

“SANOAT VA XIZMAT KO'RSATISH SOHALARINING RAQAMLI TRANSFORMATSIYASI: TENDENSIYALAR, BOSHQARUV, STRATEGIYALAR”

Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari to'plami
2022 yil 2-3 mart



“Digital Transformation of Industry and Services: Trends,
Management, Strategies” collection of abstracts
March 2-3, 2022

«Цифровая трансформация промышленности и сферы услуг:
тенденции, управление, стратегии» сборник тезисов
2-3 марта 2022 года.

OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
IQTISODIYOT VA TURIZM FAKULTETI

**“SANOAT VA XIZMAT KO'RSATISH SOHALARINING RAQAMLI
TRANSFORMATSIYASI: TENDENSIYALAR, BOSHQARUV,
STRATEGIYALAR”**

Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari to'plami

2022 yil 2-3 mart

***«ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЫ УСЛУГ:
ТЕНДЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ, СТРАТЕГИИ»***

**сборник тезисов
2-3 марта 2022 года**

**“DIGITAL TRANSFORMATION OF INDUSTRY AND SERVICES:
TRENDS, MANAGEMENT, STRATEGIES”**

**collection of abstracts
March 2-3, 2022**

**“Durdona” nashriyoti
Buxoro – 2022**

“Sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarining raqamli transformatsiyasi: tendensiyalar, boshqaruv, strategiyalar” [Matn] / N.S. Ibragimov. - Buxoro: OOO "Sadriddin Salim Buxoriy" Durдона nashriyoti, 2022. - 464 b.

Dasturiy qo‘mita: i.f.d. O.X. Xamidov, i.f.d. O.S. Qahhorov, i.f.d., B.N.Navruz-Zoda, i.f.n. A.T.Jo‘raev, i.f.n. D. Sh. Yavmutov, i.f.d. N.S.Ibragimov, i.f.f.d. G.R.Xidirova, i.f.n. S.U.Tadjiyeva, i.f.f.d. A.J.Abdolloyev, i.f.f.d. Z.S.Nurov, M.A.Rajabova.

Tahrir hay‘ati: i.f.d. O.S. Qahhorov, i.f.n. A.T.Jo‘raev, O‘.U. Rashidov, t.f.n. G.T. Zaripov, i.f.n. D.Sh.Yavmutov, i.f.d. N.S.Ibragimov, i.f.d. A.B.Maydirova, i.f.d. O.V.Ivliyeva, i.f.n. L.M.Mutaliyeva, O.Q.Xurramov, J.Toxirov, N.D.Salixov.

Программный комитет: д.э.н. О.Х. Хамидов, д.э.н. О.С.Каххоров, д.э.н., Б.Н.Навруз-Зода, к.э.н. А.Т.Жураев, к.э.н. Д.Ш.Явмутов, д.э.н. Н.С.Ибрагимов, к.э.н. Г.Р.Хидирова, к.э.н. С.У.Таджиева, к.э.н. А.Ж.Абдуллоев, к.э.н. З.С.Нуров, М.А.Раджабова.

Редколлегия: д.э.н. О.С.Каххоров, к.э.н. А.Т.Жураев, У.У.Рашидов, к.т.н. Г.Т. Зарипов, к.э.н. Д.Ш.Явмутов, д.э.н. Н.С.Ибрагимов, д.э.н. А.Б.Майдирова, д.э.н. О.В.Ивлиева, к.э.н. Л.М.Муталиева, О.К.Хуррамов, Ж.Тохилов, Н.Д.Салихов.

To‘plam i.f.d. N.S. Ibragimov umumiy tahriri ostida chop etildi.

Сборник опубликован под общей редакцией д.э.н. Н.С. Ибрагимова

Mazkur to‘plamga kiritilgan maqolalar va ma'ruza tezislarning mazmuni, undagi statistik ma'lumotlar, sanalarning to‘g‘riligiga hamda tanqidiy fikr-mulohazalarga mualliflarning shaxsan o‘zlari mas’uldirlar.

Авторы несут личную ответственность за содержание статей и тезисов, включенных в этот сборник, содержащуюся в них статистику, точность дат и критические комментарии.

Buxoro davlat universiteti rektori
Obidjon Xafizovich Xamidovning tabrik so‘zi
Assalomu aleykum hurmatli mehmonlar va anjuman qatnashchilari!

“Sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarining raqamli transformatsiyasi: tendensiyalar, boshqaruv, strategiyalar” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjumanga xush kelibsizlar.

Ushbu xalqaro anjuman sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarini raqamli o‘zgartirish tendensiyalari va istiqbollarini baholash, raqamlashtirish jarayonlarini amalga oshirish mexanizmlari haqida nazariy bilimlarni shakllantirish, xizmat ko‘rsatish korxonalarini raqamli o‘zgartirish strategiyasini asoslashga bag‘ishlangan. Sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarini raqamli o‘zgartirishining dolzarb muammolari bo‘yicha fikr almashish, mintaqaviy va tarmoq iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari va istiqbollarini oldindan ko‘ra olish maqsadida samarali ilmiy ishlar, konsepsiyalar va ilg‘or ilmiy g‘oyalarni jamlash konferensiyaning **maqsadi** bo‘lib, quyidagi muammolarni o‘rganish **vazifa** qilib olingan. Jumladan, iqtisodiyot raqamli transformatsiyasining joriy muammolari, yangi yo‘nalishlari va imkoniyatlarini sarhisob qilish; sanoat va xizmatlar sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etishining zamonaviy xususiyatlarini tahlil qilish; mintaqalardagi raqamli infratuzilmani rivojlantirish, elektron xizmatlarni joriy etish tendensiyalarini o‘rganish; raqamli transformatsiyani qo‘llab-quvvatlashning tashkiliy va iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish yo‘llarini aniqlash bo‘lib hisoblanadi.

Anjuman doirasida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktabrdagi “Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079 sonli Farmonida, shuningdek 2020 yil 6 oktabrdagi “Axborot texnologiyalari sohasida ta‘lim tizimini yanada takomillashtirish, ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish va ularni IT-industriya bilan integratsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4851-sonli Qarori, 2018 yil 3 iyul “O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 3832-son Qarorida belgilangan vazifalarni amalga oshirish bo‘yicha ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqish rejalashtirilgan.

Halqaro anjumanni tashkil qilishdan quyidagi natijalar kutilmoqda:

iqtisodiyotni raqamli transformatsiyaning yo‘nalishlari, dolzarb muammolarining yechimlari va rivojlanishning istiqbolli yo‘llari aniqlanadi;

mahsulot va xizmatlarning raqobatbardoshligini oshirishda raqamli texnologiyalarning yangi yo‘nalishlari va imkoniyatlari sarhisob qilinadi;

sanoat va xizmatlar sohasida raqamli transformatsiyani qo‘llab-quvvatlashning tashkiliy va iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish usullari ishlab chiqiladi;

mintaqaviy va tarmoq iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari va istiqbollari aniqlanadi va ularning yechimlariga oid taklif va tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Raqamli transformatsiya yo‘nalishida erishilgan yutuqlar, olingan ilmiy natijalarni iqtisodiyot tarmoqlari, xususan sanoat va xizmatlar sohasiga tadbiq etish yo‘llari muhokama qilinadi va ularni O‘zbekiston sharoitida amaliyotga joriy qilish yo‘nalishlari belgilanadi.

Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotning ko‘lamini oshirish, mintaqalarning barqaror rivojlanishini ta‘minlash va ularning raqobatbardoshligini oshirish bilan bog‘liq muammolarni hal qilish hamda sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarida o‘zaro manfaatli raqobat muhitini yaratishga qaratilgan 100 dan ortiq ilmiy ma‘ruzalar respublikamiz va xorijiy davlatlarning turli oliy ta‘lim muassasalaridan kelib tushgan bo‘lib, bu hol anjumanning yuqori nufuzidan dalolat beradi.

Xalqaro anjuman Buxoro davlat universiteti Iqtisodiyot va turizm fakulteti tashabbusi asosida, Rossiya Federatsiyasining Rostov na Donu shahridagi Janubiy Federal universitet hamda Qozog‘iston Respublikasining Nursultan shahrida joylashgan L.M.Gumilev nomidagi Yevroaziya milliy universitetlari bilan hamkorlikda tashkil qilinayotgan bo‘lib, uning tashkilotchilariga o‘z minnatdorchiligimni bildiraman va uni yuqori darajada o‘tkazishlariga omad tilab qolaman!

Greeting speech from the rector of Bukhara State University

Obidjon Khafizovich Khamidov

Dear guests and participants of the conference!

Welcome to the International Scientific and Practical Conference "Digital Transformation of Industry and Services: Trends, Management, Strategies".

This international conference is dedicated to assessing the trends and prospects of digital transformation of industries and services, the formation of theoretical knowledge about the mechanisms of digitalization, the rationale for the strategy of digital transformation of service enterprises. The purpose of the conference is to exchange views on current issues of digital transformation of industry and services, to gather effective scientific work, concepts and advanced scientific ideas in order to anticipate the problems and prospects of innovative development of regional and sectoral economies. The task includes following issues such as an overview of current challenges, new trends and opportunities for the digital transformation of the economy; analysis of modern features of the introduction of digital technologies in industry and services; study of trends in the development of digital infrastructure in the regions, the introduction of electronic services; identifying ways to improve the organizational and economic mechanisms to support digital transformation.

Within the framework of the conference, the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan PF-6079 dated October 5, 2020 "On approval of the Strategy" Digital Uzbekistan - 2030 "and measures for its effective implementation", as well as "Information Technologies" dated October 6, 2020 Resolution No. PQ-4851 "On measures to further improve the education system in the field, development of scientific research and their integration with the IT industry", July 3, 2018 "On measures to develop the digital economy in the Republic of Uzbekistan" It is planned to develop scientific and practical proposals and recommendations for the implementation of the tasks set out in the Resolution No. 3832 "On measures".

The following results are expected from the organization of the international conference:

the directions of digital transformation of the economy, solutions to current problems and promising ways of development are identified;

summarizes new trends and opportunities in digital technologies to increase the competitiveness of products and services;

develop ways to improve the organizational and economic mechanisms to support digital transformation in industry and services;

Problems and prospects of innovative development of regional and sectoral economies are identified and proposals and recommendations for their solutions are developed.

Achievements in the field of digital transformation, ways to apply the obtained scientific results in various sectors of the economy, in particular in the field of industry and services, and directions for their implementation in the context of Uzbekistan will be discussed.

More than 100 scientific reports aimed at increasing the scale of the digital economy in our country, ensuring the sustainable development of the regions and increasing their competitiveness, as well as creating a mutually beneficial competitive environment in industry and services. from various higher education institutions of foreign countries, which testifies to the high prestige of the conference.

The international conference is organized on the initiative of the Faculty of Economics and Tourism of Bukhara State University in cooperation with the Southern Federal University in Rostov-on-Don, Russia and the Eurasian National University named after L.M.Gumilev in Nursultan, Kazakhstan. I want to display my gratefulness to organizers and wish all participants good luck, holding it at a high level!

**1-SHO‘BA:
O‘ZBEKISTON VA
XORIJIY DAVLATLARDA
RAQAMLI IQTISODIYOT:
MUAMMOLAR VA
RIVOJLANISH
ISTIQBOLLARI**

*Khamidov Obidjon Khafizovich,
Doctor of Economics, Professor, Bukhara State University
Khayrullaeva Nilufarebgim Nematilloevna,
PhD student of Bukhara State University, Uzbekistan*

DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEM "NATURAL AND RECREATIONAL ZONES IN THE SPHERE OF TOURISM"

Abstract. *The research work illuminates how to improve the theoretical and methodological provisions for developing an organizational and economic mechanism for forming and using touristic territory's natural and recreational potential. So that, the recreational sphere position in the tourist territory of economic system can help improve the national economy, structurally occupying an important place in the state's territorial socio-economic systems.*

Keywords: *recreational and natural resources, tourism economy, branches of tourism, quality recreational touristic product, natural and recreational areas, environment, tourist territory.*

Аннотация. *Исследовательская работа освещает пути совершенствования теоретико-методических положений разработки организационно-экономического механизма формирования и использования природно-рекреационного потенциала туристской территории. Таким образом, положение рекреационной сферы в экономической системе туристской территории может способствовать оздоровлению народного хозяйства, структурно занимая важное место в территориальной социально-экономической системе государства.*

Ключевые слова: *рекреационно-природные ресурсы, туристская экономика, отрасли туризма, качественный рекреационно-туристический продукт, природно-рекреационные территории, окружающая среда, туристская территория.*

Introduction. In the context of the transition to a market economy, the recreational sector of the national economy is undergoing significant transformations. This ensures not only the rationalization of the economic tourism structure of individual regions of the country (having real prerequisites for large-scale and intensive development of recreation and tourism) but less important and significant - in terms of its profitability, this sector of the economy becomes a fully competitive industry, a kind of catalyst for tourist economic development [9, with. 17-24].

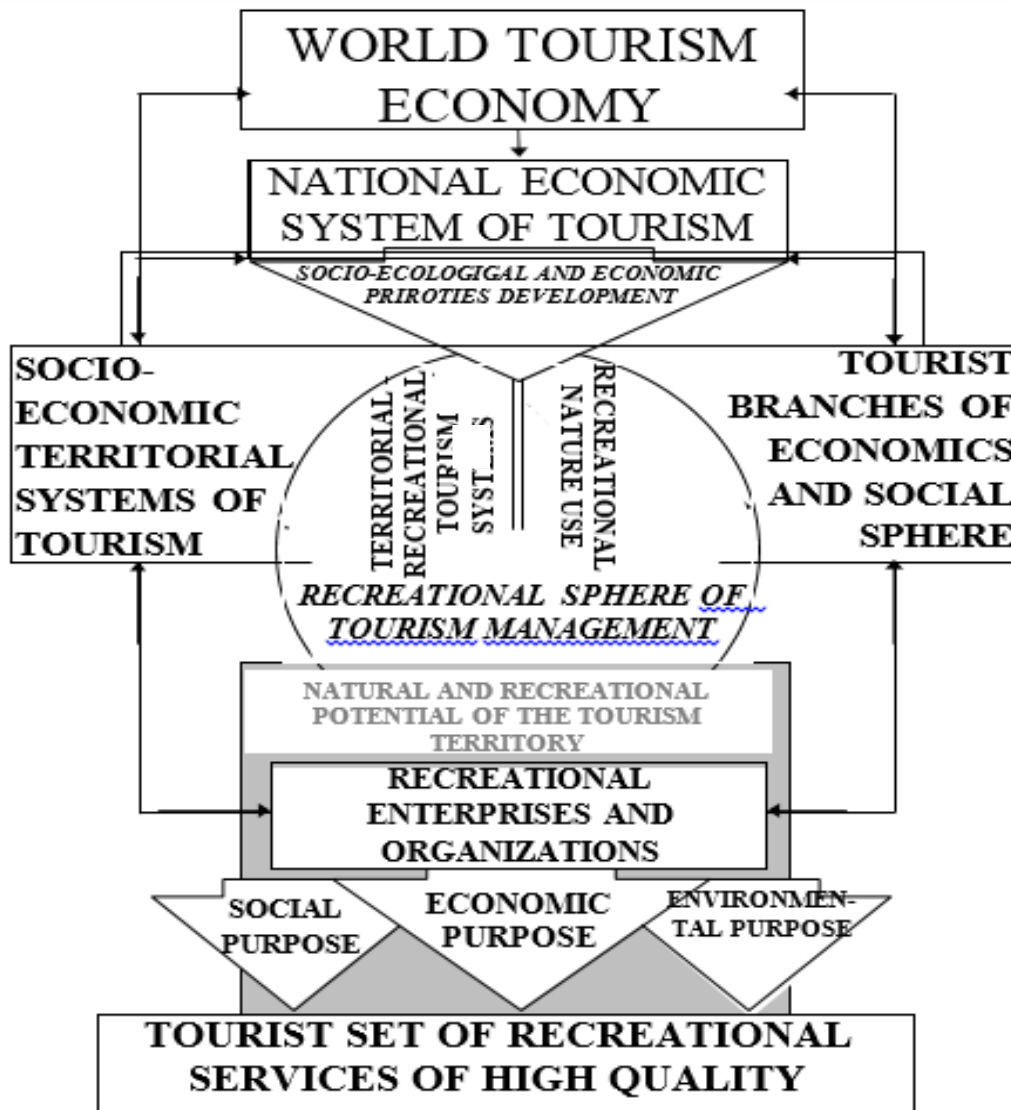
According to experts, the recreational sphere, which produces relocation, treatment, and recreation services, will become the engine of the national and world tourism economy in the 21st century; already today, this sphere accounts for a tenth of the gross world product [10].

As we know, Recreational resources are a combination of natural-technical, natural, socio-economic complexes and their elements that contribute to the restoration and development of a person's spiritual and physical strength, his ability to work. With a modern and promising structure of recreational needs and technical and economic opportunities, they are used for direct and indirect consumption and provision of resort and tourist services.

Recreational tourism distinguishes between socio-economic (or natural and cultural-historical) and natural resources of recreational activities. Recreational resources are divided into two main groups: natural and historical, and cultural.

The recreational tourist sector plays a significant role in developing the national economy, structurally occupying an important place in its territorial socio-economic systems. At the same time, the development priorities of the country and its separate territories are decomposed into three main goals of the subjects recreational activities: economic, social and environmental, which in their interaction are aimed at creating a quality recreational tourist product (Fig. 1.2).

Fig. 1.2. Purposes and place of the recreational sphere in the tourism territory of economic systems



The choice of these three tourist-target aspects results from a study of the essence of recreational nature management, together with the recreational industry, uses cultural and historical recreational resources, and forms the actual sphere of recreation. Ensuring the achievement of territorial socio-economic and environmental goals is one of the final results of management of the territory's development - its economic potential, in particular, such a component as its natural and recreational tourist potential.

In general, the term "recreation" is a set of etymological meanings that quite fully define the essence of the related phenomenon and process: from lat—recreation - recovery, rest break; from fr. Recreation - entertainment, rest, change of action, excluding labour activity, characterizes the space associated with these actions [3, p. 10-11; 6; 7; 8, p. 580]. So, the concept of "recreation" characterizes not only the process and measures to recreate the strength of a person (physical, spiritual and neuropsychic), but also space (usually specialized territories) in which this happens, and the time (free from work) during which it happens. It is the reproductive function of recreation that is emphasized in this definition.

There is the broad and narrow meaning of recreational activity [4]: In the first case, it is a complex socio-economic phenomenon, the process of restoring the spiritual and physical potential of a person based on the rational use of free time with the help of natural, economic and

social factors; in the second case, recreational activity is directly related to the process of rest, that is, it manifests itself in the form of specific recreational activities or their cycles.

It should be noted that in addition to the concept of "recreation" ("recreational activity") characterizes a specific type of human activity (associated with recreation, treatment, raising the cultural and educational level based on the use of natural, economic and cultural values) and another definition - tourism. In [9, p. 20-21], it is emphasized that "... both on the empirical and on the theoretical levels, based on the functional-target criterion, the sanatorium-resort sphere, tourism and the sphere of recreation can be integrated into a single recreational-tourist complex."

Results and discussion. In this study, we adhere to the views according to which recreation encompasses the sanatorium-resort sector, tourism and recreation. In particular, tourist activity specificity is associated with temporary migration and recreants' stay outside permanent residence places. At the same time, the traditional understanding of the essence of "reproduction of human forces" in the tourism sector can in some cases be transformed; for example, when it comes to business trips, it can only conditionally be considered as recreation.

In connection with the multifaceted nature and content of the concept of "recreation", as well as the lack of unity of views on the relationship between the concepts of "recreation" and "tourism", there is a problem of classifying the forms and types of recreational activities, which are considered in such works as [1; 2; 4; 5]. In particular, in work [4], recreational activity is classified according to functional characteristics and goals into such types as treatment and prevention, health improvement, sports, utilitarian and cognitive.

In work, theoretical generalizations are carried out and the author's solution to a scientific problem is presented - improving the organizational and economic mechanism for the formation and use of the natural and recreational potential of the tourist territory.

The research results led to the following conclusions.

1. Based on the study and generalization of theoretical and methodological provisions for the formation and use of the territory's natural and recreational potential, the work analyzes extensively the economic essence of the relationships and mechanisms of tourist attractiveness that mediate.

2. The paper defines the essence of the tourism market mechanism for the formation and use of the natural and recreational potential of the tourist territory, which consists of balancing the interests of enterprises in the recreational tourism industry and the tourism market of recreational buyers at all stages of creating a recreational product - a material result of labour in the recreational sphere of activity, characterized by consumer properties and the value received in a specific territory for a certain period and is directed to the reproduction of human strength in his further labour activity. The stages of tourism production of a recreational product are determined: development of natural resources with the involvement of capital, labour, material and information resources (stage of direct costs); provision of recreational services by recreational enterprises (intermediate cost stage); income generation by recreational enterprises (intermediate results stage); GDP growth due to increased productivity of recreational workers (stage of final results).

3. Review and improvement of the basic principles of building an organizational and economic mechanism for the formation and use of the natural and recreational potential of the territory: the principle of coordination of actions of the formation mechanism, the market mechanism of tourism and the mechanism of using the natural and recreational potential of the territory for the regional process of reproduction of the physical and intellectual potential of the population involved in the production of the aggregate public product; the principle of unity of the regulatory framework for all methods of managing recreational activities within a given territory; the principle of the adequacy of the management methods used in the territory and constitute a single organizational and economic system for optimizing recreational relations, the goals and objectives of the general economic development of the territory; the principle of the complexity of the action of the system of management methods in the field of recreational nature

management on the totality of both vertical and horizontal relationships between the subjects and objects of recreational socio-economic and tourism territories.

4. The feasibility of economic assessment of the natural and recreational potential of the territory based on an integrated approach to taking into account environmental restrictions in the formation and development of recreational activities, as well as the relationships and dynamic balance between the natural, social and economic factors of the formation of this potential has been proved. The application of linear economic and mathematical programming to assess a territory's natural and recreational potential, particularly its size and structure in value terms, has been substantiated. Implementation of optimization iterations of the simplex method corresponds to controlled dynamic processes of formation and use of the territory's natural recreational potential.

5. The study of the economic value of regional recreational rent, which consists in the formation of rental effects in certain areas as a result of optimization of the complex of interrelationships between various recreational factors, types of recreational services, and the level of sufficient demand for these services, has been conducted. The integral form of regional recreational rent has been determined, along with the traditional economic one, it combines social, environmental, and organizational components and, as part of the formation of a strategy for the sustainable development of a territory, is a tool that allows you to identify the most investment-attractive recreational areas. As well as a benchmark for the development of the market, social, ecological, innovative directions of the territory's recreational industry's functioning. It is proposed to determine the value of the regional recreational rent by using double estimates when programming recreational services and recreational resources in the tourism territory.

6. Separate blocks of the mechanism for the use and development of the natural and recreational potential of the territory (determination of the size and structure of this potential; investment of recreational activities, organization of recreation, ensuring the quality of the recreational environment, the formation of mechanisms for the reproduction of recreational resources and support for the development of the market for recreational services, analysis of recreational behaviour, structure and number of recreants; development of recreational services, assessment of the level of use of the natural recreational potential of the territory), which allows a more thorough approach to the regulation and management decisions in the recreational sphere of tourism management.

References:

1. Geography of recreational systems of the SRSR / [V.S. Preobrazhensky, Yu.A. Vedenin, I.A. Danilov and others]. - M.: Nauka, 1980. -- 219 p.
2. Zorin I.V. Variety of territorial recreational systems and their typology // Theoretical foundations of recreational geography: articles / I.V. Zorin., V.S. Preobrazhensky, Yu.A. Vedenin. - M.: Nauka, 1975. - P. 77–84.
3. Mironenko N.S. Recreational geography / N.S. Mironenko, I. T. Tverdokhlib. - M.: Publishing house of Moscow. University, 1981. -- 208 p.
4. Petrenko I.N. On the question of the typology of forms and recreational activities / I.N. Petrenko // Scientific and technical conference. teachers, staff, graduate students and students of the Faculty of Economics and Management: abstracts of reports. - Sumy: Sumy State University. - 2003. - P. 117-118.
5. Pirozhnik I.I. On the question of the classification of forms and types of recreational activities / I.I. Pastry // Bulletin of the Belarusian University. - 1975. - No. 2. - P. 69–72. - (Ser. 2.)
6. Recreation // TSB: in 30 volumes / ed. A.M. Prokhorov. - [3rd ed.]. - M.: Sov. encycl., 1975. -- v. 21. -- 639 p.
7. Recreation // USE: in 12 volumes - K.: Ch. ed. Ukr. owls. encyclopedias, 1983. - v. 9 - 568 p.
8. Shmagina V.V. Recreation and tourism in the system of current priorities of socio-economic development / V.V. Shmagina, C.K. Kharichkov. – Odessa: Inst. Of Market Problems and Economics. Research of the National Academy of Sciences of Ukraine, 2000.- 70 p.

9. Kilichov, M. H., & Hairylaeva, N. N. (2017). MODEL LOOP BUNDLING AS A BASIS FOR THE FORMATION OF COMPETITIVE MOBILITY SPA COMPLEX. In *СОВРЕМЕННОЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ* (pp. 1865-1867).
10. Хайруллаева, Н. Н. (2017). CONDITIONS AND FEATURES OF DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE NATURE-BASED TOURISM. In *СОВРЕМЕННОЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ* (pp. 174-177).
11. Киличов, М. Х. (2017). Особенности экологического туризма и экологические ресурсы. In *СОВРЕМЕННОЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ* (pp. 182-185).
12. Киличов, М. Х. (2017). ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА КУРОРТНЫЙ ЭКО-ПРОЕКТ" ОЧАРОВАНИЕ ОГИТМА". In *СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ* (pp. 394-399).
13. Khamidov, O. (2012). Opportunities for the development of eco-tourism in preserved Natural Areas of Uzbekistan. *Beiträge zur Entwicklung in Usbekistan und China: Wissenschaftliche Schriftenreihe: Band 5*, 5, 92.
14. Obidjon, K. (2010). Development of Ecotourism in Uzbekistan in Period of Global Financial-Economic Crises. *Ўзбекистонда туризмнинг ривожланиши*, 25(2), 217-228.

Навруз-Зода Бахтиёр Негматович
БухДУ профессори, и.ф.д., профессор

ХУДУД ИҚТИСОДИЁТИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ ИННОВАЦИОН МОДЕЛИ

Аннотация: мақолада минақа рақобатбардошлигининг ўзига хос хусусияти, ва "Худуд иқтисодиёти рақобатбардошлигининг инновацион модели"нинг таркибий қисмлари ва ташкилий-иқтисодий механизмлари ҳақида сўз юритилади.

Калим сўзлари: рақобат, худуд рақобатбардошлиги, инновацион рақобатбардошлик, фаол худудий тадбиркорлик, худуд иқтисодиётида рақобат устунлиги.

Аннотация: в статье рассматриваются особенности региональной конкурентоспособности, а также составляющие и организационно-экономические механизмы «Инновационной модели конкурентоспособности региональной экономики».

Ключевые слова: конкуренция, региональная конкурентоспособность, инновационная конкурентоспособность, активное региональное предпринимательство, конкурентное преимущество в региональной экономике.

Annotation: the article discusses the features of regional competitiveness, as well as the components and organizational and economic mechanisms of the "Innovative model of the competitiveness of the regional economy".

Key words: competition, regional competitiveness, innovative competitiveness, active regional entrepreneurship, competitive advantage in the regional economy.

Инвестицион фаоллиги ошириш шароитида худуд иқтисодиётининг устувор соҳа ва тармоқларини инновацион ривожлантириш учун худудларни рақобатбардошлигини оширишнинг инновацион йўлини илмий жиҳатдан асослаш муҳим аҳамият касб этади.

Инновацион рақобатбардошлик нима?

М.Портер инновацияларни рақобат кучларини шакллантирувчи восита деб тавсифланган бўлса¹ [1], Р.Доул инновацияларни глобал рақобатнинг курули деб аталган² [2]. Рақобатнинг новаторлик ёндашуви асосчиси Йозеф Шумпетер ҳисобланади. У ўзининг “Самарали рақобат” назариясида рақобани “ижодий бузиш (ёмонлашиш, умирилиш, вайрон бўлиш, ҳалокат)” сифатида кўриб чиқиб, янги билан эски кураши, инновациянинг эскирган билан мусобақа” деб тавсифланган. Рақобат механизми эскирган технологиялардан фойдаланаётган корхоналарни бозордан суриб чиқаради. Рақобат инновацияларни узлуксиз жорий этиш, барча даражаларда – технологик, бошқариш ва ишлаб чиқариш, маҳсулот сифати, янги сотиш бозорларни ўзлаштиришни ташкил этишни тақозо этади.

Рақобатнинг инновацион концепцияси XXI асрда В.Чан Ким ва Р. Моборн томонидан ишлаб чиқилган “мовий океан стратегияси” модели туфайли янги турки олди. Муаллифлар ҳозирги даврда компаниялар ўсиш суръатлари чекланган ва даромад кам келтирадиган анъанавий сотиш бозорлар (“қизил океан”) да рақобат қилмасдан, унинг ўрнига мутлақо янги бозор сегментларини ва ҳаттоки рақобатдан озод бўлган бозорлар (“мовий океан”)ни инновацияларни жорий этиш орқали яратишга эътиборларини қаратиш мақсадга мувофиқ бўлади деб ҳособлайдилар³.

“Инновацион рақобатбардошлик” деганда “инновацион фаолиятни юритиш ҳисобидан рақобат устунликка эга бўлиш қобилияти” тушунилади⁴. Яъни инновацион рақобатбардошлиги ҳудудларнинг мавжуд инновацион салоҳиятидан фойдаланилганлиги ҳамда ушбу минтақада инновацион тизим қай даражада ривожланганлигини ифодалайди.

Й. Шумпетер нинг фикрича, “*иқтисодий ўсиш* – бу бир вақтнинг ўзида бир хил товар ва хизматлар ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш ҳажмининг ортиши бўлса, *иқтисодий ривожланиш* – бу янги, аввал номаълум бўлган, яъни, инновациянинг пайдо бўлишидир”⁵. “Инновация” атамаси латинча “*innovatio*” сўзидан таркиб топган бўлиб, уни таркибидаги “*in*” олд қўшимчаси - “ичида, ичкарида” ва ўзак “*novatio*” сўзи - “янгилик, ўзгартириш” маъноларини билдиради. Яъни “*инновация*” – *янгиликни киритиш, туб ўзгаришларни амалга ошириш* деган маъноларни англатади. Й.Шумпетернинг таърифига кўра: «Инновация –тадбиркорлик руҳлантириши билан мотивлашган, ишлаб чиқариш омилларнинг янги илмий-ташкилий ўзаро уйғун бирикмаси, фойданинг генератори, ҳаракатга келтирувчилардан биридир”.

Иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш ташкилоти (ОЭСР) томонидан Евростат билан биргаликда нашр этилган халқаро “Осло қўлланмаси”да инновацияларга қуйидагича таъриф берилди: “Инновация қандайдир янги ёки сезиларли даражада яхшиланган маҳсулот (товар ёки хизмат) ёки жараёнларни, ишбилармонлик амалиётида янги ташкиллаштириш усулини ёки янги маркетинг усулини, янги иш ўринларни ёки ташқи алоқаларни ташкил этишини қўллаш учун жорий қилишдир”⁶.

Инновациянинг юқоридаги таъриф ва тавсифларидан шундай хулоса чиқариш мумкинки, “инновация” ва “рақобатбардошлик” тушунчалари бир-бири билан чамбарчас боғлиқ бўлиб, уларнинг уйғунлигини таъминлаш эвазига иқтисодиётда синергетик самара юзага чиқади. Инновациялар рақобатбардошликнинг асосини ташкил этишини инобатга олган ҳолда биз қуйида ҳудуднинг инновацион рақобатбардошлигига тафсилот бериб ўтамыз.

