризм соҳасини ривожлантириш ва диверсификация қилиш масаласига мослаштирилди. Ушбу таърифнинг асосий мақсади умуман иқтисодий ривожлантириш ва унинг самарадорлигини кўтаришга эмас, балки фақат туризм соҳасини ривожлантириш ва диверсификация қилишга қаратилганлиги билан ажралиб турибди. Мазкур соҳада ҳам таърифнинг мазмунига ташкилий тадбирлар билан бирга, иқтисодий ва ҳуқуқий тадбирларни ҳам киритиш мақсадга мувофиқлиги кўриниб турибди. Туризм соҳасида ҳам ҳар қандай иқтисодий тадбирлар маълум тизим асосида амалга оширилиши ва бу белгиланган қонунлар асосида тартибга солиниши табиий. Шу туфайли ташкилий-иқтисодий механизм таркибида жараённинг ҳуқуқий асослари ҳам ўз ифодасини топган.

Туризм соҳасини ривожлантириш ва диверсификация қилиш бўйича эришган натижаларни баҳолаш учун уни ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлашни тақозо қилади. Бу кўрсаткичлар орқали ривожланиш даражаси, диверсификация қилинганлик ҳолатига баҳо берилади. Юқоридаги вазифаларни бажариш бевосита амалга ошириладиган чора-тадбирларга боғлиқ. Бу борада О.М.Пардаев ушбу чора-тадбирлар мазмун-моҳияти жиҳатидан, икки гуруҳга бўлишни: “ташкилий механизм билан боғлиқ чора-тадбирлар ва иқтисодий механизм билан боғлиқ чора-тадбирлар”ни тавсия қилади¹. Тавсия қилинган чора-тадбирларнинг шакли, гуруҳлари ва алоҳида турлари жадвал шаклида келтирилган ва уларга тегишли тартибда изоҳ берилган. О.М.Пардаев томонидан тавсия қилинган ташкилий-иқтисодий механизмларнинг таснифи ва гуруҳлари бўйича турлари, унинг умумий элементлари бевосита туризм соҳасига ҳам қўлланилади. Аммо ушбу умумий йўналишга асосланиб, туризм соҳасида ҳам ҳар бир жараённинг ўзига хос хусусиятларини ўрганилаётган соҳага мос ҳолда шакллантириш ҳам мумкин. Булардан келиб чиқиб, туризм соҳасига мос равишда қуйидаги ташкилий-иқтисодий механизмларни шакллантириш мумкин.

Айтилганлардан келиб чиқиб, туризм соҳасини ривожлантириш ва диверсификация қилишга қаратилган ташкилий-иқтисодий механизмлар таркибига қуйидагиларни киритиш мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

Туризмни ривожлантириш ва диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари ва уларнинг мазмуни²

Т/р	Ташкилий-иқтисодий механизмлар номи	Ташкилий-иқтисодий механизмлар мазмуни
1.	Туризм соҳаси менежменти	Туристтик фирмалар фаолиятини бошқаришнинг усуллари, функциялари, йўналишлари, ташкил қилиш йўллари кабилардан фойдаланиш, инсон ресурсларини, моддий ва номоддий активларни бошқариш тизими орқали соҳа самарадорлигини ошириш.
2.	Туризм соҳасида маркетинг	Туристтик фаолият маркетинги стратегиясини ишлаб чиқиш, уни режалаштириш, хизматлар сифати ва

¹Ўша жойда – 90-91 бетлар.

² Тадқиқотлар натижасида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган. Шунинг назарда тутиш жоизки, умумий ташкилий-иқтисодий механизмлар таркибида режалаштириш, назорат, таҳлил, рағбатлантириш масалалари мавжуд. Аммо биз ушбу ҳолатда алоҳида келтирилганлигимизнинг боиси, ушбу принциплар туризм соҳасида бошқа тармоқларга нисбатан бир мунча фарқ қилади. Мазкур жадвалда шу ўзига хослик ўз ифодасини топган.

		баҳо сиёсатини белгилаш, туристик маҳсулотлар бозорини кенгайтириш, реклама сиёсати каби маркетинг элементларини амалга ошириш.
3.	SWOT таҳлил	Туристтик фирманинг кучли ва заиф томонлари ҳамда таҳдид ва имкониятларини ўрганиб, фирманинг стратегиясини аниқлаш.
4.	Ахборот-коммуникацион технологиялар (АКТ) ва интернет имкониятлари	Турфирмалар фаолиятини бошқаришда, реклама қилишда, турли ҳисоботларни топширишда, ахборотларни қабул қилиш ва узатишда, онлайн тизими орқали авиачипталарни олишда, жойларни брон қилишларда АКТ ва интернет имкониятларидан фойдаланиш.
5.	Имтиёзлар	Туризмга маълум муддатга давлат томонидан солиқ имтиёзлар, банклар томонидан имтиёзли кредитлар.
6.	Режалаштириш	Турфирмалар фаолиятини, уни ривожлантириш йўлларини, даромадлари, харажатлари ва оладиган фойдаси сингари бутун фаолиятини режалаштириш.
7.	Назорат қилиш	Режанинг бажарилишини, фаолиятнинг қонунийлигини турфирма ходимлари томонидан назорат қилиб бориш
8.	Молиялаштириш	Туризмни ривожлантиришга хусусий мулк, давлат мулки ва хорижий инвестицияларни жалб қилиш.
9.	Таҳлил қилиш	Турфирмалар фаолиятини, унинг асосий қисмлари (таркибий йўналишлари) бўйича таҳлил қилиб, ички имкониятларни аниқлаш ва уларни турфирмалар амалиётига жорий қилиш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш
10.	Рағбатлантириш	Туристтик хизматлар ҳажми ва сифатини оширишда белгиланган самарадорликка эришган ходимларни мунтазам равишда рағбатлантириб бориш
11.	Туризм соҳасига баҳо беришда кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш	Туристтик фирмалар фаолиятининг умумий жиҳатларини, самарадорлик даражасини, иқтисодий ва ижтимоий жиҳатларини ифодаловчи кўрсаткичларни алоҳида йўналишлари бўйича аниқлаш ва улар орқали баҳо бериш.

Юқорида келтирилган туризмни ривожлантириш ва диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари ва уларнинг мазмунидан шуни кўриш мумкинки соҳа субъектларида туристик хизматларни кўрсатиш самарадорлиги ва сифатини оширишда ҳар бир механизм катта роль ўйнайди. Уларнинг ҳар бирини туризмни ривожлантиришга ҳам, унинг фаолиятини кенгайтиришга ҳам қўллаш мумкин. Шу жиҳатдан бугунги эркин рақобат муҳитида туризмнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш масаласи муҳим аҳамият касб этади.

Агар бизнинг тавсияларимиз амалиётга қўлланилса, ўйлаймизки, туризм соҳаси субъектларида хизматлар сифатининг ошишига, баҳонинг барқарорлигини таъминлашга, пировардида, юқори самарадорликка эришишга катта имкониятлар яратилади.

<p>М.Куймуратова</p> <p>Пути совершенствования организационно-экономического механизма развития и диверсификации туризма</p>	<p>M.Kuymuratova</p> <p>Ways to improve the organizational and economic mechanism of development and diversification of tourism</p>
<p>Аннотация: в статье рассмотрены пути совершенствования организационно-экономического механизма развития и диверсификации туризма. В ней раскрыты суть, определение, виды и значения каждого вида организационно-экономического механизма в сфере туризма.</p> <p>Ключевые слова: туризм, развитие туризма, диверсификация туризма, организационно-экономические механизмы, льготы, планирование, контроль, финансирование, мотивация, анализ.</p>	<p>Abstract: The article examines ways of improving the organizational and economic mechanism of development and diversification of tourism. It reveals the essence, definition, types and values of each type of organizational and economic mechanism in the sphere of tourism.</p> <p>Keywords: tourism, tourism development, diversification of tourism, organizational and economic mechanisms, benefits, planning, control, financing, motivation, analysis.</p>

Sh.Sh.Raxmonov – SamISI, turizm yo’nalishi, TFT-315 guruh talabasi

VELOTURIZM HAQIDA UMUMIY TUSHUNCHA, UNING RIVOJLANISH TARIXI, TURLARI VA BUGUNGI KUNDAGI AHAMIYATI

Annotatsiya: ushbu maqolada turizmning faol turlaridan biri hisoblanmish veloturizm haqida umumiy ma’lumotlar berilgan. Shuningdek, veloturizmning qay tarzda rivojlanganligi, uning turlari haqida to’xtalib o’tilgan. Shu bilan birga turning bugungi ahamiyati yoritib berilgan.

Kalit so’zlar: velosiped, veloturizm, veloturizm turlari, GPS navigatorlar, velomarshrutlar, velosumkalar, velosipedlar uchun maxsus tunash joylari.

Bugungi kunda turizm sohasi jadal sur’atlar bilan rivojlanib, iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlaridan biriga aylandi. 2016-yilda xalqaro turistlar sonining 1 milliard 235 millionga¹, dunyo yalpi ichki mahsulotida ushbu tarmoq ulushining 10.2%ga yetgani, kiritilgan jami investitsiyalarning 4.4%i² ning turizmga to’g’ri kelganligi sohaning yildan-yilga rivojlanayotganligidan dalolat beradi. Shunday ekan bu sohada yangi turistik marshrutlar ishlab chiqish, faol turizm turlarini rivojlantirish muhim vazifalardan biridir. Aktiv turizm turlaridan biri bo’lgan veloturizm hozirda ko’pchilik turistlar tarkibini qiziqtirib, ularni o’z tur doirasiga birlashtirmoqda.

Veloturizm (velosiped turizmi) – turizmning bir turi bo’lib, bunda harakatlanishning asosi va birdan-bir manbasi bo’lib velosipedlar xizmat qiladi.³ Veloturizm ko’p qirrali tushuncha hisoblanib, bu tur nafaqat aktiv dam olish, balki, sport mashg’ulotlaridan ajralmagan holda turistik faoliyat bilan shug’ullanishning qulay va samarali usulidir. Ushbu turning asosiy elementi hisoblangan velosipedda harakatlanish esa sport, rekreatsiya, maroqli dam olish va turizm faoliyatining eng

¹ UNWTO Tourism Highlights 2017

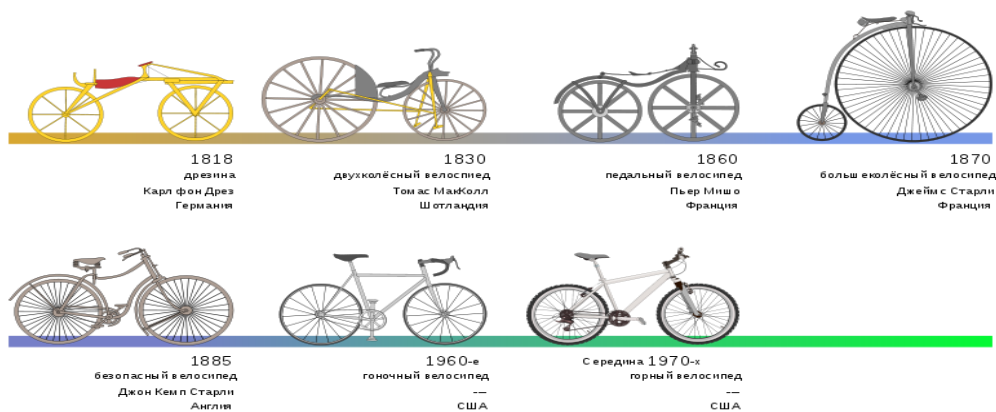
² World Travel & Tourism Council. Economic Impact 2017

³ Chun-An Chen, Hsien-Li Lee. HOW TO PROMOTE BIKE TOURISM GLOBALLY. Original scientific paper 2017.

barqaror shakllaridan biridir. Bu muqobil transport vositasi ekologik jihatdan xavfsizligi va kam harajatliligi bilan boshqa transport vositalari turlaridan keskin farq qiladi. Aktiv dam olish turlari orasida veloturizm o‘zining harakatlanish tezligi va marshrut uzunligi bilan yetakchilik qiladi. Bundan tashqari bu turizm turi turistlarni yosh jihatdan kategoriyalariga ajratmaydi. Bu turdan yoshlar bilan bir qatorda yoshi kattalar ham sog‘lig‘ini tiklash, toza havoda sayr qilish, hordiq chiqarish maqsadida foydalanishlari mumkin.

Veloturizmning rivojlanish tarixi bevosita velosipedlarning ixtiro qilinishi va asta-sekinlik bilan o‘z muxlislarini topishi bilan bog‘liqdir (1-rasm).

Insonlarning ikki g‘ildirakli konstruksiyalarda harakatlanishi Lyudvig Drays (to‘liq ismi – baron Karl Fridrix Kristian Lyudvig Drays fon Zauerbon) nomi bilan bog‘liqdir. U o‘zining uzunligi 2.4 metrli bo‘lgan samokatiga 30 dyumlik g‘ildiraklarni o‘rnatib, zamonaviy velosipedlarning ilk ko‘rinishlariga asos solgan va ushbu qurilmada 100 km masofani 7 soatda bosib o‘tgan. Asta-sekinlik bilan bu qurilma rivojlangan va 1860-yili Per Musho ismli shaxs samokatiga g‘ildirak bilan birgalikda pedal ham o‘rnatgan. Vaqt o‘tishi bilan bu harakatlanish vositasi yanada rivojlana boshladi, ramalar trubalardan ishlendi, g‘ildiraklarning ustki qismida rezinalar o‘rnatildi. 1870-yildan boshlab Xilman to‘liq metall dan ishlangan ulkan g‘ildirakli (ularning hajmi bugungi velosiped g‘ildiraklaridan ikki marta katta bo‘lgan) velosipedlarni sotuvga chiqaradi. Ko‘pchilik yevropaliklar uchun velosiped arzon, qulay va yengil transport



1-rasm. Velosipedlarning rivojlanishi

turiga aylanib ulgurdi va o‘z “muxlislari” ni topdi¹. Jumladan, 1878-yilda velosipedda harakatlanish butun Buyuk Britaniyada ommalashdi. Natijada mamlakatda velosipedda harakatlanib sayohat qiluvchilar uchun dars beradigan klublar ochila boshlandi (The Cyclists’ Touring Club). 1880-yilga kelib velosipedlardagi g‘ildiraklarning hajmi tenglashdi va eski model velosipedlarga nisbatan harakatlanish xavfsiz bo‘ldi. Aynan o‘sha yili may oyida Nyuporteda (Rod-Aylend) «The League of American Wheelmen» tashkilotiga asos solindi va 1898-yilga kelib tashkilotga 1 000 000 dan ko‘proq velosipedistlar a‘zo bo‘ldi². Velosipedda harakatlanishga qiziqish ortishi bilan bu transport vositasi yanada takomillashadi va 1974-yilda titandan ishlangan velosipedlar paydo bo‘la boshlaydi va hozirgacha rivojlanishda davom etmoqda.

Veloturizm ko‘p qirrali turizm turi bo‘lganligi sababli ushbu turning o‘zi bir necha turlarga bo‘linadi. Bu turlar turistlarning tarkibi, ularning tabiati, qiziqishi, harakatlanish joylariga qarab quyidagicha tasniflanadi:³

¹ <http://tourlib.net>

² <http://evro-holidays.ru>

³ Josip Rotar, Aleksandra Gantar, Danijela Kočiš, Matej Pehnc. How to develop cycle tourism? Maribor 2012.

- 1. Sivilizatsiyalashgan veloturizm** – bu o‘z yashab turgan joyida odatiy holda velosipedda sayohat qilish demakdir. Bu turda hech qanday sarguzashtlar mavjud bo‘lmaydi. Bu turni veloturistlari faqatgina tinch muhit, toza havo va chiroyli peyzajni xohlashadi. Bu esa veloturizm havaskorlari uchun maqbul tur sanaladi.
- 2. Sport veloturizmi** – boshqa veloturizm turlariga nisbatan o‘zining murakkab jihatlari, xavflilik darajasi va qiyinchiliklari bilan ajralib turadi. Veloturizmning bu turida ishtirokchilarning asosiy maqsadi rekordlarni yangilash hisoblanadi. Asosiy maqsad ma’lum masofalarni belgilangan vaqt ichida bosib o‘tishdir. Masalan, 2 oy ichida Moskvadan Vladivostokkacha bo‘lgan masofani velosipedda bosib o‘tishdir.
- 3. Poyga veloturizmi** – bu tur qiziquvchilari hech qanday e’tiborga molik narsalarga chalg‘imasdan faqatgina oldinga qarab harakatlanishadilar. Ular uchun asosiysi marraga birinchi bo‘lib yetib kelishdir.
- 4. Ekspeditsiya veloturizmi** – turistlar tarkibi bilan ajralib turadi. Chunki bu turda turistlar tabiiy to‘siqlarni yengib o‘tishga harakat qilishadilar. Tabiiy to‘siqlarga tog‘lar, muzli maydonlar, muzlagan ko‘llar va boshqa tabiiy elementlar kiradi. Bunday sarguzasht ishqibozlari uchun eng katta mukofot – muvaffaqiyatli bosib o‘tilgan marshrutdir. Natijada turdan so‘ng ular o‘zlarini yanada tetik va baquvvat his eta boshlaydilar.
- 5. Baykerlik veloturizmida** ishtirokchilar o‘z transport vositalarining kuchini sinab ko‘radilar. Veloturistlar o‘zlarining ikki g‘ildirakli do‘stlari uchun munosib yo‘l tanlab bor tezlikda ko‘chalarni kesib o‘tadilar. Ular shu orqali bir-birlariga maqtanishadilar.
- 6. Qishki veloturizm** – o‘z nomidan ma’lumki faqatgina yilning bir mavsumida faoldir. Shunday turistlar tarkibi ham mavjudki, ular uchun yomon ob-havoda aylanish, muz va sirpanchiq hududlarda velosiped haydashdan qiziqroq mashg‘ulot yo‘q. Ularning fikricha, qishda manzillarning eng chiroyli tasvirini ko‘rish mumkin. Shuning uchun ham ular bor shijoatlari bilan 3 oy mobaynida ko‘proq joylarda bo‘lishni xohlashadi.

Veloturizm o‘z qatnashuvchilarini yosh kategoriyalariga ajratmasligi, turli sarguzashtlarga boyligi, qiziqarliligi, ekologiyaga xavf solmasligi, kam xarajatliligi bilan bugun turizm turlari orasida o‘z o‘rniga ega bo‘lib, katta ahamiyat kasb etmoqda. Veloturizm uchun bugun barcha shart-sharoitlar yaratilgan. Jumladan, GPS navigatorlar, tur uchun maxsus yo‘laklar, velosipedlar, veloryukzaklar, velosumkalar, velomارشrut xaritalari, tunash joylari va boshqa zaruriy elementlar mavjud.

GPS navigatorlar.¹ Xuddi avtomobillar singari veloturizm uchun ham maxsus GPS navigatorlar ishlab chiqilgan bo‘lib, ularning asosiy vazifasi veloturistlarga to‘g‘ri yo‘l ko‘rsatishdan iboratdir. Navigatorlarni mobil telefonlarga o‘rnatib, telefonlarni velosipedlardagi maxsus joyga mahkamlab qo‘yish kifoya (2-rasm).



¹<https://ru.wikipedia.org>

2-rasm. GPSnavigatori

Veloryukzaklar. Uzoq muddat davom etadigan marshrutlarda og‘ir yuklarni tananing bel qismida olib yurish noqulay va inson sog‘lig‘i uchun zararlidir. Shuning uchun ham veloturistlar uchun maxsus veloryukzaklar ishlab chiqilgan bo‘lib, ular kichik hajmga ega (biroz suv va kam miqdordagi kiyim-kechak uchun moslashtirilgan)¹.

Velosumkalar. Veloturizm uchun ishlab chiqilgan bo‘lib, ularning uch turi: bagajda, rulda va velosiped ramasi ostida qo‘yish uchun mo‘ljallangan.

Veloturistlar uchun maxsus mehmonxonalar.² Bunday mehmonxonalarning 1 tadan 5 tagacha velosipedlar bilan baholanib, velosipedlar soni oshishi bilan undagi xizmat sifati, qulayliklar oshaveradi. Bu joylashtirish korxonalari turlicha ko‘rinishda (mehmonxona, B&B, ijara uylari va h.k.) bo‘lishi mumkin. (3-rasm)



3-rasm. Veloturistlar uchun maxsus mehmonxonalar darajalaridan biri.

Yaratilgan bu kabi qulayliklar bugun bu turizm turining ahamiyatini va veloturistlar sonining oshishiga xizmat qilmoqda. Veloturizm hozirda nafaqat velosipedda harakatlanish, balki sport, rekreatsiya, ekskursiya, sarguzasht, tabiat bilan tanishish, bilim orttirish vazifalarini bajarmoqda. Bu turizm turi bilan faol bo‘lganlar soni esa yildan-yilga ko‘payib bormoqda. Misol uchun, tadqiqotlarga ko‘ra 2014-yili Niderlandiya aholisining 1,5 millioni veloturizm bilan shug‘ullangan³. Daniyada 300 dan ortiq velosiped haydovchilari uchun klublarning mavjudligi⁴, so‘nggi yillarda Germaniyada veloturizm ko‘rsatkichi 11 foizga oshganligi⁵ fikrimizning dalilidir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. UNWTO Tourism Highlights 2017
2. World Travel & Tourism Council. Economic Impact 20
3. Chun-An Chen, Hsien-Li Lee. HOW TO PROMOTE BIKE TOURISM GLOBALLY. Original scientific paper 2017
4. Knowledge transfer project: Cycling tourism. Oslo 2016
5. Josip Rotar, Aleksandra Gantar, Danijela Kočiš, Matej Pehnec. How to develop cycle tourism? Maribor 2012.
6. Ministry of Infrastructure & Environment (2013). Fietscijfers Nederland.
7. Cycling-Embassy Denmark

¹ <http://ski.ru>

² Josip Rotar, Aleksandra Gantar, Danijela Kočiš, Matej Pehnec. How to develop cycle tourism? Maribor 2012.

³ Source: Ministry of Infrastructure & Environment (2013). Fietscijfers Nederland.

⁴ Source: Cycling-Embassy Denmark

⁵ See ADFC-Radreiseanalyse 2016 of ADFC “Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club ADFC” (German Cyclist’s Association)

8. ADFC-Radreiseanalyse 2016 of ADFC “Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club ADFC” (German Cyclist’s Association)

Internet saytlari:

1. <http://www.velorider.ru>
2. <http://tourlib.net>
3. <http://evro-holidays.ru>
4. <https://ru.wikipedia.org>
5. <http://ski.ru>

<p>Ш.Ш.Рахмонов</p> <p>Общее описание велотуризма, история развития и сегодняшнее значение</p> <p>Аннотация: в статье рассматривается общая информация о велотуризме. Кроме этого в статье рассмотрены история развития велотуризма, типы велотуризма и его сегодняшнее значения.</p> <p>Ключевые слова: велосипед, велотуризм, типы велотуризма, GPS навигаторы, веломаршруты, велосумки, специальные помещения для велотуристов.</p>	<p>Sh.Sh.Rakhmonov</p> <p>General description of bike tourism, its history of development, types and today’s significance</p> <p>Abstract: This article includes general information about bike tourism. Moreover, article highlights the development history of this tour, its types according to tourists’ curiosity, nature, movement place and composition. Furthermore, article illustrates the significance of bike tourism today.</p> <p>Keywords: bike, bike tourism, types of bike tourism, GPS navigators, cycling bags, cycling maps special accommodation for cycling tourists.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК

Озода Пардаева – СамҚХИ ўқитувчиси

“ОИЛА ХЎЖАЛИГИ”, “УЙ ХЎЖАЛИГИ”, “ХОНАДОН ХЎЖАЛИГИ” ВА “ОИЛАВИЙ КОРХОНА” ТУШУНЧАЛАРИНИНГ ИЖТИМОЙ- ИҚТИСОДИЙ МАЗМУНИ ВА УЛАРНИНГ ТАЪРИФИ

Аннотация: мақолада “Оила хўжалиги”, “Уй хўжалиги”, “Хонадон хўжалиги” ва “Оилавий корхона” тушунчаларининг ижтимоий-иқтисодий мазмуни ва уларнинг таърифи асослаб берилган. Унда мазкур тушунчаларнинг ўзига хос хусусиятлари, бир-бири билан ўхшашлик жиҳатлари ва тавофутлари назарий жиҳатдан кўрсатиб берилган.

Калит сўзлар: оила хўжалиги, уй хўжалиги, хонадон хўжалиги, оилавий корхона, оилавий тадбиркорлик, тадбиркорлик,

Ҳозирги пайтда ва олдинги адабиётларда ҳам уй хўжалиги тушунчаси қаралган. Чунки, қадимдан кўпгина адабиётларда «Уй хўжалиги» тушунчаси ишлатилиб келинмоқда. Жумладан, Аристотел (эрамизгача 384-322 йиллар), Ксенофонт (эрамизгача 430-355 йиллар) кабилар уй хўжалигини самарали олиб бориш масаласини кўтарганлар ва “уйчилик” фанига асос солганлар¹. Бу иқтисодиёт фанининг асосини ташкил қилади. Чунки ўша даврларда иқтисодиёт фани бевосита «уй хўжалигини юритиш фани» ҳисобланганлар. Қадимий юнонлар “уй хўжалиги” деганда, қулдорчилик хўжалигини тушунганлар. Уй хўжалигининг бойлигини кўпайтириш учун қулларни мақсадга мувофиқ ишлатиб, яъни эксплуатация қилиб шу хўжаликни самарали юритиш йўллари ахтарганлар. Шу туфайли ҳозиргача уй хўжалигини юритиш учун ёлланма меҳнатдан фойдаланилади.

