



**“IQTISODIY TADQIQOTLARGA
ASOSLANGAN OLIY MA’LUMOTLI
IQTISODCHI KADRLARNI
TAYYORLASH: MUAMMOLAR VA
INNOVATSION YECHIMLAR”
MAVZUSIDAGI**

**XALQARO ILMIY-AMALIY
KONFERENSIYA
MATERIALLARI TO‘PLAMI**

I



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
BUXORO VILOYATI HOKIMLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

**“Iqtisodiy tadqiqotlarga asoslangan oliy ma’lumotli iqtisodchi
kadrlarni tayyorlash: muammolar va innovatsion yechimlar”
mavzusidagi**

**xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to`plami, 2023 yil 6-7
iyun
I JILD**

**Collection of materials of the international scientific and practical
conference "Training highly educated economists based on
economic research: problems and innovative solutions", June 6-7,
2023
I VOLUME**

**Сборник материалов международной научно-практической
конференции «Подготовка высокообразованных экономистов
на основе экономических исследований: проблемы и
инновационные решения», 6-7 июня 2023 г.
ТОМ I**

Buxoro – Bukhara – Бухара – 2023

УДК: 631.1:339.13(575.1)

“Iqtisodiy tadqiqotlarga asoslangan oliy ma’lumotli iqtisodchi kadrlarni tayorlash: muammolar va innovatsion yechimlar”. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi to’plami. 2023 yil 6-7 iyun: - Buxoro : “Sadridin Salim Buxoriy” Durdona Nashriyoti, 2023.-765 b.

1. Qo`yidagi tarkibdan iborat dasturiy qo`mita

1. O.X. Xamidov – Buxoro davlat universiteti rektori, rais;
2. T.Rasulov – Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo`yicha prorektor, rais muovini;
3. D. Sh. Yavmutov – Iqtisodiyot va turizm fakulteti dekani, i.f.n, dotsent, a`zo;
4. J.R. Toxirov – Marketing va menejment kafedrası mudiri v.b., i.f.f.d., a`zo;
5. B.N. Navruz-Zoda – Marketing va menejment kafedrası professori, i.f.d., psofessor, a`zo;
6. N.S.Ibragimov – Turizm va si mudiri, xo`jaligi kafedrası mudiri, i.f.d., professor, a`zo;
7. A.J. Abdullayev – Iqtisodiyot kafedrası mudiri, i.f.f.d., professor,a`zo;
8. G.R. Xidirova – Marketing va menejment kafedrası doktoranti, i.f.f.d, a`zo;
9. D.X.Xodjayeva – Marketing va menejment kafedrası katta o`qituvchisi, a`zo;
10. A.T.Jo`rayev – Xalqaro aloqalar bo`yicha prorektor,i.f.n, a`zo;
11. S.C. Davlatov - Iqtisodiyot kafedrası katta o`qituvchisi, ,a`zo;
12. Z.T. Jo`rayeva - Marketing va menejment kafedrası katta o`qituvchisi, kotib.

1. Qo`yidagi tarkibdan iborat tashkiliy qo`mita

1. T. Rasulov – Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo`yicha prorektor, rais;
 2. D. Sh. Yavmutov – Iqtisodiyot va turizm fakulteti dekani, i.f.n, dotsent, rais muovini;
 3. O`. Umarov – Moliya va iqtisodiyot ishlari bo`yicha prorektor, a`zo;
 4. G.T. Zaripov – I va IPKTB bo`limi boshlig`i, a`zo;
 5. N.S.Ibragimov – Turizm va si mudiri, xo`jaligi kafedrası mudiri, i.f.d., professor, a`zo;
 6. J.R. Toxirov – Marketing va menejment kafedrası mudiri v.b., i.f.f.d., a`zo;
 7. A.J. Abdullayev – Iqtisodiyot kafedrası mudiri, i.f.f.d., professor,a`zo;
 8. H.Ziyovutdinov – Marketing va menejment kafedrası tayanch doktoranti, a`zo;
 9. L.B.Navruz-zoda - Marketing va menejment kafedrası dotsent v.b., i.f.f.d., a`zo.
 10. S.U.Tadjiyeva - Marketing va menejment kafedrası dotsenti, i.f.n., a`zo.
 11. Z.T. Jo`rayeva - Marketing va menejment kafedrası katta o`qituv, kotib.
- To`plam i.f.d. professor, B.N. Navro`z-Zoda umumiy tahriri ostida chop etildi.