Биз илмий тадқиқотларимиз доирасида ҳудуд рақобатбардошлигининг инновацион моделини тузиш саъй-ҳарактини қилаганмиз. Бундай моделнинг методологик асосини

¹ Портер М. Конкуренция: Пер. англ. - М.: Вильямс, 2000. – 495 с

² Doyle P. Marketing management and strategy. – London: Prentice-Hall Europe, 1999. –559 p.

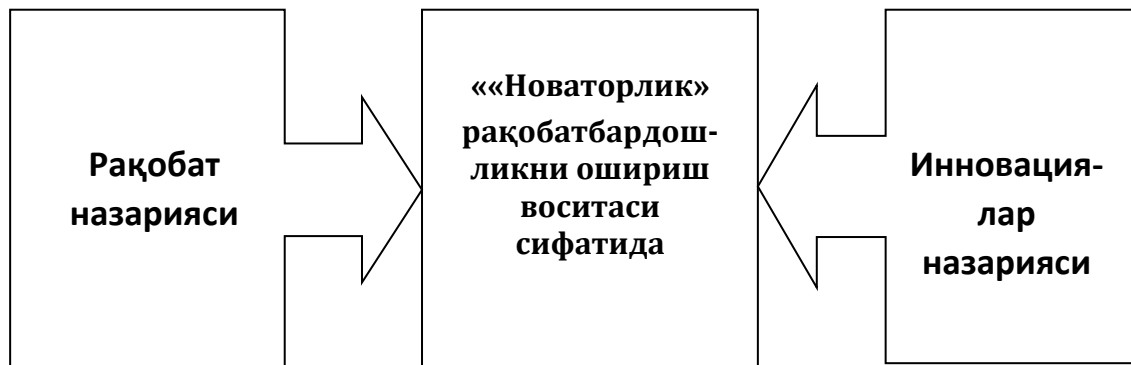
³ Чан Ким В., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 336 с.

⁴ Инновационная конкурентоспособность. <http://center-yf.ru/data/Marketologu/Innovacionnaya-konkurentosposobnost.php>.

⁵ Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. М.: "Прогресс", 1982. 455с.

⁶ Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Третье издание. Совместная публикация ОЭСР и Евростата. UUCH. Москва. 2006. 206 с.

иккита қуйидаги назарий асос негизида шакллантирадиган рақобатбардошликнинг инновацион концепцияси ташкил этади (1-расм).



1-расм. Инновацион рақобатбардошлиги моделининг методологик асоси

1-расмдан кўриниб турибдики, рақобат назарияси ва инновациялар назариясини интеграцияси натижасида “новаторлик” фазилатлари тадбиркорлик субъектларининг инновацион фаолияти сифатида уларнинг рақобат устунлигини ошириш воситаси сифатида юзага чиқади. Инновацион рақобатбардошлиги моделининг методологик асоси сифатида:

Биринчидан, ишлаб чиқарувчиларни энг самарали инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳаларни жорий этишга ундайдиган *рақобат назарияси* ташкил этилса.

Иккинчидан, янги ғоялар, технологиялар ва лойиҳаларни амалга ошириш натижасида янги маҳсулот турлари, янги технологик жараёнларни, янги маркетинг усулларини ҳамда бизнесни юритишнинг янги услубларини яратиш билан боғлиқ бўлган *инновациялар назарияси* хизмат қилади.

Айниқса, ҳудудда бизнес субъектларининг инновацион компетентлиги ёхуд уларнинг новацияларни амалда жорий қилиш ва тижоратлаштириш маҳоратини ошириши сари рақобатбардошлигининг инновацион модели шаклланади. Кейинча, уларнинг инновацион фаолиятида инвестицияларни киритилиши эса, фирмаларнинг новаторлик даражасини оширадигани, натижада, бир томондан, тадбиркорлик корхоналарнинг иқтисодий-молиявий ҳолати яхшиланиб рақобатбардошлик ҳолатга ўтилса, иккинчи томондан, ҳудудлар миқёсида инновацион ривожланишга эришилади.

Ҳудуд рақобатбардошлигининг ўзига хос хусусияти ва унинг соҳа ва тармоқлар рақобатбардошлигидан кескин фарқи шундан иборатки, рақобат бир вақтнинг ўзида бир нечта ўзаро боғланган даражаларда, жумладан макро-, мезо-, микро- ва монодаражаларда кўриб чиқилиши ва таҳлил этилишини тақозо этади. Бунда мезодаража устунликка эга бўлади. Иқтисодиётнинг ушбу даражаларида рақобатлашув афзалликларни таъминлай олган тақдирдагина минтақа иқтисодиётининг устувор соҳа ва тармоқларини рақобатбардошлигининг синергетик самараси намоён бўлиб, ҳудудларнинг янгича тизимли хусусиятлари шаклланади.

Ҳудуд иқтисодиёти рақобатбардошлигининг инновацион концепцияси, фикримизча, қуйидаги бешта таркибий қисмлардан иборат бўлиши мумкин:

- 1) инновациялар билан боғлиқ бўлган ва иқтисодий ресурс сифатида инновацион тадбиркорлик шаклига эга бўлган *ресурс* кўринишидаги таркибий қисми;
- 2) инновацион товар сифатида инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳалар шаклига эга бўлган *товар* кўринишидаги таркибий қисми;
- 3) инновациялар асосида рақобатбардошликни оширувчи омил сифатида инновацион фирма шаклига эга бўлган *функционал* таркибий қисми;
- 4) инновацияларни амалга жорий этиш ва оммалаштириши билан боғлиқ бўлган *тижорат* таркибий қисми;

5) тадбиркорлик субъектларининг даромад манбаи сифатидаги новаторлик фазилатига эга бўлган *сармоядорлик* таркибий қисми.

Шундай қилиб, ҳудудда инновацион тадбиркорликнинг вужудга келиши ва ривожланиши сари ҳамда рақобат назарияси ва инновациялар назариясининг туташуш нуқтасида янги: “*Ҳудуд иқтисодиёти рақобатбардошлигининг инновацион модели*” шаклланади ва унинг қиёфасини биз куйидаги шаклда тасвир қилинишини мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз (2-расм).

2-расмда ифодаланган инновацион рақобатбардошлик моделининг моҳиятини рақобат назариясига инновациялар таъсири остида батафсил кўриб чиқамиз. Ҳудуд иқтисодиёти рақобатбардошлигининг инновацион моделини бошланғич нуқтасини “тадбиркорлик функцияси ва инновацион жараёни билан узвий боғлиқ бўлган ҳамда инновацияларни жорий этиш йўли билан мутлақо янги бозор таҳмонлари ва ҳаттоки, рақобатдан эркин бозорларни яратишга қаратилган бозор механизмининг ажралмас элементи” талқинидаги рақобат назарияси ташкил этади. Чунки, рақобат новаторларни энг самарали инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳаларни жорий этишга мажбур қилади.

Ушбу моделнинг иккинчи нуқтасини “янги ғоялар, технологиялар ва лойиҳаларни амалга ошириш натижасида янги ҳудудий хизматлари ва лойиҳаларни, инвестицион жараёнларни, бизнесини юритишнинг янги услубларини яратиш” талқинидаги ҳудуд иқтисодиётида инновациялар назарияси ташкил қилади. Бунда рақобатбардошликнинг инновацион концепциясини шакллантириш жараёнида инновациялар таянч асос ролини ўйнайдилар ва ҳудуддаги тадбиркорлик субъектларидан новаторлик фазилатларини ривожлантиришни талаб этади. Бундай саъй-ҳаракатлари эвазида ҳудуд иқтисодиётида консерватор хўжалик юритиш субъектларга нисбатан уларнинг фаол турларининг салмоғи кун сайин ошиб боради.

Шунингдек, ҳудуд иқтисодиёти рақобатбардошлигининг инновацион моделининг иккита қарама-қарши томонларини учта ўзаро боғланадиган ва ўзаро таъсир ўтказадиган - “Ҳудуд иқтисодиётида инновацион фаолият”, “Фаол ҳудудий тадбиркорлик” ва “Ҳудуд иқтисодиётида рақобат устунлиги” каби ташкилий-иқтисодий воситалар тавсия этилади. Чунки, айнан ҳудуддаги соҳа ва тармоқларда инновацион фаолиятини амалга ошириш натижасида бизнесининг новаторлик фазилартлари ошади ва у ўз навбатида янги ғояларни қўллаш эвазига рақобат устунликка эришади. Моделдаги “Ҳудуд иқтисодиётида инновацион фаолияти” тушунчаси ҳудудда бизнес тактикаси ва стратегиясида туб ўзгаришларни киритиш имконини бериш қобилиятини ифодалайди. Чунки, инновациялар ва рақобат назариялари туташуш нуқтасида тадбиркорликнинг янги – инновацион компетентлиги шаклланадики, у янги ғояларни юзага келтириш ҳамда уларни амалга оширишидан бошлаб, ҳудуд иқтисодиётининг устувор соҳа ва тармоқларида янги новаторлик товарларни яратиш ва хизматларни кўрсатишгача бўлган даврни самарали бошқариш маҳоратини билдиради.

Рақобатбардошликнинг инновацион моделида иккинчи боғланувчи ташкилий-иқтисодий восита сифатида “Фаол ҳудудий тадбиркорлик” тавсия этилади. “Шу ўринда фаол тадбиркорлик деган тушунчага, - қайд қилади Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлисга Мурожаатномасида, - қисқача тўхталиб ўтиш зарур. Фаол тадбиркорлик бизнес фаолиятини инновацион, яъни замонавий ёндашувлар, илғор технология ва бошқарув усуллари асосида ташкил этадиган иқтисодий йўналишидир. Фаол тадбиркор деганда, биз рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқаришга қодир, энг муҳими, янги иш ўринлари яратиб, нафақат ўзини ва оиласини боқадиган, балки бутун жамиятга наф келтирадиган ишбилармон инсонларни тушунамиз. Бундай тадбиркорлар сафини кенгайтириш, жумладан, юқори технологиялар, илм-фаннинг энг сўнгги ютуқларига асосланган техника ва асбоб-ускуналарни мамлакатимизга олиб келиш ва жорий этиш

учун уларга муносиб шароитлар яратиш бизнинг биринчи галдаги вазифамиз бўлиши шарт.”¹



2-расм. Худуд иқтисодиёти рақобатбардошлигининг инновацион модели

Бозор иқтисодиёти шароитида менежмент ва маркетинг тизимини ривожланиши натижасида ишлаб чиқариш омиллариининг таркиби ва тузилишида туб ўзгаришлар содир бўлади ва жараён худуддаги кадрларнинг тадбиркорлик қобилиятларини ривожлантиришини таъминлайди. Рақобатбардошликнинг инновацион моделида учинчи боғланувчи ташкилий-иқтисодий восита сифатида “Худуд иқтисодиётида рақобат устунлиги” тавсия этиладики, у инновациялар орқали худуд иқтисодиётининг устувор соҳа ва тармоқлари корхоналарининг рақобатбардошлигини оширишини таъминлайди.

Моделнинг интеграцион таркибий қисми сифатида юқорида тавсифланган унинг бешта элементлари таъсирида шаклланадиган – “Худуд иқтисодиётида инновацион рақобатбардошлик” мультипликатори тавсия этилади. У худуд иқтисодиётининг устувор соҳа ва тармоқларини инновацион фаолияти натижасида эришилган рақобатбардошлигида ўз аксини топади. Бу мультипликатор худудда иқтисодий фаолиятининг рақобат устунлигини оширишини таъминлашга қодир бўлган инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳаларни тавсифлайди.

¹Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. <http://www.press-service.uz/uz/lists/view/1371>.

Шундай қилиб, инновацион рақобатбардошлик, бир томондан агар ҳудудларнинг амалда эришилган инновацион ривожланиш даражасини акс эттирса, бошқа томондан, у минтақадаги бизнес субъектлари тадбиркорлик фаоллигининг ўлчов мезони сифатида хизмат қилади. Ўзбекистонда 2022-2026 йилларда минтақаларда амалга оширилаётган кўпгина новаторлик ва инвестицион саъй-ҳаракатлари туфайли ҳудуддаги устувор соҳа ва тармоқларининг инновацион рақобатбардошлик даражаси ошириб бориш имконига эга бўлмоқда.

*D.Sh.Yavmutov, BuxDU, i.f.n., dotsent
A.T. Jo'rayev, BuxDU, i.f.n.*

O‘ZBEKISTONDA SANOATNI YASHIL IQTISODIYOT TAMOYILLARI ASOSIDA RIVOJLANTIRISH MASALALARI

Barqaror rivojlanishning asosiy maqsadlaridan biri tabiat va uning boyliklarini nafaqat bugungi avlodga yetkazish, balkim, kelgusi avlodga ham asrab-avaylagan holda yetkazishdan iborat. Barqaror iqtisodiy o‘shishga to‘liq erishish kundan-kunga dolzarblik kasb etib boradi. Bu ishlab chiqarishning pasayib ketishi, aholining iste‘mol darajasining kamayishi, inqirozli hududlarning yuzaga kelishi bilan bog‘liq holda jamiyatning notekis vaziyatlarni yuzaga keltirishi oqibatida barqaror rivojlanish uchun yangi g‘oyalar va tamoyillarni shakllantirish asosida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning asoslarini yaratishni talab qiladi.

Jahon iqtisodiyoti va uning ayrim davlatlari, mintqalari iqtisodiyotining faoliyati samaradorligi hozirgi zamonda yashil iqtisodiyot tamoyillarini keng joriy qilgan holda barqaror iqtisodiy rivojlanish muammolarining yechimi bilan uzviy bog‘liq. Iqtisodiyotni ekologiyalashtirish pirovardida asosida ekologiya va iqtisodiyotning rivojlanishidagi muammolarning uzviy bog‘liqligi namoyon bo‘luvchi yangi yo‘nalishni, yangi fanni – Yashil iqtisodiyotni yuzaga keltirdi.

Yashil iqtisodiyotni rivojlantirish zamonaviy dunyoda har bir mamlakat va uning mintqalarining samarali rivojlanishida davlat siyosatining uzviy bir qismi bo‘lib, davlat boshqaruvining asosiy yo‘nalishlaridan biri bo‘lib qoldi. Har bir mamlakatda uning mintaqalari o‘zlarining hozirgi qaysidir rivojlanish bosqichlarida yashil iqtisodiyotning ma‘lum bir yo‘nalishiga ustunlik beradi. Mamlakat mintaqalarida yashil iqtisodiyotning joriy qilinganlik darajasi uning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasini, raqobatbardoshligini ko‘rsatib beruvchi omillardan biriga aylandi.

Yashil iqtisodiyotning joriy qilinganligi darajasi mintaqalar va mamlakatlarning iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanish darajasini belgilab berar ekan, albatta har bir mamlakat va uning mintaqasi ishlab chiqarishning ushbu bosqichiga o‘tishi talab etiladi. Mamlakat va uning mintaqalarida yashil iqtisodiyotni joriy qilish ularning iqtisodiy-ijtimoiy, siyosiy rivojlanishini belgilab berar ekan, har bir mintaq va mamlakat ushbu bosqichga tezroq va samarali o‘tishni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘yadi.

O‘zbekiston Respublikasi va uning mintaqalarida yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida iqtisodiyotni rivojlantirish masalalari to‘liq tadqiq etilmagan. Mintaqalar iqtisodiyotini rivojlantirishda yashil iqtisodiyotning joriy qilishning nazariy-ilmiiy asoslarini hududiy xususiyatlarni inobatga olgan holda ishlab chiqish mazkur masalaning dolzarb mavzuligini namoyon qiladi.

Sanoat mamlakat iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biri sanaladi. 2019 yil yakunlari bo‘yicha sanoat O‘zbekistonning YaIMdagi ulushi 30 foizni (joriy narxlarda 139,8 trln. so‘m) tashkil etdi. So‘nggi yillarda ushbu tarmoqning nafaqat ahamiyati, balkim, ko‘lami ham kengayib bormoqda. 2017 yilda sanoat YaIMda 22 foizni tashkil qilgan bo‘lsa, 2019 yil yakunida 30 foizga yetdi. Shu bilan birga, sanoat tarmoqlarining yangi yo‘nalishlari ham shakllanib bormoqda.

O'zbekiston sanoat rivojlanishi yuqori intensivlikda bo'lmagan mamlakatlardan hisoblanishi bilan birga mazkur tarmoqda yashil iqtisodiyot tamoyillari kam shakllangan mamlakatlardan sanaladi.

Mamlakatda yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida ishlab chiqarishni rivojlantirish yangi yo'nalish bo'lib, asosan 2017 yildan keyin e'tibor qaratila boshlandi. Mazkur yo'nalishda huquqiy-me'yoriy asoslar ham yaqin o'tmishdan shakllanib kelmoqda. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947 sonli “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni hamda 2017 yil 26 maydagi PQ 3012 sonli “2017-2021 yillarda qayta tiklanuvchi energetikani yanada rivojlantirish, iqtisodiyot tarmoqlari va ijtimoiy sohada energiya samaradorligini oshirish chora-tadbirlari dasturi to'g'risida”gi Qarori, 2019 yilning 30 oktyabridagi PF-5863 sonli “2030 yilgacha bo'lgan davrda O'zbekiston Respublikasining Atrof- muhitni muhofaza qilish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida”gi farmoni shular jumlasidan. Mazkur hujjatlarda yashil iqtisodiyotga o'tish O'zbekiston iqtisodiyotining strategik yo'nalishlaridan ekanligi ta'kidlab o'tilgan.

2030 yilgacha bo'lgan davrda O'zbekiston Respublikasining “Atrof muhitni muhofaza qilish konsepsiyasi”da iqtisodiyotni ekologiyalashtirish sohasida quyidagilar mamlakatda yuzaga kelgan ekologik muammolarning yechish yo'llari sifatida belgilangan:

- resurslardan foydalanishni optimallashtirish va tabiatni muhofaza qilish faoliyatining samaradorligini oshirish, shuningdek, “yashil infratuzilma”ni yaratish;
- milliy iqtisodiyotni suvdan tejab foydalanish, qayta tiklanadigan energiya texnologiyalarini rivojlantirish va keng qo'llashni rag'batlantirishga yo'naltirib o'zgartirish, shuningdek, yuqori energiya samarador standartlar asosida inshootlar barpo etish;
- ekologik jihatlarning davlat sektoral siyosatiga, shu jumladan, rejalar, dasturlar va boshqa strategik hujjatlarni strategik ekologik baholash mexanizmini joriy etish, shuningdek, alohida loyihalarning atrof muhitga ta'sirini baholash orqali integratsiyalashuvini ta'minlash;
- ekotizimlarning qayta tiklanish imkoniyatlari va potentsial sig'imini baholash parametrlarini ishlab chiqish hamda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni rejalashtirishda ushbu parametrlarni hisobga olish tartib-taomilini joriy etish;
- xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatini ekologik sug'urtalash va ekologik auditdan o'tkazish tizimini tatbiq etish;
- atrof muhitning sifatini belgilovchi ustuvor yo'nalishlar bo'yicha xalqaro standartlarga (BMT Yevropa iqtisodiy komissiyasi, YeI va boshqalar) o'tishni ta'minlash;
- davlat xaridlarini amalga oshirishda ekologik standartlarni qo'llashni kengaytirish.

Respublikada sanoatning ko'lamini kengaytirish bilan bir qatorda uni yashillashuv, ekologiyalashuv yo'nalishlarida rivojlantirish uchun ulkan imkoniyatlar mavjud.

Shunday yo'nalishlardan biri bu quyosh energiyasidan elektr energiyasi ishlab chiqarishdir. 2021 yilning 27 avgust kuni Navoiy viloyatida O'zbekistonda birinchi quyosh elektr stantsiyasi ishga tushirildi. Uning quvvati 100 mVt. Mazkur korxonaga yiliga 252 mln. kilovat elektr energiya ishlab chiqaradi. Mazkur inshoot bir yilda 80 mln. kub metr tabiiy gaz iste'molini tejash bilan birga atmosferaga chiqadigan issiqxona gazlarini 160 ming tonnaga kamayishiga asos bo'ladi.

O'zbekiston quyosh energiyasiga boy mamlakat hisoblanadi, bu yerda 525-760 mlrd. kVt/soatlik potentsial jamlangan. Ushbu potentsialni inobatga olib qayta tiklanuvchi manbalar hisobiga elektr energiya ishlab chiqarishni 2018 yildagi jamiga nisbatan 10 foizdan 2030 yilga borib 25 foizga yetkazish ko'zda tutilgan.

Energiyani samarasiz ishlatish oqibatida O'zbekiston YaIMi har yili o'rtacha 4,5 foiz yo'qotishga uchramoqda. Mamlakat energiya tashuvchi tizimlarining 40 foizi o'z muddatini o'tab bo'lgan va ma'nan hamda jismonan eskirgan. Hozirgi mavjud energiya tashuvchi resurslar zahirasi 2030 yilga borib keskin kamayadi hamda bu resurslarning katta taqchilligi kuzatiladi. Tadqiqotlar ko'rsatmoqdaki, mamlakat hududida qayta tiklanadigan energiya resurslari manbalari 270 mln. tonna shartli yoqilg'iga teng bo'lib, bu yillik energiya iste'moliga nisbatan 3 karra ko'pdir. Ushbu manbalarning katta qismini quyosh energiyasi tashkil qiladi. So'nggi 10 yil

ichida jahon bozorida quyosh energiyasi narxi 80 foizga pasaygan. O‘zbekistonda bunday energiyaning narxi yanada ham arzonroq bo‘ladi, sababi, mamlakatda quyosh radiatsiyasi yuqori, yorug‘ligi balanddir.

Respublika sanoatida kimyoviy ishlab chiqarish va tog‘-kon sanoati ustunlik qiladi. Bu tarmoqlar mamlakatda iste‘mol qilinadigan energiyaning chorak qismini, shuningdek tabiiy gazning 80 foizga yaqin qismini tasarruf etadi.

Sanoat oldida nafaqat chiqindilarni kamaytirib, atrof-muhitni ifloslanishni pasaytirish masalasi, balki, ekologik sof ishlab chiqarishga, innovatsiyalar va raqobatbardosh kadrlar malakasiga asoslangan global ishlab chiqarish jarayonlaridagi tezkor o‘zgarishlarga moslashib borish masalasi ham dolzarbdir.

Sanoat tarmoqlarini yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida rivojlantirganda ekologik sof mahsulotlar ishlab chiqarish va eksport qilish, ularni imtiyozli soliq, subsidiyalashgan foiz stavkalari, QQSning pasaytirilishi kabi rag‘batlar jarayonlarning tezlashishiga sabab bo‘ladi. Kam ishlab chiqariladigan va import evaziga qoplanadigan tovarlarga past import bojlari qo‘llash sanoatning yashil tizimlarga transformatsiyasini va yashil g‘oyalarning joriylanishini kuchaytiradi. Shuningdek, ekologik jihatdan zararli bo‘lgan subsidiyalarni ajratishni kamaytirish talab etiladi, masalan, energetika sohasida iste‘mol qilinadigan yoqilg‘i resurslari uchun ajratilayotgan subsidiyalar miqdori shunday resurslarning atrof-muhitni ifloslaganligi uchun ajratilayotgan to‘lovlardan bir necha karra kattadir.

Yuqorida sanab o‘tilgan masalalar o‘zining ilmiy asoslangan yechimlarini kutmoqda.

Foydalanilgan manbalar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 30 oktyabrdagi PF-5863 sonli “2030 yilgacha bo‘lgan davrda O‘zbekiston Respublikasining atrof muhitni muhofaza qilish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni. <https://lex.uz/uz/docs/4574008/>
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 26 maydagi PQ 3012 sonli “2017-2021 yillarda qayta tiklanuvchi energetikani yanada rivojlantirish, iqtisodiyot tarmoqlari va ijtimoiy sohada energiya samaradorligini oshirish chora-tadbirlari dasturi to‘g‘risida”gi Qarori. <https://lex.uz/docs/3221897/>
3. Зеленое восстановление и переход к зеленой экономике в Узбекистане. <https://www.uz.undp.org/docs./Green-Recovery/>

Ergashev R.X. - QarMII professori, i.f.d.

ELEKTRON TIJORATDA RAQAMLI BANK XIZMATI

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli bank xizmatlaridan foydalanish va yangi innovatsion bank xizmatlar turini joriy etish bo‘yicha takliflar berilgan.

Kalit so‘zlar. Bank xizmati, raqamli bank, innovatsiya, texnologik jarayon.

Аннотация. В данной статье приведены рекомендации по использованию цифровых банковских услуг и внедрению нового вида инновационных банковских услуг.

Ключевые слова. Банковское дело, цифровой банкинг, инновации, технологический процесс.

Annotation. This article provides recommendations for the use of digital banking services and the introduction of a new type of innovative banking services.

Keywords. Banking, digital banking, innovation, technological process.

Bank sohasi iqtisodiyotning yangi texnologiyalar keng qo‘llanadigan sohasi hisoblanadi. Ular texnik va inson kichik tizimlari bilan amalga oshiriladi.

So‘nggi o‘n yilliklar yangi kompyuter texnologiyalari, kredit kartalari va pul-moliya bozorida muhim innovatsiyalarni joriy etish davri bo‘ldi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, banklar

ijtimoiy tarmoqlarga, mobil Internetga va hatto onlayn o‘yinlar e‘tiborini tortadigan yangi reklama kanallarini faol rivojlantirmoqda.

Bank innovasiyalari – tamomila yangi bank mahsulot va xizmatlarining yig‘indisi sifatida mijozlarga foyda olishda yordam beradigan yangiliklar kiritishni joriy qilish orqali resurslar salohiyatini shakllantirish va joylashtirish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish jarayonida qo‘shimcha daromad olishga qaratilgan yangi texnologiyalar sohasida bank faoliyatining maqsadi va natijasi haqida sintetik tushunchadir.

Yangi bank xizmati – mijozga foyda olishda yordam ko‘rsatish yoki ko‘maklashish bo‘yicha faoliyat, qo‘shimcha komission daromad keltirish qobiliyati (tugallanmagan xarakterga ega);

Yangi bank mahsuloti - bozorda marketing tadqiqotlari asosida yaratiladigan, bank xizmatlari ko‘rsatishning aralash yoki noan‘anaviy shakli.

Banklarning mijozlar bilan munosabatlari sheriklik tamoyillariga asoslanadi. Bu, xususan, shuni anglatadiki, banklar nafaqat mijozlarning kapitalini saqlash haqida qayg‘uradi, balki moliyaviy-xo‘jalik faoliyatini kengaytirishga, xarajatlarni pasaytirishga, ishbilarmonlik faoliyatini rivojlantirishga va uning daromadlilikini oshirishga xizmat qiladigan yangi xizmatlarni taklif qilgan holda ularning kapitalini oshirish haqida g‘amxo‘rlik qiladi.

Bank xizmatlarining yangi turlari paydo bo‘lishining yana bir sababi - pul-kredit va moliyaviy bozorlarni tartibga solish sharoitida bank-moliya institutlari o‘rtasidagi raqobatdir. Bank menejerlarining maqsadi bank faoliyatini diversifikasiya qilish va bankni moliyaviy korxonaga yoki dividend bankiga aylantirishdir.

Bank innovasiyalari ixtisoslashgan va aralash bo‘lishi mumkin. Zamonaviy bank innovasiyalari xilma-xil vositalar va turlar - qimmatli qog‘ozlar, pul majburiyatlari, bank kartalari, depozit va omonat sertifikatlari, valyuta qimmatlari bilan ifodalanadi. Iqtisodiy mazmuni bo‘yicha bank sohasidagi yangiliklar kiritishni ikki xil turga ajratish mumkin: texnologik va mahsulotga oid.

Texnologik innovasiyalar qatoriga quyidagilar kiradi: pul mablag‘lari elektron o‘tkazmalari, bank kartalari, mahsulotga oid innovasiyalarga – yangi operatsiyalar va xizmatlar bilan ham, an‘anaviy bank operatsiyalari bilan ham bog‘liq bo‘lishi mumkin bo‘lgan yangi bank mahsulotlari kiradi.

Bank innovasiyalarining kelib chiqishi shundan dalolat beradiki, texnologik innovasiyalar banklarga raqobatli ustunliklarni ta‘minlaydi va zamonaviy to‘lov tizimlarining rivojlanishiga xizmat qiladi. Moliyaviy innovasiyalar rolini baholash qiyinroq. Agar mamlakatda yangi moliyaviy vositalarni yaratish va ulardan foydalanish jarayonini tartibga solish tizimi mavjud bo‘lmasa, ularning iqtisodiy mazmuni va qo‘llash maqsadlari buzib ko‘satiladi, ya‘ni ular an‘anaviy mahsulotlarga nisbatan mavjud bo‘lgan qoidalar uchun aylanma vosita bo‘lib qoladilar.

Shunday qilib, bank innovasiyalarini rivojlantirish strategiyasini belgilashda iqtisodiy va huquqiy nuqtai nazardan bank operatsiyalari va bitimlari, bank xizmatlari va mahsulotlari kabi tushunchalarni nimalar birlashtirishi va ajratib turishini hisobga olish kerak. Xalqaro va mahalliy amaliyotga muvofiq, bank mahsulotlari va xizmatlari standart operatsiyalar va bitimlarni, bank innovasiyalarini va bank kredit tashkilotlari uchun ixtisoslashtirilgan xizmatlarni o‘z ichiga oladi.

Jahon amaliyotida odatda quyidagi bank innovasiyalari turlaridan foydalaniladi:

- yangi segmentlardagi bank mahsulotlari: ko‘chmas mulkka investisiyalar, sug‘urta biznesi, moliyaviy lizing, trust operatsiyalari va h.k.;
- tijorat qimmatli qog‘ozlari, moliyaviy fyucherslar, moliyaviy opsionlar, kotirovka qilinmaydian qimmatli qog‘ozlar bozori kabi pul-moliya bozorining yangi sohalaridagi innovasiyalar;
- naqd pulni boshqarish va yangi axborot texnologiyalaridan foydalanish;

➤ operasion xarajatlarni kamaytirish hamda aktivlar va majburiyatlarni, masalan, depozit sertifikatlari, NLU hisob varaqlari, pul bozoridagi depozit hisob varaqlari va h.k.ni yanada samarali boshqarish bo‘yicha moliyaviy vositachilik xizmatlari;

➤ ssuda kapitallari bozorining an‘anaviy segmentlarida yangi mahsulotlar, masalan, o‘zgaruvchan foiz stavkalari vositalar, snoplar, chuqur diskontli obligasiyalar, seriyali obligasiyalar va boshqalar, shuningdek kapital va qarz pul mablag‘lari tavsifiga ega bo‘lgan pul bozori vositalari (ssudalar va ishtirok etish obligasiyalari, investisiyalar sertifikatlari va boshqalar).

Bank innovasiyalarini tarqatish jarayoni bir qator omillar, jumladan tartibga solish tizimiga ta‘siri ostida bo‘ladi. Ayrim davlatlarning bank sohasini davlat tomonidan tartibga solish bo‘yicha tafovutlar oqibatida ayrim faoliyat turlarining qonunchilik bilan taqiqlanishi, faoliyatning muayyan turlariga qonunchilikni cheklovlar; kapital yetariligi bo‘yicha talablar, ba‘zi mamlakatlarda cheklov to‘g‘risidagi qonunchilik shakllanish bosqichida ekanligi kiradi

Bank innovasiyalarini rivojlantirish bo‘yicha milliy tajriba global amaliyotga va O‘zbekiston Respublikasining bank to‘g‘risidagi qonunchiligiga asoslanadi. Bu shuni anglatadiki, mahalliy kredit tashkilotlari bank operasiyalarini to‘ldiruvchi bank qonunchiligida nazarda tutilgan bitimlarni bajarishdan qo‘shimcha daromad olishlari mumkin.