Биз эса ўзимизнинг хусусиятларимиздан келиб чиқиб “Оила хўжалиги” атамасини танладик. Чунки оила хўжалигида “қуллар эксплуатация қилинмайди”, балки, оила аъзоларининг меҳнатигагина таянилади. Бундан ташқари оила мамлакатимизда ҳуқуқий субъект мақомига ҳам эга бўлди. Бизда оила билан боғлиқ ҳаракатлар «Оила кодекси» орқали тартибга солинади. Мамлакатимиз Конституциясида махсус XIV – боб «Оила»га бағишланган. Юртимизда 1998 йилни “Оила йили”, 2012 йилни “Мустақкам оила йили” деб эълон қилди ва оилаларни ривожлантириш бўйича узоқ муддатга мўлжалланган Давлат дастурлари қабул қилинди. 2012 йил 23 мартда “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг Қонуни² қабул қилинди.

Хуллас, “оила” атамаси “уй” ёки «хонадон» атамаларига нисбатан мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётида анча аҳамиятли ва ҳуқуқий мақомга эга бўлди. Шу туфайли оила тушунчасидан келиб чиқиб, оила хўжалиги тушунчасини ва унинг фаровонлигини ошириш масалаларини тадқиқ қилишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Оила тушунчасига “Ўзбек тилининг изоҳли луғати”да³ ”Эр-хотин, уларнинг бола-чақалари ва энг яқин туғишганларидан иборат бирга яшовчи

¹ Экономическая теория в школе. Книга для учителя. Ростов-на-Дону, «Финикс», 1996.- 318 бет.

² “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2012 йил 16 мартда қабул қилинган. Сенат томонидан 2012 йил 23 мартда маъқулланган. // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2012 й., 17-сон, 188-модда; 2013 й., 18-сон, 233-модда.

³ Ўзбек тилининг изоҳли луғати. - М.: Изд. «Русский язык», 1981, 1-том. 526 бет.

кишилар мажмуи” деган таъриф берилган эди. 2007 йилда нашрдан чиққан “Ўзбек тилининг изоҳли луғати”да¹ шу таъриф сақланиб қолган ва охирига “хонадон” сўзи қўшилган. Бундан ҳам кўриниб турибдики, “хонадон” сўзи оила атамасининг синоними сифатида келтирилмоқда. Умуман олганда, ушбу луғатларда келтирилган таърифларга қўшилиш мумкин, чунки унда оиланинг таркиби асосан ўз ифодасини топган. Лекин бу ерда оилага фақат кишиларнинг бирга яшайдиган этник гуруҳи сифатида қаралган. Аммо бу таърифда оиланинг иқтисодий-ижтимоий функцияси ўз аксини топмаган.

Оила муаммоси жамиятимизнинг барча босқичларида олимлар ва алломалар эътиборида бўлиб келган. Хусусан, Абдурауф Фитрат оилага шундай таъриф берганлар. “Оила эр, хотин ва фарзандлардан иборат. Бошқача қилиб айтганда, оила бир шахс бошчилигида бир уйда яшовчилардир²”. Ушбу таърифда ҳам асосан оиланинг таркибий тузилиши ва улар кимлардан иборатлиги ўз ифодасини топган. Лекин бу ерда ҳам оилага фақат эр, хотин ва фарзандларнинг бирга яшайдиган гуруҳи сифатида қаралган. Бизнинг одатларимизга (менталитетимизга) биноан, битта оилада ота-она ва фарзандлардан ташқари қон-қариндошлиги туфайли ҳам бирга яшайдиган кишилар тушунилади. Бундан ташқари, мазкур таърифда ҳам оиланинг жамиятдаги иқтисодий-ижтимоий функцияси ўз аксини топмаган.

Оила тўғрисида, унинг жамиятдаги ўрни хусусида олимларимиздан А.Ўлмасов: “Оила – кишиларнинг қон қариндошлик, мулк ва манфаат умумийлиги ва талаб эҳтиёжларини биргаликда қондиришга асосланган, мақсади ягона бўлган мажмуа, яъни микроижтимоий тузилмадир³”, деган таърифни берадилар. Бу кишининг таъбири билан айтганда, ижтимоий ҳаёт оиладан бошланади.

Оила тўғрисида бошқа тушунчалар ҳам мавжуд. Масалан, бозор муносабатлари шароитига мослашган янги «Иқтисодий назария» бўйича олий ўқув юртларига мўлжалланган дарсликда “Оила – шахс, оила ва бутун жамиятнинг ижтимоий, иқтисодий ва маънавий эҳтиёжини қондиришга қаратилган фаолиятини амалга ошириш учун бир-бири билан қариндош уруғчилик алоқалари асосида ташкил топган кишиларнинг кичик гуруҳи” (таржима бизники)⁴ деган таъриф берилган.

Ушбу таъриф бозор муносабатлари шаклланаётган ҳозирги даврга мос келади, чунки оила фақат олдингидек истеъмол қилувчи субъект эмас, балки хўжалик юритувчи субъектга айланиб улгурди. Шу жиҳатдан мазкур таърифда оилага оддий бирга яшовчи кишилар мажмуи сифатида эмас, балки ижтимоий, иқтисодий ва маънавий эҳтиёжни қондириш мақсадида бирлашган жамиятнинг бир кичик гуруҳи сифатида қаралади.

Оилага ижтимоий субъект, оила хўжалигига эса, хўжалик юритувчи иқтисодий субъект сифатида қаралиш мақсадга мувофиқ. Аммо юқорида келтирилган таърифларда оила хўжалиги тушунчасига микроиқтисодиётнинг субъекти сифатида, етарли даражада таъриф берилмаган. Кўп ҳолларда «оила хўжалиги» ва «уй хўжалиги» тушунчалари синоним сифатида бир-биридан фарқламасдан ишлатилади.

Аммо, охириги пайтларда бу борада баъзи аниқ таклифлар ҳам вужудга

¹ Ўзбек тилининг изоҳли луғати: Ж. Ш-Тартибли.- Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 97 б.

² Фитрат Абдурауф. Оила ёки оилани бошқариш тартиблари. Т.: “Маънавият”, 2000.- 8 бет.

³ Ўлмасов А. Оила иқтисоди. Т.: “Меҳнат”, 1998.- 4 бет.

⁴ Экономическая теория. Учебник для студентов ВУЗ, обучающихся по экономическим специальностям. - Т.: “Шарқ”, 1999.-188 бет.

келмоқда. Булар жумласига Д.Каримованинг қарашларини мисол келтириш мумкин. Олиманинг фикрича: “Уй хўжалиги деганда, даромадлари ва мулкани тўлиқ ёки қисман бир жойга тўплайдиган маълум маҳсулот ва хизматни, асосан яшаш учун уй хизмати ва озик-овқат маҳсулотларини бирга истеъмол қиладиган бир хонадонда яшовчи кишилар гуруҳи тушунилади”¹ (таржима бизники).

Худди шу мақолада уй хўжалигини оила хўжалигидан фарқламоқ лозим деб кўрсатилган ва оила хўжалигида таъкидланган “бир хонадонда яшовчи кишилар гуруҳи” ... “фақат оила аъзоларидан иборат бўлади”² деб кўрсатилган.

Мазкур муаллиф фикрида айрим ноаниқликлар ҳам йўқ эмас. Аввал уй хўжалигига таъриф берилганда, “бир хонадонда яшовчи кишилар” деб эътироф этилган бўлса, сўнгра, уй хўжалигининг оила хўжалигидан фарқини кўрсатишда уй хўжалигида бир оила аъзолари бўлиши шарт эмас, деган фикрни ҳам айтади. Агар уй хўжалигида уюшган кишиларни бирга яшамаса ҳам бўлаверадиган бўлса унда «бир хонадонда яшайдиган кишилар» деган эътирофи ортикча бўлиб қолади.

Бизнинг фикримизча, ҳар қандай хўжалик юритуви субъектга, хусусан, оила хўжалигига ҳам таъриф беришда, энг аввало, унинг иқтисодий ва ижтимоий мақсади ва вазифаларидан келиб чиқмоқ лозим. Шундай экан, у қуйидаги талабларга жавоб бермоғи лозим, деб ўйлаймиз:

- ҳар қандай хўжалик юритувчи субъект ўз мулкига эга бўлмоғи лозим;
- иқтисодий субъект хўжалик юритиши шарт ва у хўжалик фаолиятига ҳам эга бўлиши лозим;
- хўжалик фаолияти маълум харажатларни ўз зиммасига олиш орқали маълум даражада даромад олиши ҳам шарт;
- мулкка эгалик қилиш, тасарруф этиш ва фойдаланиш ҳуқуқларига ҳам эга бўлиши лозим.

Юқоридагиларни инобатга олиб, оила хўжалигига таъриф беришда, энг аввало, оила таърифидан келиб чиқмоқ мақсадга мувофиқ. Шу назарий хулосадан келиб чиққан ҳолда оила хўжалигига қуйидагича таъриф бериш мумкин.

Оила хўжалиги деганда, оила аъзоларининг ва бутун жамиятнинг ижтимоий, иқтисодий ва маънавий эҳтиёжини қондириш ҳамда маълум даражада даромад (фойда) олиш учун ўз мулкига эга бўлган ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш каби фаолиятини амалга ошириш мақсадида бир-бири билан эр-хотинлик, бола-чақалик ва қариндошлик асосида бирга яшовчи кишилар гуруҳи тушунилади.

Оила хўжалигида мулк бевосита оиланики, ундаги ишлаб чиқариш воситалари бевосита оилага қарашли, унда меҳнат қилувчилар ҳам, меҳнат натижасидан баҳраманд бўлувчи манфаатдорлар ҳам шу оилага мансуб кишилар бўлмоғи лозим.

Иқтисодий адабиётларда уй хўжалиги ва оила хўжалиги синоним сифатида ишлатилади. Аммо уларнинг асл мазмун-моҳиятига эътиборни қаратадиган бўлсак, бироз фарқ қилади. «Уй хўжалиги» тушунчаси «Оила хўжалиги» тушунчасига нисбатан луғавий маъноси бўйича ҳам фарқ қилади. Бу борада бир қанча қарашлар мавжуд. Жумладан, россиялик олимлар: В.И.Видяпин ва Г.П.Журавлёва раҳбарлигида ёзилган «Общая экономическая теория» дарслигида оила билан уй хўжалигини синоним сифатида қарайдилар. Улар «Замонавий иқтисодий фикрлар оилани ёки кенгроқ маънода уй хўжалигини нафақат асосий истеъмолчи, балки ишлаб чиқарувчи сифатида

¹ Сектор “Домашнее хозяйство” в системе национальных счётов // Экономика и статистика, № 2, 1997-66-67 бетлар.

² Ўша жойда.

қарайдилар”¹ (таржима бизники), деб кўрсатади. Олимларнинг бу қарашлари оила хўжалигини, бир томондан, фақат истеъмолчи субъектдан ишлаб чиқарувчи субъектга айланганлигини кўрсатса, иккинчи томондан, оила билан уй хўжалигини бир хил синоним сифатида қўлланилади. Бу фикрга қўшилиш қийин. Чунки, оила билан уй хўжалиги нафақат номланиши, балки, таъкидланганидек, иқтисодий мазмуни жиҳатидан ҳам бир-биридан фарқ қилади.

Яна бир гуруҳ, А.С.Булатов раҳбарлигидаги олимлар уй хўжалигини асосан истеъмолчи субъект сифатида қарайдилар. Уларнинг таъкидлашича: «Уй хўжалиги – уй хўжалигини юритиш билан боғлиқ, яъни истеъмол қилишга қаратилган иқтисодий агент”дир² (таржима бизники). Бироқ, мазкур китобнинг П-бўлимида, «Микроиқтисодиёт объекти уй хўжалиги, фирмалар, тармоқлар, товар ва хизматлар бозори, ресурслар бозори»³, деб қарайдилар. Бундан, кўриниб турибдики, мазкур дарслик муаллифлари уй хўжалиги ва унинг иқтисодиётдаги ўрни бўйича қарама-қарши фикрдалар. Агарда, уй хўжалиги фақат истеъмол қилувчи субъект бўлганда эди, у микроиқтисодиётнинг субъекти бўла олмас эди. Агар, унга микроиқтисодиётнинг субъекти сифатида қараладиган бўлса, у ҳолда, уй хўжалиги фақат истеъмол қилувчи субъект сифатида қаралмаслиги лозим эди. Чунки микроиқтисодиёт субъектлари ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш каби иқтисодий жараёнлар билан шуғулланади. Буларни инобатга олиб, айрим олимлар масалага бошқачароқ ёндашмоқдалар.

Жумладан, уй хўжалигига микроиқтисодиётнинг субъекти сифатида А.И. Попов жуда тўғри ёндашган. Унинг фикрича, «Уй хўжалиги – маълум мақсадларга эришиш учун харажатларни минималлаштиришга ҳаракат қилишга қаратилган тадбиркорлик фаолиятининг бошланғич шаклидир»⁴ (таржима бизники). Уй хўжалигига тадбиркорликнинг бир шакли сифатида қаралиши жуда ўринли. Аммо ушбу таърифда ҳам айрим камчиликлар мавжуд. Унда уй хўжалигида кимлар қатнашиши ва уларнинг нима мақсадда иштирок этиши кўрсатилмаган.

Олимларимиздан А.Ўлмасов оилани бевосита уй хўжалигига тенглаштиради. У кишининг таъкидлашича: “Иқтисодий жиҳатдан қараганда, оила уй хўжалиги бўлиб, микроиқтисодий тизимнинг асосий бўлаги ҳисобланади. Унинг бошқа қисмини эса фирма, корхона ва иқтисодий сектор ташкил этади⁵”. Бизнинг фикримизча, оилани уй хўжалиги билан бир хилда қараб бўлмайди. Агар, оиланинг ва уй хўжалигининг таърифларидан келиб чиқадиган бўлсак, булар алоҳида ижтимоий-иқтисодий тушунчалар эканлигининг гувоҳи бўлаемиз.

Худди шундай фикрларни айрим мумтоз адабиётларда ҳам учратиш мумкин. Умуман олганда, уй хўжалиги тушунчаси, бизнинг фикримизча айрим талабларга жавоб бермоғи лозим. Булар қуйидагилардан иборат:

- уй хўжалигида мулк оиланики, ишлаб чиқариш воситалари оилага мансуб бўлиши мумкин;
- уй хўжалигида ишловчилар фақат оила аъзолари билан чекланиб қолмасдан, балки, унга бошқа ёлланган кишилар ҳам жалб қилинади;
- меҳнат натижасидан баҳрамандлик ҳам, шунга мос равишда, фақат оила аъзоларидан иборат бўлмасдан, балки меҳнатга иштирок этган бошқа кишилардан ҳам иборат бўлади;

¹ Общая экономическая теория (политэкономия): Учебник / Под общей ред. акад. В.И.Видяпина, акад. Г.П.Журавлевой, М.: ПРОМО-Медиа, 1995.- 275 бет.

² Экономика: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.С.Булатова. – М.: “Экономистъ”, 2005.- 801 бет.

³ Ўша жойда, - 147 бет.

⁴ Попов А.И. Экономическая теория: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2006. – 97 бет.

⁵Ўлмасов А. Оила иқтисоди. Т.: “Меҳнат”, 1998.- 4 бет.

- бозор муносабатлари шароитида ким қаерда меҳнат қилишидан қатъий назар, ўз меҳнатида манфаатдорлик таъминланиши лозим.

Ушбу назарий хулосалардан келиб чиқиб, уй хўжалигига қуйидагича таъриф бериш мумкин.

Уй хўжалиги деганда, оила мулкига асосланган шу уй хўжалиги ва бутун жамиятнинг ижтимоий, иқтисодий ва маънавий эҳтиёжини қондириш ҳамда маълум даражада даромад (фойда) олиш мақсадида ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш каби фаолият билан шуғулланиш учун бир оила аъзолари атрофида уюшган кишилар (ёлланган кишилар ҳам шунга киради) гуруҳи тушунилади. Ҳақиқатда уй хўжалигида ишловчилар таркибида оила аъзоларидан ташқари яна бошқа ёлланган кишилар ҳам бўлиши мумкин. Уй хўжалиги бир вақтнинг ўзида ишлаб чиқарувчи, иш бажарувчи, хизмат кўрсатувчи ва истеъмол қилувчи субъект сифатида намоён бўлади.

Шуни эътироф этиш лозимки, уй хўжалигини биз оила хўжалигига нисбатан кенгроқ маънода қараймиз, чунки уй хўжалигида оила аъзолари бўлмаган шахслар ҳам мавжуд бўлиши мумкин. Аммо айрим адабиётларда унинг акси келтирилмоқда. Хусусан, З.Ю.Юлдашев ва Т.С.Маликовларнинг асарида¹ “оила” ёки “хонадон”ни “уй хўжалиги”дан ажратмоқ (фарқламоқ) лозим, деб таъкидланиб: “Энг аввало, “уй хўжалиги”, “оила”га нисбатан бироз чекланган характерга эга эканлигини қайд этиб ўтмоқ лозим. Масалан, ўзларининг ўғилларига тегишли бўлган жойда (бинода) яшаётган кекса ота-оналар уй хўжалигининг аъзолари бўлсалар-да, унинг оиласи бўлмайди. Шунингдек, бир хонани ижарага олган талаба уй-жой эгасининг уй хўжалиги таркибига киради, лекин унинг оиласи таркибига кира олмайди ва ҳ.к. Бошқача айтганда, уй хўжалиги қариндош бўлмаганларни ҳам ўз ичига олиши ёки бир кишидан (шахсдан) иборат ҳам бўлиши мумкин”². Бу ерда уй хўжалиги билан оила ўртасидаги фарқ аниқ мисолларда кўрсатиб берилган. Аммо бизнинг қарашларимизда, битта киши фаолият кўрсатадиган пайтда унинг “Шахсий тадбиркор”, деган мақоми бўлганлиги туфайли уни уй ёки оила хўжалигига қўшиш шарт эмас, деган фикрдамыз.

Охирги пайтларда мамлакатимизнинг иқтисодий адабиётларида “Оила хўжалиги”, “Уй хўжалиги” тушунчалари қаторига “Хонадон хўжалиги” тушунчаси ҳам кириб келди. Бунда муаллифлар³ хонадонда бир қанча оилалар яшаши мумкинлигидан келиб чиқиб, хонадон хўжалиги тушунчасини киритишни тавсия қилмоқда.

Мазкур тушунчага аниқлик киритиш учун ўзбек тилининг изоҳли луғатига мурожаат қиламиз. Унда айтилишича хонадон форс тилидан олинган бўлиб, “оила, сулола; насл”, деган маъноларни англатар экан. Шунингдек, унга учта изоҳ келтирилган. 1. Оила. 2. Оила аъзолари яшаб турган хўжалик, уй, ҳавли. 3. Қариндошлик ёки валиаҳдлик ҳукукига кўра, бири ўрнига иккинчиси таҳдга чиқадиган, ҳокимиятни наслдан наслга ўтказиб, ҳукумронлик қиладиган ҳокими мутлақ ёки манархлар авлоди; сулола”⁴. Хонадонга диққат билан қарайдиган бўлсак, у оила яшайдиган жой. Оила бу тирик мавжудодлар гуруҳи, хонадон эса, ҳаракатсиз предмет. Оила, унинг аъзолари хўжалик юритиши мумкин. Хонадон

¹ Юлдашев З.Ю., Маликов Т.С. Молия: уй хўжалиги молияси. Ўқув қўлланма. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA”? 2008. - 110 б.

² Ўша жойда, - 5-6 б.

³ Ахмаджонов Х.И. Ўзбекистон хонадонлари молия ресурсларини шаклланиши ва ишлатилиши. Т.: Банк-молия Академияси. иқтис. фан. номз... диссертацияси. 2006.

⁴ Ўзбек тилининг изоҳли луғати: Ж. Ш-Тартибли.- Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 97 б.

Ўз-ўзидан хўжалик юритиш имкониятига эга эмас. Шу нуқтаи назардан, хонадон хўжалиги тушунчасини киритиш бироз мунозарали, биз унга, назарий жиҳатдан ўз талқинини асослашни талаб қиладиган тушунча сифатида қараймиз. Шу нуқтаи назардан қараладиган бўлса, хонадонда нафақат оила аъзолари, балки бошқа кишилар ҳам яшаши мумкин. Мос равишда улар ҳам шу хўжаликда фаолият кўрсатиши ҳам мумкин бўлади.

Аммо айрим адабиётларда хонадон хўжалигини хўжалик юритувчи субъект сифатида қаралмоқда. Хусусан, Х.И.Аҳмаджонов хонадон хўжалигини тадқиқ қилиб, унга қуйидагича таъриф беради: «... хонадон уй-жой шароити умумий, бир қатор товар ва хизматларни биргаликда истеъмол қилувчи, ўзининг пул ва моддий маблағларини бирлаштирувчи кишиларнинг кичик гуруҳи»¹. Мазкур таърифда хонадоннинг табиати, микроиқтисодиёт субъекти сифатида тўлиқ очиб берилмаган. Чунки, хонадонни “ўзининг пул ва моддий маблағларини бирлаштирувчи кишиларнинг кичик гуруҳи” сифатида қарайди. Қандай қилиб хонадон кишилар гуруҳи бўлиши мумкин?. У жонсиз нарса бўлса, унга жон киритиб кишиларга айлантириб бўлмайди.

Бирок, шуни эътироф этиш керакки, хонадонда бир қанча кишиларнинг бирга яшаши, уларнинг ишлаб чиқариши, хизмат кўрсатиши ва иш бажариши билан боғлиқ фаолиятлар билан шуғулланиши натижасида хўжалик фаолияти содир бўлади ва бундай ҳолда уни хонадон хўжалиги, деб аташ мумкин бўлади. Агарда ушбу қарашни назарий жиҳатдан янада кучайтириб хонадон хўжалигининг таърифини ишлаб чиқадиغان бўлсак, унга қўшимча яна қуйидаги талабларни ҳам инобатга олиш лозим, деб ҳисоблаймиз:

- хонадонда яшовчи кишилар хўжалик юритиш билан шуғулланиб, уни хўжалик юритувчи субъектга айлантирилиши лозим бўлади;

- хонадонда бир қанча оилаларнинг биргаликда яшаши мумкинлиги инобатга олинади;

- хонадонда яшовчилар маълум даражада даромад (фойда) олиш учун ўз мулкни ишлатадиган бир-бири билан яқин бўлган оилалар ёки кишилардан иборат бўлиши кўзда тутилади.

Ушбу назарий тушунчаларни умумлаштириб хонадон хўжалигига қуйидагича таъриф беришни мақсадга мувофиқ, деб ўйлаймиз.

Хонадон хўжалиги деганда, бир хонадонда яшовчи бир ва ундан кўп оилаларнинг биргаликда ўзларининг ва бутун жамиятнинг ижтимоий, иқтисодий ва маънавий эҳтиёжини қондириш ҳамда маълум даражада даромад (фойда) олиш учун ўз мулкига эга бўлган ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш каби фаолиятини амалга ошириш мақсадида бир хонадонда бирга яшовчи оила аъзоларидан ва бошқа яқинлардан иборат кишилар тушунилади.

Мазкур таърифдан ҳам кўриниб турибдики, уй хўжалиги, оила хўжалиги ва хонадон хўжаликлари бир-бирига жуда яқин тушунчалардир. Аммо юқорида таъкидланганидек, ҳар бирининг ўзига хос хусусиятлари бор. Буларни инобатга олиб, биз ушбу тушунчалар ичида “Оила хўжалиги” тушунчасини мамлакатимизда амалга оширилаётган иқтисодий-ижтимоий ислохотларга мос ва бугунги воқеликни тўлиқ ўзида ифода этади, деб ўйлаймиз.

2012 йил 23 мартда қабул қилинган “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг Қонуни² да оила хўжалиги, уй хўжалиги, хонадон

¹ Аҳмаджонов Х.И. Ўзбекистон хонадонлари молия ресурсларини шаклланиши ва ишлатилиши. Т.: Банк-молия Академияси. иқтис. фан. номз... диссертацияси. 2006. – 8 бет.

² “Оилавий тадбиркорлик тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2012 йил 16 мартда қабул қилинган. Сенат томонидан 2012 йил 23 мартда

хўжалиги каби тушунчалар киритилмаган. Унда оилавий корхона тушунчаси мавжуд. Қонунда эътироф этилишича: “**Оилавий корхона унинг иштирокчилари томонидан товарлар ишлаб чиқариш (ишлар бажариш, хизматлар кўрсатиш) ва реализация қилишни амалга ошириш учун ихтиёрий асосда, оилавий корхона иштирокчиларининг улушли ёки биргаликдаги мулкида бўлган умумий мол-мулк, шунингдек оилавий корхона иштирокчиларидан ҳар бирининг мол-мулки негизида ташкил этиладиган кичик тадбиркорлик субъектидир**”¹, деб таъкидланади. Ушбу таърифга изоҳ бериш мақсадида: “Оилавий корхона фаолияти унинг иштирокчиларининг шахсий меҳнатига асосланади. Оилавий корхона тадбиркорлик субъектларининг ташкилий-ҳуқуқий шаклларида биридир², деб ҳам кўрсатилади. Шунингдек, мазкур қонунда оилавий корхона фаолиятини фақат юридик шахс ташкил этган ҳолда амалга ошириши мумкин, дейилган. Агар юридик шахс мақомида ўз фаолиятини ташкил этадиган бўлса, унинг иштирокчилари фақат “шахсий меҳнатга” асосланиб қолмайди, балки ёлланма меҳнатдан ҳам фойдаланишлари мумкин. Оилавий корхона ўз мулкида алоҳида мол-мулкка эга бўлиши, ўз номидан мулккий ва шахсий номулкий ҳуқуқларни олиши ҳамда амалга ошириши, зиммасига мажбуриятлар олиши, судда даъвогар ва жавобгар бўлиши мумкин. Юридик шахс мақомига эга, аммо бир қанча имтиёзларга эга бўлган хўжалик юритувчи субъект тушунилади. Маълум маънода ушбу талаблар оила ва у билан боғлиқ хўжаликларга ҳам дахлдордир.

Шундай қилиб, “Оила хўжалиги”, “Уй хўжалиги”, “Хонадон хўжалиги” ва “Оилавий корхона” тушунчаларининг ижтимоий-иқтисодий мазмунибир-бирига жуда яқин бўлиш билан бирга, бир-биридан маълум маънода фарқ ҳам қилар экан. Буларнинг ҳаммаси ушбу тушунчаларнинг таърифларида ўз аксини топган.