Mazkur to`plamga kiritilgan ilmiy ishlar va g`oyalar mazmuni, undagi statistik ma`lumotlar, sanalarning aniqligiga hamda tanqidiy fikr-mulohazalarga mualliflarning shaxsan o`zlari mas`uldirlar.

Мазкур Халқаро илмий-амалий конференция Ўзбекистон Республикаси олий таълим, фан ва инновациялар вазирининг 2023 йил 2 майдаги 118-сон буйруғига асосан Бухоро давлат университетида Янги Зеландиянинг Веллингтон Викториа университети, Россия Федерациясининг Санкт-Петербург иқтисодий университети ва Козон Федерал университети, Тожикистон Миллий университети, Қозоғистоннинг Л.Н. Гумилев номидаги Евроосиё миллий университети, Қирғизистоннинг С.Нааматов номидаги Нарин давлат университети, Украинанинг иқтисодий ва технологиялар университети ва Алфраганус университети билан ҳамкорликда *иқтисодий фанлари доктори, профессор Б.Н. Навруз- Зоданинг илмий фаолиятининг 50 йиллиги ва таваллудининг 70 йиллик юбилейига* бағишланган.

Согласно приказу Министра высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан за №118 от 2 мая 2023 г., Бухарский государственный университет совместно с университетом Виктории Веллингтон (Новая Зеландия), Санкт-Петербургским экономическим и Казанским Федеральным университетами (РФ), Национальным университетом Таджикистана, Евроазиатским национальным университетом имени Л.Н.Гумилёва (Казахстан), Наринским государственным университетом имени С.Нааматова, Украинским университетом экономики и технологии и университетом Алфрагануса организован Международная научно-практическая конференция посвящённая *50-летию научной деятельности и 70-летию со дня рождения доктора экономических наук, профессора Бахтияра Негматовича Навруз- Зода.*

The international scientific-practical conference organized by official decree of the Ministry of Higher Education, Science and Innovation of the Republic of Uzbekistan No. 118 dated May 2, 2023, Bukhara State University and Victoria Wellington University (New Zealand), St. Petersburg Economic and Kazan Federal University (RF), National University of Tajikistan, Eurasian National University named after L.N. Gumilyova (Kazakhstan), Naryn State University named after S. Naamatova, Ukrainian University of Economics and Technology and University of Alfraganusa dedicated to the 50th anniversary of Navruz-Zoda's scientific activity and the 70th anniversary of his birth.

- таклиф этилган сўровнома ўтказиш услубидан фойдаланган ҳолда (ички ва ташқи туризм сайёҳларини вилоятдаги харажатларини ҳисобга олиш орқали) вилоятнинг ялпи ҳудудий маҳсулотида туризмнинг улуши аниқланган. Бу кўрсаткич 2,8%ни ташкил қилган бўлиб, ҳозирда туризмни вилоятнинг иқтисодий ўсишдаги улуши паст даражада эканлигини кўрсатмоқда;

- вилоятда туризм тармоғини умумий хизматлар, ялпи ҳудудий маҳсулот ва инвестициялар ўртасида нисбатан юқори боғлиқлик борлиги исботланган. Саноат, қишлоқ хўжалиги ва савдо билан боғлиқлик даражаси нисбатан юқори эмас, уларнинг вилоятда туризмни ривожланишига қўшаётган ҳиссалари талабга жавоб бермаслигини кўрсатмоқда.

Вилоятда туризм тармоғини ривожланишининг ҳозирги ҳолати бир қатор тизимли муаммолар мавжудлигини кўрсатмоқда. Уларни ҳал қилиш ва минтақавий салоҳиятдан унумли фойдаланиш туризмни вилоятни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг етакчи тармоғи ва ўсиш нуқталаридан бирига айланиши, аҳоли фаровонлиги оширишда муҳим омил бўлиб хизмат қилиши учун барча имкониятлар мавжуд.

Бухоро давлат университети “Иқтисодиёт” кафедраси и.ф.ф.д., (PhD)

З.Б. Навруз-зода,

90 710-90-94, zebinisonavruzzoda@gmail.com

“СМАРТ ТУРИСТИК ДЕСТИНАЦИЯ” ЗИЁРАТ КЛАСТЕРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ.