Mamlakat amaliyotida odatda quyidagi bank innovasiyalari turlari ajratib ko‘rsatiladi:

➤ bank ishini tartibga solish jahon tendensiyalariga mos keladigan innovasion faoliyat (lizing va investisiya faoliyati taqiqlanmaganligi va, aksincha, sug‘urta biznesiga taqiqlovchi cheklovlar mavjudligi);

➤ pul shaklida majburiyatlar ijrosini nazarda tutadigan uchinchi shaxslarga kafolat berish;

➤ yuridik va jismoniy shaxslar bilan shartnoma bo‘yicha pul mablag‘lari va boshqa mulkni ishonch asosida boshqarishni (trast operasiyalari) amalga oshirish;

➤ uchinchi shaxslardan majburiyatlarni pul shaklida bajarishni talab qilish huquqini olish;

➤ valyuta boyliklari bilan operasiyalar o‘tkazish;

➤ bank kartalari bilan operasiyalarni amaliyotga joriy qilish;

➤ jismoniy va yuridik shaxslarga hujjatlar va qimmatbaho narsalarni saqlash uchun maxsus seyflar yoki binolarni ijaraga berish;

➤ maslahat va axborot xizmatlari ko‘rsatish;

➤ «boshqa bitimlar» hisobiga, jumladan, hosilaviy moliyaviy vositalar bilan moliya-pul bozorida operasiyalarni rivojlantirish.

Banklar operasion narxlarni va narxlarni raqobatbardoshlik darajasiga moslashtirish uchun o‘z xizmatlarini yaratish va yetkazib berish usullarini modernizatsiya qilishdan manfaatdor. Yangi bank mahsulotlarini va xizmatlarini rivojlantirish – bank faoliyati strategiyasini o‘zgartirish jarayonidir.

Bugungi kunda jahon amaliyotida uchta darajadan iborat bo‘lgan yangi texnologik bank xizmatlarini taqdim etish tizimi yuzaga kelgan. Birinchi darajaga savdo nuqtalarida hisob-kitob tizimlari, bank kartalari va avtomat-kassirlardan foydalanishni ko‘zda tutadiganchakana bank xizmatlari, shuningdek, pul hujjatlarini qayta ishlash va saqlash bilan bog‘liq xizmatlar kiradi. Ikkinchi darajaga telegraf orqali pul o‘tkazmalarini, pul operasiyalarini boshqarishni va nazoratni o‘z ichiga olgan ulgurji bank xizmatlari kiradi. Uchinchi darajaga avtomatlashtirilgan hisob-kitob palatalari (AutomatedClearingHouse - ACH) kiradi.

Mamlakatimizda elektron to‘lov elementlarining rivojlanishi ikki yo‘nalishda amalga oshiriladi: birinchi navbatda, to‘lov (bank) kartochkalari tizimi yetarli darajada taqsimlandi; ikkinchidan, 1990 yillarning o‘rtalaridan boshlab, dunyoning bir qator rivojlangan mamlakatlarida (Buyuk Britaniya, AQSH, Avstraliya, Yaponiya va boshqalar) bo‘lgani kabi yangi pul agregati bo‘lgan elektron pul deb nomlangan loyihani amalga oshirish ishlari olib borilmoqda.

Internet orqali bank xizmatlari. Internet – inson faoliyatining turli jabhalarida axborot xizmatlari taqdim etish uchun mo‘ljallangan global kompyuter tarmog‘i. Ushbu tizimning vujudga kelishi 1969 yil AQSH hukumati mudofaa vazirligi uchun tarmoq yaratishga kirishgan payt bilan bog‘lanadi. 1983 yil tizim ikkiga bo‘lindi: tinchlik maqsadlari uchun va harbiy maqsadlar uchun tarmoq tashkil qilindi. Vaqt o‘tishi bilan tizimning rivojlanishi xususiy sektorga o‘tdi, tarmoqlar o‘rtasida axborot almashinish imkoniyati paydo bo‘ldi. Bu tarmoqlar birlashuvi Internet deb atala boshladi. Internetda bank xizmatlarini amalga oshirishning asosiy to‘siqlaridan biri, ayniqsa kredit operatsiyalarini amalga oshirish jarayonida personal maslahat muammosi hisoblanadi. Tarmoqning asosiy afzalliklari - standart xizmatlar bo‘yicha xarajatlar pastligi hisoblanadi. Hozirgi vaqtda qonunchilikda yetarlicha aks ettirilmagan maxfiy axborotni elektron tarzda yuborish standartlari ishlab chiqildi.

Internet xizmatlar rivojlanishini to‘xtatib turgan omillar orasida, ayniqsa, qishloq aholisining daromad darajasi pastligi, shaxsi kompyuter xarid qilish uchun pul yo‘qligini ajratib ko‘rsatish mumkin.

Адабиётлар

1. Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н. Иқтисодий ўсиш. Дарслик, “INTELLEKT” Т.: 2022, 305 бет.
2. Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н. Рақамли иқтисодиёт . Дарслик, “INTELLEKT” Т.: 2022, 521 бет.
3. Информационно-аналитический портал о цифровой экономике и ИКТ-политике в странах Евразии <https://digital.report>.

Хожиёва Ирода Авезовна

1-курс базовой докторантуры

Ташкентского государственного экономического университета

АККРЕДИТАЦИЯ АССА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВУЗОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНИВАНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ИХ ВЫПУСКНИКОВ В РАМКАХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: подготовка кадров, квалификация, стандарты, АССА, бухгалтерия, аудит, образование, качество, оценивание.

Аннотация: В статье анализируются мировые и местные стандарты квалификации кадров. Приводятся примеры их применения и аналоги в высших учебных заведениях. Расшифровывается понятия АССА и его возможное применение в подготовке кадров в области бухгалтерии, аудита и финансового учета. Предлагаются рекомендации по внедрению АССА в экономических ВУЗах для их студентов в дальнейшем продвижении студентов как ценных кадров в рамках требований в мировом рынке труда.

Калит so'zlar: kadrlar tayyorlash, malaka, standartlar, АССА, buxgalteriya hisobi, audit, ta'lim, sifat, baholash.

Аннотация: Мақоллада кадрлар malakasining global va mahalliy standartlari tahlil qilinadi. Ularni qo'llash misollari va oliy o'quv yurtlari bilan o'xshashliklari keltirilgan. АССА kontseptsiyasi va uni buxgalteriya hisobi, audit va moliyaviy buxgalteriya hisobi sohasida кадрлар tayyorlashda qo'llash mumkin bo'lgan imkoniyatlari yoritilgan. Jahon mehnat bozoridagi talablar doirasida talabalarni qimmatli кадрлар sifatida yanada rag'batlantirishda o'z talabalari uchun АССАni iqtisodiy universitetlarda joriy etish bo'yicha tavsiyalar taklif etiladi.

Key words: personnel training, qualification, standards, АССА, accounting, audit, education, quality, evaluation.

Annotation: The article analyzes global and local standards of personnel qualification. Examples of their application and analogues in higher educational institutions are given. The concept of АССА and its possible application in the training of personnel in the field of

accounting, auditing and financial accounting are deciphered. Recommendations are proposed for the introduction of ACCA in economic universities for their students in the further promotion of students as valuable personnel in the framework of the requirements in the global labor market.

Всем известно то, что качество и системы управления качеством — это не просто абстрактные понятия, ограниченные только производителями или промышленными предприятиями, особенно в современном мире, где развитие этих систем распространяется на все сферы жизни во всем мире, особенно на средние школы и университеты. Необходим более высокий уровень общего качества образования в высших учебных заведениях. Необходимое условие для того, чтобы вооружить учащихся знаниями, навыками и компетенциями, необходимыми для того, чтобы быть успешными после окончания учебного заведения. По этой причине каждая средняя школа или университет нуждается в функциональной комплексной системе управления качеством. Такая система (которая должна быть естественной частью общей системы управления школой) позволяет людям быть уверенными в эффективности высшего образовательного учреждения.

Прежде всего, мы должны отметить, что имеются три разные концепции системы менеджмента качества:

В настоящее время в целом можно выделить разработку и внедрение:

(а) Концепция ISO 9000, основанная на применении требований стандарта ISO 9001 [1] и рекомендации стандарта ISO 9004 [2]. Многие высшие учебные заведения по всему миру такие системы сертифицированы по ISO 9001 стандарт аккредитованными органами по сертификации.

(б) Качество организации (имея в виду высшие учебные заведения в данном случае) считается в качестве общего термина, охватывающего такие аспекты, как производительность, устойчивое развитие или корпоративное социальная ответственность.

(с) Наиболее часто используемое определение устойчивого развития дается Всемирной комиссией по окружающей среде и развитие (Комиссия Брундтланд), в котором говорится, что развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности». См. также [9,10], где показано влияние устойчивого развития на университеты.

Также нужно отметить то, что и в Республике Узбекистан есть квалификации и стандарты оценивания студентов высших учебных заведений, «Государственный образовательный стандарт высшего образования. Основные положения» (далее —ГОС ВО) определяет:

общие требования к качеству подготовки кадров, содержанию образования;
необходимый и достаточный уровень подготовленности обучающихся и общие квалификационные требования к выпускникам образовательных учреждений;
объем учебной нагрузки;
процедуры и механизмы оценки деятельности высших образовательных учреждений и качества подготовки кадров.

ГОС ВО является основой для создания соответствующих нормативных документов (государственные образовательные стандарты областей образования, квалификационные требования по направлениям образования бакалавриата и специальностям магистратуры, учебные планы, программы учебных дисциплин и др.), регламентирующих образовательный процесс, оценку деятельности образовательных учреждений, качество подготовки кадров, учебников и учебных пособий [11].

Однако не смотря на установленные стандарты и квалификации опыт показывает, что кадры после окончания ВУЗов переоцениваются и заново подготавливаются для более плодотворной деятельности.

Это особенно проявляется в области финансов, учета и аудита, так как эти сферы более развиты именно за рамками высшего образования. Соответственно подобное явление ставит перед экономическими ВУЗами определенные задачи для того, бы подготовить их кадры в соответствии с требованиями мирового стандарта.

Мировые стандарты давно имеют свои оценочные сертификаты. Одним из популярных является Британская ассоциация сертифицированных присяжных бухгалтеров, объединяющая профессионалов в области финансов, учета и аудита (англ. Association of Chartered Certified Accountants сокр. АССА) — это глобальная ассоциация профессионалов в области финансов, учета и аудита [12], регулируемая королевской хартией [13]. Ассоциация наделена Управлением по регулированию квалификаций и экзаменов (Ofqual) правом выдачи профессионально-технических квалификаций [14]. Ассоциация объединяет 208 000 членов и 503 000 студентов в 178 странах. Штаб-квартира АССА находится в Лондоне с главным административным офисом в Глазго. АССА работает через сеть из более чем 104 офисов и центров в 52 странах — с 323 утверждёнными партнерами по обучению (ALP) и более чем 7300 утвержденными работодателями по всему миру, которые обеспечивают развитие сотрудников. Является членом Международной федерации бухгалтеров [16]

Сертифицированный Дипломированный Бухгалтер (АССА) является основной квалификацией организации, она достигается после сдачи 13 профессиональных экзаменов, трёхлетнего стажа работы под руководством специалиста по бухгалтерскому учету и сдачи модуля этики. Профессиональные экзамены АССА проводятся по всему миру четыре раза в год в марте, июне, сентябре и декабре в виде компьютерных экзаменов. Степень бакалавра в области прикладного учета предлагается совместно с университетом Оксфорд Брукс, а степень магистра в области профессионального учета предлагается совместно с Лондонским университетом, таким образом, что экзамены АССА зачитываются как необходимые академические кредиты в данных университетах.

Как показано выше подобный сертификат, к сожалению, можно получить только после окончания ВУЗа и после определенного стажа работы.

Поэтому мы рекомендуем подготавливать студентов экономических ВУЗов для повышения и оценивания их квалификации.

-Учитывать подготовку студентов по английскому языку и по математике и АССА также рекомендует пройти бесплатные тесты по английскому языку и математике и проверить свой уровень готовности к сдаче экзаменов АССА. Если какой-то из навыков требует улучшения, АССА даёт ссылки на бесплатные онлайн ресурсы для улучшения знаний по математике, а также ссылки на других учебных провайдеров для усовершенствования английского языка [18].

-Создать связывающую деятельность для них совместно с организацией АССА Connect или на students@accaglobal.com, статус студента АССА даёт ряд преимуществ, но вместе с тем накладывает определенные обязательства. Важно, чтобы студенты ознакомились с предписанием № 8 АССА’s Membership Regulations (раздел 2.1), который приводит примеры разрешенных и неразрешенных видов деятельности для студентов и членов АССА [17].

-Открыть для студентов в базе Университетской платформе связку между АССА Connect и регулировать их подготовку к экзаменам

-После сдачи экзамена учитывать их результаты в определении сертифицированных студентов на базе Университета и рекомендовать их работодателям по их требованию.

-Получить аккредитацию АССА

В АССА действует программа аккредитации учебных центров, и университетов которая обеспечивают доступность эффективных, прогрессивных и качественных курсов подготовки к экзаменам АССА и поддержку студентам АССА. Аккредитация даст учебным заведениям ряд преимуществ и поможет повышению ценности учебного бренда за счет сотрудничества [18].

Цели программы аккредитации учебных центров

Подтвердить высокое качество подготовки и поддержки студентов АССА в процессе получения квалификации;

Поддержать партнеров по обучению в их стремлении предоставить студентам АССА возможность добиться успеха [18].

В заключение хотелось бы сказать, что современное образование должно дотягиваться современной практике или хотя бы соответствовать мировым стандартам по работе в любой сфере. Как на пример мы давно заинтересовались обучению своих студентов по английскому языку на базе IELTS и TOEFL тестирования и даже придумали аналогичную национальную тестовую структуру CEFR. Поэтому давно пора применить обучение выходящие за рамки теории и применять более практичные знания в подготовке кадров. В этом направлении как не странно преуспевают именно не государственные учебные заведения. Высшим учебным заведениям нужно быть более открытыми к новинкам и инновациям. Им требуется быть более лояльными и мобильными, а местами даже гибкими в подготовки кадров.

Список используемой литературы

1. ISO 9001:2015 Quality Management System—Requirements; ISO: Geneve, Switzerland, 2015.
2. ISO 9004:2018 Quality Management—Quality of an Organization—Guidance to Achieve Sustained Success; ISO: Geneve, Switzerland, 2018.
3. ISO/IWA 2 Quality Management Systems—Guidelines for the Application of ISO 9001:2000 in Education; ISO: Geneve, Switzerland, 2007.
4. American National Standard: Quality Management Systems Standards—Requirements for Education Organizations; American Society for Quality: Milwaukee, WI, USA, 2011.
5. Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area. Available online: <http://www.enqua.eu/wp-content/uploads/2013/06/ESG> (accessed on 11 September 2013).
6. EFQM Excellence Model 2013; EFQM Representative Office: Brussels, Belgium, 2012.
7. 2015–2016 Baldrige Excellence Criteria (Education). Available online: <http://www.nist.gov/baldrige> (accessed on 31 August 2016).
8. The Concept of Excellence in Higher Education. Available online: <http://www.enqa.eu/index.php/publications/> (accessed on 28 August 2016).
9. Adomssent, M.; Godemann, J.; Michelsen, G. Transferability of approaches to sustainable development at universities as a challenge. *Int. J. Sustain. High. Educ.* 2007, 8, 385–402. [CrossRef]
10. Filho, W.L. *Transformative Approaches to Sustainable Development at Universities*; Springer International Publishing AG: Cham, Germany, 2016
11. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 12 августа 2021 года № 511 «О внесении изменений и дополнений, а также признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Узбекистан в связи к деятельности фонда «Эл-юрт умиди» и совершенствованием законодательства в области образования».
12. Market House Books. *A Dictionary of Finance and Banking*. — Oxford University Press.
13. ↑ Jonathan Law. *A Dictionary of Business and Management*. — Oxford University Press.
14. ↑ ASSOCIATION OF CHARTERED CERTIFIED ACCOUNTANTS, companieshouse.gov.uk. Дата обращения 1 мая 2020.
15. ↑ Organisation: Association of Chartered Certified Accountants. register.ofqual.gov.uk. Ofqual. Дата обращения: 1 мая 2020.
16. Association of Chartered Certified Accountants (АССА). IFAC. Дата обращения: 1 мая 2020.
17. <https://www.accaglobal.com>
18. <https://www.accaglobal.com/cis/ru/students/new-students.html>

Bukhara Engineering and Technology Institute
Assistant of the Department of Management
Bazarova Mamlakat Supieva

FEATURES OF EMPLOYMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

Annotasiya. Mazkur maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida ishchi kuchi, aholi bandli, milliy mehnat bozorlarining holati va bo'sh ish joylari mavjudligining monitoringini o'tkazish tizimini yaratish va bu sohadagi axborot bilan tezkor ayirboshlashga doir tahliliy ma'lumotlar keltirilgan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, ishchi kuchi, elektron ish o'rinlari, frilanserlar, an'anaviy ishlar, virtual ish o'rinlari

Аннотация. В данной статье представлена аналитическая информация по созданию системы мониторинга рабочей силы, занятости, состояния национальных рынков труда и наличия вакансий в цифровой экономике, а также оперативный обмен информацией в этой сфере.

Ключевые слова: цифровая экономика, рабочая сила, электронные рабочие места, фрилансеры, традиционные рабочие места, виртуальные рабочие места.

Annotation. This article provides analytical information on the creation of a system for monitoring the labor force, employment, the state of national labor markets and the availability of vacancies in the digital economy, as well as the rapid exchange of information in this area.

Key words: digital economy, workforce, electronic jobs, freelancers, traditional jobs, virtual jobs.

The authority and position of Uzbekistan in the international economic arena is growing significantly and steadily. At the same time, a well-designed strategy for the socio-economic development of the country, a clear and precise indication of the goals and objectives of economic reforms, and ways to implement them will make it possible to achieve significant achievements and goals.

The choice of a socially oriented market approach to the development of the economy in the Republic of Uzbekistan has posed a number of macroeconomic problems. One of such macroeconomic problems is the full employment of the population. Employment can be defined as a socio-economic phenomenon: employment is an activity of citizens that does not contradict the law and is associated with the satisfaction of their personal and social needs, bringing them wages or income. Uzbekistan also pays great attention to the formation of the information society and the rapid development of the "digital economy". In particular, the President said: "It is necessary to develop a national concept of the digital economy, which provides for the modernization of all sectors of the economy based on digital technologies. It was noted that we need to implement the Digital Uzbekistan 2030 program. The use of digital information and communication technologies contributes to improving the overall efficiency of production and employment, increasing exports and increasing tax revenues.

Research shows that over the past 15 years, the development of the Internet has resulted in the loss of 500,000 low-skill jobs worldwide, compared to the creation of 1.2 million new, high-tech jobs in the same period. Therefore, the Commonwealth of Independent States adopted a strategy for the formation and development of the information society until 2025.

The strategy outlines the main areas of cooperation in the field of e-employment:

- Create a system for monitoring the state of national labor markets and the availability of vacancies and prompt exchange of information in this area;
- exchange of experience in the creation of information systems and the formation of information resources in the labor market;

- Development of an electronic employment portal that allows employers to communicate directly with job-ready candidates;
- provision of electronic services for state social insurance, employment and social protection;
- Employment and mobility of youth, women, people with disabilities

The following problems and shortcomings in the field of employment are being solved and eliminated:

- a large number of people in need of employment, a high level of unemployment;
- Inefficient work on employment of repatriates abroad, lack of opportunities in this area;
- Lack of opportunities to increase the number of home-based jobs;
- commissioning of new capacities, modernization of existing enterprises (low efficiency);
- A significant part of the created jobs is short-term and seasonal;
- A significant part of the employed population is employed in low-wage industries, the informal sector and precarious jobs.

According to preliminary data, the resident population of the Republic of Uzbekistan as of April 1, 2021 was 34 695,6 thousand people and, since the beginning of the year, increased by 136,7 thousand people, or 0,4%. In particular, the urban population reached 17 581,6 thousand people (50,7% of the total population), the rural population -17 114,0 thousand people (49,3%).

The resident population is calculated by adding the number of births and immigrants to the population at the beginning of the reporting year and subtracting the number of deaths and displacements.

In January-March 2021, the quantity of births (live births only) amounted to 179,8 thousand people and, compared to the corresponding period of 2020 (170,4 thousand people), increased by 9,4 thousand people, the birth rate was 20,2 ppm.¹

The quantity of deaths in January-March 2021 was 39,6 thousand people and, compared to the same period 2020 (37,5 thousand people), increased by 2,1 thousand people, respectively, the mortality rate was 4,6 per thousand.

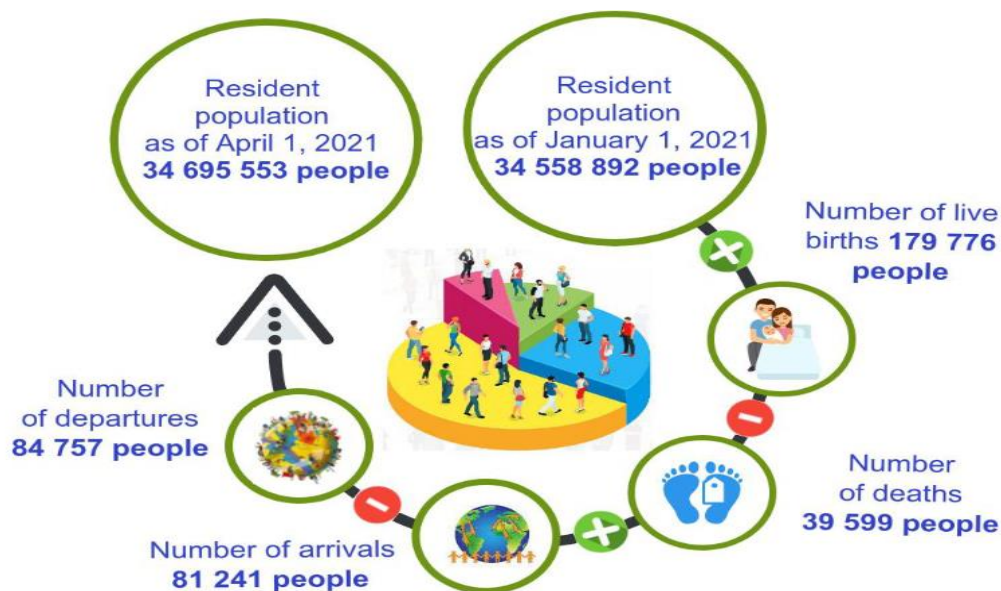


Table-1
Unemployment Information,² in %

	2019	2020	2021
--	------	------	------

¹ file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/16.Demographic%20situation.pdf

² https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/labor-market-2

26 “DIGITAL TRANSFORMATION OF INDUSTRY AND SERVICES: TRENDS, MANAGEMENT, STRATEGIES”

The Republic of Uzbekistan	9,3	9,0	10,5
Republic of Karakalpakstan	9,5	9,1	10,5
regions:			
Andijan	9,6	9,2	10,9
Bukhara	9,0	8,9	10,6
Jizax	9,4	9,2	11,0
Kashkadarya	9,7	9,3	11,1
Navoi	8,7	8,5	9,4
Namangan	9,5	9,1	10,6
Samarkand	9,7	9,3	11,0
Surkhandarya region	9,5	9,3	11,1
Syrdarya	9,6	9,3	11,0
Tashkent	9,0	8,9	10,5
Fergana	9,7	9,3	10,9
Khorezm	9,5	9,1	10,9
Tashkent	7,9	7,4	8,0

Legal regulation of employment of these categories of citizens, including the organization of information exchange according to the Message of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis of December 28, 2018,¹ forms and methods of working with it;

➤ Development of norms and standards for telephony in order to legitimize the conditions for remote work.

➤ Information and communication technologies have not only changed the structure of employment, but also created a new type of freelance work.

Freelancers are highly trained mental health professionals who are part of the company's staff and have the opportunity to fully realize their intellectual capital where they want.²

This is called remote work or remote work abroad. Social and labor relations in virtual employment differ from traditional ones in that:

➤ Social and labor relations. Relations between the subjects are in the nature of cooperation, partnership. Since the employee carries out labor activities at a distance from the employer;

➤ employees are not controlled by management, make independent decisions, independently organize their work;

➤ Employees have more freedom to use their working time and plan their own working time.

Table-2

Features of traditional and virtual workplaces

Functions	Traditional jobs	Virtual Workplaces
Best before date	Regularly, equally for all employees, for example from 9:00 to 18:00	At the most optimal time for the employee
Application time	As a rule, in the office of the enterprise and organization	In the most optimal location for the employee
Place of work	Mostly long term	Mostly short term as specified in the contract
Best before date	Basically one person	Often several
Employer	Out of time and hourly	Hourly and non-working

¹ <https://uzlidep.uz/uz/news-of-uzbekistan/7998>

² <https://uz.wikipedia.org/wiki/Frilanser>

There are many other benefits of working in the digital economy. In addition to the labor process, this method contributes to the development of employment and the stabilization of the labor market by attracting people with disabilities, women caring for children, and students. At the same time, people in overpopulated areas will be able to work elsewhere, including under contract with foreign employers.

Using the benefits of the "digital economy" only through virtual employment has increased labor resources. This will not only provide the able-bodied population of Uzbekistan with productive jobs and increase their incomes, but also accelerate the development of the country by increasing labor productivity.

However, according to experts from the Center for Economic Research, only 7 out of 39 industries that make up the economy of the republic: chemistry, woodworking, glass and porcelain industry, building materials industry, transport, housing and communal services and increase employment and productivity at the same time. They are also expected to use this potential to ensure the effectiveness of diversification in other sectors of the economy.

REFERENCES

1. file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/16.Demographic%20situation.pdf
2. <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/labor-market-2>
3. <https://uzlidep.uz/uz/news-of-uzbekistan/7998>
4. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Frilanser>
5. Бозорова М. С. ГЛАВА 10. СТРАТЕГИЯ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС //Иновационное развитие науки и образования. – 2021. – С. 122-132.
6. M.A.Radjabova, & M.S. Bozorova. (2021). ROLE OF COMMERCIAL BANKS IN THE PROVISION OF FINANCIAL SERVICES IN UZBEKISTAN. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 9(10), 551–556. Retrieved from <https://internationaljournals.co.in/index.php/giirj/article/view/396>
7. Khodzhaeva D. K., Rajabova M. A. INNOVATIVE METHODS FOR ASSESSING THE FINANCIAL CONDITION IN FAMILY ENTERPRISES //Scientific reports of Bukhara State University. – 2021. – Т. 5. – №. 56. – С. 195-208.
8. Uralovna T. S. Development trends of the hotel industry in the bukhara region //gwalior management academy. – С. 17.
9. Rajabova M. CREATION OF FREE ECONOMIC ZONES IN BUKHARA: PROBLEMS AND SOLUTIONS //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 7. – №. 7.

Termiz Davlat Universiteti
1-bosqich magistri
Farmonova Maftuna Norpo'lat qizi

RAQAMLI IQTISODIYOT MUAMMOLARI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

ANNOTATSIYA. Raqamli iqtisodiyot yirik sanoat obyektlari ish samaradorligini oshirish, ishlab chiqarishda o'sish, faoliyat shaffofligini ta'minlash, mahsulot tannarxini kamaytirish imkonini beradi. Tarixda uchta sanoat inqilobi bo'lib o'tgan va raqamli iqtisodiyot to'rtinchi sanoat inqilobi deb hisoblanilayapti. Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamlashtirish jahon hamjamiyatiga integratsiyalashuv, dunyo bozorida o'z o'rniga ega bo'lish, iqtisodiy ravnaq topish, aholiga qulayliklar yaratishning asosiy shartidir. Mazkur maqolada sanoat kompaniyalarini raqamlashtirish nuqtai nazaridan, ushbu sohalar o'rtasidagi aloqalarni hamda sanoatni rivojlantirishda raqamli transformatsiyaning o'rni, ushbu sohadagi muammolar va ularni bartaraf etish yo'llari o'rganilgan.

ANNOTATION. The digital economy allows large industrial facilities to increase efficiency, increase production, ensure transparency, and reduce production costs. There have been three industrial revolutions in history and the digital economy is considered the fourth industrial revolution. Digitization of all sectors of the economy is a prerequisite for integration into the world community, gaining a foothold in the world market, economic development, and the creation of conveniences for the population. This article examines the relationship between these industries and the role of digital transformation in the development of the industry in terms of the digitalization of industrial companies, the problems in this area and ways to overcome them.

АННОТАЦИЯ. Цифровая экономика позволяет крупным промышленным объектам повышать эффективность, увеличивать производство, обеспечивать прозрачность и снижать себестоимость продукции. В истории было три промышленных революции, и цифровая экономика считается четвертой промышленной революцией. Цифровизация всех отраслей экономики является необходимым условием интеграции в мировое сообщество, закрепления на мировом рынке, экономического развития, создания удобств для населения. В данной статье рассматривается взаимосвязь между этими отраслями и роль цифровой трансформации в развитии отрасли с точки зрения цифровизации промышленных компаний, проблемы в этой сфере и пути их преодоления.

Kalit so‘zlar: Raqamlashtirish; Sanoat 4.0; Raqamli transformatsiya; Integratsiya tizimi.

Yalpi ichki mahsulotda raqamli iqtisodiyot ulushi bo‘yicha jahon etakchi mamlakatlardan biri Buyuk Britaniyadir (12,4%.) 2016-yilda e‘lon qilingan Xalqaro ma‘lumotlar korporatsiyasi tahlilchilarining tadqiqotiga ko‘ra, raqamli transformatsiya texnologiyalarining butun dunyo global xarajatlari har yili o‘rtacha 16,8 foizga o‘sib, 2019-yilga kelib 2,1 trln. AQSH dollarini tashkil etadi.¹

Raqamli iqtisodiyot yirik sanoat obyektlari ish samaradorligini oshirish, ishlab chiqarishda o‘shish, faoliyat shaffofligini ta‘minlash, mahsulot tannarxini kamaytirish imkonini beradi. Raqamli sanoatlashtirish bugungi kunga kelib davlatlar iqtisodiyotining rivojlanishidagi asosiy harakatlantiruvchi kuchga aylandi. 2019 yilda sanoatni raqamlashtirish jahon raqamli iqtisodiyotining 84,3 foizini va jahon yalpi ichki mahsulotining 35 foizini tashkil etdi. Rivojlangan mamlakatlarda sanoatni raqamlashtirish raqamli iqtisodiyotning 86,3 foizini tashkil qildi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda bu ulush 78,6 foizni tashkil etdi². Rivojlangan davlatlar aloqa va dasturiy ta‘minot sohasidagi eng kuchli vakillar AQSH, Germaniya, Buyuk Britaniya, Janubiy Koreya, Rossiya, Yaponiya bo‘lib, ular elektron tijorat va ilg‘or ishlab chiqarish bilan shug‘ullanishni eng birinchilardan bo‘lib boshlab bergan mamlakatlar qatoriga kiradi. Raqamli industrializatsiya tarmoqlar bo‘yicha taqsimlanishi va birlamchi, ikkilamchi va uchlamchi toifalarga ajratilishi mumkin. Faoliyat turiga ko‘ra biz ularni qishloq xo‘jaligi, ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohasiga ajratishimiz mumkin. Dunyoda, xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli transformatsiya boshqa ikki sektorga qaraganda tezroq sur‘atlarda ro‘y bermoqda (1-rasm).