<p>Озода Пардаева</p> <p>Социально-экономическое содержание понятий “Семейное хозяйство”, “Домашнее хозяйство”, “Квартирное хозяйство” и “Семейное предприятие” и их определения</p> <p>Аннотация: в статье обоснованы социально-экономическое содержание понятий “Семейное хозяйство”, “Домашнее хозяйство”, “Квартирное хозяйство” и “Семейное предприятие” и их определения. В ней приведены особенности, сходства и различия этих понятий с теоретической точки зрения.</p> <p>Ключевые слова: семейное хозяйство, домашнее хозяйство, квартирное хозяйство, семейное предприятие, семейное предпринимательство, предпринимательство.</p>	<p>Ozoda Pardaeva</p> <p>Socio-economic content of the concepts "Family Economy", "Household", "Housing" and "Family Enterprise" and their definitions</p> <p>Abstract: the article substantiates the socio-economic content of the concepts "Family Economy", "Household", "Housing Economy" and "Family Enterprise" and their definitions. It shows the features, similarities and differences of these concepts from the theoretical point of view.</p> <p>Keywords: family economy, housekeeping, apartment building, family enterprise, family business, entrepreneurship.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

маъқулланган. // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2012 й., 17-сон, 188-модда; 2013 й., 18-сон, 233-модда.

¹Ўша жойда. 4-модда

²Ўша жойда. 4-модда.

МОЛИЯ ВА БАНК ХИЗМАТЛАРИ

Дж.Р. Зайналов – д.э.н., профессор СамИЭС
С.С. Алиева – к.э.н., ст.преподаватель СамИЭС
М.С.Хамраев – ассистент СамИЭС

НЕОБХОДИМОСТЬ ОКАЗАНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ УСЛУГ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКАМ СЛУЖБАМИ НАЛОГОВОЙ ИНСПЕКЦИИ

Аннотация: данная статья посвящена оценке качества, а также совершенствованию качества услуг, оказываемых налогоплательщикам со стороны налоговых инспекций. Предложен метод оценки качества налоговых услуг, а также приведены рекомендации по улучшению качества налогового обслуживания налогоплательщиков.

Ключевые слова: налогоплательщик, налоговые инспекции, финансовые услуги, качество услуг.

Качество финансово-банковских услуг неразрывно связано с качеством обслуживания, которое может происходить в момент, когда клиент обращается в финансовые институты для приобретения услуги. В момент ее предоставления клиент сравнивает свои ожидания до и после получения услуги, воспринимает и оценивает качество предоставленной услуги.

Известный исследователь Ф.Котлер при исследовании качества услуг определил 5 критериев их качества: надежность, отзывчивость, убежденность, сочувствие, материальность. Другие западные ученые, ориентируясь на данные критерии, разработали различные модели качества услуг. Особого внимания, на наш взгляд, заслуживает концептуальная модель качества услуг, предложенная Parasuraman A., Zeithaml., Berry L., получившая название Conceptual Model of Service Quality SERVQUAL¹ (Концептуальная модель качества услуги (Сервквал). В западной практике данная модель исследования качества услуг является общепризнанной и представляет собой универсальный инструмент для измерения качества в любой сфере услуг.

Отечественные налоговые инспекции сегодня не могут обойтись без изучения уровня качества налоговых услуг, однако, нет специальной методики, позволяющей провести такую оценку. В связи с этим, нами предлагается методика измерения качества инновационных налоговых услуг с использованием вышеуказанной зарубежной модели, адаптированной для отечественной налоговой инспекции.

Критерии качества инновационных услуг, можно представить следующими критериями качества: материальность; надежность, отзывчивость; убежденность; сочувствие.

Суть предлагаемой методики заключается в том, что она позволяет оценить уровень качества предоставляемых инновационных налоговых услуг – с применением математической формулы интегрального коэффициента качества услуг (1):

$$K^n \text{оэф. } K_u = K^n \text{оэф. } K_v - K^n \text{оэф. } K_o \quad (1)$$

¹Parasuraman A., Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. The Journal of Marketing, Vol. 49, No. 4 (Autumn, 1985), pp. 41-50. <http://www.jstor.org/stable/1251430>

где: $K^{н\text{оэф. Ку}}$ - интегральный коэффициент качества услуг;
 $K^{н\text{оэф. Кв}}$ - интегральный коэффициент качества восприятия;
 $K^{н\text{оэф. Ко}}$ - интегральный коэффициент качества ожидания.

Оценка качества предоставляемых инновационных налоговых услуг нами была проведена на примере налоговой инспекции г. Самарканда. Был проведен опрос налогоплательщиков в исследуемых ГНИ по пяти критериям качества налоговой услуги: материальности, надежности, отзывчивости, убежденности, сочувствия, каждый из которых подразделяется на определенное количество подкритериев, а их 12. Опрос проводился на основе анкеты с использованием метода по шкале Лайкерта в 2 этапа. На 1 этапе – Ожидание – клиенты инспекции должны высказать мнение о том, какое качество инновационных налоговых услуг они ждут от инспекции. На 2 этапе – Восприятие – предлагается оценить реально существующее качество инновационных налоговых услуг, полученных в конкретной инспекции по указанным выше 12 критериям. Затем результаты анкетирования используются для исчисления пяти коэффициентов качества.

При этом результаты исследования следует интерпретировать следующим образом. Нулевое значение ожидания качества означает совпадение уровня ожидания и восприятия качества по этому критерию и подкритерию. Положительное значение указывает на то, что восприятие качества выше уровня ожиданий. Успешным результатом считаются нулевые и положительные значения коэффициентов качества.

Удовлетворительным результатом считаются отрицательные коэффициенты качества от 0 до (-1). Неудовлетворительным результатом считаются отрицательные коэффициенты качества свыше (-1).

По данным результатов анализа качества инновационных налоговых услуг на начало 2015 г. интегральный коэффициент качества составил -0,6. Состояние качества налоговых услуг в исследуемой инспекции оценивается как удовлетворительное, но недостаточное. Исходя из полученного анализа для повышения уровня качества инновационных налоговых услуг рекомендуем налоговой инспекции уделить внимание следующим мероприятиям: 1) Модернизировать интерьеры в инспекции; 2) создать привлекательные для клиентов информационные материалы (буклеты, проспекты и так далее); 3) обучить персонал инспекции для более быстрого и оперативного предоставления инновационных услуг, если необходимо – приобрести современное оборудование или другую технику; 4) усовершенствовать систему безопасности налоговых услуг; 5) уделить внимание разработке системы индивидуального обслуживания клиентов; 6) систематически проводить опрос налогоплательщиков инспекции для изучения их потребностей на основе анкетирования, использования личных контактов работников налоговой службы с налогоплательщиками.

В другой исследованной инспекции анализ уровня качества инновационных налоговых услуг в Самаркандской городской ГНИ показал, что на начало 2016 г. глобальный коэффициент качества составил 0, следовательно, состояние качества инновационных налоговых услуг в исследуемой инспекции оценивается как положительное. Исходя из проведенного исследования, рекомендуем Самаркандской налоговой инспекции совершенствовать налоговое обслуживание налогоплательщиков и повышать качество предоставления инновационных налоговых услуг.

Предложенную нами методику измерения качества инновационных налоговых услуг можно применить при исследовании качества всех видов налоговых услуг, поскольку она является универсальной.

На основе изучения мирового опыта определены основные направления развития инновационных налоговых услуг, которые необходимо внедрить в первую очередь в отечественных налоговых инспекциях. Ими являются: налоговые кредиты (финансирование) налогоплательщиков, управление капиталами состоятельных налогоплательщиков, мобильные услуги.

Для наших условий хозяйствования может быть применима форма налогового кредита с ограниченным оборотом на налогоплательщика, которую можно использовать по инвестпроектам в несырьевых отраслях промышленности: легкой, пищевой, фармацевтической отраслях, телекоммуникационной, индустрии развлечений и туризме, инфраструктуре и других сферах. Для внедрения налогового кредита необходимо разработать схему выдачи налогового кредита.

Предлагается использовать схемы налогового кредита в процессе реализации инновационных и инвестиционных проектов в Узбекистане и других странах СНГ.

Для организации работы по применению налогового кредита (налогового финансирования), в первую очередь необходимо создать в своих структурах отделы и управления налоговым кредитом (налогового финансирования), подвергать всесторонней экспертизе инвестиционные проекты, формирование специальных портфелей инвестпроектов.

Другим направлением развития инновационных налоговых услуг в налоговых инспекциях является управление частными капиталами налогоплательщиков, поскольку в Узбекистане имеются потенциальные клиенты этой услуги. В этой связи, важно учесть опыт зарубежных налоговых служб по привлечению богатых налогоплательщиков. На западе действует принцип – кто хочет завоевать лучших налогоплательщиков, тот должен предлагать для этого лучшие варианты при работе с налогоплательщиками. Факторами успеха при работе с налогоплательщиками в инспекции можно считать комплексный анализ финансового состояния налогоплательщика, профессиональный менеджмент портфелей на эмпирико-научной основе, всесторонне аналитический подход при разработке стратегии привлечения капитала, а также применение новаций в финансовой сфере. Консультанты частных налогоплательщиков обязаны квалифицированно и системно подходить к осуществлению деловых операций, приносящих доход и, безусловно, налоговые поступления.

Таким образом, развитие инновационных налоговых услуг способствует превращению капитала и налогового кредита в эффективные инвестиции реального сектора экономики.

В развитых странах стремительно растет число пользователей новой услуги, данный факт является для отечественных налоговых инспекций весомым доказательством перспективности Интернет-услуг. Интеграция национальной экономики в мировую экономику, несомненно, будет способствовать будущему развитию этой инновационной услуги в республике. Отдельные налоговые инспекции Республики имеют возможность внедрить свои проекты Интернет-услуг, остальные инспекции еще не могут приступить к освоению новой услуги.

Аргументами в пользу развития Интернет услуг являются следующие факторы: усиление конкуренции; низкие затраты при предоставлении услуг; расширение контактов с налогоплательщиками путем увеличения географического охвата; построение и закрепление постоянных взаимоотношений инспекции с налогоплательщиками путем предложения легкого доступа к широкому спектру услуг; изменение демографии налогоплательщиков из числа

физических лиц, связанного с увеличением притока потенциальных налогоплательщиков из числа молодежи.

В системе мобильной Интернет-услуги для осуществления операций налогоплательщиками используются сотовые телефоны, поддерживающие протокол Wireless Application Protocol (WAP) беспроводных приложений, обеспечивающий интерактивный доступ в сеть Интернет с мобильного телефона, или на базе протокола SMS.

Развитию мобильной связи и телеуслуг способствует налаживание связей ОГНУ с телекоммуникационными компаниями, однако, в Узбекистане четких тенденций данного процесса не прослеживается. Тем не менее, отечественные налоговые инспекции предлагают телеуслуги. Сегодня только в отдельных коммерческих банках внедрена система мобильного банкинга, с помощью которого можно просмотреть остатки на ваших счетах, баланс по платежным картам и депозитам; оплатить услуги KCell, K-Mobile, изменить пароль доступа в портал. В ближайшее десятилетие в Узбекистане с развитием новых технологий следует ожидать увеличения спроса на инновационные налоговые услуги.

В этой связи предлагаем алгоритм разработки и внедрения Интернет-услуг на основе налоговой и мобильной связей, которые позволили бы быстрее внедрить инновационные налоговые услуги в практику налоговых инспекций. Суть алгоритма разработки и внедрения Интернет-услуг и мобильной связи как это делается при помощи банкинга для коммерческого банка в целях последовательного пошагового проведения мероприятий по их внедрению в практику, на основе использования схемы жизненного цикла инновационной налоговой услуги. В частности, первый шаг – определение возможности создания услуг Интернет-услуг с помощью мобильной связи, второй – создание концепции и стратегии инновационных услуг, третий – определение необходимого аппаратного комплекса и программного обеспечения, электронных систем и другое, четвертый – решение кадровых вопросов, пятый – определение необходимого объема финансирования проекта, шестой – оценка экономической эффективности внедрения, седьмой – создание специализированного отдела, восьмой – приобретение и установка программного комплекса, девятый – создание договорной базы, десятый – создание системы дистанционного доступа, запуск вебсервера, создание электронных систем, одиннадцатый – проектирование и организация массового распространения Интернет-мобильной связи, двенадцатый – выведение Интернет-мобильной связи на рынок налоговых услуг.

При этом каждая инспекция должна иметь свой сайт в Интернете и предлагать электронные услуги. В ОГНУ целесообразно ввести статистическую отчетность об общем объеме, структуре и отдельных видах интерактивных услуг, оказываемых инспекциями корпоративной и частной клиентуре в рамках Интернета, для мониторинга и анализа процесса развития инновационных налоговых услуг.

Выше указанное позволило сформулировать следующие выводы.

1. Экономическая природа инновационной налоговой услуги проявляется в том, что в силу действия закона возвышения потребностей происходит возникновение новых и более высоких потребностей и ГНИ могут предупреждать появление и в последующем удовлетворение возникающих возвышенных потребностей налогоплательщиков в новых услугах, в частности, инновационных. Выявлены специфические особенности инновационных налоговых услуг, которыми являются: сильная ориентация инновационной услуги на налогоплательщика; свойство приносить дополнительный доход; короткий

жизненный цикл инновационной налоговой услуги; высокая рискованность налоговых услуг по налоговым кредитам. На основе глубокого изучения различных определений понятий «налоговая услуга» и «инновация» предлагается ввести в научный оборот следующее определение инновационной налоговой услуги. Инновационная налоговая услуга – это результат интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленной на внедрение новой и /или усовершенствованной налоговой услуги, качественно отличной от предшествующего диалога, представляющего собой дополнительный доход, стратегические преимущества в конкурентной борьбе в течение короткого жизненного цикла и характеризующейся высокой рискованностью налогового кредита и оказывающей прогрессивное влияние на развитие деятельности налогоплательщиков. В этом определении наиболее емко выражена роль и значение инновационных налоговых услуг в деятельности налогоплательщиков.

2.Одной из специфических особенностей инновационной налоговой услуги должен являться короткий жизненный цикл.

3. Несмотря на многочисленные исследования в области теории инноваций и налоговых услуг до настоящего времени в экономической литературе нет общепризнанной научной классификации инновационных налоговых услуг. В связи с этим нами предлагается классификация инновационных налоговых услуг по следующим признакам, которые подразделяются по: степени новизны – радикальные, усовершенствованные, модифицированные; по цели применения – реактивные и стратегические, по характеру удовлетворяемых потребностей – ориентированные на существующие возросшие потребности и ориентированные на будущие возросшие потребности; стадиям жизненного цикла – находящиеся на стадиях разработки, выведения на рынок, роста, зрелости.

4. Приведенный нами анализ деятельности Самаркандской городской ГНИ по внедрению инноваций позволил выявить основные сферы деятельности, где происходят инновационные изменения: 1)в сфере налогового обслуживания налогоплательщиков; 2)в сфере оказания налоговых услуг; 3)в структуре и внешнем облике инспекции; 4)в сфере новых технологий; 5)в системе управления деятельностью инспекции¹. Изучение деятельности Самаркандского ГНИ также показало, что, внедрение инноваций в деятельность происходит бессистемно, инновации применяются, как средство, чтобы не отстать от конкурента. Это во многом обусловлено тем, что налоговые инспекции только начали внедрять инновации, которые затронули лишь некоторые сферы их деятельности.

5. Для удобства проведения анализа нами систематизированы инновационные налоговые услуги, предлагаемые инспекциям по характеру удовлетворяемых потребностей. На основе анализа деятельности Самаркандской городской ГНИ по развитию отдельных инновационных налоговых услуг нами выявлено, что наибольшее развитие получили лишь отдельные инновационные налоговые услуги: электронные ускоренные денежные переводы налоговых платежей, основанная на Интернет-технологии система ускоренного сбора и управления наличностью, услуги по пластиковым карточкам.

¹ Дониёров К., Кучкоров Р. Повышение инновационной роли налогового регулирования в активизации служебной деятельности субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства в условиях антикризисного управления. Инвестиции, инновации и модернизация в условиях научно-технического прогресса. Материалы международной научно-практической конференции. 17 февраля 2012г. Министерство образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина» отв. ред. М.А. Пахомов. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012. – с.141-152.

В процессе внедрения инновационных налоговых услуг важно выбрать метод ценообразования на услуги, учитывая их специфику и значение. Создание эффективного ценообразования предполагает определение фактических затрат. В этой связи предлагается применительно к отдельным инновационным услугам, в частности, электронным, расчет затрат производить на основе «эффекта опыта». Следует также иметь в виду, что политика ценообразования на инновационные налоговые услуги в целях проникновения на рынок услуг должна осуществляться с учетом стадий жизненного цикла инновационной налоговой услуги.

<p style="text-align: center;">Зайналов Дж.Р., Алиева С.С., Хамраев М.С.</p> <p style="text-align: center;">Солиқ тўловчиларга солиқ инспекцияси хизмати томонидан сифатли хизматлар кўрсатиш зарурияти</p> <p>Аннотация: ушбу мақола солиқ инспекциялари томонидан солиқ тўловчиларга кўрсатилган хизматлар сифатини баҳолаш усуллари, шунингдек, солиқ тўловчилар учун солиқ хизматлари сифатини ошириш бўйича тавсияларга бағишланган.</p> <p>Калит сўзлар: солиқ тўловчи, солиқ инспекцияси, молиявий хизматлар, хизматларнинг сифати.</p>	<p style="text-align: center;">Zaynalov J., Alieva S., Khamraev M.</p> <p style="text-align: center;">Necessity of rendering quality taxpayer services by tax inspections</p> <p>Abstract. This article is devoted to assessing the quality, as well as improving the quality of services provided by tax inspectors to taxpayers. A method for assessing the quality of tax services is proposed, as well as recommendations for improving the quality of tax services for taxpayers.</p> <p>Keywords: taxpayer, tax inspections, financial services, quality of services.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

З.О.Ахроров– Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқитувчиси

А.А.Ходжимамедов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқитувчиси

ХЎЖАЛИК СУБЪЕКТЛАРИДА МОЛИЯВИЙ РЕЖАЛАШТИРИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

<p>Аннотация: мақолада хўжалик субъектларида молиявий режалаштиришни ташкил этиш имкониятлари, мақсадли йўналишлари, тамойиллари ва уни такомиллаштириш йўллари, шунингдек хўжалик субъектларида солиқларни режалаштириш хусусиятлари ёритилган.</p> <p>Калит сўзлар: хўжалик субъекти, корхона, режа, молиявий режалаштириш, молиявий сиёсат, корхона молия хизмати, солиқ, солиқларни режалаштириш, молиявий ресурс, молиявий менежер, бош ҳисобчи.</p>

Иқтисодиётни глобаллашуви шароитида хўжалик субъектларини молиявий фаолиятини янада такомиллаштиришга зарурият туғилмоқда. Хўжалик субъектларини молиявий фаолиятини такомиллаштириш, молиявий муносабатларни мустаҳкамлаш, молиявий механизмларни амал қилишини содалаштириш, корхоналарни рақобатбардошлилигини кучайтириш, уларнинг молиявий барқарорлигини таъминлаш масалалари билан боғлиқдир.

Ўзбекистон Республикасининг биринчи Президенти И.А.Каримов ўз нутқларидан бирида «Иқтисодиётни эркинлаштириш – хўжалик юритувчи субъектларнинг ўз фаолияти учун иқтисодий ва молиявий масъулиятини ошириш

демакдир»[1] деб таъкидлаган эди. Эндиги кунда ҳар бир хўжалик юритувчи субъект ўз фаолиятини тегишли маблағ, хом-ашё, иш кучи, илғор технология кабилар билан ўзлари таъминлашлари муҳим масалалардан бирига айланиб қолмоқда. Товарларини (ишлар, хизматларини) ўзлари сотади. Ўзининг барча фаолиятини тегишли моддий ва молиявий маблағлар билан ҳам ўзлари таъминлайди.

Иқтисодий жараёнларда фаол иштирок этувчи хўжалик субъектларида рақобатбардошликка эришиш, корхоналарни модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш ва юксак технологияларга асосланган янги ишлаб чиқаришни ривожлантириш борасида тадбирларни олиб бориш талаб этилмоқда. Шу боисдан ушбу тадбирларни амалга ошириш учун корхоналар молиявий фаолиятини режалаштириш алоҳида аҳамият касб этади.

Олдиндан ҳар бир хўжалик юритувчи субъект томонидан ишлаб чиқилган режа асосида фаолият юритиш муҳимдир. Ҳозирги кунда кичик инновацион корхоналарда анъанавий равишда тузилган бизнес-режалар номукамаллиги билан кўзга ташланиб келмоқда. Бундай корхоналарда бизнес режани тузиш уни молиявий томонларига эътиборни қаратиш зарурият даражасига кўтарилиши лозим.

Хўжалик субъектларида молиявий режалаштириш – бу улар молиясини бошқаришнинг воситасидир. Хўжалик субъектлари ривожланишини таъминлаш учун даромадлар ва харажатларни режалаштиришдир.

Иқтисодчи олимлар Кузина А.Ф. ва Добровольский А.Г.лар молиявий режалаштиришга қуйидагича таъриф беришади: “Молиявий режалаштириш – молиявий режалар ёрдамида компаниянинг оператив ва стратегик мақсадларига эришишни таъминловчи, режа, назорат, таҳлилни шакллантириш ва амалга ошириш ва қарорлар қабул қилиш жараёнларини ўз ичига олувчи ўзгаришларга мослашиш йўллари ишлаб чиқиш ва прогнозлаштиришга асосланган компаниянинг барча даражаларида бизнес (компаниянинг барча актив ва пассивлари, шунингдек компания молиявий ресурсларини шакллантириш, тақсимлаш, қайта тақсимлаш ва фойдаланиш жараёнлари)ни бошқариш технологиясидир”[2].

Хўжалик субъектлари фаолиятини иқтисодий тартибга солиш тизимида ишлаб чиқариш ва сотишни режалаштириш, шунингдек харажатларни назорат қилиш асосида молиявий режалаштириш муҳим ўринни эгаллайди.

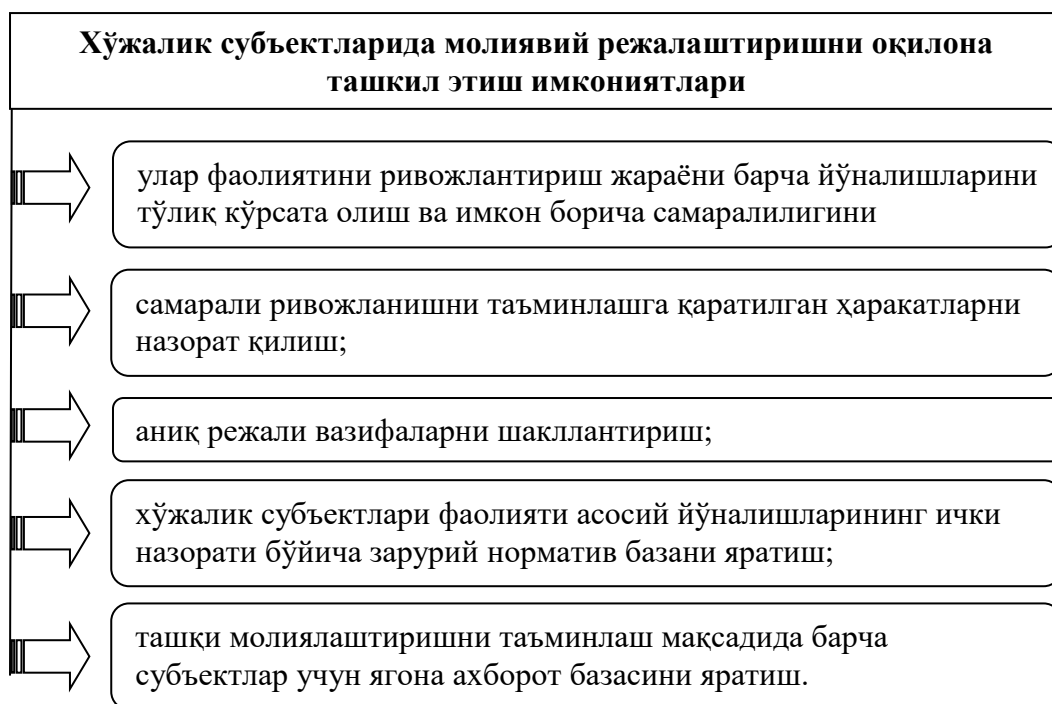
“Молиявий режалаштириш” тушунчаси ўз ичига қуйидагиларни олади:

- тараққиётнинг асосий тенденцияларини аниқлаш ва молиявий таҳлил қилиш;
- жалб қилинган маблағлар ва вақтинча бўш турган маблағларни жойлаштириш менежменти;
- фирма ичидаги молиявий натижалар ва пулларни режалаштириш, ҳисобга олиш ва назорат қилиш технологияси;
- инвестицион менежмент;
- капиталлар менежменти;
- фаолиятнинг бошқа кўринишлари (траст, факторинг, лизинг ва бошқалар) [3].

Хўжалик субъектларида молиявий режалаштиришни оқилона ташкил этишни қуйидаги расмда акс этгирдик (1-расм).

Молиявий режалаштириш қуйидаги мақсадли йўналишларга ҳам эга бўлмоғи лозим:

- хўжалик субъектлари фаолиятини молиявий ресурслар ва пул маблағлари билан таъминлаш;



1-расм. Хўжалик субъектларида молиявий режалаштиришни оқилона ташкил этиш имкониятлари[4]

Молиявий режалаштириш куйидаги мақсадли йўналишларга ҳам эга бўлмоғи лозим:

- хўжалик субъектлари фаолиятини молиявий ресурслар ва пул маблағлари билан таъминлаш;
- асосий ва бошқа фаолият турлари бўйича фойда (даромад)ни ошириш;
- бюджет, бюджетдан ташқари мақсадли жамғармалар, банклар, кредиторлар ва дебиторлар билан ўзаро молиявий муносабатларни ташкил этиш;
- режалаштирилаётган даромад ва харажатларни баланслаштиришни таъминлаш;
- хўжалик субъектларини тўлов қобилияти ва молиявий барқарорлигини таъминлаш.