Аннотация: Мақолада туристик дестинациянинг 6 та модели ҳақида ёритиб берилган. "Смарт ҳудудлар" мижозларга сайёҳларни кўпроқ жалб этилиши ва "Смарт ҳудуд"нинг асосий фарқловчи хусусиятларини очиб берган.

Калим сўзлар: туристик дестинация, туристик ҳудуд, смарт ҳудуд, ақилли ҳудуд, зиёрат кластери.

Аннотация: В статье описаны 6 моделей туристических дестинаций. «Умные регионы» раскрыли покупателям большую привлекательность туристов и основные отличительные черты «Умного региона».

Ключевые слова: туристическая дестинация, туристический район, умный район, интеллектуальный район, паломнический кластер.

Resume: The article describes 6 models of tourist destinations. "Smart Regions" revealed to customers more attraction of tourists and the main distinguishing features of "Smart Region".

Keywords: tourist destination, tourist area, smart area, intelligent area, pilgrimage cluster.

Туристик дестинациянинг турли моделлари мавжуд. Уларни 6 та қуйидаги моделларини мақоламизда кўриб чиқамиз:

1. *Туристик дестинациянинг тизимли модели.* Янги Зеландиялик олим Н.Лейпер ўзининг туристик дестинация моделида сайёҳлик билан ўзаро алоқада бўладиган тўртта қуйидаги ҳудуд турларини ажратиб кўрсатади¹.

1) туристларни юборадиган ва уларнинг яшаш жойлари билан боғлиқ бўлган *туристик оқимларни вужудга келтирувчи ҳудудлар*;

2) сайёҳларни ҳудудгача етказиш ва қайтариш билан боғлиқ бўлган *транзит ҳудудлар*;

3) туристлар бориб *саёҳатини амалга оширадиган ҳудуд*;

4) саёҳатгоҳни танлашга таъсир ўтказувчи *атроф-муҳит*.

Туристик дестинация туризм тизимининг асосий ядроси, муҳим элементи ҳисобланади. Туризмнинг концептуал модели асосида туризм соҳаси тизим сифатида туризм субъекти ва объекти тизимостиларини ўз ичига қамраб олади. Бунда туристик субъектни туристлар ташкил этса, унинг объекти туристик ресурслар ва туристик хизматларни кўрсатадиган корхона ҳамда ташкилотлардан таркиб топади. Туристлар бу тизим доирасида агар талаби ифодаланувчилар ёки харидорлар бўлсалар, уларнинг қаршиларида сотувчилар – туристик товар ва хизматларни таъминловчилар турадилар.

2. *Туристик ҳудуднинг географик модели.* Россиялик олим Морозов М. А. сайёҳлар учун маълум бир жозибadorликка эга бўлган географик ҳудуд сифатида туристик дестинацияни

¹Leiper N. Tourism system: an interdisciplinary perspective. Palmerston North, New Zealand: Department of Management Systems, Business Studies Faculty, Massey University, 1990, 289 p

белгилайди. Ушбу таърифда жозибаторлик асосий тафсилот ҳисобланиб, у турли сайёҳлар гуруҳлари учун турли хил бўлиши мумкин¹. Ушбу модел кластерлар жойлашган ҳудудга боғлиқ бўлган "Картографик таксономия" деган ёндашувга асосланади².

"Таксономия" (юнон тилидан "taxis" – ўрнашган жой ва "nomos" - қонун) - воқеликнинг мураккаб соҳалари, одатда иерархик тузилиш (география объектлари) га эга бўлган воқеликнинг мураккаб соҳаларини таснифлаш ва тизимлаштириш назариясидир. Бунда "Картографик таксономия" деганда, муаллифлар туристик ресурслар, хусусиятлари ва туристик ҳудудларнинг ривожланиш омиллари тўғрисидаги маълумотларни картографик таксономия ёрдамида тақдим этиш усули деб, тушунадилар. "Худудий бирлик" - харитадаги 1x1 километр горизонтал текисликка мос келадиган, унга берилган тартиб рақам (координаталари) бўлган ҳудуднинг майдони назарда тутилади.

3. *Туристтик дестинациянинг ижтимоий-маданӣ модели.* Туристтик ҳудуднинг ижтимоий-маданӣ модели маркетинг ёки талабни шакллантириш билан боғлиқ. Бу моделга мувофиқ, туристик дестинация - бу нафақат туристик талаб намоён бўладиган жой, балки, туристлар билан доимий равишда алоқада бўлган маҳаллий аҳоли яшайдиган манзил ҳамдир. Бу модель туристик ҳудудларнинг маркетинг томонини ҳам кўриб чиқади³.