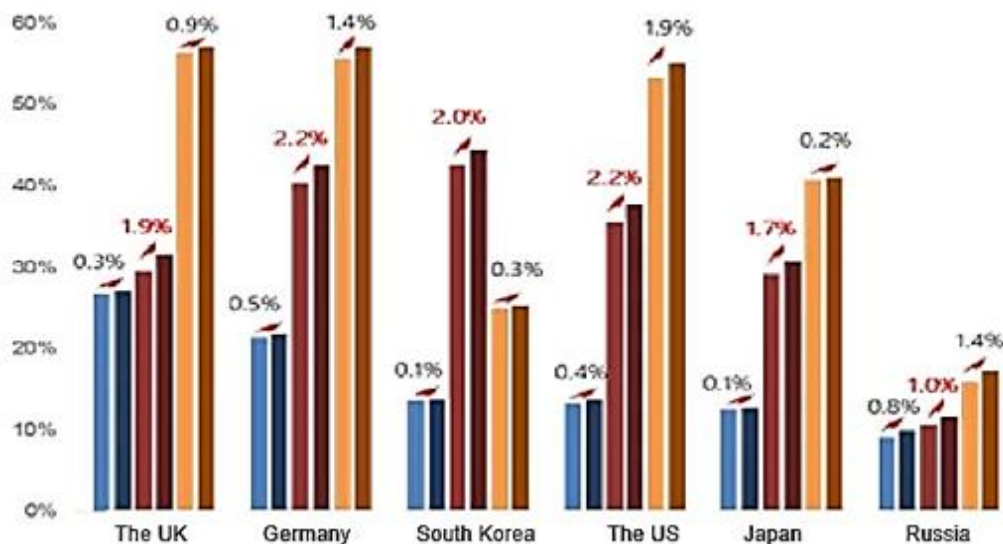
Bu, asosan, har bir sektorning o‘ziga xos xususiyatlariga bog‘liq. Xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli transformatsiya ishlab chiqarishga qaraganda osonroq amalga oshiriladi, chunki xizmat ko‘rsatish sohasida doimiy xarajatlar kamroq, tranzaksiya xarajatlari esa yuqori. Qishloq xo‘jaligida raqamli transformatsiyani amalga oshirishda to‘siqlar ko‘proq bo‘ladi, chunki bu sohadagi ishlab chiqarish katta darajada atrof-muhit va tabiiy omillarning ta‘siriga bog‘liq.

Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun qo‘shimcha shart-sharoitlarni yaratish alohida e‘tibor berilmoqda. Xususan, 2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasi

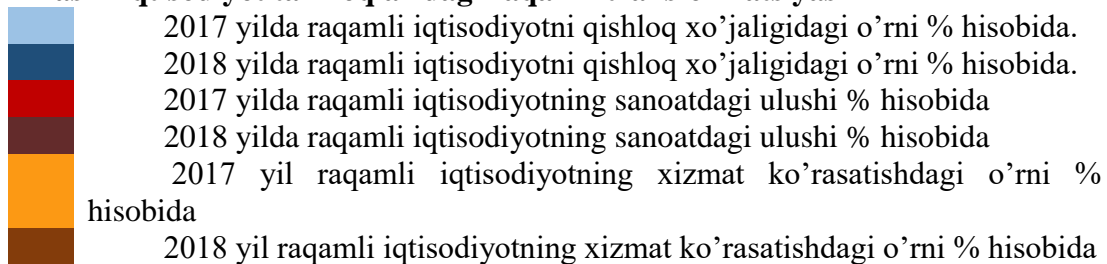
¹ Conference Paper · April 2021: Digitalization Economics Improving the organizational and economic mechanisms of digitization of production activities Farkhod Mulaydinov, Shohruh Nishonqulov

² Eurasian Journal Of Academic Research. Raqamli sanoat tarmoqlarini modellashtirish dasturiy ta‘minoti va vositalarni ishlab chiqish G‘afurov Azizbek Aminjonovich, Orziqulov Shoxrux Ismatullayevich, Fozilova Xayriniso Alisher qizi

Prezidentning 2018 yil 3 iyuldagi «O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi PQ - 3832-sonli Farmonida mamlakatimizda 2017-2021 yillarda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha vazifalar belgilab berilgan. Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrdagi «Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi 4022-sonli qarorida Raqamli iqtisodiyotni jadal rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish, davlat boshqaruvi tizimini yanada takomillashtirish, undan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish hamda buning uchun zarur zamonaviy infratuzilmani shakllantirish maqsadsida zarur texnik bazani yaratish bilan bir qatorda “Universal Mobile Systems” MChJni rivojlantirish Konsepsiyasi tasdiqlandi. Mazkur konsepsiyada doirasida “Universal Mobile Systems” MChJni texnologik uskunalari modernizatsiya qilish va aloqa tizimlarini kengaytirish ishlarini amalga oshirish uchun 15 yil muddatiga 127.5 mln. AQSh dollari miqdorida imtiyozli kredit ajratildi/ bundan tashqari An’anaviy sanoat iqtisodiyotni raqamli sanoat iqtisodiyotga aylantirishda muvaffaqiyatga erishish uchun malakali kadrlar bilan ta’minlash maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyuldagi PQ-3832-sonli Qarori asosida Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida raqamli iqtisodiyot sohasida bakalavriat hamda Samarqand davlat universitetida magistratura uchun qabul kvotalari ajratildi.



1-rasm Iqtisodiyot tarmoqlaridagi raqamli transformatsiyasi ¹



Mamlakatimizda iqtisodiy tarmoqlarni raqamlashtirish bo‘yicha amalga oshirilgan chora tadbirlar natijasida internet qamrovi oshirib borildi. Shu bilan birga so‘nggi yillarda yangi tashkil etilayotgan tashkilotlar o‘shishi sababli ularni internetga ulanganlik ulushi kamayishi dinamikasi kuzatildi (1-jadval). Xususan, mamlakatimizda 2015 yil internetga ulangan korxonalar va tashkilotlarning ulushi 2016 yilda 25,9 foizni tashkil etgan bolsa, 2020 yilda 21,1 foizni tashkil etdi. Mazkur ko‘rsatkich viloyatlar kesimida farqlanadi. Surxondaryo viloyatida internetga ulangan korxonalar va tashkilotlar 2015-yilda 17,7 foizni tashkil qilgan bo‘lsa 2018-yilda bu ko‘rsatkich 16,9 foizni va 2020 yilga kelib 8,5foizni tashkil qildi. Toshkent shahrida internetga

¹ Manba: Xitoy Axborot va kommunikatsiya texnologiyalar akademiyasi

ulangan korxonalar va tashkilotlar 2015 yilda 37,7 foizni, 2017 yilda eng yuqori ko'rsatkich 44,5foizni , 2020 yilda esa 30,7 foizni tashkil qilayapti.

1-jadval¹

Internetga ulangan korxonalar va tashkilotlar ulushi. (yil oxirgi, foizda)

Hududlar	2015	2016	2017	2018	2019	2020
O'zbekiston Respublikasi	21,6	25,9	27,2	27,5	26,2	21,1
Qoraqalpog'iston Respublikasi	22,2	23,9	25,0	24,9	24,7	19,7
Andijon	11,0	12,8	18,4	18,1	21,5	16,1
Buxoro	26,1	30,7	30,0	29,7	27,5	21,7
Jizzax	19,2	23,0	20,8	19,2	19,2	15,1
Qashqadaryo	13,1	20,1	20,5	20,1	18,7	14,9
Navoiy	30,7	34,1	33,0	42,5	35,3	31,9
Namangan	12,3	17,9	19,0	23,2	23,3	20,0
Samarqand	16,2	21,7	22,3	22,3	20,8	17,9
Surxondaryo	17,7	17,9	17,2	16,9	13,3	8,5
Sirdaryo	17,7	19,6	20,2	19,8	19,7	19,1
Toshkent	18,9	24,2	25,4	25,8	25,4	19,4
Farg'ona	17,4	21,8	20,6	20,8	19,2	16,5
Xorazm	20,5	23,8	25,5	27,2	27,4	24,9
Toshkent sh.	37,7	42,8	44,5	43,2	39,5	30,7

Ushbu sharoitda mamlakatimizda sanoat korxonalarining rivojlanishida raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlarini cheklaydi. Xorijiy mamlakatlarning tajribasi ko'rsatishicha, raqamli texnologiyalarning iqtisodiy sohalarga joriy etishga to'sqinlik qilgan asosiy muammo telekommunikatsiya infrastrukturasi va aloqaning yaxshi emasligi. Kam investitsiya kiritilish natijasida AKT tayanch aloqa stansiyalari zichligi past bo'lgan va bu internet, mobil xizmatlar yaxshi ishlamasligini keltirib chiqargan. Natijada raqamli iqtisodiy o'sish va uning muhim tarmog'i sanoatning o'sishini kamaytirgan va raqamli uzilishlarni keltirib chiqargan. Ushbu sohani rivojlantirish maqsadida yurtimizda keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoq. 2020-yilning 1-yanvaridan operator va provayderlarga Internet xizmatlari uchun tarif 2019 yilning shu davriga nisbatan 34 foizga arzonlashtirilib, 1 Mbit/s uchun 56,0 ming so'mni tashkil etdi. Internet xizmatidan foydalanuvchilar soni 22 mln.dan ortdi, shundan mobil Internet foydalanuvchilari soni 19 mln.ni tashkil etdi. Respublika bo'yicha 237 ta obyektida magistral telekommunikatsiya tarmoqlari kengaytirilib, telekommunikatsiya uskunalari modernizatsiya qilinib, magistral telekommunikatsiya tarmoqlari o'tkazuvchanlik qobiliyati viloyatlararo darajada 200 Gbit/s.ga, tumanlararo darajada esa 40 Gbit/s.ga yetkazildi.

Raqamli transformatsiya besh bosqichdan (pilot, mahalliy kengayish, replikatsiya, operatsiyalarni boshqarish, optimallashtirish va innovatsiya) iborat bo'lgan uzoq davom etadigan jarayon. Raqamli transformatsiyani boshlagan barcha korxonalarining 70 foizdan ortig'i hozirda "mahalliy kengayish" va "replikatsiya" bosqichida, faqat 3,9 foiz korxonalariga "optimallashtirish va innovatsiya" bosqichiga yetdi. Yirik korxonalarda to'liq raqamlashtirishga erishish uchun kamida 10 yil kerak bo'ladi. Raqamli transformatsiya strategiyasini amalga oshirish beshta sohadagi o'zgarishlarni talab qildi:

1. Xabardorlik: korxonalar qanday ishlayotgani ikkita omil bilan belgilanadi: biznes va texnologiya. Biznes ehtiyojlariga e'tibor qaratishi, bu ehtiyojlarni real vaqt rejimida his etishi va ularga mos ravishda mijozlar va foydalanuvchilar uchun qiymat yaratish maqsadida tezkor ravishda kerakli choralar qabul qilishi kerak.

2. Madaniyat: platformalar yaratish va resurslardan birgalikda foydalanish raqamli transformatsiyaga olib boruvchi asosiy yo'ldir, shu sababli o'zgarishlarni qo'llab-quvvatlash uchun madaniyatni o'zgarishlarga moslashtirish juda muhim.

¹ O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ochiq ma'lumotlari bazasi//<https://stat.uz/uz/>

3. Tashkilot: integratsiyalashgan jamoalar yagona raqamli platforma asosida raqamlashtirish dasturlarini joriy etish uchun biznes va IT bo‘limi xodimlarini o‘zida birlashtirishi kerak.

4. Metodologiya: raqamlashtirish yo‘lida mustahkam poydevor qo‘yish uchun raqamli obektlar, jarayonlar va qoidalarga o‘tish hamda foydalanish variantlarini, yechimlarni boyitish va muqobillashtirishda davom etish zarur.

5. Model: biznes, operatsion va boshqaruv modellarini raqamlashtirish maqsadlariga moslashtirish kerak.¹

Raqamli sanoat iqtisodiyotni rivojlantirish iqtisodiy-ijtimoiy, siyosiy jihatdan kuchli, bozor iqtisodiyoti qonunlari to‘liq amal qiladigan demokratik davlat qurishga hamda mamlakatda ishbilarmonlik muhitini yaxshilash, tadbirkorlik faoliyatiga keng qulaylik yaratish va uni yuritishni soddalashtirish, yangi innovatsion g‘oyalar realizatsiyasiga xizmat qiluvchi asosiy vositalardan biri ekanligi bilan alohida ahamiyatga egadir. Xizmat ko‘rsatish sohasining raqamli o‘zgarishini yanada rivojlantirish ushbu jarayonning aholi hayot sifatiga ta‘sirini baholash metodologiyasini aniqlashtirishni talab qiladi.

Mamlakatimiz sanoat korxonalarida raqamli texnologiyalardan foydalanishni kengaytirish maqsadida qo‘yidagilarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- Sanoat korxonalari aksariyat hollarda zamonaviy raqamli texnologiyalardan foydalanish yo‘nalishlari, ularning afzalliklari to‘g‘risida axborotga ega emaslar, shu sababli ularning ishlab chiqarish faolyatida raqamli texnologiyalardan foydalanish yo‘nalishlari bo‘yicha o‘quv va ommabop adabiyotlarni chop etilishini ta‘minlash;
- Sanoat ishlab chiqarish jarayonida raqamli texnologiyalarni joriy qilish, boshqarish va nazorat qilish bo‘yicha malakali mutaxassisalarning etishmasligi;
- Raqamli iqtisodiyotni rivojlanishiga investitsiyalarni jalb qilish va raqamlashtirishga sarflanadigan xarajatlarni oshirish imkoniyatlarini ko‘rib chiqish va xizmatlarni «raqamlashtirish» orqali ijtimoiy ahamiyatga ega muammolarni hal qilish;
- Hukumatlar onlayn tarzda davlat xizmatlaridan foydalanish jarayonini yanada qulay va tushunishga oson qilish uchun turli sohalar mutaxassislarini jalb qilish;
- Optik tolali tarmoqlar bilan qamrab olish darajasini va uning tezligini oshirish;
- AKT infratuzilmasini kengaytirish va smartfonlar olish imkoniyatini oshirish hisobiga Internetga kirib borish darajasini jadal oshirish.

Raqamli sanoat iqtisodiyotni rivojlantirish iqtisodiy-ijtimoiy, siyosiy jihatdan kuchli, bozor iqtisodiyoti qonunlariga to‘liq amal qiladigan demokratik davlat qurishga hamda mamlakatda ishbilarmonlik muhitini yaxshilash, tadbirkorlik faoliyatiga keng qulaylik yaratish va uni yuritishni soddalashtirish, yangi innovatsion g‘oyalar realizatsiyasiga xizmat qiluvchi asosiy vositalardan biri.

Adabiyotlar

1. Prezidenti, O. R. (2020 yil 5 oktabr). "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida . *PF-6079-son Farmoni*.
2. Mansurova Nargiza Shamsiddinovna-Assistent of the Department of Human Resources mangement, SamSU, Abduvohidova Mohinur Akmalovna SamSU student of faculty "Human Resource Management". (2021. 11-12 February). Improving the living standarts of the population by measuring the digital transformation in services . *International Scientific And Practical online Conference on Human Recources: Problems, Solution, Perspectives*.
3. Voskolovich N.A., Vasilkevich T.Yu. Raqamli jamiyatda elektron xizmatlarni rivojlantirish xususiyatlari // Davlat boshqaruvi. Elektron byulleten. 2019. No68, 410–425-betlar.
4. Moreva E.L. Raqamli iqtisodiyotga o'tish muammolari: xorijiy retseptlar va ruscha alternativalar // Davlat boshqaruvi. Elektron byulleten. 2018. No 70, 344–359-betlar.

¹ <https://kun.uz/uz/news/2021/08/24/huawei-sanoat-tarmoqlarini-raqamlashtirish>

5. Pulatov Giyos Gofurovich, TATU Farg'ona filiali assistenti, G'aniyev Sanjarbek Fazliddin o'g'li. TATU Farg'ona filiali talaba. (2021/ April). Raqamli Iqtisodiyotning afzalliklari, kamchiliklari va O'zbekistondagi holati.

6. R.H. Ayupov, G.R. Boltaboyeva. (2020). *Raqamli Iqtisodiyot Asoslari. darslik*. Toshkent.

-https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/global/en/2016/june/OliverWyman_Digital%20Industry%202016_web.pdf

-<https://zenodo.org/record/5821980#.YgovD1VBzIU>

-<https://kun.uz/uz/news/2021/08/24/huawei-sanoat-tarmoqlarini-raqamlashtirish>

Бухарский инженерно-технологический институт.

Магистр кафедры менеджмента

Шарипова Муноджот Муродиллаевна

ПУТИ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотасија. Mazkur maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida mehnat resurslari tarkibi, jahon va O'zbekiston bozorlarida ulardan unumli foydalanishning innovatsion yo'llari hamda ulardan foydalanishning samaradorligi doir ma'lumotlar keltirilgan.

Калит so'zlar: raqamli iqtisodiyot, mehnat resurslari, ish bilan bandlik, frilanserlar, autsaffing, outsorsing.

Аннотация. В данной статье представлена информация о структуре трудовых ресурсов в условиях цифровой экономики, инновационных способах их эффективного использования на мировом и узбекском рынках, а также об эффективности их использования.

Ключевые слова: цифровая экономика, трудовые ресурсы, занятость, фрилансеры, аутсаффинг, аутсорсинг.

Abstract: This article provides information on the structure of labor resources in the digital economy, innovative ways of their effective use in the world and Uzbek markets, as well as on the effectiveness of their use.

Key words: digital economy, labor resources, employment, freelancers, outsauffing, outsourcing

2020 год без преувеличения стал поворотным в сфере социальной защиты. Прежде всего впервые признав бедность определенной категории населения, мы начали большую работу по ее сокращению. Принципиально новая система адресной работы с малообеспеченными семьями, женщинами и молодежью внедрена во всех районах и городах, в каждой махалле. За короткий период посредством этой системы трудоустроено 527 тысяч человек.

Кроме того, за счет предоставления налоговых льгот самозанятому населению и снятия множества ограничений налажена легальная трудовая деятельность 500 тысяч человек.

Выделение 300 миллиардов сумов льготных кредитов и субсидий на развитие дехканских хозяйств и приусадебных участков стало началом нового направления социальной поддержки сельского населения.

Более 500 современных компаний приступили к работе в IT-парках, организованных в Ташкентской, Андижанской, Джизакской, Кашкадарьинской, Самаркандской, Сырдарьинской и Ферганской областях.¹

В последнее время много раз использовалось понятие «цифровая экономика». Действительно, во многих развитых странах цифровая экономика оказала значительное

¹ <https://president.uz/uz/lists/view/4048>

влияние на факторы их развития. Цифровая экономика играет важную роль в жизни общества.¹

Международная организация труда ограничила продолжительность нестабильной занятости, скрытых и/или мошеннических трудовых отношений с работодателями, нестабильных условий труда (низкая заработная плата, незащищенность, отсутствие доступа к социальной защите и защите своих трудовых прав).²

Таблица-1

В настоящее время выделяют следующие неустойчивые формы занятости:

временная занятость	не полностью занят	не работает полный рабочий день
подрядчик	не работает полный рабочий день	от клиентов нет заказов
трудоустройство по конкретному трудовому договору	неполная занятость	на рабочем месте работника временно не быть
сезонная занятость		болезнь, заработная плата по инициативе работодателя оплачиваемый или неоплачиваемый отпуск,
работа на один день		поиск новых рабочих мест сотрудниками

Роль цифровой экономики в процессе рационального управления человеческим капиталом различна. В условиях нынешней пандемии человеческий капитал предпочитает работать онлайн. Из всех видов онлайн-деятельности фриланс — самый простой способ ведения бизнеса в Интернете. С одной стороны, для ее запуска не требуется никакого начального дохода, с другой стороны, постоянный спрос на любую услугу фриланса по всему миру ставит эту отрасль на первое место в списке других онлайн-работ, приносящих доход.³

Сферу FREELANCING можно охарактеризовать как «занятость» на современном электронном рынке труда. Потому что между фрилансом и наймом есть общий знаменатель: заказчик платит почасово или неполный рабочий день, а фрилансер (тот, кто занимается фрилансом) выполняет оговоренную работу за вознаграждение. Как правило, отношения между фрилансером и работодателем регулируются и регулируются через специальный сайт (электронный рынок труда). Но независимые фрилансеры также могут нанимать работодателей напрямую через свои веб-сайты.

«Отношения на расстоянии» между работодателем и работником являются неотъемлемой частью процесса децентрализации труда во времени и пространстве. Он также служит для формирования гибкого виртуального рынка труда.⁴

Аутстаффинг (от английских слов «out» и «staff») — это работник вне компании — на основании трудового договора с работодателем предприятия или организации вне рабочего места для выполнения поставленной задачи.

¹ <https://www.texnoman.uz/post/raqamli-iqtisodiyot-nima.html>

² Абдурахмонова Г.К., Рустамов Д.Ж. “Инсон капиталини рақамли иқтисодиёт асосида ривожлантириш йўналишлари”. Монография. – Beau Bassin: GlobeEdit” Publisher, 2020. – 127 б.

³ <https://azamat.uz/ozbekistonda-freelancing-orqali-pul-ishlash-uchun-eng-yaxshi-10-ta-sayt/>

⁴ Абдурахмонова Г.К., Рустамов Д.Ж. “Инсон капиталини рақамли иқтисодиёт асосида ривожлантириш йўналишлари”. Монография. – Beau Bassin: GlobeEdit” Publisher, 2020. – 127 б.

Возможности, создаваемые услугами аутсаффинга и аутсорсинга

Аутсаффинг	Аутсорсинг
специально для штатного расписания управление персоналом для предприятий, у которых нет услуг оптимизация;	Субподрядчик или собственный экономия на долгосрочных затратах на содержание рабочего места, в то время как личная занятость может быть продлена;
оптимизация кадровой службы предприятия;	Экономия на заработной плате (только брокерское вознаграждение за сотрудника);
совершенствование сферы бухгалтерского учета предприятия;	Специфическая производственная функция количество сотрудников для решения возможность размножения;
сокращение штата в штате;	Временный сотрудник отсутствие полной ответственности за конечный результат;
освободить работодателя от его обязанностей в области социально-трудовых отношений с работниками;	компания может нанять необходимое количество квалифицированных сотрудников на короткий срок;
отношение количества сотрудников к фактической нагрузке;	сотрудники, недовольные работой компании, могут быть заменены по желанию;
экономия на различных расходах, связанных с краткосрочным наймом новых сотрудников.	экономия на увольнениях;
	постоянная занятость приемлемого сотрудника.

Экономика Узбекистана создает около 280 000 новых рабочих мест в год. По демографическим причинам ежегодно необходимо создавать почти 600 000 рабочих мест. Следовательно, количество рабочих мест, создаваемых в экономике каждый год, следует увеличивать вдвое только для того, чтобы нанять новых работников, выходящих на рынок труда. Большинство рабочих мест необходимо создавать за счет создания новых предприятий и дальнейшего расширения существующих.

В заключение, вне зависимости от того, в каких обстоятельствах человек осуществляет свою деятельность, находится ли он онлайн или оффлайн, безусловно, вопрос материальных интересов стоит во главе угла. Деятельность человека, его эффективность измеряется экономическим интересом в зависимости от условий, в которых он действует. Хорошие, талантливые специальности, специальности высоко ценятся на рынках интеллектуальной собственности. Их ценность определяется качеством предоставляемых ими услуг и продуктов, которые они создают.

Человек может выбрать тот или иной вид деятельности или вид коллективной деятельности исходя из своих обстоятельств. Конечно, для достижения таких высоких результатов необходимо работать самостоятельно, свободно владеть иностранными языками, иметь достаточные знания по своей специальности. В состав сформированных команд также войдут профессионалы, обладающие достаточными знаниями и навыками в каждой сфере деятельности. На интеллектуальном рынке спрос на высокообразованных, передовых профессионалов своего дела значительно выше.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРЫ

1. <https://president.uz/uz/lists/view/4048>
2. <https://www.texnoman.uz/post/raqamli-iqtisodiyot-nima.html>

3. <https://azamat.uz/ozbekistonda-freelancing-orqali-pul-ishlash-uchun-eng-yaxshi-10-ta-sayt/>
4. Абдурахмонова Г.К., Рустамов Д.Ж. “Инсон капитални рақамли иктисодиёт асосида ривожлантириш йўналишлари”. Монография. – Beau Bassin: GlobeEdit” Publisher, 2020. – 127 б.
5. Turobovich J. A., Uktamovna M. N., Turobovna J. Z. Marketing aspects of ecotourism development //Economics. – 2020. – №. 1 (44).
6. Djuraeva Z. T., Mahmudova N. U., Khurramov O. K. Definitions, principles and main features of ecotourism //Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования. – 2016. – С. 783-789.
7. Norova S., Ochilov S., Nizamov A. Potential of economic growth in the region //European Journal of Molecular & Clinical Medicine. – 2020. – Т. 7. – №. 2. – С. 2020.
8. Бозорова М. С. ГЛАВА 10. СТРАТЕГИЯ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС //Инновационное развитие науки и образования. – 2021. – С. 122-132.
9. M.A.Radjabova, & M.S. Bozorova. (2021). ROLE OF COMMERCIAL BANKS IN THE PROVISION OF FINANCIAL SERVICES IN UZBEKISTAN. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 9(10), 551–556. Retrieved from <https://internationaljournals.co.in/index.php/giirj/article/view/396>
10. Khodzhaeva D. K., Rajabova M. A. INNOVATIVE METHODS FOR ASSESSING THE FINANCIAL CONDITION IN FAMILY ENTERPRISES //Scientific reports of Bukhara State University. – 2021. – Т. 5. – №. 56. – С. 195-208.
11. Uralovna T. S. Development trends of the hotel industry in the bukhara region //gwalior management academy. – С. 17.
12. Rajabova M. CREATION OF FREE ECONOMIC ZONES IN BUKHARA: PROBLEMS AND SOLUTIONS //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 7. – №. 7.

**Toxirov Akbarxon Toirxon o‘g‘li,
Toshkent kimyo texnologiya instituti katta o‘qituvchisi**

**SANOAT KORXONALARINI BOSHQARISHDA RAQAMLI
TEKNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH ORQALIY BOSHQARUV
SAMARADORLIGINI OSHIRISH VA IQTISODIY XAVFSIZLIKNI TAMINLASH
MASALALARI**

Ushbu maqolada raqamli texnologiyalarning rivojlanish tendensiyalari, ulardan sanoat korxonalarining boshqaruv tizimida foydalanish orqaliy iqtisodiy xavfsizlikni taminlanishi va boshqaruv samaradorligini oshirish imkoniyatlari keng yoritilgan.

Kalit so‘zlar: iqtisodiy xavfsizlik, korxonalar, raqamli texnologiya, boshqaruv tizimi, ERP, SCRM, CRM

В статье описаны тенденции развития цифровых технологий, возможности обеспечения экономической безопасности и повышения эффективности управления за счет их использования в системе управления промышленными предприятиями.

Ключевые слова: экономическая безопасность, предприятие, цифровые технологии, система управления, ERP, SCRM, CRM

This article describes the development trends of digital technologies, the possibilities of ensuring economic security and improving management efficiency through their use in the management system of industrial enterprises.

Keywords: economic security, enterprise, digital technology, management system, ERP, SCRM, CRM

Dunyo mamlakatlari ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti o‘zining ma’no-mazmuni jihatidan oldingi bosqichlardan farq qiladi. Koronavirus Covid-19 pandemiyasi ijtimoiy soha hamda

iqtisodiyot tarmoqlarini jiddiy sinovdan o'tkazmoqda. Shu bilan birga, pandemiya davrida “Buyuk yopilish” atamasi bilan kirib kelgan iqtisodiy inqiroz xalqaro xo'jalik aloqalarida “qiymat zanjirlari”ni uzilishi bilan birga xizmat ko'rsatish va servis tarmoqlariga ham jiddiy salbiy ta'sir ko'rsatib Jahon iqtisodiyotining retsessiyasini boshlab berdi¹

O'zbekiston ham xalqaro hamjamiyatning va global iqtisodiy bozorning ajralmas tarkibiy qismi bo'lib, mintaqada va jaxon iqtisodiyotidagi ijobiy yoki salbiy o'zgarishlar mamlakatimiz iqtisodiyotiga ham o'z tasirini o'tkazmay qolmaydi. Pandemiya davrida va undan keying davrlarda O'zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirish hozirgi kunning ustuvor vasifalaridan biri hisoblanadi. Bu vazifalarni bajarishda raqamli texnologiyalarni davlat boshqaruvi va iqtisodiyotning barcha bo'g'inlariga kirib borishi muhim ahamiyat kasb etmoqda. O'zbekistonda raqamli texnologiyalarni joriy qilish bo'yicha bir qator ishlar amalga oshirilishi lozimligi dastlab O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning 2019 yil uchun mo'ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida aks etdi. Murojaatnomada “Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamli texnologiyalar asosida yangilashni nazarda tutadigan Raqamli iqtisodiyot milliy konsepsiyasini ishlab chiqishimiz kerak. Shu asosda “Raqamli O'zbekiston-2030” dasturini hayotga tatbiq etishimiz zarur” deb aytdi².

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning 2020 yil uchun mo'ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida 2020 yilga “Ilm, ma'rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili deb nom berishni taklif qildi va bajarilishi zarur bo'lgan bir qator vazifalarni inobatga olib Raqamli O'zbekiston – 2030 dasturini ikki oy ichida ishlab chiqish”³ to'grisida hukumtga topshiriq berdi.

Iqtisodiyot tarmoqlari va ijtimoiy sohani jadal rivojlantirish, shuningdek 2017 — 2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasini “Ilm, ma'rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili”da amalga oshirishga oid davlat dasturiga muvofiq “Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora – tadbirlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-6079 sonli farmoni qabul qilindi. Farmonga ko'ra mamlakat iqtisodiyotini raqami iqtisodiyotga o'tkazish va raqamli iqtisodiyotning ustuvor yo'nalishlariga quyidagilar kiradi:

- sanoat korxonalarida zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy qilish dasturlarini ushbu korxonalarini texnologik qayta jihozlash dasturlari bilan uyg'unlashtirish;
- korxonalar ta'minotining barcha bosqichlarini avtomatlashtirish va boshqarishni ta'minlash, shuningdek, bu orqali logistika va xarid xarajatlarini qisqartirish;
- innovatsion avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari va dasturiy mahsulotlarni joriy etish bo'yicha normativ-huquqiy bazani takomillashtirish;
- boshqaruv ma'lumotlarini qabul qilishni qo'llab-quvvatlash tizimini, jumladan, real vaqt rejimida biznes-tahlil tizimini joriy qilish orqali takomillashtirish;
- 2025 yilda korxonalar resurslarini boshqarish tizimini (ERP) joriy qilgan yirik xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning ulushini 90 foizga etkazish;
- sanoat korxonalarida joriy etilayotgan ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirish (ERP, MES, SCADA va boshqalar), robotlashtirish, “Internet buyumlar”, “sun'iy intellekt” kabi texnologiyalarning dasturiy mahsulot qismini 2027 yilga kelib, apparat qismini esa 2030 yilga kelib davlat-xususiy sheriklik asosida mahalliyashtirish;⁴

Yuqorida keltirilganlardan kelib chiqib va O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni ijrosini taminlash bo'yicha sanoat korxonalarini boshqaruvida raqamli texnologiyalarni joriy etish dolzar masala hisoblanadi.