Молиявий режалаштириш фирмага нисбатан турли жарима санкцияларидан ҳимоя қилиб, бюджет, турли жамғармалар, банклар ва бошқа кредиторлар олдидаги мажбуриятларни ўз вақтида бажаришга ёрдам беради[5].

Юқоридагилардан келиб чиқиб молиявий режалаштиришнинг объектлари бўлиб куйидагилар ҳисобланиши лозим:

- молиявий ресурсларнинг самарали ҳаракати;
- молиявий ресурсларни шакллантириш, тақсимлаш ва фойдаланишда юзага келадиган молиявий муносабатлар ва уларни оқилона бошқариш;
- молиявий ресурсларни тақсимлаш натижасидаги молиявий муносабатларга таъсир этувчи омилларни бошқариш.

Режалаштиришни ташкил этишда куйидаги тамойилларга асосланиши ҳам лозим:

- истиқболни белгилаш. Молиявий режалаштириш режалаштирилаётган объект ва жараёнларни ҳақиқий мавжудлиги билан боғланган. Молиявий режалаштиришда истиқболда эришилиши мумкин ва ҳақиқатга яқин режаларни киритиш тавсия этилади;
- прогнозлаштириш. Прогнозлаштириш асосий омиллар тизимли

таҳлилида корхонанинг ички ва ташқи, иқтисодий, молиявий муносабатларида кўринади.

- молиявий хавфсизликни таъминлаш. Молиявий режалаштириш молиявий қарорларни қабул қилиш билан боғлиқ молиявий рискларни ҳисобга олиши лозим;

- оптималлаштириш. Молиявий режалаштириш ушбу тамойили орқали молиявий ресурслар муқобил фойдаланишни чегаралаш нуқтаи назаридан керакли ва энг яхши танловни таъминлаши лозим.

- текшириш ва интеграция. Молиявий режалаштиришда корхона фаолиятининг турли соҳаларида интеграция жараёнларини ҳисобга олишни тақозо қилади.

- тартибга солиш. Молиявий режалаштириш ёрдамида корхонанинг барча ишчилари ҳаракати ягона тартибга келтирилади.

- назорат. Молиявий режалаштириш ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятини, корхона барча бўлимларининг иш фаолияти таҳлилининг назорат қилишнинг самарали тизимини амалга оширишни тақозо қилади.

- ҳужжатлаштириш. Молиявий режалаштириш корхона фаолиятининг молиявий-хўжалик жараёнларини ҳужжатли тақдим қилишни таъминлайди.

Замонавий молиявий муносабатларда корхоналар молиясида молиявий режалаштиришни корхона молиявий хизмати ходимлари амалга оширади. Корхона молиявий хизмати ходимлари таркиби молиявий менежер, бош ҳисобчи, хазинабон, молиявий контроллинг, солиқларни режалаштирувчи ва бошқалардан иборат бўлади.

Бунда молиявий хизматнинг вазифалари бўлиб қуйидагилар ҳисобланиши лозим:

- турли субъектлар билан ўзаро муносабатларини ташкил этиш;
- молиялаштиришнинг қисқа ва узоқ муддатли ички ва ташқи манбалари бўйича оптимал вариантни топиш;
- хўжалик фаолиятини молиявий ресурслар билан ўз вақтида таъминлаш;
- стратегик ва тактик мақсадларига эришиш учун молиявий ресурслардан самарали фойдаланиш[6].

Молиявий хизматнинг ушбу вазифаларни амалга ошириш учун ҳар бир хўжалик субъектини молиявий сиёсатини ишлаб чиқиш лозим бўлади. Айтиш жоизки бунда молиявий сиёсатнинг элементлари қуйидагилардан иборат бўлиши муҳимдир:

- ҳисоб сиёсати;
- кредит сиёсати;
- пул оқимларини бошқариш сиёсати;
- амортизация сиёсати;
- дивидент сиёсати ва бошқалар.

Молиявий хизмат хўжалик субъектлари фаолиятида стратегик мақсадлар ва приоритетли йўналишларга жавоб бериши лозимдир. Молиявий хизмат таркибидан баъзилари молиявий режалаштириш бўйича бир қатор вазифалар бириктирилиши мумкин бўлади. Қуйида ушбу бўлимларни кўриб чиқамиз.

Хўжалик субъектининг молиявий ҳисобхонаси (бухгалтерияси) бухгалтерия ҳисобини юритиш, молиявий ҳисоботларни тузиш орқали хўжалик субъектининг молия бўлими молиявий режаларни тузишлари учун маълумотларни тақдим этади. Молиявий ҳисобхона корхона ҳисоб сиёсатини ишлаб чиқади.

Аналитик бўлим молиявий ҳолатни таҳлил қилиш ва баҳолаш билан шуғулланади ва бу орқали молиявий кўрсаткичлар прогнозларини тузади.

Молия бўлими узоқ ва қисқа муддатли молиявий режаларни ишлаб чиқади, хўжалик субъектининг асосий бюджетини тузишни бошқаради.

Унда солиқларни режалаштириш бўлими эса солиқ ҳисоби сиёсатини ишлаб чиқиши, солиқ ҳисоботларини тузиши ва уларни солиқ органларига тақдим этиши, солиқлар ва йиғимларни ўз вақтида ва тўлиқ тўланишини назорат қилиши лозим бўлади.

Шу боис диққатни бош ҳисобчи ва молиявий менежер функциялари ўртасидаги фарққа қаратиш муҳим масала бўлиб ҳисобланади. Бош ҳисобчи жавобгарлиги – қонунчилик талабларига мувофиқ ҳисоб ишлари юритиш, бухгалтерия ва солиқ ҳисоботларини шакллантириш, бухгалтерия ҳисобини регистрларда хўжалик субъекти фаолияти маълумотларини акс эттиришдан иборат бўлиши лозим. Молиявий менежернинг функцияси – хўжалик субъекти фаолиятини, унинг молиявий натижаларини режалаштиришдан иборат. Солиқни режалаштиришда хўжалик субъектини молиявий менежери тўғридан-тўғри жавобгар бўлиб ҳисобланиши зарур.

Бир томондан бош ҳисобчи ўзининг жавобгарлиги бўйича молиявий менежерга бўйсунди, бошқа томондан “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги қонун[7]га мувофиқ бош ҳисобчи билвосита бош директорга бўйсунди. Мазкур вазиятдан чиқишнинг оддий усули – бош ҳисобчининг икки томонлама бўйсунитишидир.

Хўжалик субъектларидаги режалаштириш ҳақидаги кўпгина адабиётларда одатан режа тузиш ишларини ташкил этиш бўйича 2та схема ажратиб кўрсатилади: break-down (тепадан пастга) методи ва build-up (пастдан юқорига) методлари бўйича[8]. Break-down методи бўйича режалар тузиш ишлари «юқоридан» бошланади, яъни, корхона раҳбарияти мақсад ва вазифаларни аниқлайди, қисман фойда бўйича режа кўрсаткичларини ҳам. Кейин ушбу кўрсаткичлар деталлаштирилган, (яъни корхона бошқарув структурасининг пастроқ даражаларига тушиш билан) шаклда ички бўлим режаларига киритиб борилади. Build-up методи бўйича умуман тескаридан иш кўрилади. Масалан, реализация кўрсаткичлари ҳисоб-китоби алоҳида сотиш бўлимларидан бошланади ва кейин эса реализация бўлими бошлиқлари ушбу кўрсаткичларни ягона режа билан солиштиради, қайсики кейинчалик унинг умумий режасига таркибий қисм бўлиб киритилади.

Ушбу break-down ва build-up методлари 2 қарама-қарши тенденцияларни акс эттиради. Амалиётда уларнинг фақатгина биттасидан фойдаланиш унчалик тўғри эмас. Режани тузиш ва уни режалаштириш жорий жараён ҳисобланиб, унда доимо турли бўлимлар режаларининг координацияси амалга оширилиб борилади.

Солиқни режалаштириш аввало, солиқ тўловларини мақбуллаштиришни англатади. Солиқларни мақбуллаштириш бу – солиқ тўлаш харажатларини камайтириш орқали молиявий натижаларга эга бўлиш ёки солиқ тўловларини оширмаган ҳолда, кўпроқ тушумга эга бўлиш демакдир.

Солиқни хўжалик субъектлари кесимида режалаштиришдан қуйидаги мақсадлар кўзланади:

1. Солиқларни энг минимал даражада тўлашга ҳаракат қилиш (солиқ қонунчилиги доирасида);

2. Солиқ тўлашнинг оптимал ҳолатини танлаш. Масалан, оптималлаштирилган тизимда ёки аксинча, умумий тартибда солиқ тўлашни танлаш; солиқ имтиёзларидан фойдаланишдан воз кечиш (айрим ҳолларда бу корхона учун қулай бўлмаслиги мумкин); солиққа тортиш тизимининг қулайлигига қараб, тадбиркорлик билан шуғулланувчи жисмоний шахс сифатида

рўйхатдан ўтиш ёки юридик шахс сифатида фаолият юритиш қулай бўлиши мумкин.

3. Солиқ тўловлари муддатларини ўз манфаатидан келиб чиқиб тақсимлаш. Бунда солиқлар қонуний белгиланган муддатларда тўланмай, жарима ва пенялар тўлаш хўжалик субъекти учун афзалроқ деб қаралиши мумкин.

Амалиётда солиқларни режалаштиришда қуйидаги уч йўлдан бирини танлаш муҳимдир:

– биринчиси, режалаштиришнинг классик тури, унинг моҳияти солиқларни ўз вақтида тўлиқ, тўғри тўлашни билдиради. Бунда бухгалтерия ва бошқа ҳисоботлар аниқ ва тўғри юритилади, қонунчиликка аниқ риоя қилинади;

– иккинчиси, солиқ тўловларини режалаштиришнинг оптималлаштирилган варианты. Бунда солиқ тўловчи камроқ солиқ тўлаш мақсадида амалдаги қонунчилик имтиёзларидан ва бошқа имкониятларидан фойдаланиб, ўзининг иқтисодий фаолиятини режалаштиради ва ташкил қилади. Бунда солиқ тўловчи амалдаги қонунчиликнинг барча ютуқ ва камчиликларидан, шу жумладан мураккаблик, номукаммаллик ва қарама-қаршилик ҳолатларидан фойдаланади;

– учинчиси, солиқларни камайитиришнинг ноқонуний йўли. Иқтисодий молиявий вазият ёмонлашган шароитларда тадбиркорлар икки муқобил йўлдан бирини танлайдилар: солиқларни тўлашдан қочиш (даромадларни фаолиятларни, оборотларни яшириши) ёки банкротлик эълон қилиш. Кўп ҳолларда биринчи йўл танланади. Бунда таваккалчиликка йўл қўйилади. Хўжалик субъекти кўпроқ фойда кўриб қолиши мумкин, аммо бу солиқ назорати бизнинг назаримизда кучли шароитда салбий оқибатларга олиб келиши муқаррардир.

Хўжалик субъектларида солиқ менежментининг муҳим қисми солиқ назорати бўлиб, у – солиқ менежерининг (ёки раҳбари, ҳисобчиларининг) ишончли бухгалтерия, шу жумладан, солиқ ҳисобини юритиш, солиқлар ҳисобланишининг тўғрилиги устидан назорат қилиш, шунингдек, солиқ хатоларининг солиқ органлари назорати олдида аниқлаш ва йўқотиш чораларига қаратилган бир тизимдаги ички тузилмавий фаолиятдир.

Солиқ кодексига мувофиқ, солиқ солиш объектлари ва солиқ солиш билан боғлиқ объектлар тўғрисидаги маълумотлар базаси солиқ тўловчи томонидан тақдим этилган молиявий ва солиқ ҳисоботларининг маълумотлари хўжалик субъектлари томонидан тақдим этиладиган маълумотлар, шунингдек давлат солиқ хизмати органлари бошқа манбалардан тўплаган, шу жумладан солиқ текширувлари вақтида тўплаган ахборотлар асосида шакллантирилади [9].

Ички назоратни юритиш асосини аввало, хўжалик субъектлари манфаатларига риоя қилишни ташкил қилиши лозим. Назорат натижаларидан хўжалик субъектларининг ўзидаги мансабдор шахслари, шунингдек, солиқ органлари, божхона органлари, монополияга қарши курашиш ташкилотлари таҳлилий фаолияти учун фойдалана олишлари керак.

Номукамал ва нобарқарор солиқ тизими шароитида солиқ ҳисобини юритиш ва ички солиқ назоратини юритиш жуда мураккаб бўлади ва ўзига хос хусусиятларга эга бўлади, шу билан бир пайтда у хўжалик субъектлари манфаатлари нуқтаи назаридан жуда муҳимдир. Бундай шароитда солиқ тизимига киритилаётган ўзгаришларни ва улардан хўжалик субъектлари фаолиятида келадиган натижаларни кузатишнинг технологик харитасини тузиш мақсадга мувофиқдир.

Шундай қилиб, хўжалик субъектида тўғри ташкил этилган, солиқ назорати солиқ хатоларини салмоқли даражада камайтиради ва бу билан солиқ органлари томонидан амалга ошириладиган солиқ текширишлари пайтида қўйиладиган молиявий жарималар сони камаяди. Бунда моддий манфаатдорликдан ташқари

ички солиқ назорати хўжалик субъектининг тадбиркорлик фаолияти учун барқарор асос, яхши муҳит яратади, солиқ тўлаш борасидаги қарорларнинг қабул қилинишида ишончлилик ва қатъиятлилик беради, ташқи солиқ текширишларидан келадиган солиқ муаммоларидан халос қилади. Шу ўринда республикамиз биринчи Президентининг қуйидаги фикрларини эслаб ўтиш жоиз: “...солиқлар асосли, барқарор, мослашувчан бўлиши, маҳсулот ишлаб чиқарувчининг қўлини боғлаб қўймаслиги, чўчитиб юбормаслиги, аксинча, уни рағбатлантириши зарур. Солиқлар корхоналарнинг тадбиркорлиги ва ташаббускорлигини ҳар томонлама рағбатлантириши лозим” [10].

Шундай қилиб, хўжалик субъектларида молиявий режалаштиришни ташкил этиш ва такомиллаштириш асосий йўналишларига қуйидагиларни киритилишини муҳим деб ҳисоблаймиз:

- йиллик молиявий режа асосида кварталлик режалаштиришни ташкил қилиш;
- дебиторлик ва кредиторлик қарздорликлари ҳолати ва уни бажарилишини режалаштиришни ишлаб чиқиш;
- молиявий менежер ва унга бўйсунувчи ходимлар фаолиятини режавий ташкил этиш;
- ҳисоб ва молиявий режалаштиришни автоматлаштириш;
- молиявий режалаштиришни келажакда бўладиган ўзгаришлар, ички ва ташқи рискларни ҳисобга олиб тизимли ташкил этиш ва бошқалар.

Ушбуларнинг ҳар бир хўжалик субъекти томонидан молиявий режа тузишда эътиборга олиш орқали истиқболда хўжалик фаолиятини оқилона бошқариш ва юқори самара кўриш имкониятини яратиш беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Каримов И.А. Ўзбекистон XXI асрга интиломда. - Т.: “Ўзбекистон”, 1999.– 37 б.
2. Кузина А.Ф., Добровольский А.Г. Системы и принципы финансового планирования и прогнозирования в управлении организацией// Альманах современной науки. – 2010. – №2. – С. 153-156.
3. Ваҳобов А.В., Маликов Т.С. Молия: умумназарий масалалар. Ўқув қўлланма. – Т.: ТМИ, 2007. – 172 б.
4. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента: Учеб. пособие. – М.: “Финансы и статистика”, 2004. – 140 с.
5. Нечаев А.С. Проблема инвестиционного налогового кредита в России и возможный вариант ее решения // Проблемы современной экономики. 2004. № 4. с. 112.
6. Зайналов Ж.Р., Расулов З.Ж., Ахроров З.О. Корхоналар молияси. Маърузалар матни. – Самарқанд: СамИСИ, 2015. - 122 б.
7. Ўзбекистон Республикаси “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги қонуни. 1996 йил 30 августда қабул қилинган.
8. Зайналов Ж.Р., Расулов З.Ж., Ахроров З.О. Корхоналар молияси. Маърузалар матни. – Самарқанд: СамИСИ, 2015. - 124 б.
9. Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодекси. (Ўзбекистон Республикасининг «Ўзбекистон Республикасининг Солиқ кодексини тасдиқлаш тўғрисида»ги 2007 йил 25 декабрдаги 136-сон қонуни билан тасдиқланган) (кейинчалик киритилган ўзгартиришлар ва қўшимчаларни ҳисобга олган ҳолда).
10. Каримов И.А. Хавфсизлик ва тинчлик учун курашмоқ керак. Т.10- Т.: “Ўзбекистон”, 2002. – 210-б.
11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини

янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон фармони.

12. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. //Халқ сўзи, 2017 йил 15 январь, № 13 (5687).

<p style="text-align: center;">З.О.Ахроров, А.А.Ходжимамедов Организация финансового планирования хозяйствующих субъектов</p> <p>Аннотация: в данной статье рассматриваются возможности, целевые направления, принципы организации финансового планирования хозяйствующих субъектов и пути его совершенствования, а также особенности налогового планирования хозяйствующих субъектов.</p> <p>Ключевые слова: хозяйствующий субъект, предприятие, план, финансовое планирование, финансовая политика, финансовые услуги предприятия, налог, налоговое планирование, финансовый ресурс, финансовый менеджер, главный бухгалтер.</p>	<p style="text-align: center;">Ahrorov Z.O., Khodjimamedov A.A. Organization of financial planning of enterprises</p> <p>Abstract: this article discusses the possibilities, focusing areas, organization of financial planning of enterprises and ways of their improvement, as well as peculiarities taxation planning of enterprises.</p> <p>Keywords: business entity, enterprise, the company plan, financial planning, financial policy, financial services of enterprises, tax, tax planning, financial resource, financial manager, chief accountant.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ

С.Н.Ташназаров – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти проректори,
и.ф.н., доцент

МОЛИЯВИЙ ҲИСОБОТ (МОЛИЯВИЙ ҲОЛАТ ТЎҒРИСИДАГИ ҲИСОБОТ) КОНСОЛИДАЦИЯСИ МАСАЛАЛАРИ

Аннотация: мақола бугунги куннинг долзарб масаласи – консолидацияланган молиявий ҳисоботни тузиш, қайсики МҲҲСларининг мажбурий талабларидан бири ҳисобланган масалага бағишланган. Унда консолидациялаш қоидалари, коррективировка ёзувлари, бухгалтерия балансини консолидациялашнинг методологик масалалари ёритилган. Консолидациялаш принципларини қўллаш бўйича амалий тавсиялар ҳамда меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларни такомиллаштириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: консолидациялашган молиявий ҳисобот, бош компания, шуъба компания, гуруҳ, назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси, гудвил.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг “Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак” деб номланган асарида “бундан кейин ҳар ой, ҳар чорак якуни билан, мавжуд аҳволни чуқур таҳлил қилган ҳолда таннархни ва импортни қисқартириш, маҳаллийлаштириш даражасини ошириш бўйича хўжалик бирлашмалари ва ҳокимликлар томонидан амалга оширилаётган ишлар тўғрисида” маълумот киритиш вазифаси юклатилган (Ш. Мирзиёев, 2017). Бу вазифаларнинг ҳал этилиши хўжалик бирлашмалари томонидан ўз тармоғидаги компаниялар молиявий-хўжалик фаолиятларига доир ахборотларни умумлаштириш, уларнинг молиявий ҳисоботларини консолидациялашнинг умумтан олинган қоидаларини қўллаш бўйича услубий асосларни такомиллаштиришни зарурият қилиб қўймоқда.

2016 йил 13 апрелда Ўзбекистон Республикаси “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги Қонуннинг янги таҳрири 23-моддаси “Консолидациялашган молиявий ҳисобот”да бош компаниялар консолидациялашган молиявий ҳисобот тузишга мажбурлиги қайд қилинди. Ушбу модда талабларини бажариш учун услубий тартиблар ишлаб чиқиш муҳим ҳисобланади.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича ҳаракатлар стратегияси учинчи бўлими “Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишлари”да “илғор халқаро тажрибага мувофиқ инструментлардан фойдаланиш ҳисобига пул-кредит сиёсатини янада такомиллаштириш, миллий валютанинг ва ички бозордаги нархларнинг барқарорлигини таъминлаш”, “корпоратив бошқарувининг замонавий стандартлар ва усулларни жорий этиш, корхоналарни стратегик бошқаришда акциядорларнинг ролини кучайтириш” (Ҳаракатлар стратегияси, 2017) каби вазифаларнинг қўйилиши ҳам халқаро тажрибаларга мувофиқ инструментлар, бошқарувдаги халқаро стандартлардан фойдаланиш, хусусан молиявий ҳисобот консолидацияси масалаларини чуқур тадқиқ қилишни тақозо этади. Шу боис мазкур мақола долзарб мавзуга бағишланган.

10-сон МҲҲС “Консолидациялашган молиявий ҳисобот” консолидациялашган молиявий ҳисоботни тузиш принципларини белгилайди. Ушбу стандартга мувофиқ равишда Ўзбекистон Республикасида 8-сон БҲМС “Жамланган молиявий ҳисоботлар ва шубба хўжалик жамиятларига сармояларни ҳисобга олиш” стандарти жорий қилинган. Ушбу стандартларда келтирилган таянч атамаларни солиштириш натижаларини 1-жадвалда расмийлаштирамиз.

1-жадвал

10-сон МҲҲС ва 8-сон БҲМСлари таянч атамаларини солиштириш натижалари

10-сон МҲҲСда	8-сон БҲМС
Консолидациялашган молиявий ҳисобот (consolidated financial statements) – бу бош компания ва шубба компаниялардан ташкил топган гуруҳининг молиявий ҳисоботи бўлиб, қайсики унда бош компания ва шубба компанияларнинг активлари, мажбуриятлари, капитал, даромад ва харажатлар, пул оқимлари ягона компаниянинг активлари, мажбуриятлари, капитали, даромад ва харажатлари сифатида тақдим этилади.	Жамланган молиявий ҳисобот – ҳисобот санасидаги молиявий аҳволни ва хўжалик юритувчи жамиятлар гуруҳининг ҳисобот даври учун молиявий натижаларини акс эттирувчи кўрсаткичлар тизими
Назорат (control of an investee) - инвестиция объектлари устидан назоратни ушлаб туради, агар инвестор инвестиция объектларига қатнашишдан оладиган ўзгарувчан даромадлар билан боғлиқ ҳолда рискка тортилса ёки шундай даромадни олиш ҳуқуқига эга бўлса, шунингдек инвестиция объектига нисбатан ўз ваколатларини амалга ошириш орқали даромадга таъсир кўрсатиш имконияти мавжуд бўлса.	Назорат (бустандартга нисбатан қўлланилганда) – хўжалик юритувчи субъектларнинг молиявий ва хўжалик сиёсатини унинг фаолиятдан фойда олиш мақсадида белгилаш ҳуқуқи.
Назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси (non-controlling interest) – бу шубба компания капиталидаги ҳисса бўлиб, қайсики у бош компанияга тўғридан-тўғри, ёки бошқа шубба компаниялар орқали ҳеч қандай тааллуқли бўлмайди.	Камчилик улуши – шубба жамият хўжалик фаолиятининг соф даромадлари (зарарлари) ҳамда соф активларининг бош жамиятнинг бевосита ёки билвосита шубба жамиятлардаги иштироқи улушига тўғри келмайдиган қисмидир.
Таъсир кучи ҳуқуқи (power) – ҳозирги вақтда салмоқли фаолиятни бошқариш имкониятларини тақдим этувчи ҳуқуқ	Миллий стандартда келтирилмаган
Гуруҳ (group) – бу шубба компаниялар билан бош компания	Гуруҳ - бош жамият ва унга қарашли барча шубба жамиятлар
Бош компания (parent) – бу компания, қайсики унга битта ёки бир нечта компаниялар тааллуқли бўлади	Бош жамият - бир ёки бир нечта кичик жамиятларга эга бўлган хўжалик юритувчи субъектдир

Шуъба компания (subsidiary) – бу компания, қайсики бошқа (бош компания сифатида маълум бўлган) компания томонидан назорат қилинади.	Шуъба хўжалик жамияти (бундан буён “шуъба жамият” деб юритиладиган) – бош жамият томонидан назорат қилинадиган хўжалик юритувчи субъектдир
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Манба: 1. ifrs 10"консолидированная финансовая отчетность <http://finansist.uz/moliyaviy-hisobotning-xalqaro-standartlari-ozbekistonda-qollanilishi/> 2. Ўзбекистон Республикаси бухгалтерия хисоби миллий стандартлари тўплами.-Тошкент: “NORMA, 2011. -360б.

Ушбу жадвал асосида 8-сон БХМСда келтирилган атамалар тавсифини халқаро стандартларга мувофиқлаштириш учун қуйидаги натижаларни келтирамиз. **Биринчидан**, “жамланган молиявий ҳисобот” атамасини “консолидациялашган молиявий ҳисобот” атамасига алмаштириш керак. Таърифда консолидациялашган молиявий ҳисобот кимлар томонидан тузилиши ва у қандай ахборотларни қамраб олиши тўлиқ ақс эттириш мақсадга мувофиқ. Бундан ташқари 8-сон МХМСда бу ҳисобот фақат молиявий ҳолат ва молиявий натижаларни ақс эттиришдан ташқари хусусий капитал, пул оқимида доир бўлган кўрсаткичлар тизимини ҳам қамраб олади. Шу боис, бу таърифни қайтадан тавсифлашга зарурият мавжуд. **Иккинчидан**, назорат ва камчиликнинг улуши атамаларига берилган таърифлар ҳам халқаро стандартларга мувофиқлаштириш лозим. Ушбу атамаларни ҳам қайта тавсифлаш зарур. **Учинчидан**, “хўжалик”, “хўжалик юритувчи субъект”, “хўжалик юритувчи жамият” каби тушунчалардан фойдаланилмаслик мақсадга мувофиқ. Хўжалик сўзи компанияларнинг молиявий - иқтисодий фаолиятини тавсифлай олмайди.