4. *Туристтик дестинациянинг рақобатбардошлик модели.* Хорижлик мутахассисларнинг фикрича, дестинацияларнинг макро-, мезо- ва микро даражаларда рақобатбардошлиги маълум параметрларга асосланиб, 6А моделида ўз аксини топган. Туристтик дестинациянинг таркибий қисмларини Д.Бухалис ҳар томонлама тадқиқ этиб, унинг "6А" концепциясини ишлаб чиққан. Ушбу модель инглиз тилидаги 6 рақобатбардошлик категорияларининг бош ҳарфларидан олинган бўлиб, улар қуйидагиларда ўз аксини топади⁴:

1. Attractions - диққатга сазовор жойлар;
2. Accessibility – мавжудлиги (йўналишлар, терминаллар ва транспорт воситаларидан иборат барча транспорт тизимининг мавжудлиги);
3. Amenities - хизматлар (тураржой ва озиқ-овқат, чакана савдо тармоғи, бошқа туристик хизматлар);
4. Available packages - мавжуд пакетлар (воситачилар орқали олдиндан мавжуд саёҳат пакетлар);
5. Activities - фаолият (белгиланган ташриф жойлардаги барча фаолият тури ҳамда истеъмолчилар томонидан ташриф вақтида амалга ошириладиган ишлар);

5. *Туристтик ҳудуднинг тақлиф модели.* Мамлакат доирасида туризм тақлиф тизимига, қуйидаги уч маконда истеъмолчи ҳамда ишлаб чиқарувчилар ўртасида вужудга келадиган жараёнларга асосланади:

1. Сайёҳни вужудга келтирадиган макон - саёҳатгача истеъмол қилинадиган туризм воситачилари ҳамда товар ва хизматларни қамраб олади.
2. Ахборот макони – сайёҳни вужудга келтирадиган ва саёҳат амалга ошадиган маконларни уйғунлаштирувчи, мамлакат жозибаторлигини ўзида акс эттирган ахборот манбалари ва маркетинг воситаларини қамраб олади.
3. Саёҳат амалга ошадиган макон – саёҳат эҳтиёжларини қондириш жараёнида қатнашадиган барча ташкилотлар етказиб берадиган маҳсулот ва хизматлар мажмуини ўзида акс эттиради⁵.

6. *Туристтик ҳудуднинг SMART модели.* "Смарт" атамаси Петер Ф.Друкер томонидан "Менежмент амалиёти" (1954) асарида илмий айирбошлашга киритилган эди. "SMART" аббревиатураси қўйилган мақсаднинг хусусиятларини аниқлаш учун белгиланган бўлиб, қуйидаги маънони билдиради: Specific – аниқ; Measurable – ўлчанадиган; Achievable – эришиладиган; Realistic – реалистик; Time – вақт бўйича белгиланган⁶. Шундай қилиб, олим агар мақсад "ақлли" бўлса, яъни қўйилган мезонларга жавоб бера олса, унга эришилади, деб ҳисоблаган.

¹Морозов М.А. Дестинация – важнейший элемент туризма / М.А. Морозов, О. Коль. Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 1998. – № 1. – С. 9.

²Морозов М.А., Львова Т.В. Кластерный подход в моделировании туристских дестинаций (на примере Красной Поляны). Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. Научный журнал. № 9 (57). Москва. 2011. С:93-105.

³Николаев С.С. Стратегия формирования единого туристского пространства в регионе: (На прим. Санкт-Петербурга и Ленингр. обл.); автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / С.-Петербур. гос. ун-т экономики и финансов. — СПб., 2000. — 16 с.

⁴Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. 2000. № 21 (1). P. 97–116.

⁵ Ибрагимов Н.С., Мамлакат доирасида туризмнинг уч маконли тизимли таҳлили. "Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. № 6, ноябрь-декабрь, 2017 йил. 1-10- б.

⁶Peter F. Drucker. The Practice of Management by . Published October 3rd 2006 by Harper Business. 416 pages. <http://www.litres.ru/piter-druker/praktika-menedzhmenta-2/?lfrom=279785000>.