¹ <https://www.coindesk.com/the-great-lockdown-imf-confirms-global-recession>

² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2019 yil uchun mo'ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasidan.

³ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2020 yil uchun mo'ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasidan.

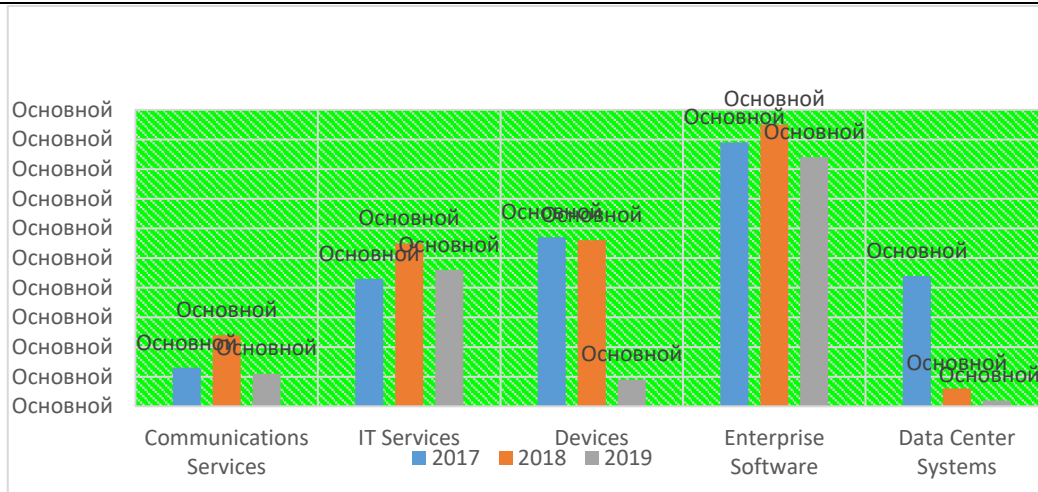
⁴ “Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora – tadbirlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentini PF-6079 sonli farmoni.

Boshqaruv jarayoniga raqamli texnologiyalarni qo‘llash, bu jarayonni avtomatlashtirish murakkab jarayon bo‘lib, insondan yangi bilimlarni talab etadi. Avvalo boshqaruv jarayonini avtomatlashtirish haqida qisqcha quyidagilarni keltiramiz: Boshqaruv jarayonini avtomatlashtirish — korxonalar, idoralar, hududiy birlashmalar, shahar xo‘jaligi, tarmoq va tashkilotlar faoliyatini boshqarish masalalarini hal qilishda matematik usullar, avtomatik qurilmalar va hisoblash texnikasi vositalarini qo‘llashga aytiladi.. Zamonaviy kompyuterlar va texnik vositalar evaziga boshqarishdagi axborot jarayonlari texnologiyasini butunlay o‘zgartirish mumkin. Sanoat korxonalarida ishlab chiqarish va xo‘jalik faoliyatidagi holatni real vaqt rejimda aks ettirish, uzatilayotgan va qabul qilinayotgan ma‘lumotlarning tezkorligi va ishonchliligini ta‘minlash, ma‘lumotlarni qayd qilish, xabarlarini izlash va guruhlashni sodda holatga keltirish, axborot saqlashni mukammallashtirish, hisobotlar tayyorlashda kishi mehnatini kamaytirish, xo‘jalik bo‘g‘inlari orasidagi o‘zaro bog‘lanish va axborot oqimi sifatini ko‘tarish korxonalarda iqtisodiy xavfsizlik tizimining muhim elementlaridan hisoblanadi.

Hozirgi kunda zamonaviy korxonalarda boshqaruv jarayonlarining barchasida raqamli texnologiyalardan keng foydalanib kelinmoqda. Bularga biz quyidagilarni misol qilib keltiramiz:

№	Boshqaruv jarayonlarida qo‘llaniladigan raqamli texnologiyalar va dasturi vositalar	Qo‘llanilish sohasi
1	CAD (Computer-Aided Design)-	Loyihalash ishlarini bajarish uchun avtomatlashtirilgan tizim
2	CAM (Computer-Aided Manufacturing)-	Avtomatik tizim yoki avtomatlashtirilgan tizimning moduli. Raqamli boshqaruvga ega dastgoh va uskunalar uchun boshqarish dasturlarini tayyorlash uchun ishlatiladigan tizim.
3	ERP (entERPrise Resource Planning)-	Ishlab chiqarish jarayonlari darajasidagi korxonalar resurslarini rejalashtirish va boshqarish tizimi, masalan, buyurtma olinganidan mahsulotni etkazib berishga qadar to‘liq resurslarni rejalashtirish, boshqarish va optimallashtirish. Ishlab chiqarish va operatsiyalarni birlashtirishning tashkiliy strategiyasi, inson resurslarini boshqarish, moliyaviy boshqaruv va aktivlarni boshqarish, barcha faoliyat sohalari uchun umumiy ma‘lumotlar va jarayonlar modelini taqdim etadigan amaliy dasturiy ta‘minotning ixtisoslashgan va birlashtirilgan to‘plami orqali korxonalar resurslarini doimiy ravishda muvozanatlash va optimallashtirishga yordam beradigan tizim
4	MES (Manufacturing execution System)	Ishlab chiqarish jarayonini boshqarish tizimi. Har qanday ishlab chiqarish doirasida ishlab chiqarishni sinxronlashtirish, muvofiqlashtirish, tahlil qilish va optimallashtirish muammolarini hal qilish uchun mo‘ljallangan maxsus dasturiy ta‘minot.
5	SCADA (Supervisory Control And Data Acquisition)	Dispetcherlik nazorati va ma‘lumotlarni yig‘ishga mo‘ljallangan va boshqarish ob‘ekti to‘g‘risidagi ma‘lumotlarni yig‘ish, qayta ishlash, aks ettirish va arxivlash tizimlarini ishlab chiqarish yoki real vaqtda ishlashini ta‘minlash uchun mo‘ljallangan dasturiy ta‘minot to‘plami.

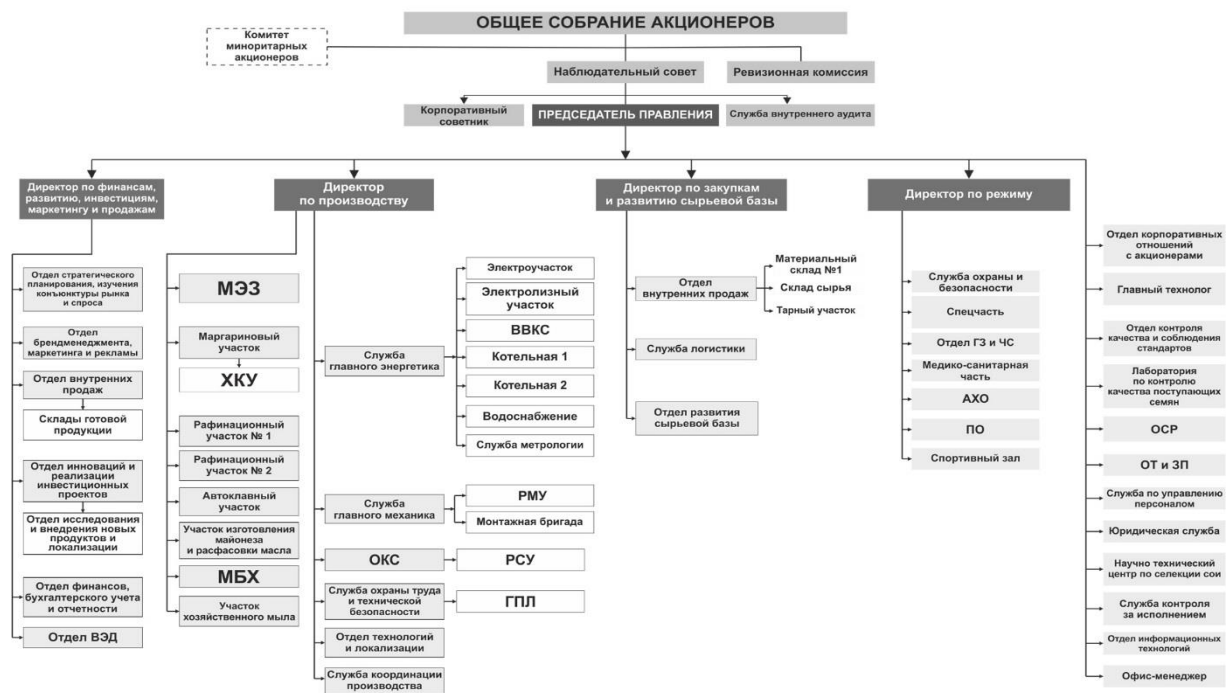
Jahon bozorida korporativ dasturlarga (*corporate software*) bo‘lgan talab oshib bormoqda. Ularning ichida asosiy etibor ERP, CRM va logistika zanjirini boshqaradigan dasturiy vositalarga qaratilgan.



1-rasm. Jahon bozorining IT sohasidagi ulushi¹

Oziq-ovqat sanoati korxonalari boshqaruvida iqtisodiy xavfsizlik tizimini nazariy va amaliy ishlab chiqish tadqiqoti doirasida “Toshkent yog‘-moy kombinati” AJ ning boshqaruv tuzilmasi tahlil qilindi.

СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ АО «TOSHKENT YOG‘-MOY KOMBINATI»



2-rasm. “Toshkent yog‘-moy kombinati” AJ ning boshqaruv tuzilmasi²

“Toshkent yog‘-moy kombinati” AJ ning boshqaruv tuzilmasi yuqoridan pastga qarab boshqariluvchi ierarxik tizim bo‘lib, korporativ boshqaruvning ananaviy yoki boshqacha aytganda standart ko‘rinishidir. Boshqaruv jarayonining bunday shaklida qarorlarni yuqoridan qabul qilinib pastga bajarish uchun buyruq yoki farmoyish ko‘rinishida tushiriladi. Qabul qilingan qarorlarning bajarilishi va nazoratini pastdan yuqoriga hisobot shaklida taqdim qilinishi orqali amalga oshiriladi. Bunday boshqaruv shakli tezlik bilan o‘zgarib borayotgan zamonda samarali faoliyat olib borish uchun eskicha yondashuv sanaladi. Zamonaviy korxonalarni boshqarishda real vaqt rejimida aniq ma’lumotlarni suniy intellektlar orqaliy tahlil qilingan holda

¹ Есипова О.В. Мировой рынок IT систем по автоматизации бизнес процессов. Статья, Журнал «Вектор Экономики» 2019 г,

² “Toshkent yog‘-moy kombinati” AJ ning 2019 yilda tasdiqlangan boshqaruv tuzilmasi.

qarorlarni qabul qilish va ularni bajarilishini real vaqt jarayoida nazoratini amalga oshirish uchun ERM yoki CRM raqamli texnologiyalarni boshqaruv jarayoniga qo‘llash zarur.

Iqtisodiy xavfsizlik tizimining asosiy elementlaridan biri bu boshqaruvning raqamli texnologiyalardan foydalangan holda amalga oshirilishi va real vaqt jarayonida qabul qilingan qarorlarning bajarilishi samaradorligini aniqlab borishdan iboratdir.

Tepadan pastga ierarxik boshqaruv tizimida bajarilishi zarur bo‘lgan asosiy qarorlarning natijasini pastdan yuqoriga xisobot shaklida taqdim qilinishida ba’zi kamchiliklar bo‘lib ular quyidagilardir:

- qabul qilingan qarorlarning bajarilish holatini aniq real vaqt rejimida bilish imkoniyati yo‘q;
- bajarilgan buyruq yoki farmoyishlarning natijasini olish uchun yana qayta buyruq yoki so‘rov yuborish zarur, bu esa ma’lum vaqtni talab qiladi.
- Xisobotlarni tayyorlash va ularni taqdim qilishda ierarxik yondashuvda inson faktori yuqoriligi sababli natijalarning aniqliligi past bo‘lishi mumkin;
- Bajarilgan buyruq yoki farmoyishlarning olingan natijalarini taxlil qilish va baholash lozim bo‘lib, zarur hollarda esa ularning to‘g‘riligini tekshirish kerak bo‘ladi, bu esa qo‘shimcha vaqt va resurslarni talab qiladi.

ERP, CRM va SCADA raqamli texnologiyalarni boshqaruv jarayoniga qo‘llashda bir qator afzalliklar bo‘lib ular iqtisodiy xavfsizlik tizimini to‘g‘ri ishlashida hamda real vaqt rejimida samarali boshqaruvni amalga oshirishda yordam beradi:

- Real vaqt rejimida alohida funksiyaviy tuzilmalarning ish faoliyatini nazorat qilish imkonini beradi.
- Yuborilgan buyruq, farmoyish yoki buyurtmalarni qabul qilish, bajarilish holati va sifatini aniq bilish mumkin bo‘ladi;
- Hodimlarning ish samaradorligi ortadi;
- Xisobotlarda aniqlilik ortadi, noaniq ma’lumotlar butkul yo‘qoladi;
- Buyruqlar, qarorlar yoki farmoyishlarni bajaruvchi hodimlar aniq bo‘ladi va nazorati kuchayadi, bu esa samaradorlikni oshiradi.
- Korxonada mavjud iqtisodiy xavfsizlik tizimini samaraliy ishlashiga yordam berib, uni ichki va tashqi xavf-xatarlardan saqlaydi.

Demak yuqorida keltirilgan fikr va mulohazalardan kelib chiqib ERP dasturlarni ishlab chiqarish korxonasiga tadbiiq qilish, hozirgi kunda eng to‘g‘ri va samarali hisoblanadi.

Hozirgi kunda ERP texnologiyalarni ishlab chiqaruvchi korxonalar qo‘llashda bir nechta to‘siqlar bor:

- YERP dasturlar nisbatan qimmat va ularni doimo yangilab (*update*) turish kerak;
- YERP dasturlarni tadbiiq qilish orqaliy boshqaruv jarayoni tubdan o‘zgaradi bu esa kadrlarni o‘qitish va malakasini oshirish bilan bog‘liq harajatlarni talab qiladi;
- Samarali ishlovchi, qamrov darajasi yuqori bo‘lgan va xavfsizligi ta’minlangan mahalliy ERP dasturlar hozirgi kunda deyarli yo‘q.
- Internet tezligining pastligi va internet xizmatlarining narhi nisbatan yuqoriligi;

Ammo bu to‘siqlar hal qilinishi mumkin va samaraliy boshqaruvni tashkil etishda sarf etilgan qo‘shimcha harajatlar qisqa davrda va o‘rta davrlarda qoplanadi. Bugun turli korxonalar ERP dasturlarida foydalanib kelishmoqda. Hususan “Toshkent yog‘- moy kombinat” AJ ham 1C dasturi bilan ishlab kelmoqda. Ammo 1C dasturini to‘liq ishga tushirmagan. Dasturning faqat moliya-buxgalteriya qisminigina ishlatmoqda. 1C dasturida ham ERP ning qamrov darajasini oshirish imkoniyatlari mavjud. Masalan zanjirli etkazib berishni tashkil qilish yoki savdo-distribyuterli tizimini qo‘llash imkoniyatlari mavjud.



3- rasm ERP ning qamrov yo‘nalishlari.

Tadqiqot doirasida olingan natijalardan quyidagi hulosalar qilindi

1. “Toshkent yog‘-moy kombinat” AJda 1C dasturining boshqa qo‘shimcha funksiyalarini ishga tushirish va boshqaruv jarayonini to‘liq raqamli texnologiyalarga o‘tkazish lozim.
2. Ishlab chiqarish jarayonini raqamli texnologiyalarda ishlaydigan texnikalar bilan modernizatsiya qilish kerak;
3. Har bir tsexlar va uchastkalariga ERP dasturlari bilan sinxron ishlaydigan dachiklarni o‘rnatish;
4. Logistika va distribyuterlik zanjirini ERP dasturlari orqaliy nazoratini olib borish imkonini yaratish.
5. Korxonaga joriy qilinadigan ERP dasturida ishlaydigan va raqamli texnologiyalarni ishlata oladigan kadrlarni ishga olishi yoki mavjud kadrlarni malakasini oshirishi yoki o‘qish lozim.
6. “Toshkent yog‘-moy kombinat” AJ ga 1C dasturidan boshqa zamonaviy ko‘p funksional SAP tizimini joriy etish.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora – tadbirlari to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentini PF-6079 sonli farmoni.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning 2019 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning 2020 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
4. Йесипова О.В. Мировой рынок ИТ систем по автоматизатсии бизнес протсессов. Статья, Журнал «Вектор Экономики» 2019 г,
5. Вечканов Г.С. Экономическая безопасность. Учебник. –СПб.: Питер, 2007, с.227-228.
6. Ishmuhamedov A.E. Iqtisodiy xavfsizlik. O‘quv qo‘llanma. T.: TDIU-2004
7. Дронов Р. Подходы к обеспечению экономической безопасности. “Экономист”, -2001
8. “Toshkent yog‘-moy kombinat” OAJ malumotlari – 2017 – 2019 y.

Maxmudova Nodiraxon Jumaboy qizi
FarPI, “Menejment” kafedrası tayanch doktoranti
Email: maxmudovanodira@gmail.com

METHODS OF RISK ASSESSMENT IN INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE DIGITAL ECONOMY

Annotation. This article discusses methods of risk analysis and assessment in enterprise management in the digital economy.

Keywords: risk, digital economy, risk assessment, assessment methods, qualitative assessment, quantitative assessment

Аннотация. В данной статье рассматриваются методы анализа и оценки рисков при управлении предприятием в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: риск, цифровая экономика, оценка риска, методы оценки, качественная оценка, количественная оценка.

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonlar boshqaruvida risklarni tahlil qilish va baholash usullari ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: risk, raqamli iqtisodiyot, riskni baholash, baholash usullari, sifat jihatdan baholash, son jihatdan baholash

Currently, much attention is paid to the study, analysis and forecasting of risks, because the ability to predict the consequences of business decisions is an integral part of the effective work of management. Studies by the world's leading consulting companies convincingly prove that the actions of entrepreneurs and market participants, especially in the face of growing competition, the uncertainty of the economic and political situation, and the laws in force in the economy, are often unpredictable.

The author's studies show that organizations in the course of their activities are faced not with one risk, but with a number of different risky situations, which leads us to the idea of the need to create a unified system of effective measures to combat the negative consequences of each risk. Thus, the conclusion is that risk portfolio management requires a comprehensive two-level approach:

1) The first level involves the analysis of each risk separately, which allows you to understand the features of certain risk situations and choose the tools that are suitable for managing a particular risk;

2) The second level is aimed at analyzing the risk portfolio as a whole, which makes it possible to identify the cumulative impact of risks on a particular business structure.

The key goal of analyzing and assessing risks in an organization in the process of risk management is to systematize and comprehensively approach the determination of the level of expected risk.

To assess risks in an organization, various methods are used, which can be divided into two groups:

1. Qualitative methods of risk assessment in the organization. With the help of these methods, the possible risks of the analyzed project are established, the sources and factors influencing the appearance of this risk are identified and described, the most risky areas in the developed project are determined. Identification of risks that affect business activities enables managers to clearly assess the level of riskiness by the number of risks and reject certain decisions at the initial stages of analysis. In a qualitative risk analysis, the methods used, according to the author, can be divided into four groups (figure 1):

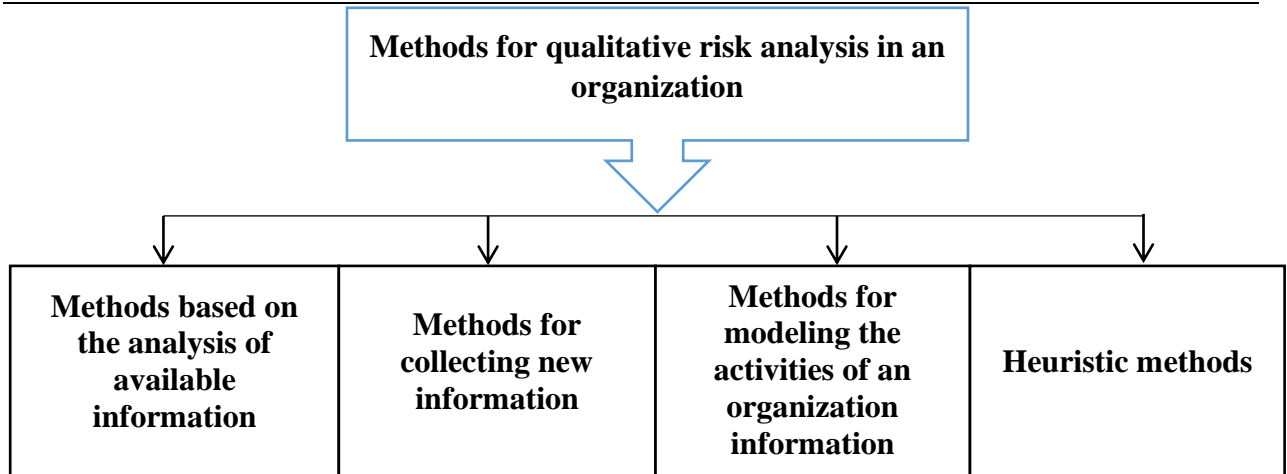


Figure 1. Methods for qualitative risk analysis in an organization

The most preferable, according to the author, in the framework of a qualitative risk assessment, are the following methods:

- method of expert assessments;
- cost feasibility analysis;
- method of analogies.

The method of expert assessments consists in a survey of qualified specialists from different areas of activity regarding a specific problem, followed by processing the results using statistical techniques. It is resorted to when the management of the organization does not have enough or lacks the necessary amount of information to carry out calculations or comparisons.

Based on experience and knowledge, experts-specialists determine the probability of occurrence of specific losses, according to their estimates, average values are found, which make it possible to construct a probability distribution curve. The method of expert assessments has a number of advantages: it makes it possible in a short time and with the least labor and financial costs to obtain the necessary information for making a managerial decision. In this case, the evaluation can be carried out before determining the effectiveness of the project. However, the disadvantage of this method is the difficulty of attracting independent experts and the subjectivity of assessments.

Expert assessments of the risk level can be considered as consulting support in substantiating a management decision. The final decision on the optimal level of risk in the organization, using their professional skills and competencies, is made by the risk manager, who is personally responsible for them.

Expert risk assessment methods include decision-making based on heuristics, that is, the use of a set of logical techniques and methodological rules for finding the truth. In the process of risk management, heuristic research methods are actively used, which can be structured according to the level of the entrepreneur's opportunity in terms of the size of equity capital, as well as depending on the conditions and direction of investment.

Cost feasibility analysis allows to determine the break-even point, that is, such a volume of production at which income covers only expenses, and the organization receives zero profit. It is advisable to determine the minimum possible volume of production in case of a decrease in output volumes associated with a drop in demand for manufactured products, a decrease in the volume of supplies, the emergence of competitors offering new or similar products, and for other reasons.

Methods for qualitative risk analysis in an organization involve the allocation of four main stages of assessment:

Stage 1 - Identification of areas of potential risk, which consists in compiling a list of operations, the implementation of which does not guarantee a positive result.

Stage 2 - Identification and subsequent characterization of factors influencing the change in specific types of risk in the implementation of specific financial transactions.

Stage 3 - Creation of a flexible system of risk assessment indicators, which can be improved and supplemented. The system must be comprehensive, adequate, dynamic and objective.

Stage 4 - Calculation of probable risks when performing a certain action or inaction.

The results of a qualitative risk assessment are used to conduct a quantitative analysis, in the process of which the numerical values of the probability that a risk event will occur are determined, the amount of damage or benefit associated with it is determined.

2. Quantitative methods for assessing risks in the organization. These methods are used on the basis of the results obtained during the qualitative assessment, that is, only those risks that occur at a certain stage of the decision-making algorithm are analyzed (Figure 2).

Among the most popular methods for quantitative risk assessment in an organization, the following should be noted:

- statistical method;
- analytical methods;
- analysis of the financial stability of the enterprise and assessment of its solvency.

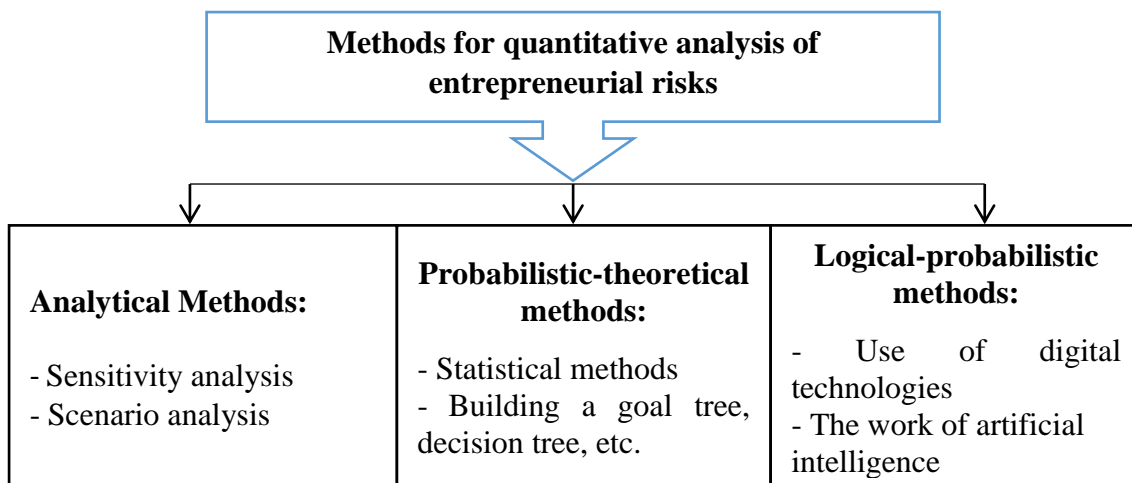


Figure 2. Methods for quantitative risk analysis in an organization

Taking into account all the above presented and analyzed methods of risk analysis, we can conclude that the choice of a particular method is influenced by many factors:

- each type of risk implies the use of its own methods of analysis and specific features of their implementation;
- initial data play an important role in risk analysis, their quality and volume are very important;
- during the analysis, it is necessary to take into account external factors, for example, the stage of market development, since the dynamics of indicators affects the level of risk;
- it is necessary to take into account the requirements of state regulatory authorities regarding the generated reporting and the methods used.

Based on the above information, we can conclude that an effective risk analysis in the organization's activities can be achieved using a whole range of methods.

List of used literature:

1. Абдрахманова Г.Т. Слияния и поглощения в методологии банковского риск-менеджмента / Г.Т. Абдрахманова – Алматы: Вестник университета «Туран».- 2012. - №1.- с.43-48.
2. Maxmudova, N. J. (2020). Theoretical foundations of risk management in large

corporate structures. ISJ Theoretical & Applied Science, 06 (86), 83-88. SoI: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-06-86-15> <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.06.86.15>

3. MAHMUDOVA NODIRAKHON JUMABOY QIZI, "PROBLEMS OF IMPROVING REFORMS TO IMPROVE THE BUSINESS ENVIRONMENT IN UZBEKISTAN", JournalNX - A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal, Volume 6, Issue 6, ISSN: 2581-4230, Page No. 710-715 June -2020 <https://journalnx.com/journal-article/20151399>

4. Махмудова Н. Ж. Оценки рисков промышленного предприятия // НАУКА СЕГОДНЯ: ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. – 2021. – С. 18-19.

Qiyomov Yusuf To'xtasin og'li
Toshkent kimyo texnologiya instituti
Shaxrisabz filiali katta o'qituvchisi
Tel: +998 97 671 00 91

RAQAMLI IQTISODIYOTNING BUGUNGI KUNDAGI AHAMIYATI VA UNING MUAMMOLARI HAMDA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot, xo'jalik faoliyatini yuritish, raqamli - iqtisodiy rivojlanish omillari, raqamli iqtisodiyot va onlayn xizmatlar ko'rsatish, elektron to'lovlarni amalga oshirish hamda raqamli iqtisodiyot, undagi muammolar va rivojlanish istiqbollari to'g'risida yozilgan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, xo'jalik faoliyati, onlayn xizmatlar, elektron to'lovlar, muammolar, rivojlanish.

Abstract: This article deals with the digital economy, business, digital economic development factors, digital economy and online services, electronic payments and the digital economy, its challenges and prospects.

Keywords: digital economy, business, online services, electronic payments, problems, development.

So'ngi vaqtlarda "raqamli iqtisodiyot" tushunchasi juda ko'p marta qo'llanilmoqda. Darhaqiqat, ko'plab rivojlangan mamlakatlarda raqamli iqtisodiy ularning rivojlanish omillariga sezilarli darajada ta'sir o'tkazgan. Jamiyat hayotida raqamli iqtisodiyot muhim rol o'ynaydi.

Raqamli iqtisodiyot - bu xo'jalik faoliyatini yuritish bo'lib, bunda ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishdagi asosiy omil raqamlar ko'rinshidagi ma'lumotlar bo'lib, katta hajmdagi axborotlarni qayta ishlash va shu qayta ishlash natijasini analiz qilish yordamida har xil turdagi ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, texnologiyalar, qurilmalar, saqlash, mahsulotlarni yetkazib berishda oldingi tizimdan samaraliroq yechimlar tadbiiq qilishdir. Boshqacha qilib aytganicha, raqamli iqtisodiyot bu onlayn xizmatlar ko'rsatish, elektron to'lovlar amalga oshirish, internet savdo, kraudfanding va boshqa turdagi sohalarni raqamli kompyuter texnologiyalarini rivojlanishi bilan bog'langan faoliyatdir.

So'nggi yillarda iqtisodiyotni rivojlantirishda ilg'or texnologiyalar va innovatsiyalarning ahamiyati oshib bormoqda. Eng yangi texnologiyalar ishlab chiqarish va biznes jarayonlarining samaradorligini oshirishi mumkin. Eng yangi texnologiyalar inson faoliyatining barcha yangi sohalariga kirib borishi bilan an'anaviy yondashuvlar va ish uslublari o'zgardi.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) paydo bo'lishi va tarqalishi global iqtisodiyotga shu qadar ta'sir ko'rsatdiki, yangi bir hodisa – raqamli iqtisodiyot paydo bo'ldi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari ta'siri ostida odamlarning turmush tarzi o'zgarib boshladi, foydalanuvchilar o'rtasidagi aloqalar o'zgardi - turli jug'rofiy mintaqalar, faoliyat sohalari va boshqalardagi odamlar o'rtasida aloqa o'rnatish imkoniyati paydo bo'ldi. Bu raqamli iqtisodiyotning asosi bo'lgan axborot aloqalarining jadal o'sishidir.

Raqamli texnologiyalarning ta’siri global miqyosda ham, mahalliy darajada ham sezildi. Raqamli iqtisodiyot yangi ishlab chiqarishlarning kombinatsiyasi sifatida global iqtisodiyotning tez o’sib borayotgan qismidir.

Yangi texnologiyalar yaxshi tashkil etilgan xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatining ba’zi jihatlariga o‘zgartiruvchi ta’sir ko‘rsatadi, bu asosan ishlaydigan mexanizmlarni – aloqa vositalarini yoki sanoat mashinalarini raqamli mexanizmlarga almashtirish, shuningdek, ularni yanada modernizatsiya qilishdan iborat.

Raqamli iqtisodiyotning o‘shishi raqamli va mobil texnologiyalar bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan bir qator bozorlarning o‘shishi bilan bog‘liq. Texnologiyalar rivojlanishining hozirgi bosqichida va bozorlarning hozirgi holati sharoitida raqamli iqtisodiyotni maqsad sifatida emas, balki iqtisodiy faoliyat samaradorligini oshirish vositasi sifatida ko‘rib chiqish kerak. Zamonaviy raqamli iqtisodiyot yangi biznes modellarini taklif qiladi va boshqaruv mexanizmlarini o‘zgaruvchan voqelikni aks ettirish uchun o‘zgartirish zarurligini ta’kidlaydi.