Консолидация (лат. *con* - биргаликда, *solido* – мастаҳкамлайман) – мустаҳкамлаш, бирлаштириш, интеграция, қайсидир мақсад учун (шахслар, гуруҳлар, ташкилотлар) кучларини бирлаштириш – деган маънони англатади¹.

Молиявий ҳисобот консолидацияси деганда эса бош ва шуъба компанияларининг ҳисоботларини маълум тан олинган қоидалар асосида бирлаштириш ёки жамлаш тушунилади. Лекин, консолидация оддий жамлаш эмас, у ҳисоботнинг бир хил номдаги ва мазмундаги моддаларини талаб қилинган ҳолларда зарур коррективроқ ва элиминацияларни амалга ошириб жамлаш ҳисобланади. Шу боис, консолидация мураккаб бухгалтерия ҳисоби жараёни бўлиб у юқори профессионал малакани, халқаро ва миллий стандартлар талабларини чуқур билишни талаб этади. Шу боис, консолидация халқаро атама бўлганлиги ва унинг маъноси кенгроқ бўлганлиги учун уни жамлаш деб таржима қилиб бўлмайди.

Ҳуқуқий жиҳатдан қарайдиган бўлсак, ҳар бир компания мустақил ва алоҳида ажратилган бўлсада, иқтисодий нуқтаи назаридан эса бир нечта компаниялар ягона бир бутун тизим сифатида ҳисобот тақдим этиши мақсадга мувофиқдир.

Консолидациялашган ҳисоботни тузишга объектив зарурият туғилади, қайсики ушбу ҳисоботда акциядорлар ҳам бошқа ахборот фойдаланувчилар ҳам бош компания ва шуъба компаниялар фаолияти натижаларини ягона компания сифатида кўра олишлари керак бўлади. Шу боис, акциядорлар манфаатларини қаноатлантириш мақсадида ҳар қандай бош компания ўзининг ҳисоботидан ташқари алоҳида консолидациялашган молиявий ҳисоботларини тузишлари талаб этилади. Консолидациялашган молиявий ҳисобот тузадиган компаниялар гуруҳига бош компания ҳамда у томонидан назорат қилинадиган барча шуъба

¹<https://www.google.com/>

компаниялари киради. Бош компаниянинг структурасини куйидаги 1-расм орқали ифодалашимиз мумкин.



1-расм.Энг бош компаниянинг структураси

10-сон МҲХС талабларига мувофиқ бош компания консолидациялашган молиявий ҳисоботни куйидаги ҳолатларда тузишга мажбур эмас:

- бош компаниянинг ўзи бошқа компанияга нисбатан шўъба корхона ҳисобланса ва энг бош компания унга нисбатан шўъба корхона ҳамда бошқа компанияларга нисбатан оралик бош компанияларга консолидациялашган молиявий ҳисоботни тузмасликка эътироз билдирмаса. Бунда оралик бош компания 100% бўлмаган шўъба корхона ҳисобланса, у ҳолда назорат қилмайдиган акциядорларнинг розилиги талаб этилади;
- бундай бош компаниянинг ҳиссали ва қарзли инструментлари очик фонд бозорида муомалада бўлмаса;
- оралик бош компания қимматли Қоғозлар Комиссияси ёки бошқа аналогик органларга фонд бозорида ўзининг ҳиссали ва қарзли қимматли қоғозларини жойлаштириш мақсадида ҳисобот тақдим қилишга мажбур бўлмаса;
- ушбу бош компаниянинг охириги ва ҳар қандай оралик бош компаниялари молиявий ҳисоботнинг халқаро стандартларига мувофиқ очик кира олиши мумкин бўлган консолидациялашган молиявий ҳисоботни чиқарса.

Консолидация методлари бош компаниянинг таъсир кўрсатиш даражасига боғлиқ бўлади.

1) Шўъба корхоналар учун (агар бош компания 50%дан ортиқ акцияларига эга бўлган ҳолларда) харид методи.

2) Ассоциациялашган ва қўшма корхоналар учун (20%дан 50% гача акцияларига эга бўлган ҳолларда) – ҳиссали қатнашиш методи

3) Бошқа инвестициялар учун (20%дан кам акцияларига эга бўлган ҳолларда) - бош компаниянинг консолидациялашган молиявий ҳисоботини акс эттириш тартиби бош компаниянинг алоҳида молиявий ҳисоботини тузишдан фарқ қилмайди.

10-сон МҲХСга мувофиқ консолидациялашган молиявий ҳисобот тузишда компания активлар, мажбуриятлар, капитал, даромад ва харажатларнинг шунга ўхшаш моддаларини қўшиб чиқиш йўли билан бош ва шўъба ташкилотлар молиявий ҳисоботларини ҳар бир сатр бўйича консолидациялайди.

Консолидациялашган молиявий ҳисобот ягона иқтисодий ташкилот сифатидаги гуруҳ тўғрисида молиявий ахборотларни тақдим эта олишлари учун

қуйидаги ҳаракатлар амалга оширилади. Бу ҳаракатлар консолидациялашнинг умумий қоидаларини белгилайди:

- бош компаниянинг ҳар бир шубба корхонага инвестицияларининг баланс қиймати ва бош компанияга тааллуқли бўлган ҳар бир шубба корхона капитали қисми элиминацияланади (яъни ўзаро чиқарилиб ташланади); бирлашиши натижасида гудвил юзага келиши мумкин, қайсики молиявий ҳолат тўғрисидаги консолидациялашган ҳисоботда алоҳида сатрда акс этирилади;
- ҳисобот даври учун консолидацияланадиган шубба компаниялар фойда ва зарарлардаги назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси аниқланади;
- консолидациялашадиган шубба компаниялар соф активларидаги назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси бош компания акциядорлари капиталидан алоҳида кўрсатилади.
- гуруҳ компаниялари ўртасида мавжуд бўлган гуруҳ ичидаги қолдиқлар, операциялар, даромадлар ва харажатлар элиминация қилиниши, яъни тўлик чиқарилиб ташланиши керак.
- консолидациялашган молиявий ҳисобот тузишда бош компания ва шубба компаниялар молиявий ҳисоботлари бир ҳисобот санасида тузилган бўлиши шарт. Агар бош компаниянинг ҳисобот санаси шубба компаниянинг ҳисобот санасидан фарқ қилса шубба компания бош компаниянинг ҳисобот санасига қўшимча молиявий ҳисобот тузиши талаб этилади. Ҳисоботлар санаси ўртасидаги фарқ ҳар қандай ҳолларда 3 ойдан ошмаслиги керак.
- консолидациялашган молиявий ҳисобот гуруҳнинг ягона ҳисоб сиёсати асосида шаклланади. Агар гуруҳда биронта компаниянинг қайсидир ҳисоб объектлари ёки операцияларига нисбатан ҳисоб сиёсати гуруҳнинг ҳисоб сиёсатига мувофиқ келмаса, бундай ҳолларда ҳисобот консолидацияси мақсадлари учун коррективкаларни киритиш керак.
- агар компания гуруҳи таркибига турли хил мамлакатларда жойлашган компаниялар кирса, у ҳолда алоҳида компаниялардан олинган ҳисоботларни консолидацияланган ҳисобот валютасига қайта ҳисоблашга зурурият туғилади. Ҳар хил моддалар учун валютанинг турли хил курслари, масалан ҳисобот даврининг охиридаги курс, давр давомидаги ўртача курс, операция юз берган санадаги курсларидан фойдаланилади.

Молиявий ҳолат тўғрисида КМҲ тузишдан олдин қуйидаги этаплардаги ишлар амалга оширилади:

Алоҳида ҳисоб-китоблар амалга оширилгандан сўнг умумий қоидага мувофиқ бош компания ва шубба компанияларнинг актив ва мажбуриятлари сатрлар бўйича коррективкаларни ҳисобга олиган ҳолда жамлаш орқали молиявий ҳолат тўғрисида консолидациялашган молиявий ҳисобот тузилади. Молиявий ҳолат тўғрисидаги консолидациялашган ҳисоботни тузиш жадвалини келтирамиз.

2-жадвал

Молиявий ҳолат тўғрисида консолидациялашган молиявий ҳолат тўғрисидаги ҳисобот (бухгалтерия баланси) тузишнинг ишчи жадвали

МҲҲ моддалари	БК	ШК	Гуруҳ	Изоҳ
Айланма маблағлардан ташқари активлар:				
Гудвил	-	-	Г	Алоҳида ҳисоб-китоблар бўйича
Шубба корхоналарга инвестициялар	Б	-	-	Чиқариб ташланади
Мулк (ер), бино, машина	Б	Ш	Б+Ш	+/- гуруҳ ичидаги

ва асбоб-ускуналар				узатишлар билан боғлиқ корректировкалар, бизнесни бирлаштиришда ШК активларини адолатли қиймати бўйича қайта баҳолаш
Номоддий активлар	Б	Ш	Б+Ш	+/- гуруҳ ичидаги узатишлар билан боғлиқ корректировкалар, бизнесни бирлаштиришда ШК активларини адолатли қиймати бўйича қайта баҳолаш
Бошқа айланма маблағлардан ташқари активлар	Б	Ш	Б+ш	+/- бўлиши мумкин бўлган корректировкалар
Жорий активлар: Захиралар	Б	Ш	Б+Ш	+/- бўлиши мумкин бўлган корректировкалар
Дебиторлик қарзлари	Б	Ш	Б+Ш	-гуруҳ ичидаги операциялар бўйича қарздорлик
Пул маблағлари	Б	Ш	Б+Ш	+гуруҳ ичидаги ҳисоб- китоблар бўйича пул маблағлари
Бошқа жорий активлар	Б	Ш	Б+Ш	+/- бўлиши мумкин бўл- ган корректировкалар
Хусусий капитал: Акциядорлик капитали	Б	Ш	Б	Фақат Б
Эмиссион капитал	Б	Ш	Б	Фақат Б
Қайта баҳолаш резерви	Б	Ш	ҚБР	Алоҳида ҳисоб-китоблар
Тақсимланмаган фойда	Б	Ш	ТФ	Алоҳида ҳисоб-китоблар
Назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси	-	-	НКҚХ	Алоҳида ҳисоб-китоблар
Мажбуриятлар	Б	Ш	Б+Ш	- гуруҳ ичидаги ҳисоб- китоблари бўйича қарздорлик

Манба: ©2016 PricewaterhouseCoopers. Все права защищены. Этот материал подготовлен Академией PwC для экзаменов ДипИФР в 2016 году. 2219 с. Муаллиф томонидан қайта ишланган.
Изоҳ: БК - бош компания, ШК – шуъба компания, Б-бош, Ш-шуъба

1-мисол. 2014 йил 31 декабрида Б компанияси Ш компаниясининг 80% оддий акцияларини 20.000.000 п.б. га харид қилиб олди. Ш компаниясининг ушбу санага тақсимланмаган фойдаси 4.000.000 п.б.. Қуйида Ш компаниясининг харид санасида адолатли қиймати тўғрисидаги маълумотлар келтирилган.

Актив	Баланс қиймати 000 п.б.	Адолатли қиймати 000 п.б.
Бино	6.000	14.000
Ер	10.000	9.000

Изоҳ. Бино бўйича харид санасида хизмат қилиш муддати 4 йил

Ш компаниясининг бошқа соф активларининг харид санасида адолатли қиймати унинг баланс қийматига тенг. Гудвилнинг қадрсизланиши борасидаги 2015 йил 31 декабрда ўтказилган тест натижалари шуни кўрсатадики, унинг қадрсизланиши 400.000 п.б. ни ташкил этмоқда.

2015 йил 31 декабр ҳолати бўйича молиявий ҳолат тўғрисидаги ҳисоботи

	Б. 000 п.б.	Ш. 000 п.б.
Д компаниясига инвестиция	20.000	
Бошқа соф активлар	40.000	30.000
	60.000	30.000
Акциядорлик капитали	28.000	12.000
Тақсимланмаган фойда	32.000	18.000
	60.000	30.000

Изоҳ: Рақамлар шартли

Талаб этилади: 2015 йил 31 декабр ҳолати бўйича молиявий ҳолат тўғрисидаги консолидациялашган ҳисоботни тузиш, агар:

1) Харид санасида назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси соф активларнинг адолатли қийматига пропорционал ҳисобга олинади;

Ечиш.

1) **Молиявий ҳолат тўғрисида консолидациялашган ҳисобот** 000 п.б.

Гудвил (2-ҲК)1200

Бошқа соф активлар (40.000+30.000+6000-1000).....75000

76200

Акциядорлик капитали.....28000

Тақсимланмаган фойда (4-ҲК).....41200

Назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси (3-ҲК).....7.000

76200

Ушбу консолидациялашган ҳисоботни тузишда қуйидаги ҳисоб-китоблар амалга оширилади.

1-Ҳисоб-китоб (1-ҲК). Шуъба компаниянинг соф активлари ҳисоби

	Харид қилиш санасида	Ҳисобот санасида
Акциядорлик капитали	12.000	12.000
Тақсимланмаган фойда	4.000	18.000
+Бинолар қиймати коррективкаси	8.000	6.000
-Ер қиймати коррективкаси	(1000)	(1000)
	23.000	35000

2-Ҳисоб-китоб (2-ҲК.) Гудвил.

Инвестиция.....20.000

+Харид санасида НКҚХ (20%x23.000).....4.600

- Харид санасида соф активлари.....(23.000)

Харид санасида гудвил.....1600

3-Ҳисоб-китоб (3-ҲК). Назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси.

Харид санасида НКҚХ.....4.600

Соф активлар ўзгариши НКҚХ ҳиссаси (20%(35000-23000)).....2.400

Ҳисобот санасида НКҚХ.....7.000

4-Ҳисоб-китоб. Гуруҳнинг тақсимланмаган фойдаси

Б нинг тақсимланмаган фойдаси.....	32.000
Соф активлар ўзгаришида бош компаниянинг ҳиссаси.....	9.600
Гудвилнинг қадрсизланиши.....	400
Гуруҳнинг тақсимланмаган фойдаси.....	41.200

Манба: ©2016 PricewaterhouseCoopers. Все права защищены. Этот материал подготовлен Академией PwC для экзаменов ДипИФР в 2016 году. 2222 с. Муаллиф томонидан қайта ишланган. Рақамлар шартли.

Молиявий ҳисоботни консолидациялашда консолидация коррективкалари муҳим рол ўйнайди. Буларнинг асосийларини санаб ўтаем:

1-корректировка. Консолидациялашган молиявий ҳисоботни шакллантиришда дебиторлик ва кредиторлик қарзларининг гуруҳ ичидаги суммалари ўзаро ёпилади. Агар гуруҳ ичидаги ҳисоб-китоблар ўзаро текшируви натижасида қарздор томонидан ўтказилган, лекин олувчи томонидан ҳисобга олинмаган пул маблағлари мавжудлиги аниқланса, бундай ҳолларда гуруҳ ичидаги қарздорлиги ва пул олувчининг пул маблағлари счётидаги қолдиғи бўйича корректировка киритилиши талаб этилади.

2-мисол. Б компанияси Ш компаниясига нисбатан бош ҳисобланади. Ҳисобот даврининг охирида Ш компанияси Б компаниясига 800 п.б. ўтказди. Лекин бу сумма ҳисобот санасида Б компаниясининг ҳисоб-китоб счётига келиб тушмади. Натижада, Б компаниясининг ҳисобот санасида дебиторлик қарзи Ш компаниясидан олиниши керак бўлган 2000 п.б. иборат бўлди. Ш компаниясининг Б компаниясига нисбатан кредиторлик қарзи эса ҳисобот санасида 1200 п.б. ни ўз ичига олади.

Топшириқ. Гуруҳ ичидаги қолдиқларни чиқариб ташлаш учун корректировка ёзувларини тузиш.

Ечиш. Бунинг учун қуйидаги корректировка ёзувлари берилди.

Д-т Пул маблағлари.....800

Д-т Кредиторлик қарзлари.....1200

К-т Дебиторлик қарзи.....2000

2-корректировка. Гуруҳ ичидаги операциялар бўйича товарлар реализациясида реализация қилинмаган фойда юзага келиши мумкин.

Консолидациялашган молиявий ҳисобот реализация қилинмаган фойда захиралар қийматини ҳамда гуруҳнинг консолидациялашган тақсимланмаган фойдасининг камайишига олиб борилади.

3-мисол. Бош компания шуъба компанияга 30.000 п.б. товар сотди. Б компанияси учун сотилган товарлар таннархи 20.000 п.б. Ҳисобот санасида шуъба компаниянинг омборхонасида ушбу товардан бош компаниядан харид қилиб баҳосида 6000 п.б. суммада қолдиқ қолган.

Топшириқ. Гуруҳнинг реализация қилинмаган фойдасини ҳисоблаш.

Ечиш. Ушбу товарларни жўнатишдаги реализация қилинмаган фойда қуйидаги тартибда ҳисобланади.

Б компаниясининг сотишдан фойдаси = 30.000 - 20.000 = 10.000 п.б.

Ш компанияси ташқарига 20%лик товарни сотмади (6.000 / 30.000).

Демак, гуруҳнинг реализация қилинмаган фойдаси 2000 п.б ни ташкил этмоқда (10.000 x 20%).

Агар ички гуруҳ операциялари бўйича сотувчи бош компания бўлса, бундай ҳолларда реализация қилинмаган фойда гуруҳнинг тақсимланмаган фойдаси орқали чиқарилади.

Агар товарларни сотувчи шуъба корхона бўладиган бўлса, реализация қилинмаган фойда соф активларни ҳисоб-китоб қилишда чегирилади.

3-корректировка. Гуруҳ ичида асосий воситаларни (ер, бино, машина ва асбоб-ускуналарни) узатиш бўйича операциялар юз бериши мумкин. Асосий воситаларни гуруҳ ичида сотишда сотувчи компания ушбу операциядан фойда ва зарарларни акс эттиради. Харидор компания эса асосий воситаларни ўзининг молиявий ҳолат тўғрисидаги ҳисоботида харид қийматида қабул қилади ва шу асосда унга депресиация (амортизация) ҳисоблайди. Гуруҳ нуктаи назаридан ҳисоботда асосий воситаларни узатиш бўйича операция худди рўй бермаганидек натижалар асосида акс эттириш талаб этилади. Бунинг учун консолидация жараёнида қуйидаги корректировкалар амалга ошади.

- Битим бўйича молиявий натижалар инobatга олинмайди ва чиқарилиб ташланади;
- Ҳисобланган депресиация корректировка қилинади.

4-мисол. Б компаниясига Ш компаниясининг 80%лик оддий акциялари таллуқлидир. 2015 йил 1 январида Б компанияси Ш компаниясига 150.000 п.б. асосий воситасини сотди ва 10.000 п.б. фойда ишлаб топди. Шуъба корхона ушбу асбоб-ускунадан фойдаланади. 2015 йил 1 январ ҳолатига кўра кутилаётган фойдали хизмат муддати 10 йил.

Топшириқ. Консолидациялашган ҳисоботда асосий воситаларни ички гуруҳ сотиши бўйича зарур корректировкаларни амалга ошириш.

Ечиш. Консолидацияланган ҳисоботда реализация қилинмаган фойда тўлиқ чиқариб ташланиши керак. 2015 йил 1 январ ҳолати бўйича молиявий ҳолат тўғрисидаги консолидациялашган ҳисоботда асбоб-ускуналарнинг қиймати 140.000 п.б. (150.000 - 10.000) бўлиши керак. Фойда ва зарарлар тўғрисидаги консолидациялашган ҳисоботда эса фойда 10.000 га камайтирилиши талаб этилади.

Шунингдек, ҳар йили фойда ва зарарлар тўғрисидаги ҳисоботда асосий воситалар амортизацияси асосий воситалар қийматига корреспонденцияланган ҳолда камайтирилиши керак:

- 1) Реализация қилинмаган фойда чиқариб ташланади
Д-т Асосий воситаларни сотишдан даромад..... 10.000
К-т Асосий воситалар (Ер, бино, машина ва асбоб-ускуналар)...10.000
- 2) Ортиқча ҳисобланган депресиация
Д-т Асосий воситалар (Ер, бино, машина ва асбоб-ускуналар)...1.000
К-т Депресиация харажатлари.....1.000

4-корректировка. Харид санасидан кейин олинган фойдан тўланадиган эълон қилинган дивидендлар бўйича корректировкалар қуйидаги тартибда амалга оширилади:

5-мисол. Б бош компанияга Ш шуъба компаниясининг 90%лик акциялари таллуқли. Ҳисобот санасига қадар (31.12.2015 йил) Б компанияси 45.000 п.б. суммага, шуъба компания эса 24.000 п.б. суммага дивиденд эълон қилди.

Ш компаниясининг соф активлари ташкил этади:

	Харид санасида	Ҳисобот санасида
Акциядорлик капитали	90.000	90.000
Тақсимланмаган фойда	84.000	115.000 (Дивиденд эълон қилингунга қадар)
	174.000	205.000

Дивидендлар ҳисобга олунгунга қадар Б нинг тақсимланмаган фойдаси 210.000 п.б. ни ташкил этади.

Топшириқ. Ҳисоботни консолидациялаш мақсадида зурур корректировкаларни амалга ошириш.

Ечиш.

- 1) Бош компанияда дивидендларни тан олиш
 - Д-т Таксимланмаган фойда..... 45.000
 - К-т Дивиденд бўйича қарздорлик.....45.000
- 2) Шубба компанияда дивидендларни тан олиш
 - Д-т Таксимланмаган фойда..... 24.000
 - К-т Дивиденд бўйича қарздорлик..... 24.000

Шубба компанияси эълон қилган дивидендларнинг умумий суммасида бош компания 21.600 п.б. (90%) тааллуқлидир. Назорат қилинмайдиган томонларнинг ҳиссаси 2400 п.б. (10%)ни ташкил этади.

 - 3) Днинг дивиденд кўринишдаги даромаддан Бнинг ҳисобида тан олинади:
 - Д-т Дивидендлар бўйича дебиторлик қарзи..... 21.600
 - К-т Дивидендлар кўринишидаги даромадлар..... 21.600
 - 4) Молиявий ҳолат тўғрисидаги ҳисобот консолидациясида моддалар элиминацияси:
 - Д-т Дивиденд бўйича кредиторлик қарзлари..... 21.600
 - К-т Бнинг дивидендлар бўйича дебиторлик қарзлари..... 21.600
 - 5) Фойда ва зарарлар тўғрисидаги ҳисобот консолидациясида моддалар элиминацияси:
 - Д-т Бда дивиденд кўринишидаги даромад.....21.600
 - Д-т Ш дивидендида назорат қилинмайдиган томонлар ҳиссаси...2.400
 - К-т Днинг таксимланмаган фойдаси..... 24.000

Манба: ©2016 PricewaterhouseCoopers. Все права защищены. Этот материал подготовлен Академией PwC для экзаменов ДипИФР в 2016 году. 2232 с. Муаллиф томонидан қайта ишланган.

Ушбу илмий мақолада кўтарилган масалалар ва уларнинг ҳал қилиниши бўйича ишланмалар асосида қуйидаги хулосалар ва таклифлар ишлаб чиқилди.

- Молиявий ҳисобот консолидациясига оид таянч атамалар, жумладан консолидациялашган молиявий ҳисобот, назорат, назорат қилинмайдиган қатнашиш ҳиссаси, таъсир кучи тушунчалар тавсифини халқаро стандартларга мувофиқлаштириш зарурлиги исботланди;

- Хорижий тажрибаларни ўрганиш асосида молиявий ҳисоботни консолидациялашда бажариладиган ҳисоб-китоблар, консолидациялаш жадвали, корректив ва элиминация ёзувлари ҳамда консолидациялашган молиявий ҳолат тўғрисидаги ҳисоботни тузиш тартиби амалий мисолларда кўрсатиб берилди.