"Ақлли"(смарт) предикат (кесим)нинарсалар, объектлар, жараёнлар ва умуман инсон фаолияти муҳитига нисбатан қўлланилганда кундалик ҳаётимиз учун автоматлаштирилган бошқарув ва ахборот узатиш тизимларининг мислсиз аҳамиятини акс эттиради ва яқин келажакда сунъий ақлнинг дастлабки шакллари пайдо бўлишини кутади. "Ақлли ҳудуд" муаммоси туризм иқтисодиётига хос бўлиб, муаммони биринчи навбатда истеъмол талаби томондан акс эттиради. "Смарт ҳудудлар" мижозларга сайёҳларни кўпроқ жалб этиш ва уларнинг тураржойларида қулайликларни ошириш мақсадида бундай хизматлар кўрсатиш имкониятини беради. "Смарт ҳудуд"нинг асосий фарқловчи хусусияти – мижозга йўналтирилганлиги ва 2.0 Интернет имкониятларидан фойдаланган ҳолда янги қўшилган қиймат занжирларни яратишдадир.

Хулоса ва таклифлар:

1. "Туристтик дестинация" атамаси анъанавий шакл ва мазмундан янгича – "Смарт ёки "Ақлли туристик дестинация" шакли ва мазмунига трансформацияланиши.
2. АКТ ва Интернетнинг ривожланиши ва уларнинг туризм соҳасида кенг қўлланилиши туфайли дастлаб электрон, кейинча рақамли туризмнинг шаклланиши эвазига анъанавий туристик дестинациялар смарт туристик дестинацияларга айланиш тенденциялари кузатилмоқда.
3. Туризм ривожланган давлатларда "Смарт шаҳар" ларнинг барпо этилиши мазкур ҳудудларда Смарт туристик дестинацияларнинг шаклланишига кучли таъсир ўтказмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Leiper N. Tourism system: an interdisciplinary perspective. Palmerston North, New Zealand: Department of Management Systems, Business Studies Faculty, Massey University, 1990, 289 p
2. Морозов М.А. Дестинация – важнейший элемент туризма / М.А. Морозов, О. Коль. Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 1998. – № 1. – С. 9.
3. Морозов М.А., Львова Т.В. Кластерный подход в моделировании туристских дестинаций (на примере Красной Поляны). Вестник Российского государственного торгового-экономического университета. Научный журнал. № 9 (57). Москва. 2011. С:93-105.
4. Николаев С.С. Стратегия формирования единого туристского пространства в регионе: (На прим. Санкт-Петербурга и Ленингр. обл.): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов. — СПб., 2000. — 16 с.
5. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. 2000. № 21 (1). P. 97–116.
6. Ибрагимов Н.С., Мамлакат доирасида туризмнинг уч маконли тизимли таҳлили. "Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. № 6, ноябрь-декабрь, 2017 йил. 1-10- б.
7. Peter F. Drucker. The Practice of Management by . Published October 3rd 2006 by Harper Business. 416 pages. <http://www.litres.ru/piter-druker/praktika-menedzhmenta-2/?lfrom=279785000>.
8. Молчанова, В.А. Тенденции инновационного развития туристских дестинаций: «умная дестинация» / М.А. Молчанова // Экономика и предпринимательство. — 2017. — № 9-3 (86-3). — С. 715-720.

Рашидов Мэлс Каримович
Навой давлат кончилиқ
ва технологиялар университети
доценти, PhD,

ЭРКИН ИҚТИСОДИЙ ВА КИЧИК САНОАТ ЗОНАЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШНИНГ ДОЛЗАРБЛИГИ

Эркин иқтисодий зоналар бўйича жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, эркинлик, мустақиллик, дахлсизлик нафақат давлатга, шахсга, инсонга айни бир пайтда, илғор технологиялар яратаётган интеллектуал доираларга, ишлаб чиқариш корхоналарига, бутун бир минтақалару меҳнат жамоаларига ҳам сув ва ҳаводек зарур экан, деган хулосага олиб келади- инсонни.

Ўзбекистон Республикасида маълум бир минтақаларни ривожлантириш, ишни ташкил этишнинг худудий мукамал усуллари жорий этишга йўналтирилган "Эркин иқтисодий зоналар тўғрисида"ги қонун бундан қарийб 27 йил муқаддам, 1996 йил 25 апрелда қабул қилинган эди. Лекин у ўзининг жадал ривожланиш даври, вақти-соатини кутиб, 2008 йил 2 декабрда мамлакатимизда илк эркин иқтисодий зонани ташкил этиш, уларнинг фаолиятини тартибга солиш