Afsuski, respublikada bu sohada ikkita katta muammo mavjud: telekommunikatsiya infratuzilmasi va mutaxassislarning yetishmasligi. Bu respublikamiz iqtisodiyotining raqamli aylanishiga jiddiy to‘sqinlik qilishi va natijada raqamli iqtisodiyot sohasidagi sustlashishi mumkin.

Dunyo mamlakatlari kabi O‘zbekistonda ham raqamli iqtisodiyot rivojlanmoqda. Kundalik hayotimizga axborot texnologiyalarni tadbiiq qilinishi ortidan oddiy insonlar uchun ko‘plab imkoniyatlar yaratilmoqda. Hozirga kunda uydan chiqmasdan ko‘plab oziq-ovqat mahsulotlari va taomlariga buyurtma berishimiz, ularni uyimizgacha yetkazib berishlari mumkin.

Lekin shuni ta’kidlash kerakki, O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyot O‘zbekiston potensialiga nisbatan bir necha barobar sekinroq rivojlanmoda. Ya’ni imkoniyat bor, kerakli resurslar mavjud lekin rivojlanish ancha sust. Bunga sabab sifatida raqamli iqtisodiyotni O‘zbekistonda rivojlanishini bir qancha to‘siqlarini ko‘rsatib o‘tish mumkin.

- ko‘plab sohalardagi monopoliya;
- internet tezligini pastligi va uni sifatsizligi;
- axborot texnologiyalari sohasida qonunchilikning zamondan orqada qolganligi;
- fuqarolarda kompyuter savodxonligining o‘ta pastligi;
- qonunchilikning shaffof emasligi;
- axborot texnologiyalari bo‘yicha mutaxassislarning yetishmasligi yoki ularni boshqa mamlakatlarga ketib qolishi;
- axborot madaniyati, axborot gigiyenasi pastligi;
- axborot texnologiyalari xavfsizligi yaxshi emasligi;
- boshqaruv organlarida sohani tushunadigan mutaxassislarning kamligi yoki(ba’zilarida) ularning umuman yo‘qligi;
- ilm-fan va ayniqsa aniq fanlarning rivojlanishi sustligi(yoki rivojlanishdan to‘xtab qolganligi).

Yuqorida keltirilgan muommolar bosqicha-bosqich, tizimli, dunyo tajribasidan kelib chiqib hal qilinsa, O‘zbekiston ham bimalol raqamli iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarning biri bo‘la oladi.

Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun qo‘shimcha shartsharoitlarni yaratish, shuningdek, 2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasining maqsadlariga muvofiq quyidagilarqabul qilindi:

- «O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida» 2018-yil 3-iyuldagi PQ3832-son Farmoni.

- O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida» 2018-yil 21-noyabrdagi PQ - 4022-son Qarori.

- O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 07.03.03-yildagi PQ-3832-son «O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida» hamda “zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda amaliy

ko'nikmalarga ega bo'lgan blokcheyn texnologiyalarini ishlab chiqish va ulardan foydalanishda malakali kadrlar tayyorlash to'g'risida”gi qarori.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi, zamonaviy texnologiyalarning hayotimizga tadbiiq etilishi har bir inson hayotida ko'plab ijobiy imkoniyatlar berishi mumkin. Raqamli texnologiyalar rivojlanishi ortidan inson, unga kerakli xizmatdan tezroq foydalanishi, internet orqali o'ziga kerakli mahsulotlarni arzon sotib olish bilan ko'plab pul mablag'larini tejashi mumkin. Masalan biron bir kitobning elektron ko'rinishda sotib olish insonga, shu kitobni chop etilgan ko'rinishini sotib olishdan ancha arzonga tushishi mumkin. Yoki bo'lmasa oddiy iste'molchi o'zi ham tadbirkor bo'lishi, uyidan chiqmagan holda onlayn savdo-sotiq bilan shug'ullanishi mumkin.

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishini boshqa afzalliklari quyidagicha bo'lishi mumkin:

- ishlab chiqarishda mehnat samadorligini oshishi;
- kompaniyalarning raqobatbardoshligini o'sishi;
- ishlab chiqarishdagi harajatlarning kamayishi;
- yangi ish o'rinlari yaratilinishi;
- yangi zamonaviy kasblar paydo bo'lishi;
- kambag'allikni yengish va ijtimoiy tengsizlikni yo'qolishi.

Bular raqamli iqtisodiyotning bor yo'gi bir nechta afzalliklari xolos. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi bizning kundalik hayotimizga ijobiy ta'sir qiladi, oddiy foydalanuvchiga ko'plab qo'shimcha imkoniyatlar beradi va qolaversa, bozorni o'sishi hamda rivojlanishini ta'minlab berishi mumkin.

Turli mamlakatlarda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun uchta model mavjud.

1. Raqamli iqtisodiyot rahbarlarini o'z ichiga olgan model
2. "Taraqqiyotga erishish" modeli
3. Axborotni ishlab chiqishning tashqi vositalarini o'z ichiga olgan model.

Raqamli iqtisodiyot va jamiyat indeksi (DESI) ko'ra, eng rivojlangan raqamli iqtisodiyoti Skandinaviya mamlakatlari, Benelux, Buyuk Britaniya va Irlandiyadir.

Raqamli iqtisodiyotning kelajakdagi rivojlanishi bir qator ilg'or texnologiyalarning muvaffaqiyatiga bog'liq bo'ladi. Bunda beshta texnologiyani ajratib ko'rsatish mumkin:

- ✓ 5G - aloqa;
- ✓ 3D - bosma;
- ✓ blokcheyn ;
- ✓ sun'iy intellekt (AI) ;
- ✓ virtual haqiqat.

Sanab o'tilgan texnologiyalar rivojlangan mamlakatlarning strategik hujjatlarida belgilangan eng muhim rivojlanish yo'nalishlaridan biridir.

An'anaviy iqtisodiyotni raqamli iqtisodiyotga aylantirishda muvaffaqiyatga erishish uchun malakali kadrlar tayyorlash lozim. Shuning uchun O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tashabbusi bilan Sh.M. Mirziyoyevning 2018-yil 3-iyuldagi PQ-3832-sonli buyrug'i asosida Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida bakalavrlarni tayyorlash uchun raqamli iqtisodiyot fakulteti ochildi hamda Samarqand davlat universiteti iqtisodiyot va biznes fakulteti negizida raqamli iqtisodiyot sohasida malakali kadrlar tayyorlash bo'yicha magistratura ochildi.

Raqamli iqtisodiyot – dunyo iqtisodiyotida yangi yo'nalish hisoblanadi. Iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar bu yo'nalishda sezilarli yutuqlarga erishgan bo'lsa, boshqalari bu yo'nalishda ilgari lab borishmoqda.

Darhaqiqat, raqamli iqtisodiyot miqyosining kengayib borishida xalqaro hamkorlikni imkon qadar kuchaytirish zarur. Shu o'rinda mamnuniyat bilan qayd etish joizki, O'zbekistonda axborot xavfsizligi sohasida olib borilayotgan ta'sirchan chora-tadbirlar natijasida 2019-yilda Kiberxavfsizlik global indeksida 41 pog'onaga ko'tarilib, 52 o'rinni egalladik.

Bundan tashqari, raqamli texnologiyalar barqaror faoliyat ko'rsatishi uchun institutsional muhit va raqamli infratuzilmani yaratish, davlat xizmatlarini ko'rsatish, iqtisodiyotning real sektori tarmoqlari, sog'liqni saqlash, davlat kadastri va boshqa sohalarda raqamli

texnologiyalarni keng joriy etish, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi hududini rivojlangan mamlakatlar darajasida internet global tarmog‘iga ulanish imkoniyatlari bilan imkon qadar to‘liq qoplashni bosqichma-bosqich ta‘minlash maqsadida

- kadrlar tayyorlash ko‘lamini kengaytirish va bu yo‘nalishlar bo‘yicha chuqur bilimga ega malakali dasturchilar va injener-texnik xodimlarni yetishtirish, ta‘lim tizimining barcha bosqichlarida xalqaro andozalarga to‘liq javob beradigan zamonaviy axborot texnologiyalarini o‘qitish;

- shu jumladan, xorijiy hamkorlarimiz bilan birgalikda “1 million dasturchi” loyihasini muvaffaqiyatli amalga oshirish;

- raqamli iqtisodiyot sohasida ilmiy-nazariy bazani mustahkamlash va bu sohada “Raqamli ishonch” jamg‘armasi mablag‘laridan maqsadli foydalangan holda ilmiy faoliyatni qo‘llab-quvvatlash;

- aholining keng qatlamlari o‘rtasida “raqamli savodxonlik”ni targ‘ib qilish va kengaytirish, ularni axborot texnologiyalarini o‘zlashtirishga jalb qilish maqsadida o‘quv yurtlarida seminar, kurslar va boshqa tadbirlarni o‘tkazish;

- raqamli iqtisodiyot sohasida me‘yoriy-huquqiy bazani mustahkamlash va qonunchilik hujjatlarini takomillashtirish, shuningdek, “startup” tushunchasi, faoliyati, venchur fondlari orqali ularni moliyalashtirishning huquqiy asoslarini yaratish;

- raqamli iqtisodiyot talablariga javob beradigan mehnat bozorini tashkil etish va uning mobilligini oshirish, yangi texnologiyalarni tezkorlik bilan o‘zlashtirish uchun mutaxassislar malakasini oshirib borish;

- raqamli iqtisodiyot sohasidagi xalqaro hamkorlikni mustahkamlash, yetakchi xalqaro texnologik kompaniyalar bilan o‘zaro hamkorlikdagi loyihalarni amalga oshirish, shu jumladan, innovatsion ishlanmalar bo‘yicha zamonaviy ilmiy-ishlab chiqarish laboratoriyalarini tashkil etish maqsadga muvofiqdir.

Xalqaro tajriba shundan dalolat bermoqdaki, bugungi kunda raqamli texnologiyalar asosan ilmiy hamjamiyat va xususiy sektorda jadal rivojlanmoqda. Shuning uchun davlat, aynan, ushbu sohalarda innovatsion loyihalar va IT-kompaniyalarni qo‘llab quvvatlagan holda qulay ekotizimni yaratishi lozim. Shuningdek, davlat innovatsion va raqamli ekotizimni qo‘llab-quvvatlash sohasida raqamli ta‘limning zamonaviy metodlarini qo‘llab-quvvatlashi, innovatsion xizmatlarni samarali tartibga solish normalarini ishlab chiqishi, yangi bozorlarni o‘zlashtirishda ko‘maklashishi hamda texnologik jarayonlarning chuqurlashuvida yuzaga chiqadigan risklarni pasaytirish choralarini ko‘rishi maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Xulosa o‘rnida aytish mumkinki, insoniyat taraqqiyotining hozirgi davri va yaqin istiqbolida iqtisodiyot tarmoqlari, ijtimoiy soha va davlat boshqaruvi tizimining sifat jihatdan rivojlanishi raqamli texnologiyalarni keng joriy etish bilan bevosita bog‘liq bo‘lib bormoqda. Mamlakatimiz taraqqiyotining istiqboli ham raqamli iqtisodiyot rivojlanishi va raqamli texnologiyalarning qamrov darajasiga tayanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Кешелова А.В. и другие, Введение в «Цифровую» экономику. На пороге «цифрового» будущего (расширенная 298 версия). Москва. Сретенский клуб им. С.П. Курдюмова: 2017.

2. Люгер Дж. Ф. Искусственный интеллект: стратегии и методы решения сложных проблем = Artificial Intelligence: Structures and Strategies for Complex Problem 2015

3. Медведев А. Облачные технологии: тенденции развития, примеры исполнения // Современные технологии автоматизации. 2013.

4. Лорьер Ж.-Л. Системы искусственного интеллекта. — М.: Мир, 1991.

5. <https://www.texnoman.uz/>

6. <https://central.asianews.com/>

7. <https://www.bakermckenzie.com/>

8. <http://new.samdu.uz/public/>

Илхамова Зарнигор Пўлатжон кизи
Урганч Давлат университети таянч докторанти

ХОРАЗМ ВИЛОЯТИ ТУРИЗМ СОҲАСИНИ АҚАМЛАШТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада Хоразм вилоятида туризм соҳаси рақамлаштирилиши ҳолати бўйича билимлар даражаси ўрганилган, шунингдек, мавжуд тадқиқотлар таҳлили асосида ривожлантириш имкониятлари аниқланган.

Аннотация. В статье исследуется уровень знаний о состоянии цифровизации индустрии туризма в Хорезмской области, а также определяются возможности для развития на основе анализа имеющихся исследований.

Abstract. This article examines the level of knowledge about the state of digitization of tourism industry in the Khorezm region, as well as identifies opportunities for development based on the analysis of existing research.

Калит сўзлар: туризм, рақамли иқтисодиёт, туристик хизматлар, рақамли маркетинг.

Ключевые слова: туризм, туристические услуги, цифровой маркетинг.

Key Words: tourism, marketing, modernization, tourism services, digital marketing.

Сўнги йилларда рақамли иқтисодиёт тушунчаси кўплаб мамлакатлар иқтисодиёти назарияси ва амалиётида пайдо бўлди. Бу рақамли технологияларнинг жадал ривожланиши, ахборот соҳасида инқилоб ва иқтисодиётнинг глобаллашув жараёнларини тезлаштириш билан ажралиб турди.

Ҳозирда мамлакатимизда ҳам юқори технологияларга асосланган, инновацион ва рақамли иқтисодиётга устувор аҳамият берилмоқда. Мамлакат президенти Ш.Мирзиёев тақидлаганларидек “Янги асрда рақамли технологияларга асосланган элестрон бизнес ва элестрон тижоратни назарда тутувчи рақамли иқтисодиётнинг шаклланиши тенденциявий тус олади.”¹

Рақамли иқтисодиёт бу рақамлаштирилган ахборот, ҳисоблаш ва коммуникация технологиялари билан боғлиқ ёки бошқариладиган иқтисодий фаолиятни англатади²

Рақамли иқтисодиёт атамаси 1996 йилда тақлиф қилинган ва янги иқтисодиёт сифатида таъкидланган.³ Дастлаб, рақамли иқтисодиётнинг таърифи, асосан, ахборот, ҳисоблаш ва алоқанинг конвергентсияси сифатида интернет билан боғлиқ эди.⁴ Ҳозирги вақтда рақамли иқтисодиётнинг оддий таърифи "рақамли технологияларга асосланган иқтисодиёт"⁵ сифатида илгари сурилган бўлса, баъзи олимлар рақамли иқтисодиёт "камроқ меҳнат ва кўпроқ нарсаларни қилиш усули"⁶ деб таъкидлайдилар. Ушбу концепцияларга кўра, рақамли иқтисодиёт кенг қамровли иқтисодий моделга айланди.

Рақамли иқтисодиёт – бу янгидан яратилиши лозим бўлган иқтисодиёт эмас балки, бу янги технологиялар, платформалар ва бизнес моделлар яратиш ва уларни кундалик ҳаётга жорий этиш орқали мавжуд иқтисодиётни янгича тизимга кўчириш деганидир. Рақамли иқтисодиётга хос бўлган бир қанча белгилар мавжуд. Булар, юқори даражада автоматлаштирилганлик, электрон ҳужжат алмашинуви, бухгалтерлик ва бошқарув тизимларининг электрон интеграциялашуви, маълумотлар электрон базалари; СРМ (мижозлар билан ўзаро муносабат тизими) мавжудлиги, корпоратив тармоқлардир.

¹ Shavkat Mirziyoyev “Yangi O‘zbekiston strategiyasi”.-Toshkent: “O‘zbekiston” nashriyoti, 2021 172,174b

² N. Lane Assistant to the President for Science and Technology Remarks to the American Association for the Advancement of Science annual R&D Colloquium,(April 11, 2000) (1998)

³ D. Tapscott, R. McQueen The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence Bambook (1996)

⁴ R. Kling, R. Lamb IT and organizational change in digital economies: A socio-technical approach ACM SIGCAS Computers and Society, 29 (1999), pp. 17-25

⁵ M. Rouse Digital economy (2016) Google Scholar

⁶ T. Elmasry, E. Benni, J. Patel, J. Moore Digital Middle East: Transforming the region into a leading digital economy McKinsey & Company, New York, NY (2016) Google Scholar

Рақамли иқтисодиёт энг аввало кенг полосали интернет портларини яратишни, оптик толали интернет линияларини ётқизишни тақозо қилади. Ушбу муаммоларни инобатга олган ҳолда ҳамда мамлакатда электрон тижоратни ривожлантириш учун қулай шарт шароитлар яратиш ҳозирда долзарб ҳисобланади.

Хоразм вилояти ҳудуди “Буюк ипак йўлининг марказида жойлашган бўлиб, Ўзбекистоннинг энг юқори сайёҳлик салоҳиятига эга минтақаларидан бири ҳисобланади. Жаҳон ҳамжамияти томонидан Хива шаҳрининг очиқ музей-шаҳар сифатида эътироф этилиши ҳамда ЮНЕСКО томонидан бутунжаҳон мероси рўйхатида киритилиши, нафақат Хоразм вилояти, балки Ўзбекистоннинг жаҳон туризм бозорига дадил кириб бориши учун мустақкам замин яратди. Шуларни ҳисобга олган ҳолда ушбу соҳада ҳам рақамли технологияларни жорий қилиш ва ундан самарали фойдаланиш орқали туризмни жадал ривожланишига эришиш мумкин.

2021 йилда амалда вилоят бўйича умумий қиймати 254,5 млрд. сўм (*ўз маблағлари 218,4 млрд. сўм, банк кредити 36,1 млрд.сўм*) миқдоридаги 47 та лойиха амалга оширилди ва 468 та янги иш ўринлари яратилди. Жумладан, Хива шаҳрида 8 та меҳмонхона (467 ўринли) ва 6 та оилавий меҳмон уйи (60 ўринли), умумий овқатланиш шохобчаси, Урганч шаҳрида 2 та оилавий меҳмон уйи (20 ўринли), кинотеатр, тиббий клиника, ресторан, ва бошқалар ишга туширилди. Вилоятда жойлаштириш воситалари сони ва инфратузилма объектлари сони ҳам йилдан йилга ошиб бормоқда. Жумладан ҳозирда жойлаштириш воситалари сони жами 179 тага етган бўлиб, ушбу кўрсаткич 2018 йилда *69 тани*, 2019 йилда *152 та*, 2020 йилда эса *162 тани* ташкил қилган. *Шундан:* 79 та меҳмонхона, 83 та оилавий меҳмон уйлари, 2 та меҳмон уйлари, 12 та хостел ва 3 та бошқа жойлаштириш воситаларидан иборат. 2021 йилда 61 та сайёҳлик ташкилоти фаолияти рўйхатга олинган бўлиб, 2018 йилга нисбатан 1,7 баробарга ўсган. (1-жадвал)

2018-2021 йилларда Хоразм вилоятининг туристик салоҳияти ва инфратузилмаси ҳолати¹

1-жадвал

	2018й	2019й	2020й	2021й
жойлаштириш воситалари сони (та)	69	152	162	179
сайёҳлик ташкилотлари сони жами (та)	34	58	59	61
замонавий туристик синфга мансуб автотранспорт воситалари сони жами (та)	34	133	293	303
тегишли сертификатларга эга гид-экскурсаоводлар сони жами (нафар)	103	114	114	138
туристик ахборот марказлар (та)	4	12	12	17
туристик йўл кўрсаткич белгилар (та)	28	46	80	109

Хоразм вилоятида туризм соҳасини янада ривожлантириш, вилоятимизга хорижий ва маҳаллий сайёҳларни янада кўпроқ жалб қилиш, туризм соҳасида кўрсатилаётган хизматлар сифати ва қўламини янада ошириш, сайёҳлар хавфсизлигини таъминлаш мақсадида туризм соҳасини рақамлаштириш бўйича кўплаб ишлар амалга оширилмоқда. 2021 йилнинг январь-декабрь ойларида туризм соҳасида қабул қилинган қарорлар ва дастурлар доирасида, вилоятнинг сайёҳлар кўп ташриф буюрадиган ҳудудларида хорижий сайёҳлар учун янада қулайликлар яратиш мақсадида хорижий карталарга (*Visa Card, Мастер Скард, Америсан Экспресс, Чина Унион Пай ва бошқалар*) хизмат кўрсатувчи автоматлашган 5 та валюта айрибошловчи банкоматлари, 6 та терминаллар, 21 та “WIFI” нуқталари ўрнатилиб хизмат кўрсатиб келмоқда.

¹ Хоразм вилоят статистика бoшқармаси ма’лумотлари

Туризм соҳасига инновацион технологияларни кенг тадбиқ қилиш ва шаффофликни таъминлаш мақсадида Хива шаҳри "Ичан-қалъа" давлат музей кўриқхонасида – “Музейларга кириш учун электрон билетлар сотиш ва ташриф буюрувчиларни ҳисобини юритишни автоматлаштирилган тизими (турникетлар)ни яратиш” лойиҳасининг 1-босқичи ишга туширилди.

“Ичан қалъа” ҳудудига кириш, музейларни ва айрим диққатга сазовор жойларни томоша қилиш учун чипталар ягона кассадан сотилиши ва барча музей ва диққатга сазовор жойларга кириш уларнинг кириш қисмларига ўрнатилган смарт-турникетлар орқали амалга оширилиши жорий қилинди.

“Wолсофт” корхонаси томонидан Инновацион ривожланиш вазирлиги томонидан ажратилган грант маблағлари асосида “Ичан-қала” нинг 3 Д ва ВР БОХ кўринишлари ишлаб чиқилмоқда ва бугунги кунда 9 та асосий объектдан 6 таси рақамлаштирилган. Ушбу лойиҳа 9-сентябр санасида “Ичан-қала” давлат музей кўриқхонаси ҳудудида тест режимида текширилди.

Шундай бўлсада, вилоятда соҳанинг янада жадал ривожланишига тўсқинлик қилаётган айрим сабаблар ҳам мавжуд.

Бизнинг фикримизча, ҳозирги вақтда ҳудуддаги муаммолар сифатида туризм хизматлари рақамлаштирилишининг жаҳон стандартларидан нибатан пастроқ даражаси, кўшимча хизматлар (транспорт, банк, санитария-эпидемиологик ва суғурта хизматлари) рақамлаштирилиши даражаси пастлиги, тўғри рақамли маркетинг стратегиялари ишлаб чиқилмаганлигини келтиришимиз мумкин.

Шу ўринда таъкидлаб ўтиш керакки, вилоятда туризм соҳасини янада жадал ривожланишига эришиш учун, ушбу соҳада етакчи бўлган давлатлар тажрибаларига суяниш, маркетинг стратегияларини тўғри танлай олиш лозим.

Хоразм вилоятида туризм соҳасини янада ривожлантириш, уни рақамли иқтисодиёт даражасига олиб чиқиш, вилоятимизга хорижий ва маҳаллий сайёҳларни янада кўпроқ жалб қилиш мақсадида туризмда рақамлаштирилган хизматлар сифатини жаҳон андозаларига жавоб берадиган даражага олиб чиқиш, рақамли маркетинг стратегияларидан кенгроқ фойдаланиш ишларини амалга оширилиши зарур, деб ўйлаймиз. Вилоятда ўтказиладиган барча маданий тадбирлар ва фестиваллар ҳақидаги маълумотларни ўзида жамлаган веб-сайти ишлаб чиқилиши, интернет тармоқи ва ОАВ орқали рекламаларнинг кўпайтирилиши туристларнинг ҳудудга нисбатан янада қизишини орттиради.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, вилоятда замонавий туризм индустриясини ривожлантириш учун барча манбалар, қулай табиий-иқлим шароит, бой тарихий маданий меърос умуман олганда юқори салоҳият мавжуд. Ушбу имкониятлардан самарали фойдаланган ҳолда, соҳани рақамлаштириш ва уни янада такомиллаштириш ялпи ҳудудий маҳсулотнинг ошишига, ишсизликнинг қисқаришига, аҳоли турмуш даражасининг яхшиланишига замин яратади.

Ўзбекистон Республикаси
Жамоат хавфсизлиги университети
А.Д.Анаркулов
261 ўқув гуруҳи курсанти Тўраев Ш.А.

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ САНОАТ ИҚТИСОДИЁТИНИНГ ТЕХНОЛОГИК РИВОЖЛАНИШ ДАРАЖАСИ

Аннотация: Мақолада Ўзбекистон Республикасини рақамли иқтисодиётга ўтиш даврида замонавий саноат сиёсатининг устувор йўналишлари очиб берилган ва унда технологик ривожланиш даражасини баҳоловчи кўрсаткичлар таҳлил этилган.

Калит сўзлар: Рақамли иқтисодиёт, юқори ва ўрта технология, ЯИМнинг илм сифимкорлиги, рақобатбардошлик, технология, саноатнинг кўшилган қиймати,

Аннотация: в статье раскрываются приоритеты современной промышленной политики в период перехода Республики Узбекистан к цифровой экономике и анализируются показатели, оценивающие уровень технологического развития в ней.

Ключевые слова: цифровая экономика, высокие и средние технологии, Наукоёмкость ВВП, конкурентоспособность, технология, добавленная стоимость промышленности.

Annotation: in this article, high directions of modern industrial policy in the period of passing to numerical economy of the republic of Uzbekistan were highlighted and the accessing indicators of technological development degree analyzed.

Key words : numerical economy, high and middle technology, the knowledge of gross domestic product, comparability, technology, joint amount of industry.

Ўзбекистон Республикаси миллий иқтисодиёти таркибий тузилмасини модернизациялаш бу илғор технологик ишланмалар асосида реал иқтисодиёт секторини ривожлантириш, қайта ишлаш саноатини рақобатбардошлигини ошириш, унинг таркибидаги деформациялар ва регрессив тенденцияларни бартараф этиш, бозор механизми ҳамда фаол давлат сиёсати орқали янги турдаги таркибий тузилмавий ислохотларни амалга ошириш керак.

Бугунги кунда мамлакатимизда олиб борилаётган ислохотлар жараёнида аҳоли фаровонлигини ошириш, табақаланиш, камбағаллик, қашшоқликни қисқартиришга жуда катта таъсир кўрсатадиган янги технологик уклад талабларига жавоб берадиган иқтисодиётнинг институционал таркибий тузилмани трансформациялаш ва унинг янги йўналиши бўлган, рақамли ахборот- коммуникацион технологияларни, жумладан, сунъий интеллект ёрдамида ресурсларни оқилона тақсимлаш ва трансакцион харажатларни пасайтиришга рақамли коммуникациялар, IT ёрдамида олиб бориладиган иқтисодиётни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. “Албатта, биз эски тизимни батамом ўзгартириб, ўз олдимизга қўйган мақсадга тўлиқ эришдик, деб айтишга ҳали эрта. Такрор айтаман, биз ҳар куни изланишдамиз. Бу йўлда дастлабки қадамларни қўймоқдамиз, холос”¹.

Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётининг мавжуд номутаносибликларини тартибга солиш фақат саноат сиёсати доирасида амалга оширилиши мумкин. Бунинг учун Ўзбекистон Республикаси саноат сиёсатининг янги парадигмаси параметрларини аниқлаш учун Ўзбекистон илмий ва технологик ривожланиш даражасини баҳоловчи кўрсаткичларини баҳолаш керак.

Жадвал маълумотларидан кўринадики Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётнинг юқори ва ўрта технологияли ва илм таълаб қиладиган тармоқларнинг ЯИМдаги улуши тадқиқ этилган даврда 21,8%дан 26,8%гача ўсган. ЯИМнинг илм сифимкорлиги 19,4%дан 22,9%гача ўсган. Юқори технологияли ишлаб чиқаришнинг ишлаб чиқарилган саноатнинг кўшилган қийматидаги улуши деярли ўзгармаган. Жадвал маълумотларидан кўринадики тадқиқ этилаётган даврда Ўзбекистон Республикасини инновацион иқтисодиётга ўтиш даврида саноат иқтисодиётининг технологик ривожланиш даражасини баҳоловчи кўрсаткичларда кескин ўзгаришлар кузатилмайди. Бунинг асосий сабабларидан бири бу тадқиқ тилаётган даврда технологик инновацияларга жами харажатларда кескин ўзгаришлар юз бермаган. Бу маълумотлар фан-техника соҳасидаги стратегик устуворликлар давлат сиёсатини амалда амалга ошириш учун мўлжалланган реал дастурларга тўғри келмаслигини ва натижада истиқболли технологик тартиб билан деярли боғлиқлик йўқлигини кўрсатади.

¹ Мирзиёев Ш.М. «Янги Ўзбекистон» газетаси бош муҳарририга берган интервьюси. <https://daryo.uz/k/2021/08/17/>

Саноат сиёсатидаги замонавий ёндашувлар янги технологик инқилоб муаммоларига жавоб бериши керак: юқори фан сиғимли технологияларнинг ҳукмронлиги, ишлаб чиқаришни хусусийлаштириш, ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнларини бирлаштириш, иқтисодий фаолият механизмларини ўзгартириши лозим. Янги саноат сиёсатини тармоқ сиёсати деб таърифлаш мумкин. Унинг ўзига хос жиҳати қуйидагилардир: саноат йўналиши ва аниқ корхоналарга йўналтирилмаганлиги, истиқболли ва рақобатбардош фаолиятни қўллаб-қувватлаш, энг янги технологияларни жадал тарқатиш, давлатни тартибга солувчи эмас, балки бевосита иштирокчи сифатида инновацион жараёнларга фаол жалб қилишга қаратилган.

1-жадвал

Ўзбекистон Республикаси саноат иқтисодиётининг технологик ривожланиш даражасини баҳоловчи кўрсаткичлар¹

№	Кўрсаткичлар	2015	2017	2018	2020
1.	Иқтисодиётнинг юқори ва ўрта технологияли ва илм талаб қиладиган тармоқларнинг ЯИМдаги улуши (%да)	21,8	22,5	24,2	26,8
2.	Иқтисодиётнинг юқори технологияли ва илм талаб қиладиган тармоқларнинг ЯИМдаги улуши (%да)	19,7	19,9	20,2	22,9
3.	ЯИМнинг илм сиғимкорлиги (%да)	19,4	19,5	19,9	22,5
4.	Юқори технологияли ишлаб чиқаришнинг ишлаб чиқарилган саноат қўшилган қийматидаги улуши (%да)	1,7	2,2	1,6	1,7
5.	Илмий тадқиқот ва тажриба конструкторлик ишларига харажатлар (млрд сўм)	365,2	470,9	528,8	853,4
6.	Технологик инновациялар (дона)	1737	1946	2482	4427
7.	Технологик инновацияларга жами харажатлар (млрд сўм)	5393,9	3951,6	3522,8	5621,4

Ўзбекистон иқтисодиётига юқори фан сиғимли технологияларни жорий этиш учун катта миқдордаги инвестицияларни назарда тутадиган капитал қўйилмаларсиз жуда қисқа муддатларда такрор ишлаб чиқариш жараёнларининг самарадорлигини оширишнинг амалда имконияти йўқ.

Шу муносабат билан, анъанавий тармоқларда технологик трансформация жараёнининг бир қисми сифатида қуйидаги вазифалар турибди;

- * халқаро бозорда рақобатбардошликни сақлаш;
- * меҳнат унумдорлигини ошириш;
- * асосий фондларни модернизация қилиш;
- * янги технологик ечимларни диффузиясини тезлаштириш;
- * хўжалик фаолиятнинг анъанавий механизмларини қайта қуриш;
- * инновацион фаолият даражасини ошириш.