Мақолада келтирилган ишланмалар молиявий ҳисоботни консолидациялашда, халқаро ва миллий стандартлар талабларини бажаришда ҳамда меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларни халқаро меъёрларга мувофиқлаштиришда кўл келади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисидаги” Қонуни. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й., 15-сон, 142-модда.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 24 апрелдаги “Акциядорлик жамиятларида замонавий корпоратив бошқарув услубларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисидаги” фармони. Халқ сўзи газетаси. 2015 йил 25 апрель.
3. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича ҳаракатлар стратегияси. 2017. strategy.regulation.gov.uz

4. Международные стандарты финансовой отчетности. Minfin.ru/ru/performance/accounting/mej_standart_fo/docs\09.02.2016
5. Ўзбекистон Республикаси бухгалтерия ҳисоби миллий стандартлари тўплами.–Ташкент: “NORMA”, 2011.–360-бет.
6. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб интизом ва шахсий жавобгарлик ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. Зарафшон газетаси. 2017 йил 17 январ, 7(22.807)-сон, 4-бет.
7. 2016 PricewaterhouseCoopers. Все права защищены. Этот материал подготовлен Академией PwC для экзаменов ДипИФР в 2016 году. 3205 с.
8. Исмухамбетова З.Н. Консолидация финансовой отчетности по международным стандартам. Ж. Управление финансами. №11, 2014 с 94-100
9. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ СОСТАВЛЕНИЯ СВОДНОЙ (КОНСОЛИДИРОВАННОЙ) ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ АО. [HTTP://WWW.GRANDARS.RU/STUDENT/BUHGALTERSKIY - UCHET/KONSOLIDIROVANNAYA-FINANSOVAYA-OTCHETNOST.HTML](http://www.grandars.ru/student/buhgalterskiy-uchet/konsolidirovannaya-finansovaya-otchetnost.html)

<p>С.Н.Ташназаров</p> <p>Вопросы консолидации финансовой отчетности (отчет о финансовом состоянии)</p> <p>Аннотация: статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме – составлению консолидированной финансовой отчетности, что является одним из обязательных требований МСФО. В статье проведен сравнительный анализ МСФО (IFRS) 10 и 8-НСБУ по критерию определение ключевых терминов, учетные требования и процедуры консолидации финансовой отчетности. Также рассмотрен практический пример по составлению консолидированного баланса, выдвигаются научные предложения по совершенствования нормативно-правовых документов.</p> <p>Ключевые слова: консолидированная финансовая отчетность, материнская компания, дочерняя компания, неконтролирующая доля участия, гудвил.</p>	<p>S.N.Tashnazarov</p> <p>Problems of consolidated financial statements (statements of financial position)</p> <p>Abstract: The article is devoted to actual nowadays problem - consolidated financial statements, which is the mandatory requirements of IFRS. In the article was conducted comparative analysis of IFRS 10 and NAS 8 on a criteria definition of the keywords and consolidation of financial statements procedures. Also have considered practical example for compiling the consolidated balance and recommendations for developments national standards of accounting.</p> <p>Keywords: consolidated financial statements, the parent company, subsidiarycompany, non-controlling interest, goodwill.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

З.У.Тошкенбаева – ТМИ катта илмий ходим-изланувчиси

ТУРИЗМДА БОШҚАРУВ ҲИСОБИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: мақолада туризмда бошқарув ҳисобининг ўзига хос хусусиятлари қараб чиқилган. Унда туристик ташкилотларда бошқарув ҳисоби томонидан амалга ошириладиган жараёнлар ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари, бошқарув ҳисобининг ахборотларига қўйиладиган талаблари ёритилган ва улардан амалиётда фойдаланиш бўйича тегишли тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: туризм, бошқарув ҳисоби, бошқарув қарорлари, ахборотлар, тижорат сири, ташқи фойдаланувчилар, ички фойдаланувчилар.

Барча соҳаларда бошқарув ҳисоби маълумотлари асосан ички фойдаланувчиларга мўлжалланган бўлиб, бошқарувчиларга хизмат қилади. Ушбу ҳисобнинг асосий йўналишлари бошқарувчиларнинг мақсади ва вазифаларидан келиб чиқади. Мазкур ҳисобни ташкиллаштиришда давлат томонидан тартибга солинмайди. Ушбу ҳисобнинг мақсади туристик фирмаларда ҳам уларнинг манфаатларини кўзлаган ҳолда мазкур субъектда умумий қабул қилинган тартиб-қоидаларга асосланган ҳолда иш кўришни таъминлашдан иборат. Бу ушбу фаннинг энг муҳим ўзига хос хусусиятларидан бири бўлиб ҳисобланади.

Туризм билан шуғулланувчи субъектларда бошқарув ҳисобининг предмети туристик хизматлар ва уларнинг таркибий қисмларини ўзида ифода этган хизмат кўрсатиш фаолиятидир. Хўжалик амалиётлари алоҳида ҳолларда бошқарув ҳисобининг предмети доирасидан чиқиши мумкин. Чунки давлат томонидан регламент қўйилмаганидан кейин, ички заруратдан келиб чиқиб, шундай ҳолат рўй бериши табиий.

Бошқарув ҳисобининг объектитуристик фирманинг бутун фаолиятини ташкил қилмайди, балки айрим ўзлари учун зарур бўлган қисмлари билан чегараланади. Бу маълум даражада фирмаларнинг тижорат сири ҳам бўлиши мумкин. Булар таркибига туристик ташкилотларининг харажатлари, ташкилот ва унинг таркибий бўлинмалари даромадлари, турли фаолият натижалари, ички баҳони ташкил қилиш, бюджетлаштириш ва ички ҳисоботлар тизимини киритиш мумкин.

Бошқарув ҳисоби ўзининг моҳияти ва мазмунига кўра молиявий ҳисобдан фарқ қилади. Бошқарув ҳисоби ҳам молиявий ҳисоб сингари «тарихий» ахборотларни, баҳо ва келажакдаги режаларни ўзида мужассам этади. Аммо улар мақсади нуктаи назардан бир-биридан фарқ қилади. Молиявий ҳисобнинг мақсади молиявий-иқтисодий жараёнлар қандай бўлганини ифода этса, бошқарув ҳисоби ушбу жараёнлар ҳозир қандай ҳолатда ва келажакда қандай бўлиши кераклигини ифодалайди.

Туристик ташкилотларда бошқарув ҳисоби томонидан амалга ошириладиган жараёнлар ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилардан иборат:

- бошқарувчиларнинг тезкор тарзда қабул қилинадиган қарорларига ахборотларни етказиб беришда ёрдам кўрсатиш;
- туристик ташкилотларнинг жорий аҳволига тезкор тарзда баҳо бериш ва камчиликларни бартараф қилиш йўллари ишлаб чиқиш;
- туристик ташкилотлар фаолияти ва иқтисодий самарадорлигини башоратлаш, режалаштириш ва уларнинг ижроси жавобгарликларни назорат қилиш;

- туристик ташкилотларда туристлар ва ходимлар учун мативацияни йўлга қўйиш чораларини кўриш;
- туристик ташкилотлар хизматлари баҳосини ташкил қилишни асослашни таъминлаш;
- туристик ташкилотларни ривожлантиришнинг энг самарали йўлларини танлаш кабилардан иборат.

Молиявий ҳисоб ахборотлари асосан қонуний аҳамиятга молик ҳужжатларга таянса, бошқарув ҳисобида сон-саноксиз ахборотлардан (ҳатто миш-мишлар, ижтимоий сўров натижалар ва бошқа маълумотлардан) ҳам фойдаланган ҳолда бошқарув қарорларини қабул қилади ёки фаолиятида ушбу ахборотларга аҳамият берилади. Туризм соҳасида реал ҳолатга баҳо бериш учун асосан социологик сўров маълумотларидан кенг фойдаланилади. Шу билан бирга, бошқарув ҳисобида фойдаланиладиган ахборотларнинг ҳам бир қисми ҳисоб ва ҳисоботларда ифодаланиши мумкин. Шу жиҳатдан мазкур ҳисобда фойдаланиладиган ахборотлар ўз навбатида ҳисоб ва ҳисоботларда ифодаланиладиган ва ҳисоботларда ифодаланмайдиган гуруҳларга бўлинади.

Ҳисобланадиган ахборотлар асосан расмий ҳужжатларга асосланади. Ҳисобланмайдиган ахборотлар кўп ҳолларда бир марталик бўлиб, таъкидланганидек, ижтимоий сўров натижалари ва бошқа ҳисоб ва ҳисоботларда ифодаланмайдиган маълумотларни ўз ичига олади. Мазкур ҳисобда ахборотлардан асосан хизмат ҳажмини, унинг баҳоларини башоратлашда фойдаланишлари мумкин.

Туристик ташкилотларда бошқарув ҳисобининг ахборотларига қуйидаги талаблар ҳам унинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқади ва булар бир қанча талабларга жавоб бериши лозим. Буларга:

- манзилли бўлиши керак;
- тезкорликни таъминлаши лозим;
- ахборотлар бошқарув қарорларини қабул қилиш учун етарли даражада бўлиши керак;
- уларни таҳлил қилиш мумкинлиги таъминланган бўлиши керак;
- ҳар бир ахборот шунчаки ахборот учун эмас, балки у фойдали маълумотларни беришга мўлжалланган бўлиши лозим;
- ахборотларнинг мослашувчанлигини ҳам таъминланиши керак;
- туристик ташкилотларнинг ташаббускорлигини белгилайдиган ахборотларни бериши лозим;
- турфирмаларда ҳам бошқа соҳалар сингари тежамлиликни ҳам таъминлаш каби масалаларни киритиш мумкин.

Молиявий ҳисоб ва ҳисоботнинг ахборотларидан фойдаланувчилар асосан ташқи истеъмолчилар бўлса, бошқарув ҳисобининг фойдаланувчилари, таъкидланганидек, ички бошқарув ходимлари, инвесторлар, корхона эгалари бўлиб ҳисобланади. Шу туфайли бошқарув ҳисобига қўйилган талаблар ҳам ҳар бир корхонада, унинг мақсадидан келиб чиқиб, ўзига хос бўлиши мумкин.

Яна бир муҳим жиҳат, турфирмаларда ҳам бошқарув ҳисобини амалга оширишда бир қанча усуллардан фойдаланиши мумкин. Буларга:

- молиявий ҳисоб усуллари;
- статистик ҳисоб усуллари;
- индекс усуллари;
- иқтисодий таҳлил усуллари;
- иқтисодий-математик усуллари (корреляция, чизиқли дастурлаш, энг кичик квадратлар ва бошқалардан) кабиларни киритиш мумкин.

Бошқарув ҳисобида ушбу усуллар қўлланилган ҳолда хўжалик фаолияти тизимли равишда тезкор таҳлил қилиш имконини туғдиради. Бу мазкур ҳисобнинг ўзига хос хусусиятларидан бири сифатида баҳоланиши мумкин.

Бошқарув ҳисобининг аниқ методологиясини танлашда бошқарувнинг учта жиҳатларига алоҳида эътибор қаратилади. Чунки иқтисодиётнинг эркинлиги бевосита фирмалар доирасида бошқарув ҳисобининг ўзига хослигида ҳам намоён бўлади. Бу қуйидагиларда ўз аксини топади:

- туристик фирмаларнинг ҳисоб сиёсати мустақил равишда шакллантирилади, унда ўз мақсадига мос ҳолда, аниқ фаолият турининг бухгалтерия ҳисоби қоидалари шакллантирилади;

- турфирмаларнинг бизнес технологияси ва аниқ фаолият тури ҳам алоҳида мазкур ҳужжатда ифодаланади;

- аниқ бизнес турининг меъёрий базалари ҳам кўрсатилган бўлади.

Бошқарув ҳисоби бир-бири билан ўзаро боғланган учта ташқи фойдаланувчилар тизимдан иборат:

- харажатлар ҳисоби (ташқи фойдаланувчилари молиявий ҳисобот билан);
- фаолият кўрсаткичлари (ташқи фойдаланувчи менежерлар билан);
- бошқарув ҳисоботлари (ташқи фойдаланувчилари қабул қилинадиган қарорлар тизими билан) кабилардан иборат.

Ҳар бир тип хўжалик фаолияти учун махсус, ўша хўжалик учун ўзига хос бўлган бошқарув ҳисоби шакллари, бошқарув маълумотлари ва бошқарув моделлари, шунингдек, бошқарув ҳисобининг ихтисослашган шакллари мавжуд. Бунда ҳар бир корхонада умумий бошқарув ҳисоби жумладан: харажатлар ҳисоби, бошқарувнинг стандарт ҳисоботи ва бўлимларнинг фаолияти режа шаклидаги кўрсаткичларидан фойдаланилади.

Туристтик ташкилотларда бошқарув ҳисоби тизимини яратишни уч босқичда амалга ошириш мумкин. Бунда ҳар бир босқичда ўзига хос бўлган масалалар ҳал қилинади.

Биринчи босқич – мавжуд қарорлар таҳлил қилинади, уларнинг тегишли тавсифи берилди ва бошқарув қарорларини қабул қилиш борасидаги ахборотлар шакллантирилади.

Иккинчи босқич – бошқарувни ҳисоби натижасида қабул қилинган қарорлари билан бошқа йўналишда қабул қилинган қарорлар бир-бири билан таққосланади, шунингдек, улар ҳисоб сиёсати ва бухгалтерия амалиёти ҳамда мавжуд ҳисоб технологиялари билан боғлиқлигига аҳамият берилди.

Учинчи босқич – ҳисоб технологияларини амалиётга татбиқ қилиш даражаси қараб чиқилади.

Туристтик ташкилотларда ҳам бошқарув ҳисобини бошқариш ваколатлари берилган бухгалтерлар, бухгалтер-аналитиклар (бухгалтер-менежерлар) амалга оширади. Умуман бошқарув аппаратини режалаштиришни, уларни бир-бири билан мувофиқлаштириш, қарорлар қабул қилиш, назоратни амалга ошириш ва рағбатлантириш масалаларини ташкил қилувчи ва бирлаштирувчи бошқарув жамоаси бўлиб ҳисобланади. Бу жамоа бошқарув аппаратининг турли лавозимидаги манфаатдор шахслардан ташкил топади.

Хулоса қилиб айтганда, туризм соҳасида бошқарув ҳисобининг зарурлиги объектив шароитдан келиб чиқади. Чунки, ушбу соҳа тадбиркорликка ва хусусий мулкка асосланган бўлиб, рақобат муҳитида фаолият кўрсатади. Шунингдек, у молиявий ҳисобга нисбатан моҳияти ва таркиби жиҳатидан маълум белгилари ва тамойиллари билан фарқ қилади. Юқоридагилардан келиб чиқиб қуйидаги илмий-амалий тавсияларни беришликни мақсадга мувофиқ, деб топдик:

1. Бошқарув ҳисобини туристик ташкилотларда ҳам кенг қўллаш ва ҳисоб сиёсатида унинг асосий тамойилларига аҳамият бериш йўллари ишлаб чиқиш лозим.

2. Бошқарув ҳисоби молиявий ҳисобга нисбатан эркин ва кенг қўламли бўлганлигини инобатга олиб, у билан фақат бухгалтерлар эмас, балки бошқарув қарорларини қабул қилишга масъул бўлган бошқарув аппарати ходимлари шуғулланиши мақсадга мувофиқ.

3. Ҳозирги рақобат йилдан-йилга кучайиб бораётган паллада, улардан кенг фойдаланиш бўйича ҳар бир туристик ташкилот ўзининг ҳисоб сиёсатига эга бўлишлигини ҳам тақозо қилади.

Агар бизнинг тавсияларимиз амалга ошадиган бўлса, туристик ташкилотларда ҳам бошқарув ҳисоби шаклланиб, аста-секинлик билан такомиллашиб бориш баробарида, бошқарув қарорларини қабул қилишда асосий дастаклардан бирига айланади.

<p style="text-align: center;">З.У.Ташкенбаева Особенности управленческого учета в туризме</p>	<p style="text-align: center;">Z.Tashkenbaeva Features of management accounting in tourism</p>
<p>Аннотация: в статье рассмотрены особенности управленческого учета в туризме. В ней освещены процессы и особенности управленческого учета в туристических организациях, требования к информации управленческого учета, а также, приведены рекомендации по их практическому применению.</p> <p>Ключевые слова: туризм, управленческий учет, управленческие решения, информация, коммерческая тайна, внешние пользователи, внутренние пользователи.</p>	<p>Abstract: in the article features of the management accounting in tourism are considered. It highlights the processes and features of management accounting in tourism organizations, the requirements for information management accounting, as well as recommendations for their practical application.</p> <p>Keywords: tourism, management accounting, management decisions, information, commercial secret, external users, internal users.</p>

Б.А.Маматов – БМА мустақил изланувчиси

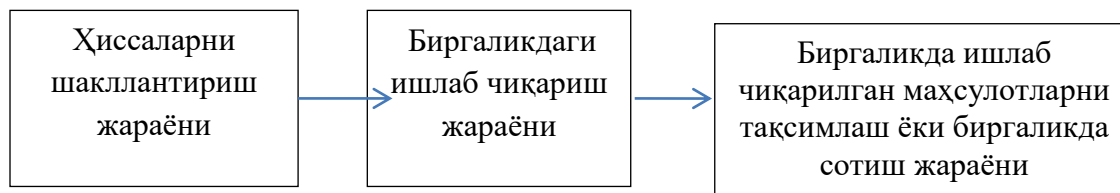
БИРГАЛИКДАГИ ОПЕРАЦИЯ ИШТИРОКЧИЛАРИДА БИРГАЛИКДАГИ ФАОЛИЯТДА ҲИССАЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЖАРАЁНИ БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИНИНГ МЕТОДОЛОГИК МАСАЛАЛАРИ

<p>Аннотация: ушбу мақолада биргаликдаги операция иштирокчиларида биргаликдаги фаолиятда ҳиссаларни шакллантириш бухгалтерия ҳисобининг халқаро ва миллий амалиёти танқидий таҳлили келтирилган ҳамда иштирокчилар томонидан биргаликдаги фаолиятни ташкил қилиш ва амалга ошириш учун киритилган ҳиссаларнинг бухгалтерия ҳисоби хусусиятлари ва уларни такомиллаштириш йўллари очиб берилган.</p> <p>Калит сўзлар: биргаликдаги фаолият, биргаликдаги операция, ҳисса, оддий ширкат шартномаси, ишончли шахс, ҳисоб объектлари, хужжатлаштириш, биргаликдаги фаолият иштирокчилари.</p>

Биргаликдаги фаолият – биргаликдаги фаолият юритишга доир келишувга асосан камида бир томоннинг доимий биргаликдаги назоратга эга бўлган ҳолда икки ёки ундан ортиқ шахсларнинг келгусида иқтисодий наф олиш мақсадида фаолият юритиши ҳисобланади.[1]. Ушбу таъриф тадқиқотларимиз, яъни биргаликдаги фаолиятда биргаликдаги назоратни аниқлашга ёндашувнинг ўзгариши натижасида биргаликдаги фаолиятга таърифнинг ҳам ўзгаришига олиб келди. Биргаликдаги фаолият: биргаликдаги операция ва биргаликдаги корхоналар шаклларига эга. Биргаликдаги фаолият билан боғлиқ операцияларни бухгалтерия ҳисобида акс эттиришнинг биргаликдаги фаолият қайси шаклда ташкил этилишига қараб ўзига хос хусусиятлари мавжуд.

Биргаликдаги операциялар шаклидаги биргаликдаги фаолиятнинг бухгалтерия ҳисобини ташкил этиш ва юритиш бўйича норматив-ҳуқуқий ҳужжатларнинг етарли эмаслиги ёки мавжуд норматив-ҳуқуқий ҳужжатлардаги ноаниқликлар биргаликдаги операциялар билан боғлиқ ҳисоб объектларини аниқлаш, уларнинг ҳисобини юритишда турли хил ёндашувларни, хусусан, биргаликдаги операциялар бўйича ҳиссаларни шакллантиришни молиявий инвестиция ёки киритилаётган ҳиссанинг тури бўйича бухгалтерия ҳисобида тан олиш, биргаликда маҳсулот ишлаб чиқариш ва уларни сотишдаги қийматнинг ўзгариши мос равишда киритилган молиявий инвестициянинг кейинги баҳоланиши ёки биргаликдаги операция иштирокчисининг ишлаб чиқариш жараёни бўлаги сифатида қаралиши каби ёндашувларни юзага келтирмоқда.

Биргаликдаги фаолиятни юридик шахс тузмасдан, яъни биргаликдаги операция шаклида ташкил этилганда унинг бухгалтерия ҳисобини ташкил этиш ва юритишдаги ёндашувларни унификациялаш мақсадида биргаликдаги операцияни 1-чизмада келтирилгани каби уч босқичга бўлган ҳолда ёритиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.



1-чизма. Биргаликдаги операцияни амалга ошириш жараёнлари

Ушбу мақолада биргаликдаги операция ташкил этилганда иштирокчиларнинг ҳиссаларни шакллантириш жараёни билан боғлиқ операцияларини бухгалтерия ҳисобида акс эттириш масаласини кўриб чиқамиз.

Биргаликдаги операцияни амалга ошириш, одатда, оддий ширкат шартномаси асосида амалга оширилади. Унга кўра биргаликдаги операция иштирокчиларда ҳиссаларни шакллантириш жараёни билан боғлиқ қуйидаги операциялар амалга оширилади ва мос равишда ўзларининг бухгалтерия ҳисобида акс эттиришади:

- иштирокчилар биргаликдаги фаолиятга пул, бошқа мол-мулк, касбий ва бошқа билимлар, малака ва маҳоратларини ҳисса сифатида киритиш;
- қўшилган ҳиссаларини иштирокчилар ўртасида келишилган ҳолда баҳолаш;
- иштирокчиларнинг биргаликдаги фаолиятдаги улушларини белгилаш;
- умумий улушли мулк ҳисобланувчи биргаликдаги фаолиятга қўшилган мол-мулкни шакллантириш;
- биргаликдаги фаолият мажбуриятларини шаклланиши ва уларни солидар сўндириш.

11-сонли МҲХС “Биргаликдаги фаолият”га асосан биргаликдаги операция шаклидаги биргаликдаги фаолият ташкил этилганда биргаликдаги фаолият томонлари:

- ўз активларини, шу жумладан, биргаликдаги активлардаги ўз улушини;
- ўз мажбуриятларини, шу жумладан, биргаликдаги мажбуриятлардаги улушини тан олиши лозимдир. [2]

Мамлакатимиз амалиётида биргаликдаги операцияни амалга оширишда ҳиссаларни шакллантириш жараёни билан боғлиқ операцияларни иштирокчиларнинг бухгалтерия ҳисобида ташкил этиш билан боғлиқ турли ёндашувлар мавжуд. Масалан, Л. Югай биргаликдаги операция шаклидаги биргаликдаги фаолият бўйича бухгалтерия ҳисоби юритиш тизимида 11-сонли МҲХСга келтирилган тартиб сингари, яъни ҳар бир иштирокчи ҳисса сифатида киритган мол-мулкни ўзининг бухгалтерия балансидан ҳисобдан чиқармасдан тегишли аналитик счётларда юритишни таклиф этган. Бундан ташқари, ушбу вариантда биргаликдаги фаолият бухгалтерия ҳисоби бўйича ишончли шахс белгиланмаслигини назарда тутади. Л. Югай томонидан оддий ширкат шартномаси асосида биргаликдаги фаолият бухгалтерия ҳисобини ташкил этиш бўйича таклиф этилган иккинчи вариантда ишончли шахс мақомини бажарувчи ваколатли иштирокчи белгиланиши лозимлиги ва у биргаликдаги фаолият бўйича операцияларни алоҳида ҳисобда юритиши лозимлиги келтирилган. Булардан ташқари, иштирокчиларнинг биргаликдаги фаолиятда ҳар бир харажати дебиторлик қарз сифатида тан олиниши кераклиги белгиланган. [3]

Ушбу масала юзасидан С.Гурвичнинг таклифида эса иштирокчиларнинг биргаликдаги фаолиятга киритган ҳиссалари бошқа юридик шахс устав капиталига инвестициялар каби тан олиниши ҳамда ушбу инвестициялар бухгалтерия ҳисобининг мавжуд қонун ҳужжатлари асосида тартибга солиниши лозимлиги билдирилган.[4]

Биз биргаликдаги операцияни иштирокчиларда бухгалтериясини ташкил этишни ушбу операцияларни ҳисобининг халқаро ва миллий амалиётини синтез қилган амалга ошириш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Бунда 11-сонли МҲХС сингари биргаликдаги операция шаклидаги биргаликдаги фаолиятга ҳиссаларни киритишда биргаликдаги фаолият иштирокчилари ўз активларини, шу жумладан, биргаликдаги активлардаги ўз улушини ҳамда ўз мажбуриятларини, шу жумладан, биргаликдаги мажбуриятлардаги улушини тан олиши лозимдир. Шунингдек, биргаликдаги операция бўйича Солиқ Кодексида белгиланган ишончли шахс биргаликдаги операция бўйича умумий ишларни юритишни амалга ошириши ва иштирокчилар биргаликдаги операцияни ўзининг бухгалтерия ҳисобида акс эттириши учун ҳисоб юритиши лозим. [5] Бунинг учун, биргаликдаги операциянинг ҳар бир иштирокчиси биргаликдаги операцияга киритган ҳиссалари бўйича ўзларининг ҳисоб сиёсатида акс эттирган ҳолда ушбу ҳиссаларни қуйидагича тегишли аналитик счётларда юритиши лозим:

- асосий воситаларни ҳисобга олувчи счётлар (0100, 0300) гуруҳи таркибида “Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган асосий воситалар” аналитик счёти;

- номоддий активларни ҳисобга олувчи счётлар (0400) гуруҳи таркибида “Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган номоддий активлар” аналитик счёти;

- тугалланмаган қурилишни ҳисобга олувчи счётлар (0810) таркибида “Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган тугалланмаган қурилиш” аналитик счёти;

- материалларни ҳисобга олувчи счётлар (1000) гуруҳи таркибида

“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган материаллар” аналитик счёти;

- ўзида ишлаб чиқарилган ярим тайёр маҳсулотларни ҳисобга олувчи счётлар (2100) гуруҳи таркибида “Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган ярим тайёр маҳсулотлар” аналитик счёти;

- тайёр маҳсулотларни ҳисобга олувчи счётлар (2800) гуруҳи таркибида “Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган тайёр маҳсулотлар” аналитик счёти;

- товарларни ҳисобга олувчи счётлар (2900) гуруҳи таркибида “Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган товарлар” аналитик счёти.

Бундан ташқари, агарда иштирокчи томонидан биргаликдаги фаолиятга пул маблағи ҳисса сифатида киритилганда 4890 “Бошқа дебиторлар қарзлари” счёти таркибида “Биргаликдаги фаолият бўйича ишончли шахсинг қарзи – ҳиссалар бўйича” аналитик счётини очиш зарур.