Бугунги кунда Ўзбекистон Республикасида янги истиқболли технологик укладга ўтишда асосий ўрин давлатга юклатилган ва унинг мувозанатли саноат сиёсати стратегик жиҳатдан муҳим соҳаларда регрессив ривожланиш тенденцияларини бартараф этишга ва муҳим таркибий номунатосибликларни юмшатишга имкон берувчи таркибий

¹ Ўзбекистонда илм-фан ва инновацион фаолият Т.2021 й.-Б. 13,43.

такомиллаштиришларга қаратилган. Ушбу соҳани давлат томонидан фаол тартибга солиши бозор институтларини жараённинг бошқа иштирокчиларининг ҳаракатларини мувофиқлаштиради, стратегик муҳим тармоқларни ривожлантиришга ёрдам беради ва ички ва ташқи ижтимоий-иқтисодий муаммоларнинг салбий оқибатларини ва умуман ҳозирги макроиқтисодий вазиятни юмшатади.

Шунингдек, иқтисодий агентлар ўртасидаги ўзаро алоқаларнинг тармоқли тузилма модели доирасида инновацион циклнинг барча иштирокчилари ўртасидаги ҳамкорлик даражасини ошириш. Таркибий модернизация контекстида тармоқли тузилманинг барча иштирокчилари фаолиятини изчил ва мувофиқлаштиришни таъминлаш, ягона ахборот платформаси доирасида бизнес фан давлатнинг саъй-ҳаракатларини бирлаштириш мумкин.

Таъкидлаш жоизки, саноат сиёсати белгиланган таркибий устуворликларга эътибор қаратилиши лозим, чунки аниқланган соҳалар турли чора-тадбирлар ва амалга ошириш ёндашувларини талаб этади. Ўзбекистон Республикаси рақамли иқтисодиётга ўтиш даврида замонавий саноат сиёсатини олиб бориш янги турдаги таркибий ислохотлар учун шарт-шароит яратишда давлат томонидан қўллаб-қувватлаш механизмининг бир қатор кенгайтирилган блоklarга бўлиш мумкин:

1) маъмурий-ҳуқуқий. Биринчидан таркибий устуворликлар контекстида илмий ва технологик ривожланиш соҳасидаги стратегик режалаштириш ҳужжатларини уйғунлаштириш керак. Иккинчидан таркибий устуворликлар контекстида юқори фан сиғимли технологияларни ривожлантириш учун стратегик ҳужжатларни ишлаб чиқиш ва қабул қилиш, уларни стратегик режалаштириш тизимига интеграция қилиш таклиф этилади. Юқори фан сиғимли технологиялар соҳасини мослашувчан тартибга солишни таъминловчи ҳуқуқий асос яратиш зарур;

2) молиявий. Ушбу механизм бўйича қўрилган чора-тадбирларни молиявий, солиқ имтиёзлари ва переференцияларни тақдим этиш орқали бюджет ва бюджетдан ташқари молиявий ресурсларни тўғридан-тўғри тақсимлаш асосида саноат ва ишлаб чиқаришни рағбатлантирувчи тадбиркорлик фаолиятига юқори фан сиғимли технологияларни жорий этишни кучайтириш. Билвосита, биринчи навбатда, ваколатли солиқ сиёсатини амалга оширишни ва қўшимча равишда божхона, амортизация ва патентни назарда тутати;

3) ахборот-консалтинг ва инфратузилма. Барча илмий-технологик фаолият субъектларининг энг самарали ўзаро алоқасини таъминлаш учун мўлжалланган ривожланиш институтлари тизимини мустаҳкамлаш зарур. Шу муносабат билан, ҳар бир ривожланиш муассасаси учун мақсад ва вазифаларни белгилаш, шунингдек, ривожланиш институтлари юрисдикциясидаги ноаниқликни бартараф этиш зарур. Умуман, бугунги кунда инновацион инфратузилма субъектларининг кенг вакили (технологик платформалар, технопарк тузилмалар, бизнес инкубаторлар, технопарк, инновацион ривожланиш ҳудудлари, ЭИЗ, фан шаҳарлари, Кластерли ривожлантириш марказлари, жамоавий фойдаланиш марказлари, муҳандислик марказлари, технология трансфер марказлари, сертификатлаш, синов ва ахборот марказлари), функционал қайта такрорланувчи вазифаларни бартараф этиш ва аниқ ваколатлар аниқлаш учун қайта кўриб керак;

4) институционал. Илмий, технологик ва саноат ривожланишининг мувофиқлаштириш доирасида давлат-хусусий шерикчилигини ривожлантириш, шунингдек, давлат, фан ва бизнес ўртасидаги ўзаро ҳамкорликни учун қулай институционал муҳит яратишни ўз ичига олади. Шунингдек, хусусий инвесторлар томонидан риск толерантлигини оширадиган муқобил молиялаштириш инструментлари бозорини ривожлантириш (кенг ахборот таъминоти, жамиятда инвестиция маданиятини ривожлантириш) ва тадбиркорлик фаолиятини оммалаштириш бўйича қатор чора-тадбирларни амалга ошириш зарур;

5) таълим-энг янги технологиялардан фойдалана оладиган зарур ваколатларга эга истиқболли мутахассисликлар бўйича кадрлар тайёрлаш, шунингдек, мавжуд меҳнат ресурслари бўйича малака ошириш.

Ўзбекистоннинг янги технологик асосни шакллантиришга қаратилган чора-тадбирлар мажмуи бўлган самарали давлат саноат сиёсати ижобий таркибий силжиш имконини беради. Барча хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини интеграциялашнинг қулай институционал шарт-шароитлари ва самарали механизмлари билан биргаликда илмий-саноат юқори фан сиғимли технологиялар стратегиясига йўналтириш-таркибий мувозанатни шакллантиришнинг ягона имкониятидир.

Шундай қилиб, тармоқли саноат сиёсатини ижобий сифат таркибий такомиллаштиришнинг тизим таркибий қисми сифатида шакллантириш иқтисодий ривожланишда ижобий мултипликатив самарани назарда тутиб, нафақат кўллаб-қувватланадиган ишлаб чиқариш соҳаларига туртки беради, балки умуман такрор ишлаб чиқариш тузилмасига таъсир кўрсатади. Иқтисодий фаолиятнинг ўсиши, жами талабнинг кенгайиши ва рақобатбардошликнинг ошиши юқори фан сиғимли технологияларнинг ривожланиши ва тарқалишидан келиб чиқадиган ва иқтисодий тизимнинг таркибий тузилишининг барча даражаларида намоён бўладиган ижобий таъсирнинг оқибатлари бўлиши керак.

Ashurova Muborak Xayrulloevna
BuxDU, Servis sohasi iqtisodiyoti
kafedrasi katta o'qituvchisi

O'ZBEKISTONDA PANDEMIYA SHAROITIDA TAQCHILLIKNI BARTARAF ETISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada Jahon bankining pandemiya inqirozi sharoitida ham O'zbekiston iqtisodiyoti o'sayotganiga doir prognozi mamlakatda karantin bekor qilinishi, qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish barqarorligi, shuningdek, pul o'tkazmalarining qisman tiklanishiga asoslanishi, bu ko'rsatkichlar “2021-yilning ikkinchi yarmida birinchi yarim yilga nisbatan kuchliroq iqtisodiy faollikka olib kelishi”, xalqaro moliyaviy tashkilotning o'zbekistonliklarning kundalik turmushi, xarid qobiliyatiga bevosita ta'sir o'tkazuvchi inflatsiyaga doir qarashlari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: iqtisodiy o'sish, mehnat muhojirlari, inflyasiya, inqirozga qarshi kurash, **bandlik, daromadlar, aholi farovonligi.**

Annotation. This article analyzes the World Bank's outlook for Uzbekistan's economic growth in the period of a pandemic crisis, abolition of quarantine in the country, sustainability of agricultural production, as well as the basis of the partial recovery of remittances, how these indicators "lead to stronger economic activity in the second half of 2021 than in the first half," Inflation, which has a direct impact on the daily life of Uzbeks and their purchasing power.

Keywords: economic growth, pandemic crisis, economic activity, Inflation, purchasing power.

Аннотация. В данной статье анализируется прогноз Всемирного банка по экономическому росту Узбекистана в период пандемического кризиса, отмена карантина в стране, устойчивость сельскохозяйственного производства, а также основы частичного восстановления денежных переводов, как эти показатели «приведут к более сильной экономической активности во второй половине 2021 года, чем в первой половине», инфляция, которая оказывает непосредственное влияние на повседневную жизнь узбекистанцев и их покупательную способность.

Ключевые слова: экономический рост, пандемический кризис, экономическая активность, инфляция, покупательная способность.

Jahon banki O‘zbekistonni pandemiya inqirozida ham iqtisodiyoti o‘sayotgan dunyodagi kam sonli davlatlar ro‘yxatiga kiritdi. Mamlakatdagi nodavlat tashkilotlar o‘tkazgan tadqiqotlar esa aholi yanada qashshoqlashayotganidan darak beradi.

“Global iqtisodiy tanazzulga qaramasdan, O‘zbekiston 2020-yilda iqtisodiy o‘shishni namoyish etadigan Yevropa va Markaziy Osiyo mintaqasidagi ikkita davlatdan biri bo‘lishi prognoz qilinmoqda”, - deyiladi Jahon bankining Toshkentdagi vakolatxonasi tomonidan 7-oktabr kuni tarqatilgan xabarda.

2021-yilga doir prognoz yanada umidli ko‘rinadi: “Mamlakat bo‘ylab karantin qayta kiritilmasa, 2021-yilda O‘zbekiston yalpi ichki mahsulot (YaIM) o‘shishi 4,8 foizdan 5,0 foizgacha bo‘lishi” kutilmoqda.

Shu bilan bir qatorda Jahon bankining ta’kidlashicha, koronavirus O‘zbekiston uchun mustaqillik davomidagi eng yirik iqtisodiy zarba bo‘lgan, aholi farovonligi, daromadi pasaygan. Jahon bankining pandemiya inqirozi sharoitida ham O‘zbekiston iqtisodiyoti o‘sayotganiga doir prognozi mamlakatda karantin bekor qilinishi, qishloq xo‘jaligida ishlab chiqarish barqarorligi, shuningdek, pul o‘tkazmalarining qisman tiklanishiga asoslanadi.

Bu ko‘rsatkichlar “2020-yilning ikkinchi yarmida birinchi yarim yilga nisbatan kuchliroq iqtisodiy faollikka olib keladi”, deya xulosa qiladi bank.

Xalqaro moliyaviy tashkilotning o‘zbekistonliklarning kundalik turmushi, xarid qobiliyatiga bevosita ta’sir o‘tkazuvchi inflatsiyaga doir qarashlari quyidagicha: “O‘rta muddatli istiqbolda inflyatsiya sekinlashadi, ammo narxlarni yanada isloh qilish natijasida yuqori darajada saqlanib qoladi”.

“Amerika Ovozi”ga kelayotgan murojaatlarda pandemiya O‘zbekiston aholisi, ayniqsa kam ta’minlangan oilalar sharoitini jiddiy og‘irlashtirgani, oziq-ovqat mahsulotlari bahosi keskin ko‘tarilayotgani qayd etiladi.

“Najot” inson huquqlari tashkiloti yaqinda Xorazmdagi ijtimoiy holatni, viloyat bozorlaridagi narx-navoni, aholi turmushiga doir vaziyatni o‘rgangan.

Tashkilot rahbari Hayitboy Yoqubovga ko‘ra, iyul-sentabr oylaridagi vaziyatni qamrab oluvchi tadqiqot natijasi viloyatda asosiy oziq-ovqat mahsulotlari bahosi keskin ko‘tarilgani, bu esa shundoq ham pandemiya bois ishsiz, pulsiz qolgan aholida jiddiy e’tirozlar uyg‘otayotganidan darak bermoqda.

Uning qayd etishicha, bozorlar to‘kin-sochin, qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bilan to‘la, ammo aholida naqd pul kam, mehnat muhojirlari yuborayotgan mablag‘ hajmi qisqargan, xorijdan qaytayotgan mehnat muhojirlari hisobiga ishsizlar soni yanada ko‘paymoqda.

Inson huquqlari tashkiloti oziq-ovqat mahsulotlariga doir narx-navo tahlili kam ta’minlangan, ijtimoiy nochor oilalarda kundalik ehtiyoj uchun lozim boshqa mahsulotlar olishga imkon qolmayotganini ko‘rsatayotganiga diqqat qaratadi.

Jahon bankining O‘zbekiston iqtisodiga doir tadqiqotida ta’kidlanishicha, hukumat pandemiya inqiroziga qarshi katta mablag‘ sarflagan:

“Davlat byudjetiga tushumlarning kam yig‘ilishi va inqirozga qarshi katta xarajatlar 2020-yil birinchi yarmida byudjet kamomadi YaIpi ichki mahsulotning 5 foizgacha o‘shishiga olib keldi. Yalpi ichki mahsulotning 2,5 foizi sog‘liqni saqlash sohasiga qo‘shimcha xarajatlar, kam ta’minlanganlar uchun pul o‘tkazmalarining ko‘paytirilishi, jamoat ishlarining kengayishi va korxonalarni qo‘llab-quvvatlash uchun yo‘naltirildi”.

O‘zbekiston hukumatining inqirozga qarshi kurashi, xususan pandemiya inqiroziga qarshi kurash uchun tuzilgan jamg‘arma doirasida amalga oshirilgan chora-tadbirlarning qanchalik samarali bo‘lgani mutaxassislar tomonidan ancha bahsli baholanadi.

Xalqaro moliyaviy tashkilotlar, jumladan Jahon banki va xorij davlatlaridan olingan qarz hisobiga tashkil qilingan bu jamg‘armada to‘plangan 1,5 milliard dollarga yaqin mablag‘ning pandemiya bois inqirozga tushgan davlat tashkilotlari, monopoli korxonalarni qo‘llab-quvvatlashga sarflangani, ijtimoiy muhofaza uchun ajratilgan bir martalik yordam pullarining talon-taroj qilinishiga doir holatlar jiddiy tanqidiga uchragan edi.

Hukumatning inqirozga qarshi kurash choralari haqida “Amerika Ovozi” bilan suhbatlashgan ekspertlar qarzga olingan mablag’larning bu qadar samarasiz sarflanishini o’ta achinarli baholashgan.

Jahon banki o’z hisobotida mamlakat tashqi qarzi bilan bog’liq holatga ham to’xtab o’tgan. O’zbekistonning holati nisbatan mo’tadil baholanadi.

Boshqa mamlakatlardagi kabi, COVID-19 pandemiyasi O’zbekistonning ham iqtisodiy barqarorligini jiddiy sinovlar ostiga qo’ydi. Oqibatda, jahon iqtisodiyoti tarixdagi eng chuqur retsessiyalardan biriga uchradi. Jahon banking tahlillariga ko’ra, 2020 yilda umumjahon daromadlar darajasi 1870 yildan buyon ilk marotaba boshqa davrlarga nisbatan ko’proq pasayadi. Pandemiya butun dunyo bo’ylab 70 milliondan 100 million nafargacha odamlar o’ta qashshoq bo’lib qolishiga olib keladi. O’zbekistonliklar uchun ushbu inqirozning hajmi qanday bo’ladi?

“O’zbekiston fuqarolarini tinglab” (Listening to Citizens of Uzbekistan, L2CU) tadqiqotini o’tkazish davomida yig’ilgan ma’lumotlar ushbu savolga javob beradi. Loyiha 2018 yildan beri Jahon banki tomonidan “Taraqqiyot strategiyasi” markazi va Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi bilan hamkorlikda aholining farovonligi va hukumat tomonidan amalga oshirilayotgan islohotlar bo’yicha jamoatchilik fikrini baholash uchun amalga oshirilmoqda.

Yaqinda o’tkazilgan tadqiqot natijalariga ushbu inqirozning O’zbekistonga jiddiy ijtimoiy-iqtisodiy ta’sirlarini ko’rsatmoqda. Mazkur tadqiqot har oyda mamlakatning barcha mintaqalarida joylashgan 1500dan ortiq uy xo’jaliklaridan to’planadigan ma’lumotlarga tayanadi. Tadqiqot kasallik tarqalishni boshlagan vaqtdan olib borilayotganligini hisobga oladigan bo’lsak, aprel va may oylarida to’plangan ma’lumotlarni avvalgi davrlar bilan solishtirish mumkin. Shunda hozirgi inqirozning ijtimoiy-iqtisodiy ta’sirini baholash mumkin bo’ladi. **Olingan natijalar shuni ko’rsatmoqda-ki, bandlik, daromadlar va aholi farovonligining boshqa ko’rsatkichlari keskin yomonlashgan.**



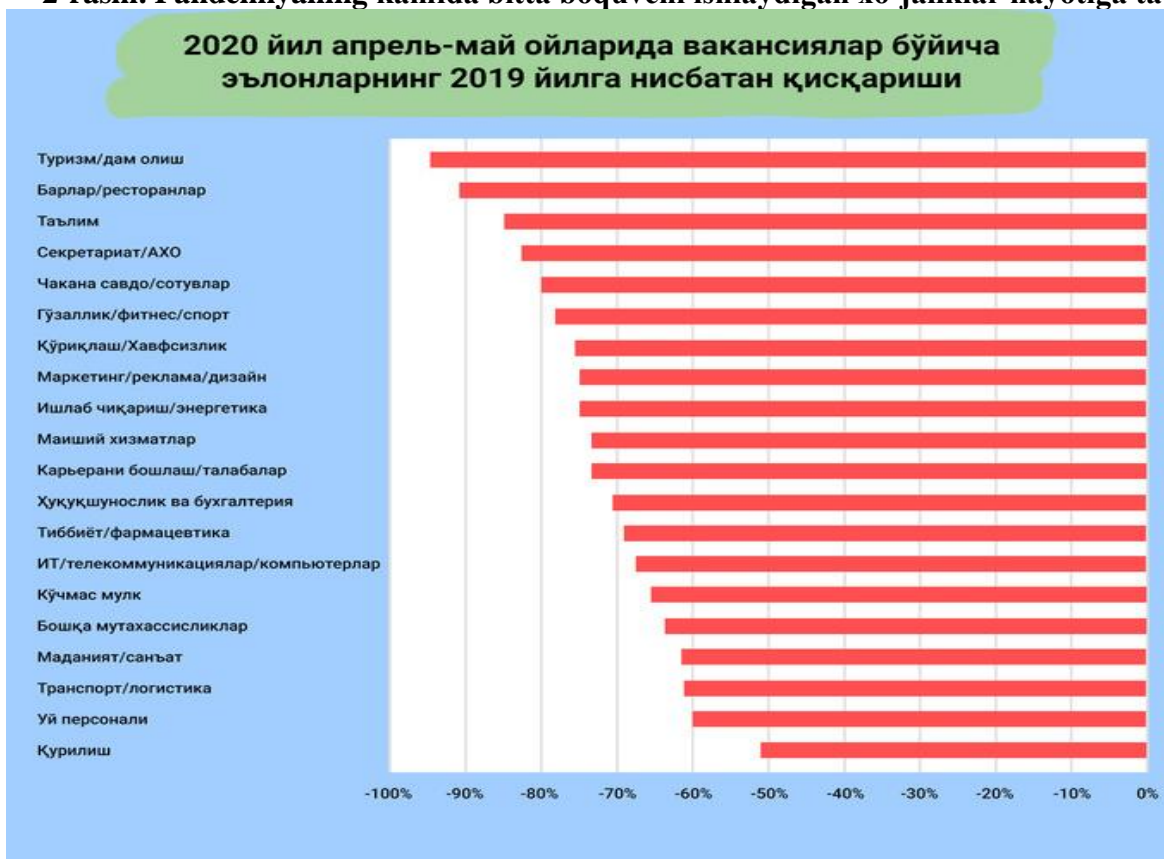
1-rasm. Pandemiyaning xususiy bandlikdan daromad oladiganlar hayotiga ta’siri

Jahon banking hisob-kitobiga ko’ra, kasallik tarqalishni boshlaganidan buyon kambag’allik darajasi (odam boshiga kuniga 3.2 AQSH dollar miqdoridagi chegaraviy ko’rsatkichni qo’llagan holda) COVID-19 pandemiyasigacha bo’lgan davrdagi 7.4 foiz bilan taqqoslaganda 8.7–10 foizgacha o’sdi. Bu esa, shu yilning o’zida yashash darajasining pasayishi oqibatida, qo’shimcha kamida 448 ming fuqaro kambag’allikka uchrashi mumkinligini anglatadi. Bunday ko’lamdagi inqirozdan to’liq qutilib chiqish uchun O’zbekiston jamiyatining

barcha vakillaridan ulkan sa’y-harakatlar talab etiladi. **Pandemiyaning odamlar hayotiga ta’siri qanday bo‘ldi?**



2-rasm. Pandemiyaning kamida bitta boquvchi ishlaydigan xo‘jaliklar hayotiga ta’siri



3-rasm. 2019-2020-yillardagi vakansiyalarning farqi

Butun mamlakat bo‘ylab millionlab fuqarolar, hech bo‘lmaganda vaqtincha, o‘z ishlaridan va daromadlaridan ayrildilar. L2CU tadqiqotining ma’lumotlariga ko‘ra, kamida bitta boquvchisi bo‘lgan uy xo‘jaliklarining ulushi aprel oyida 40 foizdan ortiq bandga tushib ketdi va may oyida normadan ancha pastroq darajada qoldi. Respondentlarning 12 foizi may oyida

ishini yo‘qotganligi yoki to‘xtatganligi haqida xabar berishgan, bu ko‘rsatkich yil boshida 1 foizga teng edi.

Mehnat bozori holatining prognoz ko‘rsatkichlari ham xavotir o‘yg‘otmoqda. Bo‘sh ish o‘rinlari to‘g‘risidagi e‘lonlar soni o‘tgan yilning xuddi shu davri bilan taqqoslaganda 75 foizga qisqardi, shuningdek turizm, restoranlar va ta‘lim kabi xizmat ko‘rsatish sohalarida esa 90 foizga qisqargan. Hattoki qurilish va transport kabi inqirozdan eng kam ta‘sir ko‘rgan kasb yo‘nalishlarida ishchilarga talab ham 50 foiz va undan ko‘proqqa qisqargan.

Ko‘pgina mamlakatlar, shuningdek, uzoq muddatli iqtisodiy o‘shishga ko‘mak beruvchi tezkor “yutug‘i kafolatlangan” investitsiyalarga xarajatlarni oshirmoqdalar. Baxtimizga, kelgusi yillarda O‘zbekistonda ko‘plab bunday loyihalar amalga oshirilishi rejalashtirilgan, va ularning amalga oshirilishini istiqbolda tezlashtirish mumkin. Boshlanayotgan iqtisodiy tiklanish — bu toza energiya manbalariga, yuqori talab mavjud hududlarda arzon uylarning qurilishiga, suvdan foydalanish tizimlari va kanalizatsiyaning samaradorligini oshirishga, shahar va qishloqlardagi infratuzilmalarni mustahkamlashga, hamda asosiy davlat va munitsipial xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishga investitsiyalar kiritish uchun juda qulay vaqtdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Ms Connell, Brue. Economics. 19th edition. Mcgraw-hill/Irwin, USA, 2014.-916 p.
2. N. Gregory Mankiw. Principles of Economics, 7th edition. Amazon, USA 2014.
3. Xajiev B.D., Mamaraximov B.E., Mambetjanov Q.Q. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik.T.: “Iqtisodiyot”,2019.- 548 bet

Internet saytlari:

1. <http://economic.doco.ru>
2. <http://ru.wikipedia.org>
3. <https://review.uz/uz/post/koronavirus-pandemiyasining-global-iqtisodiyotga-va-ozbekistonning-iqtisodiy-hamkor-mamlakatlariga-tasiri>

Зайиров Зайниддин Худайкулович
Кандидат экономических наук. Доцент.
Навоийский государственный педагогический институт
Халилова Лола Мехридиновна
Докторант Национального Университета

КООПЕРАТИВНОЕ ХОЗЯЙСТВО: ИСТОРИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация. Мақола кооператив хўжалиқнинг ўтмишидан бугунгача бўлган даври, тараққиёти қонуниятлари, тамойиллари ва ривожланиш омиллари, ривожланишидаги муаммолар ва бартараф этиш йўлларига бағишланади.

Калит сўзлар: Кооперация, кооператив мулк, кооператив хўжалиқ, якка тартибдаги меҳнат фаолияти.

Annotation: The article is devoted to the theory and practice of the cooperative economy, from its origins to the present day. Regularities, principles and factors of development. Problems and ways to overcome them.

Key words: Cooperation, cooperative property, cooperative economy, individual labor activity.

В условиях рыночной экономики открываются широкие возможности выявления потребностей населения и их удовлетворения, обеспечения сбалансированности спроса и предложения, создания эффективной экономической среды для развития производства. В основе нацеленности производства на удовлетворение личных и общественных

потребностей –многообразии форм собственности, т.е. частной, кооперативной, смешанной, государственной, их равноправное и конкурентное сосуществование.

Среди различных форм собственности определенное место занимает и кооперативная со своей спецификой. В Послание Президента Узбекистана Ш. Мирзиёева Олий Мажлису говорится что „...передача земельных площадей частным кластерам и кооперациям позволили за один год повысить урожайность хлопка в среднем на 10 процентов.

Создано около 500 кластеров и коопераций в плодоевещеводстве, зерноводстве и животноводстве „,¹

Становление подлинно рыночных отношений в нашей стране началось с возрождения научных принципов кооперации, становления новых ее форм. Это явилось подлинно революционным шагом в развитии экономической реформы, так как речь шла о создании, в 80-годы широкой сети “Нетрадиционных” для нашей экономики кооперативов в сферах бытового обслуживания, общественного питания, торговли, заготовки и переработки сельскохозяйственной продукции, вторичного сырья других отраслей, а также интеллектуальных услуг и т.п. Именно с этим видом экономической деятельности связывалась задача ускоренного насыщения рынка товарами народного потребления и бытовыми услугами, перестройки потребительского сектора экономики на рыночных началах.

На начальном этапе кооперации во взглядах многих публицистов и ученых, а под влиянием и некоторых политиков сложились излишне восторженные, во многом поверхностные оценки роли и возможности кооперации в условиях перехода от командно-административной к рыночной экономике. Ее стали рассматривать как своеобразную “Живую воду”, способную излечить экономику от всех недугов, обеспечить плавный переход от централизованного хозяйства к рыночному.

Однако практика позволяет сделать вывод, что кооперация отнюдь не является универсальной хозяйственной формой, обеспечивающей без конфликтное движение в сторону рынка. распространению в ней потребительских тенденций. В результате предпринимательские потенции кооперации зачастую реализовывались в направлениях, противоречащих общественным интересам, приводя, в частности, к перекачке денег из безналичного оборота в наличный, обостряя тем самым инфляционные процессы.

В значительной мере отрицательные последствия развития кооперации являются следствием отсутствия научно-теоретического осмысления кооперативной собственности, специфики ее реализации в переходный период от административно-командной к рыночной экономике.

Однако, в условиях революционных перемен в хозяйственной и общественной жизни нашей страны кооперация во всех ее видах предстоит сыграть серьезную роль.

История и проблемы кооперации получили значительное освещение в научных работах Зассена И., Мещерякова Н., Чаянова А.В.,(20-30г.г), политэкономический анализ представлен, в частности, в работах А.Г.Аганбегяна, А.Глушецкого, Н.Коняева, М.Расулева, Р.Каримова, А.Расулева и др. (80-90г.г)

Анализируя сущность и значение кооперации А.В.Чаянов пишет, что „ Кооперация управляемая в самых мельчайших своих органах выборными лицами трудящихся, под ежедневным неусыпным контролем избравших их членов кооператива, несвязанная административными распоряжениями центра, гибкая в хозяйственной работе, допускающая наиболее быстрое и свободное проявление выгодной местной инициативы – является наилучшим аппаратом там, где в каждом отдельном случае надо гибко приспособляться к местным условиям и учитывать мельчайшие особенности каждого местечка и каждого месяца работы.

¹Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. Ташкент. 30 декабря 2020года.

Кооперация перестраивает разобщенные индивидуальные крестьянские хозяйства в высшие формы общественного хозяйства, а это и является основной задачей строительства новой деревни.,¹

Вышесказанные, великим ученым достаточно для того, чтобы понять, что может означать для деревни развитие кооперации и какое большое будущее ей принадлежит.

Продолжая свои исследования А.В.Чаянов пишет что , “ В начале XIX века в Англии появился человек по имени Роберт Оуэн, который полагал, что человеческий мир устроен не так, как нужно, и многое в жизни людей не соответствует разумным основаниям. Он говорил, что люди дружными, общими усилиями должны помогать друг другу жить и, основывая особые общества, совместно устраивать свою хозяйственную жизнь.”²

В сегодня, потребность более широкого развития кооперативной деятельности в разных сферах экономики предопределяется рядом факторов.

Во-первых, опыт в разных странах показывает, что одновременно с постоянным повышением уровня концентрации и комбинирования общественного производства экономически целесообразны небольшие и мелкие предприятия. Особенно они в сфере обслуживания населения (строительство, ремонт, бытовые услуги и т.д.) и производстве товаров индивидуального спроса (народные промыслы, ремесленные изделия, пошив одежды, обуви и др.).

Мелкие кооперативные предприятия, используя коллективный труд и ненужные крупным производствам материалы и оборудование, могут быстрее свою продукцию и услуги к потребностям населения, более полно использовать местное сырье, трудовые ресурсы, помещения.

Во-вторых, одно из направлений развития кооперативной собственности связано с функционированием индивидуальной трудовой деятельности (ИТД). Она включает производство продуктов питания в личном подсобном хозяйстве: изготовление предметов потребления по заказам (пошив одежды, обуви, строительство помещений); производство гончарных, столярных и других изделий; различные виды ремонта (жилья, транспортных средств, бытовых машин и радиотелевизионной аппаратуры); нематериальные услуги (присмотр за детьми, престарелыми, помощь в ведении хозяйства и т.д.).

Наше исследование свидетельствует о том, что данный тип хозяйствования является не изжившей, и не переходной формой при формировании рыночной экономики. А имеет тенденцию своего развития. Сегодня, в мире имеется более 600 миллионов кооперативов. Об этом свидетельствуют и изменения, происходящие, в последние годы, в экономической (аграрной) политике нашей страны. Особенно, принятое Постановление Президента Республики Узбекистан за № 4716 от 18мая 2020 года “О дополнительных мерах по поддержке владельцев приусадебных земель и обеспечению занятости населения “ вновь открывает путь к кооперации. В этом, во истине историческом документе, указано что, “сельскохозяйственные кооперативы создаются в рыболовстве, кролиководстве, птицеводстве, пчеловодстве, плодоовощеводстве, виноградарстве, швейном деле, ремесленничестве и других сферах;

В сельскохозяйственные кооперативы объединяются безработные граждане, члены малообеспеченных семей, лица, вернувшиеся из внешней трудовой миграции, а также ведущие предприниматели, имеющие опыт в направлении кооперативной деятельности.”³

Мы, в этой статье не могли конечно, с достаточной полнотой описать и изложить все возможные виды кооперации и их преимущества, те которые уже существуют и те которые могут существовать.

¹ Чаянов А.В. Краткий курс кооперации. –Москва. 1925. Томск: Кн. Изд-во 1988.- Переиздание..

² Тамже стр 7.

4. Постановление Президента Республики Узбекистан 18мая 2020 года

Самое главное, положенные учеными в основу кооперации нами изложены. Описали мы также и те принципы и кооперативные предприятия, которыми трудящиеся могут добыть себе лучшее будущее. Каждый, смотря на повседневную жизнь и зная великие принципы кооперации, легко увидит, где и как кооперация может придти на помощь крестьянству, ремесленничеству, сфере услуг и т.д.