1-жадвал

Мол-мулкларни биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилишини биргаликдаги фаолият иштирокчилари бухгалтерия ҳисобида акс эттирилиши бўйича тавсиялар

Хўжалик операцияси мазмуни	Биргаликдаги фаолиятга ҳиссаларни киритилиши ҳисоби	
	Дебет	Кредит
<i>Асосий воситалар биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилиши</i>		
Асосий воситаларнинг бошланғич қийматига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган асосий воситалар” аналитик счёти	Асосий воситаларни ҳисобга олувчи счётлар (0100, 0300)
<i>Номоддий активлар биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилиши</i>		
Номоддий активларнинг бошланғич қийматига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган номоддий активлар” аналитик счёти	Номоддий активларни ҳисобга олувчи счётлар (0400)
<i>Тугалланмаган қурилиш биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилиши</i>		
Тугалланмаган қурилишнинг баланс қийматига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган тугалланмаган қурилиш” аналитик счёти	тугалланмаган қурилишни ҳисобга олувчи счётлар (0810)
<i>Материаллар биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилиши</i>		
Материалларнинг баланс қийматига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган материаллар” аналитик счёти	материалларни ҳисобга олувчи счётлар (1000)
<i>Ўзида ишлаб чиқарилган ярим тайёр маҳсулотлар биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилиши</i>		
Ўзида ишлаб чиқарилган ярим тайёр маҳсулотларнинг баланс қийматига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган ярим тайёр маҳсулотлар” аналитик счёти	ўзида ишлаб чиқарилган ярим тайёр маҳсулотларни ҳисобга олувчи счётлар (2100)
<i>Тайёр маҳсулотлар биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилиши</i>		
Тайёр маҳсулотларнинг баланс қийматига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган тайёр маҳсулотлар” аналитик счёти	тайёр маҳсулотларни ҳисобга олувчи счётлар (2800)

Товарлар биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилиши		
Товарларнинг баланс киймати	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган товарлар” аналитик счёти	товарларни ҳисобга олувчи счётлар (2900)
Пул маблағлар биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилиши		
Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган пул маблағлари суммасига	4891 “Биргаликдаги фаолият бўйича ишончли шахснинг қарзи – ҳиссалар бўйича” аналитик счёти	Пул маблағларини ҳисобга олувчи счётлар (5000, 5100, 5200, 5500)

Маълумки, миллий қонунчилигимиз бўйича операциялар амалга оширилганлигини қайд этувчи бошланғич ҳисоб ҳужжатлари ва уларни ўтказишга доир фармойишлар хўжалик операцияларининг бухгалтерия ҳисоби учун асос бўлади. Мол-мулклар биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилганда бухгалтерия ҳисобида биргаликдаги фаолият иштирокчилари томонидан акс эттирилиши учун “Биргаликдаги фаолият иштирокчисининг ҳиссасини қабул қилиш-топшириш далолатномаси”ни қуйида келтирилган шаклда тузиш мақсадга мувофиқ. Ушбу далолатнома биргаликдаги фаолият иштирокчиси ва ишончли шахс ўртасида тузилади.

**Биргаликдаги фаолият иштирокчиси
ҳиссасини қабул қилиш-топшириш
ДАЛОЛАТНОМАСИ**

_____-сон

Тузилган санаси " ____ " _____ 20__ й.

Иштирокчи _____
(юридик шахснинг тўлиқ номи)

Манзили: _____ СТИР _____

Ишончли шахс _____
(юридик шахснинг тўлиқ номи)

Манзили: _____ СТИР _____

Ушбу далолатномага асосан биргаликдаги фаолият иштирокчиси ўз ҳиссасини топширмоқда, Ишончли шахс эса ҳисса сифатида берилган мулкни биргаликдаги фаолиятни амалга ошириш учун қабул қилмоқда. Томонлар келишувига мувофиқ мулкни сақлаш ва ундан фойдаланиш жойи бўлиб

_____ белгиланди.

_____ (манзил)

Т/р	Берилган мол-мулк		Миқдори (_____да) (ўлчов бирлиги)	Бир бирликнинг шартномада баҳоланган қиймати	Суммаси
	номи	шартли белгиси			

Иштирокчи номидан топширди:

М.Ў. _____
(лавозими) (имзо) (имзонинг очиб берилиши)

Ишончли шахс номидан қабул қилди:

М.Ў. _____
(лавозими) (имзо) (имзонинг очиб берилиши)

Юқорида келтирилган 1-жадвалда биргаликдаги фаолият учун киритилаётган ҳиссалар иштирокчиларнинг бухгалтерия ҳисобида акс эттирган қиймати бўйича баҳоланмоқда. Бироқ, биргаликдаги операцияни амалга ошириш учун асос бўлувчи оддий ширкат шартномаси бўйича киритилган ҳиссаларни иштирокчилар ўртасида ўзаро келишган ҳолда баҳоланиши белгиланган. Шунга қарамасдан, киритилган ҳиссалар иштирокчининг бухгалтерия ҳисобида акс эттирилган қиймат бўйича баҳоланади. Чунки, киритилган ҳиссаларга бўлган эгалик ҳуқуқи ишончли шахсга ўтмаган ва мос равишда ушбу ҳиссалар балансдан ҳисобдан чиқарилмасдан, фақатгина ушбу мол-мулкнинг жойлашган жойи ўзгармоқда.

Биргаликдаги фаолиятни амалга ошириш учун умумий улушли мол-мулкларни шакллантирган ҳолда ҳам фаолият юритилиши мумкин. Бу ҳолда умумий улушли мол-мулкни сотиб олиш бўйича хўжалик операциялари иштирокчиларнинг бухгалтерия ҳисобида акс этирилиши тартиби қай тарзда амалга оширилиши бўйича муаммо юзага келади. Бу ҳолда биргаликдаги фаолиятда сотиб олинган умумий улушли мулкни иштирокчиларнинг биргаликдаги фаолиятдаги улушига мос қисмини сотиб олинган активнинг турига қараб кирим қиламиз (2-жадвал).

Маълумки, Солиқ Кодексига мувофиқ ишончли шахс биргаликда ишлаб чиқарилган маҳсулотни реализация қилиш оборотлари бўйича ушбу Кодексда белгиланган тартибда қўшилган қиймат солиғи, акциз солиғи (акциз тўланадиган товар реализация қилинган тақдирда) ва давлат мақсадли жамғармаларига ажратмалар тўлайди. Шундай экан, қўшилган қиймат солиғи тўланган мол-мулклар бўйича қўшилган қиймат солиғи суммасини ишончли шахсга транзит ўтказиш зарурияти туғилади (3-жадвал).

2-жадвал

Биргаликдаги фаолиятда умумий улушли мол-мулкларни шакллантиришни биргаликдаги фаолият иштирокчилари бухгалтерия ҳисобида акс эттирилиши бўйича тавсиялар

Хўжалик операцияси мазмуни	Биргаликдаги фаолиятга ҳиссаларни киритилиши ҳисоби		
	Дебет	Кредит	
		Мол-мулкни сотиб олиш бўйича тўловни иштирокчининг ўзи амалга оширганда	Мол-мулкни сотиб олиш бўйича тўловни ишончли шахс аввал тўланган пул маблағлари ҳисобидан амалга оширганда
<i>Биргаликдаги фаолиятда умумий улушли мол-мулк сифатида асосий воситалар сотиб олинганда</i>			
Иштирокчининг сотиб олинган асосий воситаларнинг бошланғич қийматидаги улуши суммасига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган асосий воситалар” аналитик счёти	Пул маблағларини ҳисобга олувчи счётлар (5000, 5100, 5200, 5500)	4891 “Биргаликдаги фаолият бўйича ишончли шахснинг қарзи – ҳиссалар бўйича” аналитик счёти
<i>Биргаликдаги фаолиятда умумий улушли мол-мулк сифатида номоддий активлар сотиб олинганда</i>			
Иштирокчининг сотиб олинган номоддий активларнинг бошланғич қийматидаги улуши суммасига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган номоддий активлар” аналитик счёти	Пул маблағларини ҳисобга олувчи счётлар (5000, 5100, 5200, 5500)	4891 “Биргаликдаги фаолият бўйича ишончли шахснинг қарзи – ҳиссалар бўйича” аналитик счёти
<i>Биргаликдаги фаолиятда умумий улушли мол-мулк сифатида материаллар сотиб олинганда</i>			
Иштирокчининг сотиб олинган материалларнинг баланс қийматидаги улуши суммасига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган материаллар” аналитик счёти	Пул маблағларини ҳисобга олувчи счётлар (5000, 5100, 5200, 5500)	4891 “Биргаликдаги фаолият бўйича ишончли шахснинг қарзи – ҳиссалар бўйича” аналитик счёти
<i>Биргаликдаги фаолиятда умумий улушли мол-мулк сифатида товарлар сотиб олинганда</i>			
Иштирокчининг сотиб олинган товарларнинг баланс қийматидаги улуши суммасига	“Биргаликдаги фаолиятга ҳисса сифатида киритилган товарлар” аналитик счёти	Пул маблағларини ҳисобга олувчи счётлар (5000, 5100, 5200, 5500)	4891 “Биргаликдаги фаолият бўйича ишончли шахснинг қарзи – ҳиссалар бўйича” аналитик счёти

3-жадвал

Қўшилган қиймат солиғи тўланган мол-мулклар бўйича қўшилган қиймат солиғи суммасини ишончли шахсга транзит ўтказилишини биргаликдаги фаолият иштирокчилари бухгалтерия ҳисобида акс эттирилиши бўйича тавсиялар

Хўжалик операцияси мазмуни	Қўшилган қиймат солиғи тўланган мол-мулклар бўйича қўшилган қиймат солиғи суммасини ишончли шахсга транзит ўтказилиши ҳисоби	
	Дебет	Кредит
Қўшилган қиймат солиғи тўланган мол-мулклар бўйича қўшилган қиймат солиғи суммасига, агарда ушбу сумма ҳисобга олинмаган бўлса	4890 “Бошқа дебиторлар қарзлари” счёти таркибида биргаликдаги фаолиятга берилган ҚҚС бўйича дебиторлик қарзини ҳисобга олувчи счётлар	4410 “Бюджетга солиқлар ва бошқа мажбурий тўловлар бўйича бўнак тўловлари (турлари бўйича)” счёти
Қўшилган қиймат солиғи тўланган мол-мулклар бўйича қўшилган қиймат солиғи суммасига, агарда ушбу сумма ҳисобга олинган бўлса	4890 “Бошқа дебиторлар қарзлари” счёти таркибида биргаликдаги фаолиятга берилган ҚҚС бўйича дебиторлик қарзини ҳисобга олувчи счётлар	6410 “Бюджетга тўловлар бўйича қарзлар (турлари бўйича)” счёти;

Биргаликдаги фаолият хусусиятидан келиб чиқиб фаолият юзасидан пайдо бўлган мажбуриятлар иштирокчилар, шу жумладан ишончли шахс ўртасида киритилган улушга мос равишда сўндирилади. Бу операцияларни иштирокчилар бухгалтерия ҳисобида акс эттиришнинг алоҳида жихати ушбу қарз бўйича улар мажбуриятни ишончли шахсга нисбатан акс эттириши ҳисобланади. Қарз эса умумий ҳисобда ишончли шахс томонидан акс эттирилади.

4-жадвал

Биргаликдаги фаолиятни амалга оширилиши учун кредит ёки қарз олинishi ва сўндирилиши операцияларини биргаликдаги фаолият иштирокчилари бухгалтерия ҳисобида акс эттирилиши бўйича тавсиялар

Хўжалик операцияси мазмуни	Биргаликдаги фаолиятни амалга оширилиши учун кредит ёки қарз олинганда ва сўндирилганда	
	Дебет	Кредит
Биргаликдаги фаолиятни амалга оширилиши учун кредит ёки қарз олинганда қарз суммасига	-	-
Кредит ёки қарз бўйича фоиз ҳисобланганда	9610 “Фоизлар кўринишидаги харажатлар” счёти	6990 “Бошқа мажбуриятлар” счёти таркибида биргаликдаги фаолият бўйича олинган кредит ва қарз бўйича ҳисобланган фоизни ҳисобга олувчи счётлар

Биргаликдаги фаолиятни амалга оширилиши учун жалб қилинган маблағлар ҳисобига товар-моддий захиралари ёки асосий воситалар сотиб олинганда иштирокчиларга тегишли қисми суммасига	Биргаликдаги фаолиятдаги товар-моддий захиралар ҳисобга олувчи счётлар ва биргаликдаги фаолиятдаги асосий воситаларни ҳисобга олувчи счётлар (0100)	6990 “Бошқа мажбуриятлар” счёти таркибида биргаликдаги фаолият бўйича олинган кредит ва қарзлар юзасидан ишончли шахсга тўланадиган счётлар
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Юқоридагилардан келиб чиқиб хулоса қилиш мумкинки, биргаликдаги фаолиятни юридик шахс тузмасдан, яъни биргаликдаги операция шаклида ташкил этганда унинг бухгалтерия ҳисобини ташкил этишни ҳиссаларни шакллантириш жараёни, биргаликдаги ишлаб чиқариш жараёни ҳамда биргаликда ишлаб чиқарилган маҳсулотларни тақсимлаш ёки биргаликда сотиш жараёни сингари уч босқичга бўлган ҳолда ёритиш биргаликдаги операцияда амалга ошириладиган барча хўжалик операцияларни тўлалигича қамраб олади.

Биргаликдаги операция иштирокчиларда ҳиссаларни шакллантириш жараёнида иштирокчилар биргаликдаги фаолиятга пул, бошқа мол-мулк, касбий ва бошқа билимлар, малака ва маҳоратларини ҳисса сифатида киритиш, қўшилган ҳиссаларини иштирокчилар ўртасида келишилган ҳолда баҳолаш, иштирокчилар биргаликдаги фаолиятдаги улушларини белгилаш, умумий улушли мулк ҳисобланган биргаликдаги фаолиятга қўшилган мол-мулкни шакллантириш, биргаликдаги фаолият мажбуриятларини шаклланиши ва уларни солидар сўндириш билан боғлиқ операциялар юзага келади.

Ушбу операцияларда иштирокчилар бухгалтерия ҳисобида ўз активларини, шу жумладан, биргаликдаги активлардаги ўз улушини ҳамда ўз мажбуриятларини, шу жумладан, биргаликдаги мажбуриятлардаги улушини акс эттириши лозимдир.

Биргаликдаги операция шаклидаги биргаликдаги фаолиятга иштирокчилар ҳиссаларини киритиш иштирокчиларда мавжуд мол-мулкни бошқа жойга ўтказгани каби аналитик ҳисобда ўзгариш рўй беради. Шунинг учун, биргаликдаги операцияда биргаликдаги фаолиятга берилган ҳиссалар бўйича ҳисоб сиёсатида тегишли аналитик счётларни очиш мақсадга мувофиқ. Бироқ, биргаликдаги фаолиятга пул маблағлари ҳисса сифатида киритилганда аналитик счётлар очилмайди, улар дебиторлик қарзи сифатида тан олинади, яъни юқорида келтирилган тартиб пул маблағига нисбатан татбиқ қилинмайди. Ҳиссаларни баҳолаш биргаликдаги фаолият тўғрисидаги шартномага асосан белгиланишига қарамай, киритилган ҳиссалар иштирокчининг бухгалтерия ҳисобида баланс қийматида акс эттирилади. Бунинг сабаби ҳисса иштирокчининг балансидан ҳисобдан чиқармаслигидир, бу айнан бухгалтерия ҳисоби ҳисоблаш принципининг устуворлигидандир. Киритилган ҳиссаларнинг биз тақлиф қилганимиз каби аналитик ҳисобининг юритилиши хўжалик маблағларини тўғри гуруҳлаштирилиши, уларнинг назоратини тўғри ташкил қилиш ва таъминлаш ҳамда солиқ қонунчилигига риоя этишни таъминлаш ва иштирокчилар молиявий ҳисоботининг ишончли маълумотлар асосида шаклланиши гарови ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Маматов Б.А., Биргаликдаги фаолиятнинг моҳияти ва уни ташкил этишнинг ташкилий-услубий асослари // Молиячи маълумотномаси.- 2016 - 3(51). – 32-35 б.
2. Молиявий ҳисоботнинг халқаро стандарти (11-сонли МҲХС) “Биргаликдаги фаолият”.
3. Югай Л., Ответ эксперта ИПС «NORMA» /// Налоговые и таможенные вести, № 18-19, 2006 г.
4. Гурвич С. Один за всех и каждый за себя или об особенностях бухгалтерского учета совместной производственной и строительной деятельности в простом товариществе /// Налоговые и таможенные вести, № 22, 2014 г.
5. Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси 60-боб.

<p>Б.А.Маматов</p> <p>Методологические вопросы бухгалтерского учета формирования вкладов совместной деятельности у участников совместной операции</p> <p>Аннотация: в данной статье приведен критический анализ международной и отечественной практики бухгалтерского учета формирования вкладов совместной деятельности у участников совместной операции, также раскрыты особенности и пути совершенствования бухгалтерского учета вкладов, внесенными участниками для организации и осуществления совместной деятельности.</p> <p>Ключевые слова: совместная деятельность, совместная операция, вклад, договор простого товарищества, доверенное лицо, объекты учета, документация, участники совместной деятельности.</p>	<p>В.А.Mamatov</p> <p>Methodological issues of accounting for the formation of contributions to joint activities of participants in a joint operation</p> <p>Abstract: Critical analysis of international and national practice of accounting of formation contributions to joint arrangement by parties in a joint operation is considered in this article, as well as characteristics and ways of improvement accounting of contributions, which is contributed by parties for organization and undertaking activities jointly is disclosed.</p> <p>Keywords: joint arrangement, joint operation, jointly manufactured goods, cost, expense, documentation, joint arrangement parties.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

О.И.Неъматов - СамИСИ докторанти

НОДАВЛАТ НОТИЖОРАТ ТАШКИЛОТЛАРИДА МОЛИЯВИЙ ҲИСОБОТНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: мазкур мақолада нодавлат нотижорат ташкилот (ННТ)ларида молиявий ҳисоботни такомиллаштириш йўллари асосланган.

Калит сўзлар: молиявий ҳисобот, бухгалтерия баланси, молиявий натижалар тўғрисида ҳисобот, пул оқимлари тўғрисида ҳисобот, хусусий капитал тўғрисида ҳисобот, мақсадли тушумларнинг келиб тушиши ва ишлатилиши тўғрисида ҳисобот.

Республикамизни ҳар томонлама янада жадал ривожлантириш мақсадида Президентимиз Ш.М.Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасини янада

ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси тўғрисида»ГИ Фармони¹ қабул қилинди. Ушбу Фармонда 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси белгилаб берилди.

Фармонда белгилаб берилган устувор вазифаларни амалга оширишда нодавлат нотижорат ташкилот (ННТ)ларининг роли беқиёсдир. Шу муносабат билан Президентимизнинг 2017 йил 14-февралдаги №Ф-4849- сонли «2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини амалга оширишга доир ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида» фармойиши билан Ҳаракатлар стратегиясини амалга оширишга доир ташкилий чора-тадбирлар белгиланди. Мазкур фармойишга кўра, Ҳаракатлар стратегиясида назарда тутилган тадбирларнинг экспертлик ва жамоатчилик муҳокамасини самарали ташкил этиш борасидаги саъй-ҳаракатларни бирлаштириш, уларни мукамал амалга ошириш, фуқаролик жамияти институтларини, экспертлар ва олимларни мамлакатимизни демократлаштириш ҳамда модернизация қилиш жараёнларига фаол жалб этиш мақсадида республикамизда Тараққиёт стратегияси маркази ташкил этилди. Ташкил этилган ушбу марказ ҳам ННТ ҳисобланади.

ННТлар ўзига хос хусусиятларга эга бўлган субъектлар ҳисобланади. Уларнинг ўзига хос хусусиятлар сирасига қуйидагилар киради:

Биринчидан, улар фаолияти асосан ижтимоий-гуманитар характерга эга бўлади, яъни одамларнинг алоҳида қатламларини ёки кишилик жамиятининг маълум таркибий бўлинмаларини моддий, молиявий ва маънавий қўллаб-қувватлашдан иборатдир. Бундай турдаги ва характердаги фаолиятдан ННТлар, одатда, фойда олишни мақсад қилиб қўймайди. Шу боис, ННТлар фаолияти тадбиркорлик фаолияти ҳисобланмайди.

Иккинчидан, ННТларнинг тадбиркорлик ҳисобланмайдиган фаолиятини молиялаштириш манбалари бўлиб, асосан грантлар, давлат бюджетидан ажратмалар, ҳайриялар, кириш ва аъзолик бадаллари, солиқ имтиёзлари, халқ хашаридан тушган маблағлар ва бошқалар ҳисобланади. Ушбу тушумлар ННТларда даромад эмас, балки мақсадли тушумлар сифатида тан олинади.

Учинчидан, ННТлар учун республикамизда солиққа тортишда ўзига хос тартиблар белгиланган. Чунончи, республикамиз Солиқ кодекси (СК)га нотижорат ташкилотлари фойда, мол-мулк, ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш; сув ресурсларидан фойдаланганлик; ер солиқларини; ҚҚС; бюджетдан ташқари жамғармаларга мажбурий тўловларни тўловчи ҳисобланмайдилар. Бироқ тадбиркорлик фаолиятини амалга ошираётганда улар Солиқ кодекси билан белгиланган тартибда умумбелгиланган солиқларни СКда назарда тутилган имтиёзларни қўллаган ҳолда тўлайдилар.

Нотижорат ташкилотларига уларни тутиб туриш ва устав фаолиятини амалга оширишга олган, мақсадли фойдаланишга ва (ёки) текин келиб тушган маблағлар солиқ тўловчининг даромади сифатида қаралмайди.

Чунончи, аъзо бўлиш бадаллари, кириш бадаллари, устав мақсадларини бажариш учун олинган ҳомийлик ёрдами нотижорат ташкилотининг даромади ҳисобланмайди ва уларга солиқ солинмайди. Нотижорат ташкилотлари учун СКнинг 132-моддасида кўрсатилган бошқа даромадларга ҳам (қўшма фаолиятда иштирок этишдан даромадлар, дивидендлар ва фоизлар, роялти бундан мустасно) солиқ солинмайди.

¹ «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси тўғрисида». Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги 4947-сон Фармони.

Солиқ кодексининг 130-моддасига мувофиқ мол-мулкни ижарага беришдан фоизлар, роялти, даромадлар олиш имконини берувчи мол-мулкни ва мулкрий ҳуқуқларни бошқа шахсларга фойдаланишга бериш, шунингдек талаб қилиш ҳуқуқидан бошқа шахснинг фойдасига воз кечишдан олинган даромадлар, агар ушбу даромадлар суммаси товарларни (ишларни, хизматларни) реализация қилишдан олинган даромадларнинг умумий суммасидан ортик бўлса, хизматларни реализация қилишдан олинган даромадлар деб эътироф этилади. Бирок **мазкур норма нотижорат ташкилотларига татбиқ этилмайди, улар учун ушбу даромадлар бошқа даромадлар сифатида қаралади.**

Яъни ҳатто нотижорат ташкилотида ҳисобот даврида мол-мулкни ижарага беришдан олинадиган даромадлардан бошқа тушумлар бўлмаса ҳам, унинг учун ушбу даромадлар бошқа даромадлар ҳисобланади ва уларга фойда солиғи солинмайди.

Давлат солиқ қўмитаси ҳузуридаги Эксперт кенгашининг 8.04.2013 йилдаги 22-сон баённомасига кўра **нотижорат ташкилотларининг мол-мулкни ижарага беришига тадбиркорлик фаолияти деб қаралади.** Ушбу фаолият бўйича нотижорат ташкилотлари Солиқ кодексига белгиланган тартибда ҚҚС, ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш, мол-мулк, сув ресурсларидан фойдаланганлик учун солиқларни, шунингдек ер солиғини тўлашлари шарт.

Агар ННТ пулли асосда хизмат кўрсатса ёки иш бажарса, улардан олинган даромадларга ҳам қонунчиликка мувофиқ солиқ солинади.

Юқоридагилардан кўриниб турибдики, нодавлат нотижорат ташкилотларининг тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиши уларда муайян солиқ оқибатларига олиб келади.

ННТларнинг ўзига хос хусусиятларга эга субъектлар эканлиги улар фаолияти, маблағлари ва уларни ташкил топиш манбалари тўғрисида ахборот беришнинг асосий воситаси бўлган молиявий ҳисоботга доир қатор долзарб муаммоларни ҳал этишни зарурат этиб қўймоқда. Қуйида ушбу долзарб муаммоларнинг айримларига ва уларни ҳал этиш йўлларига қисқача тўхталамиз.

Маълумки, республикада молиявий ҳисобот шакллари қатъий регламентлаштирилган, яъни меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинган. Бу меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қаторида, энг аввало, «Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида» Қонунни келтириб ўтиш жоиз. Ушбу қонуннинг 22-моддасига мувофиқ, «молиявий ҳисобот бухгалтерия ҳисоби субъектининг ҳисобот санасидаги молиявий ҳолати, ҳисобот давридаги фаолиятининг молиявий натижаси ва пул маблағларининг ҳаракати тўғрисидаги тизимлаштирилган ахборотдан иборатдир»¹.

Молиявий ҳисобот шакллари тартибга солиб турувчи яна бир меъёрий ҳужжат Ўзбекистон Республикаси Адлия Вазирлиги томонидан 2003 йил 24-январда 1209-рақам остида давлат рўйхатидан ўтган «Молиявий ҳисобот шакллари ва уларни тўлдириш бўйича Қоидалар»² ҳисобланади.

Юқоридаги ҳар иккала меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатга асосан йиллик молиявий ҳисобот шакллари қуйидагилардан иборат (1-чизма):

Барча хўжалик юритувчи субъектлар сингари ННТлари ҳам фаолияти ва унинг натижалари, активлари, уларнинг ташкил топиш манбалари (хусусий капитал ва мажбуриятлар) тўғрисидаги маълумотларни молиявий ҳисоботларда акс эттирадиган ва тегишли давлат органларига ҳамда аудиторлик

¹Ўзбекистон Республикаси «Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида»ги қонуни (янги таҳрирда), 2016 йил 13 апрель, № ЎРҚ-404.

²«Молиявий ҳисобот шакллари ва уларни тўлдириш бўйича қоидалар», <http://www.lex.uz>

Йиллик молиявий ҳисобот шакллари



1-чизма. Йиллик молиявий ҳисоботнинг шакллари

ташкilotларига тақдим қиладилар.

Ушбу молиявий ҳисобот шакллари белгиланган муддатларда юқорида келтирилган ташкilotларга топширилишидан асосий мақсад:

1. Давлат солиқ органларига – ННТларнинг активлари ва пассивларини маълум бир санага реал ҳолатини, тадбиркорлик фаолияти натижасида олинган даромад ва харажатлари, фойдаси, шунингдек фаолияти натижасида бюджетга ва бюджетдан ташқари фондларга ҳисобланган солиқ, ажратма ва ушланма суммалари тўғрисида маълумотларни очиб беришдан иборат.

2. Давлат статистика органларига – ННТларнинг ходимлари сони, фаолияти, унинг натижалари, активлари ва мажбуриятлари, мақсадли тушумлар ҳолати ва ҳаракати тўғрисидаги маълумотлар тақдим этилади.

3. Аудиторлик ташкilotларига – бухгалтерия ҳисобига доир бошланғич хужжатлар билан бир қаторда молиявий ҳисобот шакллари ҳам тақдим этилади. Бизга маълумки, ННТлар республикамизда «Аудиторлик фаолияти тўғрисида»ги қонуннинг 10-моддаси¹га кўра мажбурий аудиторлик текширувидан ўтиши керак бўлган корхоналар саналади.

Бугунги кунда республикамизда аксарият ННТлар ходимларининг сони камлиги туфайли кичик бизнес субъектлари сингари меъёрий-ҳуқуқий хужжатларда келтирилган молиявий ҳисобот шакллари фақатгина бухгалтерия баланси ва молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисоботларни солиқ органларига тақдим қилиб келмоқдалар. Бироқ, нодавлат ноижорат ташкilotларига умуман татбиқ этилмайдиган янги Таснифлагич (Вазирлар Маҳкамасининг 24.08.2016 йилдаги 275-сон қарорига 1-илова) жорий этилиши билан ННТлар кичик хўжалик юритувчи субъектлар сифатида эмас, балки бу мақомга кирмайдиган ва умумбелгиланган солиқларни тўловчилар сифатида молиявий ҳисоботнинг барча шакллари тузишлари ҳамда тегишли органларга тақдим этишлари лозим.

ННТлар бошқа субъектлар сингари бухгалтерия балансини тақдим этиш орқали унда ўзларининг активлари ва пассивларининг маълум бир санага ҳолатини акс эттиришлари керак.

¹ Ўзбекистон Республикаси «Аудиторлик фаолияти тўғрисида»ги Қонуни. http://lex.uz/pages/getact.aspx?lact_id=64290

Молиявий натижалар тўғрисида ҳисоботни барча тадбиркорлик фаолиятини олиб борувчи ННТлар тузишлари, унда ҳисобот даврида олинган даромадлар, қилинган харажатлар, фойда ва зарар кўрсаткичлари акс эттирилиши лозим. Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланмайдиган ННТлар учун ушбу ҳисобот моддалари тўлғазилмасдан тақдим этилиши мақсадга мувофиқдир.

Бизнингча, ННТлар бугунги кунда молиявий ҳисоботи таркибида бухгалтерия баланси ва молиявий натижалар тўғрисида ҳисобот шаклларида ташқари қуйидаги ҳисобот шакллари ҳам тузишлари ва тегишли органларга тақдим этишлари мақсадга мувофиқ.

1. Мақсадли тушумларнинг келиб тушиши ва ишлатилиши тўғрисида ҳисобот (устав вазифаларини бажариш билан боғлиқ мақсадли тушумлар ҳаракати учун мўлжалланган);

2. Пул оқимлари тўғрисида ҳисобот;

3. Хусусий капитал тўғрисида ҳисобот.

Қуйида ушбу ҳисобот шаклларидаги мақсади, форматлари ва уларни тузиш тартибларига қисқача тўхталамиз.

Мақсадли тушумларнинг келиб тушиши ва ишлатилиши тўғрисида ҳисобот. ННТлар устав вазифаларини бажарилиши асосан мақсадли тушумлар ҳаракати (қирими ва чиқими) билан боғлиқ. ННТларда айнан мақсадли тушумлар қандай манбалар ҳисобидан шаклланганлиги ва уларнинг мақсадли ишлатилиши тўғрисида ахборотларни ўзида жамловчи ҳисобот шаклига зарурат мавжуд. Ушбу заруратдан келиб чиқиб, барча ННТлар учун махсус “Мақсадли тушумларнинг келиб тушиши ва ишлатилиши тўғрисида ҳисобот” шаклини амалиётга жорий қилиш мақсадли ҳисобланади.

Мазкур ҳисоботни тузишга асос бўлиб ННТлар бош китобида очиладиган 8800 “Мақсадли тушумлар” счёти тизимида уларнинг алоҳида турларига очиладиган счётлар маълумотлари, шунингдек ушбу счётлар бўйича юритиладиган аналитик ҳисоб регистрлари ва гувоҳлик берувчи бошланғич ҳужжатлар ҳисобланади.

Пул оқимлари тўғрисида ҳисобот. Ушбу умумқабул қилинган молиявий ҳисобот шакли бугунги кунда ННТлар томонидан тузилмасдан ва тегишли органларга тақдим қилинмасдан келинмоқда. Ваҳоланки, ННТ устав вазифаларини бажаришда мақсадли тушумлар билан боғлиқ пул маблағларининг келиб тушиши ва уларнинг мақсадли сарфланиши тўғрисидаги маълумотларни ушбу ҳисобот шаклида акс эттириш, бизнингча мақсадга мувофиқ бўлган бўлар эди.

Хусусий капитал тўғрисида ҳисобот. Ушбу умумқабул қилинган молиявий ҳисобот шакли ҳам бугунги кунда ННТлар томонидан тузилмасдан ва тегишли органларга тақдим қилинмасдан қолмоқда. Ваҳоланки, ННТлар ҳам мустақил хўжалик юритувчи субъект сифатида ўзларининг хусусий маблағларига эгадир. Изланишлар кўплаб ННТлар балансининг алоҳида моддаларида уларга тегишли бўлган устав капитали, резерв капитали, тақсимланмаган фойда, мақсадли тушумлар ҳамда бўлғуси харажат ва тўловлар учун резервлар мавжудлигини кўрсатмоқда. Хусусий капиталнинг ушбу элементлари ҳолати ва ҳаракатидаги ўзгаришларни ифодаловчи ҳисоботни алоҳида тузилиши, фикримизча, фойдадан холи бўлмайди. Чунки, бундай ҳисоботнинг мавжудлиги ва таҳлили ННТларда хусусий капитални янада кўпайтириш, ундан самарали фойдаланишга оид бошқарув қарорларини қабул қилишга имкон беради.

Бизнингча, юқоридаги таклиф ва тавсияларимиз ННТларда молиявий ҳисоботни янада такомиллаштиришга, унинг ҳам ички, ҳам ташқи ахборот фойдаланувчилар учун нафлигини оширишга хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси тўғрисида». Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги 4947-сон Фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси «Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида»ги қонуни (янги таҳрирда), 2016 йил 13 апрель, № ЎРҚ-404.
3. «Молиявий ҳисобот шакллари ва уларни тўлдириш бўйича қоидалар», <http://www.lex.uz>.
4. Ўзбекистон Республикаси «Аудиторлик фаолияти тўғрисида»ги Қонуни. http://lex.uz/pages/getact.aspx?act_id=64290

<p>О.И.Нематов</p> <p>Совершенствование финансовой отчетности внегосударственных некоммерческих организациях</p> <p>Аннотация: в статье обоснованы пути совершенствования финансовой отчетности в негосударственных некоммерческих организациях.</p> <p>Ключевые слова: финансовая отчетность, бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатов, отчет о денежных потоках, отчет о собственном капитале, отчет о поступлении и использовании целевых средств.</p>	<p>O.I.Nematov</p> <p>Financial statements improvement in non-state non-profit organizations</p> <p>Abstract:in the article the ways of improvement of the financial reporting in non-state non-commercial organizations are proved.</p> <p>Keywords:financial statements, balance sheet, statement of financial results, cash flow statement, statement of equity, statement of receipt and use of funds.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**ФАҚАТ АҚЛНИ, МАБЛАҒНИ ВА МУЛКНИ ИШЛАТИБ БОЙ БЎЛИШ
МУМКИНЛИГИ ХУСУСИДА**

Одамларнинг бойликка муносабатлари ва малакаси бўйича тоифалари

Биринчи гуруҳ одамлар – яхши ишласам яхши бўлади дейдиганлар		
Оддий малакасиз одамлар	Ким нимани буюса қилишга кўникиб, кимгадир бўйсиниб, кунининг ўтишини ўйлаб яшайдиганлар	Бировларга ёки давлат корхоналарда ёлланиб ишлайдиганлар
Кичик мутахассислар		
Мутахассислар		
Турли олий маълумотга эга бўлган кишилар		
Иккинчи гуруҳ одамлар – ўз кунини ўзи кўриб юрадиганлар		
Оддий малакасиз одамлар	Бировларга қарам бўлмасдан ўзлари мустақил фаолият кўрсатишни афзал кўрадиганлар	Ўз маблағи, ўз кучига таяниб, ўзлари мустақил фаолият кўрсатадиганлар
Кичик мутахассислар		
Мутахассислар		
Турли олий маълумотга эга бўлган кишилар		
Учинчи гуруҳ одамлар – меҳнат ва тadbиркорлик билан бой яшайдиганлар		
Оддий малакасиз одамлар	Бой бўлишни хоҳловчи, қийинчиликлардан кўркмайдиган ва бошқариш қобилиятига эга бўлганлар	Ўз маблағи ва бизнесига эга бўлиб, ўзи бошқариб бировларни ишлатадиганлар
Кичик мутахассислар		
Мутахассислар		
Турли олий маълумотга эга бўлган кишилар		
Тўртинчи гуруҳ одамлар – маблағни топишдан кўра уни ишлатишни ўйлаб яшайдиганлар		
Оддий малакасиз одамлар	Бой бўлиш йўлида рискдан кўркмайдиган, бошқаларни ва мулкни ишлатиш эвазига пул топадиган таваккалчилар	Ўз маблағига ва мукига эга бўлиб, ўзи ишламасдан фақат маблағини ва мулкни ишлатадиганлар
Кичик мутахассислар		
Мутахассислар		
Турли олий маълумотга эга бўлган кишилар		
Бешинчи гуруҳ одамлар – ёш вояга етмаган болалар ва ишламайдиган пенсионерлар		

Менинг ўқувчим, Сиз кўп нарсага қодирсиз. Сиз ўзингизни бир таҳлил қилиб кўринг, ҳозир қайси тоифадасиз? Бой бўлиш истаги Сизда борлигига шубҳа йўқ. Бироқ бу ўзингизни такомиллаштиришни талаб қилади. Аммо Сиз ҳозир қайси тоифадан қайсига ўтишни хоҳлаяпсиз? Имкониятларингизни чамалаб кўринг. Нима бўлганда ҳам ҳалол-покиза йўл билан бой бўлишингиз керак. Ҳозирги замонда камбағал бўлиб яшашликнинг ўзи гуноҳ. Ақлингизни ишлатинг. Аёқ-қўлингизни ишлатгандан кўра каллани ишлатган афзал. Бировларга ёлланиб ишлагандан кўра мустақил ишлаганингиз афзал. Мустақил ишлагандан кўра бировларни ишлатганингиз маъқул. Қани эди, ўзингиз ишламасдан пул оқиб келадиган йўлни қилсангиз. Ҳаммасига эришиш мумкин. Фақат Сиздан шижоат, изчиллик, матонат, сабр-тоқат ва тadbиркорлик керак, холос. Сиз бунга лойиқ одамсиз.

М.Қ.Пардаев тайёрлади.

АТАМАЛАР ТАЪРИФЛАРИ

“К” ҲАРФИГА ОИДИҚТИСОДИЙ АТАМАЛАРНИНГ ТАЪРИФЛАРИ

Журналнинг 2015 йил 1-сонидан бошлаб таҳририят ҳайъати томонидан хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва тушунчаларнинг таърифларини бериб боришга қарор қилинган эди. Мазкур сонда профессор М.Қ.Пардаевнинг “К” ҳарфларига оид иқтисодий атамаларга берган таърифлари келтирилмоқда.

К

Кадрлар тайёрлаш миллий дастури – «Кадрлар тайёрлаш миллий дастури тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни 1997 йил 29 августда қабул қилинган. Кадрлар тайёрлаш миллий дастури «Таълим тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни қоидаларига мувофиқ ҳолда тайёрланган бўлиб, миллий тажрибанинг таҳлили ва таълим тизимининг жаҳон миқёсидаги ютуқлари асосида тайёрланган ҳамда юксак умумий ва касб-хунар маданиятига, ижодий ва ижтимоий фаолликка, ижтимоий-сиёсий ҳаётда мустақил равишда мўлжални тўғри ола билиш маҳоратига эга бўлган, истиқбол вазифаларини илгари суриш ва ҳал этишга қодир кадрларнинг янги авлодини шакллантиришга йўналтирилган дастур ҳисобланади.

Камерал текширув деганда, солиқ тўловчининг ҳисоботлари ва бошқа тақдим этилган ҳужжатлари асосида солиқ идоралари ходимлари томонидан солиқ тўловчиларнинг иштирокисиз текширув тушунилади.

Капитал қурилиш деганда, янги қурилиш, корхоналарни кенгайтириш, реконструкция қилиш, замонавийлаштириш, илғор техника ва технология билан қайта жиҳозлаш, асосий воситаларни мукамал таъмирлаш, шу жумладан лойиҳа-қидирув ишларини бажаришга қаратилган ишлар тушунилади.

Капитал қўйилмалар деганда, қувватларни такрор ишлаб чиқариш, ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш объектларини қуришга қаратилган ресурслар ва жами ижтимоий меҳнатнинг қийматини акс эттирувчи иқтисодий категория тушунилади. Давлат томонидан (давлат буюртмаси), турли мулкчилик шаклидаги корхоналар, ташкилотлар, банклар ҳамда хусусий шахслар томонидан ажратиладиган пул маблағлари капитал қўйилмаларнинг манбалари бўлиши мумкин. Капитал қўйилмалар янги корхоналарни қуришга ёки амалдаги корхоналарни реконструкция қилиш ва қайта капитал таъмирлашга йўналтирилиши ҳам мумкин.

Капитал таъмирлаш деганда, асосий воситаларни йирик кўламда буткул деталлари, қисмларини алмаштириш билан боғлиқ қайта таъмирлаш тушунилади.

Капитал харажатлар деганда, асосий капиталга киритиладиган маблағлар ва захираларнинг ўсишига қўйилган харажатлар мажмуи тушунилади.

Касаначилик деганда, йирик саноат корхоналари билан тузилган шартнома асосида уй шароитида маҳсулот ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш билан боғлиқ меҳнат жараёни тушунилади.

Каталоглар деганда, архив фондлари, сақлов бирлиги/ҳисоб бирлиги, архив хужжатлари (ёки уларнинг қисмлари) мазмуни тўғрисидаги маълумотлар мавзу ёки соҳа бўйича белгиланган таснифлаш схемаси асосида жойлаштирилган архивнинг фондлараро архив маълумотномаларидан иборат хужжатлар мажмуи тушунилади.

«Катта йигирмалик» деганда, жаҳон ялпи ички маҳсулотининг 90 фоизини ишлаб чиқарадиган йирик 20 та жаҳондаги энг бой ва йирик ривожланаётган мамлакатлар гуруҳи тушунилади.

Келиб чиқиши шахсий (оила, уруғ) архив фонди деганда, айрим шахс, оила, уруғ ҳаёти ва фаолияти жараёнида шаклланган хужжатлардан таркиб топган архив фондидан иборат хужжатлар мажмуи тушунилади.

Кемпинг деганда, автосаёҳатчилар учун мўлжалланган кичик уйчалар, чодирлар, автомобилларга техник хизмат кўрсатиш жойларига эга бўлган ёзги оромгоҳ тушунилади.

Кинезитерапия деганда, инсон организмни ҳаракат билан даволаш усулларини ўргатадиган фан тушунилади. Унинг замирида жисмоний маданият вужудга келган. Жисмоний маданият – ҳаракат билан фаол дам олишни ва жисмоний маданият орқали даволаш йўллариини ўргатадиган усуллар мажмуи билан шуғулланадиган фан.

Кичик бизнес субъектлари деганда, корхона кўлами, ишлаб чиқариш ҳажми, ишловчилар сони, молиявий маблағлари миқдори ва бошқалар жиҳатидан имкониятлари чекланган ишлаб чиқарувчи субъектлар тушунилади. Республикамизда кичик бизнес субъектлари тоифасига яқка тартибдаги тадбиркорлар, микрофирмалар ва кичик корхоналар киради.

Кичик корхона деганда, мамлакатимизда амалдаги қонунчиликка кўра унда ишловчилар сонининг соҳалар бўйича чегараланган миқдорда белгиланган кичик бизнес субъектларининг бир тури тушунилади. Хусусан, саноат ишлаб чиқаришнинг айрим тармоқларида (масалан,

енгил ва озиқ-овқат саноати, металлга ишлов бериш ва асбобсозлик саноати ва ҳ.к.) 100 кишигача, айримларида (масалан, машинасозлик, металлургия, ёқилғи-энергетика саноати ва бошқаларда) 50 кишигача, хизмат кўрсатиш соҳасида 25 кишигача ишловчи корхоналар кичик корхона ҳисобланади.

Кластер деганда, бир ишни самарали бажариш учун бир хил хусусиятга эга бўлган, бир-бирига ўхшаш бир қанча кучларни ёки элементларни бирлаштириш натижасида вужудга келган мустақил бирлик тушунилади.

Климатология деганда, иқлимнинг одам организмига таъсирини ўргатадиган иқлим ҳақидаги фан тушунилади. Бунинг натижасида климототерапия вужудга келган.

Климототерапия деганда, иқлим билан одамларни даволаш ва соғломлаштириш мақсадида фойдаланиш йўллари билан шуғулланадиган даволаш усули тушунилади.

Комил инсон деганда, вужудида ақл, иймон, виждон ва билим жойлашган, ҳасад ва жаҳлдан ҳоли фаросатли инсон тушунилади. Бундай инсон миллий ва умумбашарий моҳиятга эга бўлган, одамзодга хос энг юксак маънавий ва жисмоний баркамолликни мужассам этган, уни ҳамиша эзгуликка ундайдиган олижаноб ва бунёдкор ғоя асосида тарбияланган шахсдир.

Коммунал хизматлар деганда, маҳаллий ҳудуд ҳаёти билан боғлиқ уй-жой, транспорт, электр таъминоти, газ, сув каби аҳолининг яшашини яхшилаш билан боғлиқ хизматлар билан шуғулланувчи хўжалик юритувчи субъектлар томонидан кўрсатиладиган хизматлар мажмуи тушунилади.

Конституцион бурч деганда, Ўзбекистон фуқароларининг ЎзР Конституциясида белгилаб қўйилган, фуқаролар бажаришлари шарт бўлган мажбуриятлар мажмуи тушунилади. Бундай бурч хизмат қилувчилар ва уларнинг истеъмолчиларида бир хил амал қилади.

Конституцион ҳукумат деганда, демократик ҳукумат қонунга ва айниқса ёзма ҳужжат – конституциясига асосланган ҳолда фаолият олиб борадиган ҳукумат тушунилади. Конституция ҳукуматнинг ваколати ва мажбуриятларини таъминлайди. Шунингдек, улар қонунлар қандай тайёрланиши ва ҳаётга татбиқ этилишини ҳам ўзида акс эттиради. Ҳаётимизнинг барча томонларини тартибга солишга асос бўладиган комусий ҳужжат бўлиб ҳисобланади.

Конъюнктура деганда, бозорда маълум бир вақтда юзага келган талаб ва таклиф ўртасидаги мувозанатнинг ҳолатини белгиловчи вазият тушунилади.

Кооперация алоқалари деганда, турли соҳа ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш тармоқларида маълум маҳсулотни тайёрлаш ёки бирорта ишни биргаликда бажариш бўйича узоқ муддатга ўрнатилган алоқалар тушунилади.

Корхоналарга преференция бериш деганда, миллий иқтисодиётда фаолият кўрсатувчи корхоналарни молиявий қўллаб-қувватлаш мақсадида улар томонидан ишлаб чиқаришга чет элдан олиб кириладиган хомашё ва материаллар, ярим тайёр маҳсулотлар, шунингдек асбоб-ускуналарни олиб киришда бож тўловлари ва бошқа жараёнлар бўйича енгилликлар (имтиёзлар) берилиши тушунилади.

Корхоналарни техник қайта қуроллантириш деганда, корхоналар фаолиятини, яъни ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш жараёнига замонавий талабларга асосан янги техника ва технологияларни киритиш, ишлаб чиқариш жараёнларини механизациялаштириш ва автоматлаштириш, эскирган қурилма ва ускуналарни янгилаш ва алмаштириш, ишлаб чиқариш тузилмаси ва ташкил этилишини яхшилаш йўли билан, корхонанинг техник даражасини ошириш бўйича чора-тадбирлар мажмуи тушунилади. У ишлаб чиқариш интенсивлигини кучайтириш, самарадорлигини ошириш, ишлаб чиқариш қувватларини кўтариш ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифатини яхшилашга, товарлар нархининг камайтирилишига йўналтирилган бўлади.

Корхонанинг инновацион салоҳияти деганда, корхонанинг бозор муносабатлари шароитларида фаолиятнинг самарадорлигини ошириш ва оладиган фойдасини кўпайтириш мақсадида корхонанинг ўзига хос хусусиятлари билан белгиланадиган янгиликларни жорий қилиш асосида ривожланиш қобилияти тушунилади. Корхонанинг инновацион салоҳияти унинг ички инновация жараёнидаги барча босқичларини (ижтимоий меҳнат ва ресурсларнинг сарф меъёрлари асосида) бир маромда кечишига имкон берадиган имкониятидир.

Кредит деганда, жисмоний ва юридик шахсларнинг вақтинчалик бўш маблағларини муайян тамойиллар асосида қайтариш шарти билан фойдаланишга бериш жараёнида вужудга келган иқтисодий муносабатлар мажмуи тушунилади.

Курорт деганда, табиий даволовчи минералларга, сув, ҳаво ва бошқа даволовчи ресурсларга бой ҳудудларни одамларни даволаш мақсадида ўзлаштириб, тегишли санатория бинолари, иншоотлар ва инфратузилма объектлари барпо қилинган комплекс тушунилади.

Курорт иши (фаолияти) деганда, касалликларнинг олдини олиш, даволаш ва тиклаш жараёнини табиий даволаш усуллари билан амалга ошириш йўллари ташкиллаштириш, зарур ҳолларда қуриш, уларни ишга тушириш, бошқариш ва уларни илмий-амалий жиҳатдан ўрганишга қаратилган тадбирлар мажмуи тушунилади.

Курорт хўжалиги деганда, одамларни даволаш, соғломлаштириш ва дам олдириш мақсадида санатория-курорт хизматларини кўрсатишга қаратилган махсус ихтисослашган субъектлар мажмуи тушунилади.

Курортология фани деганда, табиий-иқлим ва минералларнинг инсон организмига таъсирини, уларнинг даволовчи хусусиятларини ўрганадиган тиббий фан тармоғи тушунилади.

Кутилаётган инфляция даражаси деганда, мавжуд ижтимоий-иқтисодий ахборотлар, маълумотлар асосида алоҳида шахс ва корхоналар томонидан кутиладиган бўлғуси даврдаги инфляция даражаси тушунилади.

Кучли давлат деганда, омма фаолиятига асосланган кучли бошқарув тизими, ривожланган иқтисодиётга, юксак маънавиятга эга бўлган, халқаро муҳитда ўзининг ўрнига эга бўлган, тенглар ичида тенг бўлган давлат тушунилади. Бундай давлат сиёсий жиҳатдан мустақил, мустаҳкам иқтисодий, ҳуқуқий ва маънавий асосга эга бўлади. Унинг қудрати фуқароларнинг ҳамжиҳатлиги, маънавий барқарорлиги, жамиятдаги дўстлик ва бағрикенглик тамойилларига, ҳар бир фуқаронинг онглилик даражаси ва уларнинг давлат бошқарувидаги фаол иштирокига асосланади.

Кучли давлатдан кучли жамиятга ўтиш деганда, мустаҳкам иқтисодий асосга эга бўлган, демократик кадрятлар қарор топган, маънавий-маърифий юксакликка эришган ва бошқарувнинг демократик услублари шаклланган давлатдан жамоат ва нодавлат ташкилотлари ҳал қилувчи ўрин тутадиган жамоатчилик фикри, ташаббуси ва давлат идоралари устидан назоратни амалга ошириш устувор аҳамият касб этадиган, фуқароларнинг ўзини-ўзи бошқариш идоралари роли муттасил ортиб борадиган жамиятга ўтиш концепцияси тушунилади.

Кучли жамият деганда, мустаҳкам негизнинг барқарорлиги таъминланган, давлатнинг бошқарувчилик фаолияти қисқариб, жамоат ташкилотларининг роли кучайган, фуқароларнинг қонун асосида ўзларини ўзлари бошқара оладиган, уларнинг ҳуқуқ ва эркинликлари олий кадрятларга айланган жамият тушунилади.

Кўрсаткичлар (архив идораларига хос) деганда, архив ҳужжатларида келтирилган предмет номларининг улар ҳақидаги маълумотлар архив шифрини кўрсатган ҳолда, алифболи, тизимли ёки бошқа бирон-бир белгисига кўра тузилган архив маълумотномаларидан иборат ҳужжат 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, равлон ва адабий тилда таҳрир қилинган ва 2 нусхада қоғоз вариантыга муаллифлар имзо чеккан ҳолда электрон версияси билан бирга тақдим этилиши талаб қилинади.
- ☞ Ҳар бир мақоланинг муаллифи, мавзуси, аннотацияси ва калитли сўзлари ўзбек, рус, инглиз тилларида берилган бўлиши шарт.
- ☞ Таҳририят мақолаларни 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 кўлёмалар 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 7 сентябрь. Босишга рухсат этилди:
2017 йил 28 сентябрь. Ризография усулида чоп этилди. Шартли босма
табоғи 10,0. Ҳисоб нашр табоғи 10,4. Адади 100 нусха. № 168-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