Литература:

1. Закон Республики Узбекистан „ О собственности в Республике Узбекистан,, Ташкент - 1990г.
2. Закон СССР „ О кооперации в СССР,, Москва – 1988г.
3. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. Ташкент. 30 декабря 2020года.
4. Постановление Совета Министров СССР “О регулирование отдельных видов деятельности кооперативов”. Москва. 1988г.
5. Постановление Президента Республики Узбекистан за № 4716 от 18мая 2020 года “О дополнительных мерах по поддержке владельцев приусадебных земель и обеспечению занятости населения “ Ташкент. № 4716 от 18мая 2020 года
6. Зассен И., Развитие теории кооперации в эпоху капитализма. – М., 1919.
7. Мещеряков Н. Кооперация и социализм. – М., 1920.
8. Чаянов А.В., Избранные произведения. М.: Московский рабочий, 1989.
9. Чаянов А.В. Краткий курс кооперации. –Москва. 1925. Томск: Кн. Изд-во 1988.- Переиздание.
10. Международная научно-практическая конференция по экономике г. Карши, 3–4 апреля 2020 г.

**Болтаева Мохичехра Шариповна-
БДУ, Сервис соҳаси иқтисодиёти
кафедраси катта ўқиувчиси**

E-mail: mohichehraboltayeva@gmail.com , тел: +998914131223

ХИЗМАТЛАР СОҲАСИНИ РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ

Аннотация: Мазкур мақолада рақамли иқтисодиёт, унинг хизматлар соҳасини ривожлантиришдаги роли, саноат инқилоби ва унинг иқтисодий тараққиётдаги роли, хизматлар соҳасининг трансформацияси шароитида нималарга аҳамият бериш, туризм, меҳмонхона бизнесига кириб келаётган рақамли технологиялар ва улардан фойдаланиш имкониятлари ҳамда Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни жорий этиш дастурлари ва имкониятлари таҳлили ёритилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, рақамли трансформация, хизматлар соҳаси, ижтимоий медиа маркетинг, ресурс, бизнес-модель, ERP тизим.

Возможности развития сферы услуг в условиях цифровой экономики

Аннотация: В данной статье рассмотрены цифровая экономика, ее роль в развитии сферы услуг, промышленная революция и ее роль в экономическом развитии. Освещен анализ программ и возможностей внедрения цифровой экономики в Узбекистане. Так же рассмотрены трансформация сферы услуг в условиях цифровой экономики и её развитие.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровая трансформация, сфера услуг, СММ, бизнес-модель, система ERP

Opportunities for the development of the services sector in the digital economy

Annotation. This article analyzes the digital economy, its role in the development of the service sector, the industrial revolution and its role in economic development, what to pay attention to in the context of transformation of the service sector, tourism, digital technologies

and opportunities in the hotel business and programs and opportunities for digital economy in Uzbekistan .

Keywords: Digital ecosystem, transformation, business model, digital maturity, ERP

Хизмат кўрсатиш иқтисодиёти ва туризм соҳаси тўртинчи саноат инқилоби ривожланиши даврида иқтисодий фаолиятнинг энг истикболли турларидан биридир. Ривожланган мамлакатларда хизмат кўрсатиш иқтисодиёти тобора муҳим аҳамият касб этмоқда, хизматлар ишлаб чиқариш ҳажми ва улардан даромадлар ортиб бормоқда. Жаҳон савдо ташкилоти таснифига кўра хизматлар кўрсатиш иқтисодиёти 150 дан ортиқ турли хил хизматларни ўз ичига олади. Жумладан, бизнес хизматлари, алоқа хизматлари, молиявий хизматлар, таълим хизматлари, туризм ва унга тегишли хизматлар, транспорт хизматлари, транспорт ва дам олиш ҳамда маданий ва спорт тадбирлари сингари турлари мавжуд¹. Бундан келиб чиқиб айтишимиз мумкинки ҳозирги вақтда хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодий фаолиятнинг асосий тури ҳисобланади. Деярли ҳар бир киши у ёки бу хизматдан фойдаланади.

Рақамли иқтисодиётнинг инсон ҳаёти барча жабҳаларига таъсирини сезиш қийин эмас. Ҳозирги кунда сайёрамизнинг ҳар иккинчи аҳолиси интернетга кириш имкониятига эга ва рақамли хизмат кўрсатиш иқтисодиёти хизматларидан фойдаланиши мумкин, ижтимоий тармоқлар, турли месенджерлар аллақачон шахслараро мулоқотнинг асосий ажралмас атрибутига айланган.

Дунёнинг аксарият мамлакатларида сўнгги уч ўн йилликда хизмат кўрсатиш соҳаси давлатнинг асосий макроиқтисодий кўрсаткичларини белгилаб бермоқда. Саноат ва қишлоқ хўжалигида янги технологияларнинг жорий қилиниши ҳамда ишлаб чиқаришнинг автоматлаштирилиши хизматлар соҳасини бандликнинг асосий манбаига айланиб қолмоқда. Сервис соҳасининг ривожланиши универсал жараён бўлиб, охириги ўн йилликда қуйидаги тенденциялар уйғунлиги билан белгиланади.

1. Ижтимоий ҳаёт ва иқтисодиётнинг рақамли трансформацияси;
2. Барқарор ривожланиш, глобаллашув ҳамда инсонпарварлашувнинг ижтимоий иқтисодий жараёнлари;
3. Хизмат кўрсатиш тенденциялари ва гибрид маҳсуотнинг пайдо бўлиши;
4. Ҳамкорлик иқтисодиёти ва биргаликдаги истеъмол иқтисодиётининг ривожланиши;

Рақамли иқтисодиёт - бу сиёсий иқтисодий, илмий-ижтимоий, маданий ва маърифий муносабатлардаги алоқаларни рақамли технологияларни қўллаш ёрдамида амалга оширувчи янги тизим бўлиб, рақамли иқтисодиёт шароитида сервис соҳасини барқарор ривожлантириш алоҳида аҳамиятга эгадир.

Рақамли иқтисодиёт товарлар ва хизматларни яратиш, илгари суриш ва сотиш билан боғлиқ барча бизнес жараёнларни рақамлаштиришни ўз ичига олади. Рақамли маълумотлар ишлаб чиқаришнинг асосий омилига айланиб, компанияларнинг асосий активига айланиб, барча иқтисодий фаолиятда асосий роль ўйнайди.

Яхлит глобал тармоқда реал вақт режимида иқтисодий тизимлар фаолияти тўғрисидаги маълумотлардан фойдаланишни таъминловчи хизмат кўрсатиш бизнесининг ахборот муҳити алоҳида аҳамиятга эга. Рақамли инфратузилма рақамли асосда ишлайдиган компанияларнинг ҳисоблаш, телекоммуникация, тармоқ эҳтиёжларини таъминлайдиган технологиялар мажмуасини ўз ичига олади.

Янги иқтисодиётнинг рақамли инфратузилмаси таркибига кирувчи энг янги рақамли технологияларга қуйидагилар киради:

- Катта маълумотлар технологиялари (Big Data)
- Блокчейн технологиялари
- Нарсалар интернет
- нейрон тармоқлар (сунъий интеллект)
- виртуал ва тўлдирилган реаллик технологиялари

¹ Service plus Том 12 2018 №1 / Service plus Volume 12 2018 #1

- 3Д босиб чиқариш
- мобил курилмалар
- ақлли сенсорлар ва бошқалар.

Хизмат кўрсатиш соҳасидаги алоқа хизматлари, банк хизматлари, туризм хизматлари рақамли технологияларни фаол жорий этишга тўлиқ йўналтирилган, хизмат кўрсатиш иқтисодиётидаги кўплаб бизнес жараёнлар, рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг янги парадигмасига мувофиқ аллақачон қайта курилган.

Нарсалар интернет (Интернет вещей) махсус сенсорлар орқали реал вақт режимида кўплаб курилмаларни (нарсаларни) масофадан бошқаришни таъминлаш имконини беради. Ушбу технология меҳмонхона саноатида кенг қўлланиладиган ақлли уй концепциясини амалга оширади.

Рақамли технологиялар энг фаол жорий этилаётган соҳалардан бири бу туризм хизматларидир. Туристлик йўналишнинг жозибадорлигини шакллантириш ва туристлар оқимини таъминлаш учун саёҳатчи учун зарур бўлган барча маълумотларни ўз ичига олган яхши ахборот таъминотини яратиш керак.

Олиб борилган суриштирувлар натижасида саёҳатни режалаштиришда сайёҳларнинг 80% ижтимоий тармоқларда жойлаштирилган ва танланган манзилга оид видео ва фотосуратларни ўрганади, 86% саёҳат пайтида мобил алоқани асосий нарса деб билишади, сайёҳларнинг 73% электрон бортга чиқиш талонлари ва чипталар катта аҳамиятга эга деб ҳисоблашади. Сайёҳларнинг 75 фоизи сайтларида ўз шарҳларини қолдирадилар, 37% сайёҳлар саёҳат пайтида смартфонларида консёрж хизматига мутож, 69% ўзлари етиб борган манзили ҳақида максимал мумкин бўлган маълумот олишни хоҳлайдилар, ўртача ҳисобда туристлар саёҳат пайтида 17 та турли хил мобил иловалардан фойдаланадилар.

Ижтимоий тармоқларда маркетинг ИММ (Ижтимоий Медиа Маркетинг) сервис ва туризм соҳасида кенг тарқалди. Контент, фикр, тажриба ва тегишли медиа маълумотларини алмашиш, қизиқишлари ўхшаш одамларни излаш ва туристик жойлар ҳақида маълумот олиш компания ва брендларнинг тематик гуруҳлари ва ҳамжамиятларини яратиш ва ривожлантиришга олиб келди. Сўнгги йилларда мобил алоқа хизматларидан фойдаланиш асосий тенденцияга айланди. Бу мобил курилмаларнинг ўзи ва улар учун хизматларнинг кенг қўлланилиши билан боғлиқ. 2020 йилга келиб мобил курилмалардан фаол фойдаланувчиларнинг сони 6,1 миллиард кишидан ошди. Мобил курилмалар ва улар учун иловалар турли бизнес соҳаларида, жумладан, хизматлар ва туризмда қўлланилади. Юклаб олишлар сони, фойдаланиш соҳалари ортиб бормоқда, мобил иловаларнинг функционалигига қўйиладиган талаблар ўзгармоқда. Кўпгина хизмат кўрсатувчи компаниялар учун ўз мобил иловасига эга бўлиш одатий ҳолга айланган.

Мижозлар билан мулоқотни таъминлаш учун мобил иловалар айниқса туризм ва мемонхона бизнесида кенг тарқалган. Улар туристик маҳсулотни, авиачипталарни қидириш ва сотиб олишни, навигатция ва банк хизматларидан фойдаланишни, бронлаш хизматларини ва бошқаларни таъминлайди. Саёҳатчилар учун мобил хизматларнинг бир нечта гуруҳлари мавжуд;

- харита хизматлари,
- географик ахборот тизимлари,
- қўлланмалар ва аудио қўлланмалар,
- шарҳлар ва маслаҳатлар билан маълумотномалар,
- авиачипталарни брон қилиш,
- мемонхоналарни брон қилиш,
- темир йўл чипталарини брон қилиш,
- автомобил ва такси ижараси,
- овқатланиш корхоналари бўйича маълумотномалар
- об-ҳаво ҳақидаги маълумотномалар,

- молия исоби,
- таржима дастурлари,
- Интернет-мессенжерлар,
- саёҳат ташкилотчилари,
- қўшимча хизматлар.

Мобил иловалар мижозлар билан мулоқот жараёнини имкон қадар соддалаштириш, бу ўзаро алоқани самарали ва икки томонлама қилиш учун мўлжалланган. Масалан, ҳисоб балансини текшириш ва пул маблағларини ўтказиш бўйича энг оддий операциялардан бошланган мобил банкинг ҳозирда янги омонатларни очиш, банк карталарини чиқариш, пул маблаларини конвертация қилиш, турли ҳисоб-китобларни тўлаш, пул маблағларини ўтказиш каби жуда кўп турли хизматларни тақдим этади.

Шундай қилиб, хизмат кўрсатиш корхонаси учун шахсий мобил иловани ишлаб чиқиш ахборотни қўллаб-қувватлашнинг муҳим элементи айланади. Ўз мобил иловаси мижоз билан қулай мулоқотни таъминлайди, янги мижозлар сонини кўпайтиришга ва мавжуд мижозларнинг содиқлигини оширишга ёрдам беради, бренд хабардорлигини таъминлайди, хизмат кўрсатувчи компаниянинг ижобий имиджини яратади, мақсадларга эришади ва компаниянинг миссиясини бажаради.

Янги илғор технологияларни жорий этиш ва рақамли иқтисодиётга ўтиш катта инвестицияларни талаб қилади, уларнинг натижаси дарҳол олинмаслиги мумкин. Рақамлаштиришни жорий этишнинг режалаштирилган натижасини олиш учун ривожланиш истиболлари ва йўналишларини кўриш учун, жиддий тадқиқотлар талаб этилади.

Шунинг учун кўпгина давлатлар рақамли иқтисодиёт стратегиясини ишлаб чиқди ва амалга оширишга киришди: Жумладан, 2005 йилда Сингапур, 2006 йилда Австралия, 2008 йилда Буюк Британия ва Гонконг, 2009 йилда Норвегия, 2010 йилда Канада, 2012 йилда Малайзия, 2013 йилда Корея Республикаси, 2015 йилда – Ҳиндистон ва Янги Зеландия ¹. Ўзбекистонда Президентнинг 2020 йил 5 октябрдаги фармони билан “Рақамли Ўзбекистон-2030” Стратегияси тасдиқланди, унда келгуси икки йилда мамлакатимиз ҳудудлари ва иқтисодиётнинг реал сектори тармоқларидаги корхоналарда бошқарув, ишлаб чиқариш ва логистика жараёнларини рақамлаштириш бўйича 280 дан ортиқ лойҳаларни амалга ошириш режалаштирилган.

Ўтган 2020 йил “Илм-маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили” деб эълон қилинди ва келгуси 5 йил давомида рақамли иқтисодиётга фаол ўтиш асосий устувор вазифалардан бири сифатида белгиланди.

Сўнги тўрт йил ичида Ўзбекистон ахборот технологияларини ривожлантириш борасида катта қадам ташланди, бу иқтисодиётнинг кўплаб соҳаларида рақамлаштириш жараёнларини кенгайтириш ва унинг рақамли деб аталадиган улушини оширишга ёрдам берди. Рақамли иқтисодиётнинг таркибий қисмларига электрон тижорат, “Электрон ҳукумат” тизими, иқтисодиётнинг турли тармоқларида, хизмат кўрсатиш соҳаларида “ақлли” (smart) технологияларни жорий этиш, “Ақлли шаҳар”, “Хавфсиз шаҳар”ни яратиш шунингдек, “Буюмлар Интернет”дан кенг фойдаланиш ва бошқалар қиради.

Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш даражаси ахборот-коммуникация технологиялари (АКТ)нинг ривожланиш даражаси билан бевосита боғлиқ бўлган ҳолда, одатда турли кўрсаткичлар билан баҳоланади. Ушбу кўрсаткичлар қуйидагилардан иборат: рақамли иқтисодиётнинг ЯИМдаги улуши, АКТ саноатига киритилган инвестициялар ҳажми, интернет тезлиги, унинг мамлакат ҳудудини қамраб олиши ва аҳоли фойдаланиши учун қулайлиги, электрон тижоратнинг ривожланиш даражаси, “Электрон ҳукумат” тизимидаги давлат хизматлари улуши, АКТ соҳасидаги мутахассислар билан ташкилотларнинг таъминланиши ва бошқалар.

¹ Авдеева И.Л. Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом //Цифровая экономика и индустрия 4.0: проблемы и перспективы. Труды научно-практической конференции с международным участием. Санкт-Петербург: Издательство Политехнического университета, 2017. С. 19–25.

Бундан ташқари, мамлакатда ахборот технологияларининг ривожланиш даражасини баҳолайдиган халқаро рейтинглардаги кўрсаткичлар муҳим аҳамиятга эга.

Ўзбекистон ушбу кўрсаткичларнинг аксарияти бўйича 2016 йилдан буён сезиларли ютуқларга эришди. Шундай қилиб, "ахборот-коммуникация" соҳасида хизмат кўрсатиш соҳасида яратилган **ялпи қўшилган қиймат** 2016 йилдан бошлаб 2 бараварга ошиб, 4,4 дан 8,8 трлн. сўмгача, "ахборот-коммуникация" иқтисодий фаолият тури бўйича кўрсатилган хизматлар ҳажми эса 2 бараварга ўсиб, 6,3 дан 12,9 трлн. сўмгача ошди.

2016-2020 йиллар мобайнида "ахборот-коммуникация" фаолият тури бўйича асосий капиталга инвестициялар ҳажмининг 4 бараварга кўпайиши (1,2 трлн. сўмдан 4,8 трлн. сўмгача), шу жумладан, хорижий инвестициялар ва кредитлар ҳажми 2,5 бараварга кўпайиши (0,8 трлн. сўмдан 2,0 трлн. сўмгача) АКТ соҳасининг ривожланиши учун катта имкониятлар яратди.

Товарлар ва хизматлар ишлаб чиқариш жараёнларида рақамли технологияларни жорий этишнинг истиқболлари ва рентабеллиги муваффақиятли бизнесни ривожлантиришнинг турли мисолларида учрайди. Капиталлашув бўйича дунёдаги ўнта энг йирик компаниянинг саккизтаси «Apple», «Microsoft», «Alphabet», «Amazon», «facebook», «Alibaba Group», «Tencent», «Visa Inc.» рақамли ҳисобланади.

Хорижий мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатадики, рақамли иқтисодиёт бир вақтнинг ўзида кенг соҳаларда ривожланмоқда ва чекланган миқдордаги компаниялар томонидан, уларга махсус ваколатлар ва ресурслар берилган бўлса ҳам, одатда қурилмайди. Шунинг учун рақамли иқтисодиётда асосий ролни кучли тадбиркорлик ва инновацион ёндашувга эга бўлган хусусий бизнес эгаллаши, давлат эса хусусий ташаббус учун инфратузилма ва шароит яратиши билан шуғулланиш керак.

Энг муҳими, мамлакатда АКТни, шу жумладан, арзон нархда юқори тезликдаги Интернетни ривожлантириш, хусусий бизнеснинг меҳнат унумдорлигини ошириш, харажатларни камайтириш, шунингдек, ишлаб чиқариш ва даромадни ошириш учун турли ишлаб чиқариш жараёнларига рақамли технологияларни жорий этишга қизиқиши билан ҳамнафас бўлиши керак.

Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш учун зарур шарт-шароитларни яратиш бўйича давлат ўз ролини муваффақиятли удаламоқда, бу эришилган натижалар ва яқин истиқболга мўлжалланган улкан мақсадлардан далолат беради.

Хизмат кўрсатиш иқтисодиёти рақамли технологияларни фаол жорий этиш учун қайта қурилмода, биринчи навбатда, гап алоқа хизматлари, банк хизматлари, туризм хизматлари ва бошқалар ҳақида кетмоқда. Хизмат кўрсатиш иқтисодиётини рақамлаштириш меҳнат бозорида ўзгаришларни келтириб чиқаради. Хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнат бозорининг тузилиши ҳам ўзгармоқда, айрим касбларининг йўқолиши ва янги касбларнинг пайдо бўлиши башорат қилинмоқда. Рақамли хизмат кўрсатиш иқтисодиётида ишлаш учун янги когнитив, ижтимоий хулқ-атвор ва рақамли кўникмалар талаб қилинади, улар рақамли иқтисодиётда ишлашга қодир кадрларни тайёрлаш жараёнида шаклланиши керак. Рақамли иқтисодиёт катта ҳажмдаги ахборотни қайта ишлашга асосланганлиги сабабли, ходимларнинг рақамли компетенциялари, хавфсизлиги, ишончлилиги, катта ҳажмдаги ахборотни узоқ муддат сақлаши алоҳида аҳамият касб этади.

Адабиётлар руйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 26 февралдаги “2016-2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида”ги 55-сонли қарори.//www.lex.uz

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 11 майдаги “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш тўғрисида”ги ПҚ-5113-сонли қарори

3. Авдеева И.Л. Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом //Цифровая экономика и индустрия 4.0: проблемы и перспективы. Труды научно-

практической конференции с международным участием. Санкт-Петербург: Издательство Политехнического университета, 2017. С. 19–25.

4. Морозов М.А., Морозова Н.С., Развитие цифровой сервисной экономики и ее влияние на рынок труда // Сервис plus. Т. 12. 2018. № 1. С. 100–107 DOI: 10.22412/1993-7768-12-1-10

5. David B., Chalon R., Yin C. Collaborative Systems & Shared Economy (Uberization): Principles & Case Study. 2016 International Conference on Collaboration Technologies and Systems (CTS), Orlando, FL, 2016

6. Сервис plus Том 12 2018 №1 / Service plus Volume 12 2018 #1

7. <https://review.uz/oz/post/obzor-centra-ekonomicheskix-issledovaniy-i-reform-razvitie-cifrovoy-ekonomiki-v-uzbekistane-za-chetre-goda>

Raximjon Djabbarov
O'zMU iqtisodiyot fakulteti
tayanch doktoranti

RAQAMLI IQTISODIYOT RIVOJLANISHIDA MOBIL ILOVALARNI QO'LLASHNING STATISTIK TAHLILI

Raqamli iqtisodiyot bu - alohida faoliyat turi emas. Bu, aslida, ishbilarmonlik, sanoat ob'yektlari, xizmatlar deganidir. “Raqamli” atamasi mazkur sohalarning barchasi axborot texnologiyalaridan faol foydalanishini anglatadi. Agar oddiy iqtisodiyotda moddiy buyumlar asosiy resurs hisoblansa, raqamli iqtisodiyotda bu axborot qayta ishlanadigan hamda uzatiladigan ma'lumotlar bo'ladi.

1995-yilda amerikalik dasturchi Nikolas Negroponte “raqamli iqtisodiyot” terminini amaliyotga kiritdi. Hozirda bu istilohni butun dunyodagi siyosatchilar, iqtisodchilar, jurnalistlar, tadbirkorlar – deyarli barcha qo'llamoqda. Raqamli iqtisodiyot deganda, faqatgina Blokcheyn (Blockchain) texnologiyasini va ulardan xalqaro moliya bozorlarida foydalanish masalalarini yoki kriptovalyutalarni tushunish kerak emas. Raqamli iqtisodiyot (Digital Economy) deganda, raqamli kommunikatsiyalar, IT yordamida olib boriladigan iqtisodiyot tushuniladi. Bunda, yashirin iqtisodiyotga barham berish vositasi sifatida ham qarash mumkin. Chunki birinchidan, barcha operatsiyalar elektron ro'yxatdan o'tilishiga, ikkinchidan shaffof bo'lishiga erishiladi. Qolaversa, ishlab chiqarishda yangi IT texnologiyalar qo'llanilishi tufayli mahsulot va xizmatlarning tannarxi pasayadi. Belgilari:

- yuqori darajada avtomatlashtirilganlik;
- elektron hujjat almashinuvi;
- buxgalterlik va boshqaruv tizimlarining elektron integratsiyalashuvi;
- soliq tizimlarining elektronlashtirishda mobil ilovalar;
- ma'lumotlarning elektron bazalari;
- CRM (mijozlar bilan o'zaro munosabat tizimi) mavjudligi;
- korporativ tarmoqlar;
- sog'liqni saqlashni avtomatlashtirishda mobil ilovalar.

Qulayliklari:

1. To'lovlar uchun xarajatlar kamayadi (masalan, bankka borish uchun yo'lkira va boshqa resurslar tejaladi).
2. Tovarlar va xizmatlar haqida ko'proq va tezroq ma'lumot olinadi.
3. Raqamli dunyodagi tovar va xizmatlarning jahon bozoriga chiqish imkoniyatlari katta.
4. Feedback (iste'molchi fikri)ni tez olish hisobiga tovar va xizmatlar jadal takomillashtiriladi.
5. Aholini moliyaviy, vaqt va psixologik tejamkorligi oshish darajasi yuqorilashadi.
6. Tezroq, sifatliroq, qulayroq.

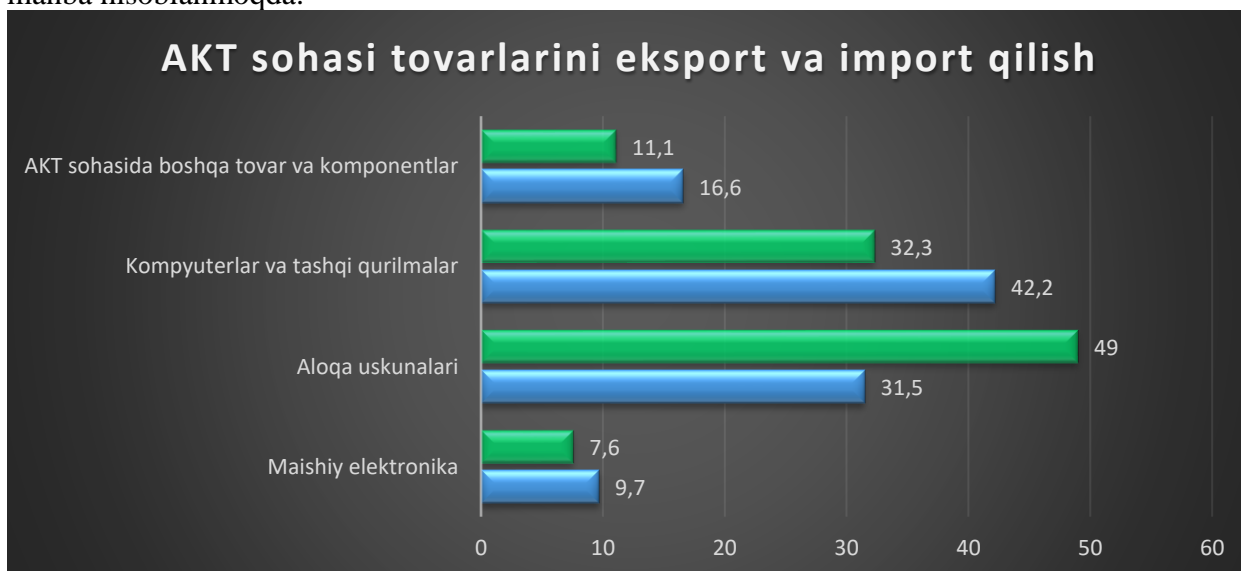
Hozirgi davrda aholini va butun O'zbekiston aholisini, balki butun dunyo aholisini ajralmas qismi hisoblangan telefonsiz tasavvur qilish qiyin. Demak, mobil apparatlar rivojlanib

borar ekan, barcha elektron va avtomatlashtirilayotgan dasturlarni mobil apparatlarga moslashtirish lozim va zarur. Bu davr talabi hizoblanib bormoqda. Buni quyidagi jadvalda ko‘rishimiz mumkun.

1-jadval

AKT sohasi tovarlarini eksport va import qilish tarkibi				
(jamiga nisbatan foizda)				
	Eksport		Import	
	2017	2020	2017	2020
Jami AKT	100	100	100	100
Maishiy elektronika	82,5	87,7	9,7	7,6
Aloqa uskunalari	1,5	1,5	31,5	49
Kompyuterlar va tashqi qurilmalar	0,1	4,8	42,2	32,3
AKT sohasida boshqa tovar va komponentlar	15,9	6	16,6	11,1

Bu jadvalda ko‘rinib turibdiki, maishiy elektronika xizmatlari keskin ravishda kamayib, aloqa uskunalari orqali eksport va import qilish tarkibi keskin suratlarda ko‘tarilib borishini ko‘rishimiz mumkin. 3 yilga nisbatan bu ko‘rsatkichlar aloqa uskunalari orqali import hajmi foizga nisbatan 18% oshganligi yaqqol ko‘zga tashlanmoqda. Bu ko‘rsatkichlar yaqin uch yil ichida 50% dan ham oshib ketishi, ya‘ni aholi, korxonalar va tashkilotlar tovar va xizmatlarni eksport va import qilishni mobil ilova va aloqalar orqali amalga oshirishi hozirgi davrda asosiy manba hisoblanmoqda.

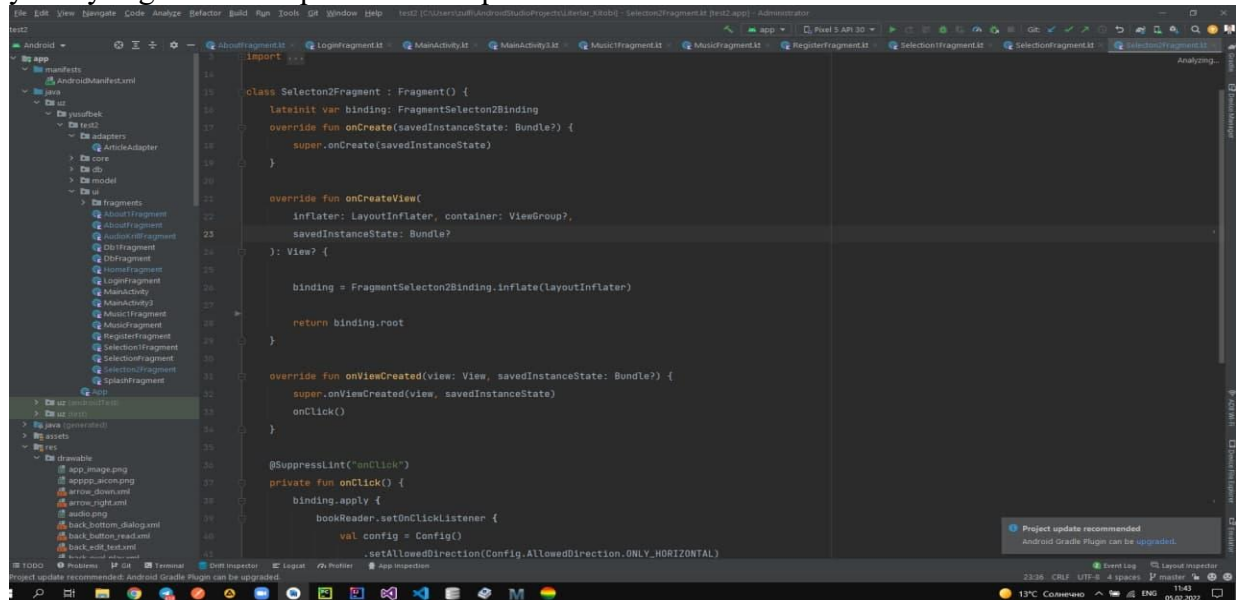


1-diagramma

Raqamli iqtisodiyot va mobil ilovalar chambarchas bog‘liq va rivojlanish darajasi yuqori ekanligi haqida gap ketar ekan, unda iqtisodiy masalalarni mobil ilovalarni yaratish va uning rivojlanish statistik tahlilini ko‘rib chiqamiz. Mobil ilovalar, asosan, endi rivojlanib kelayotgan soha bo‘lib, davlatimiz universitetlarida Informatika va axborot texnologiyalariga turdosh bo‘lgan yo‘nalishlarda yangi fan sifatida “mobil ilovalar” ochilib, shu yo‘nalishlarda o‘rganish

olib borilmoqda. Mobil ilovalar asosan Android Studio dasturida yozilib, u orqali Smart soatlar, Planshetlar, Smart Televizorlar, Smartphonelar, SmartMashinalarga ilovalar yaratiladi. Ko’rinib turibdiki, aholini ajralmas qismi bo’lgan axborot texnologiyalariga ilovalar yaratish imkoniyatini ochib bermoqda.

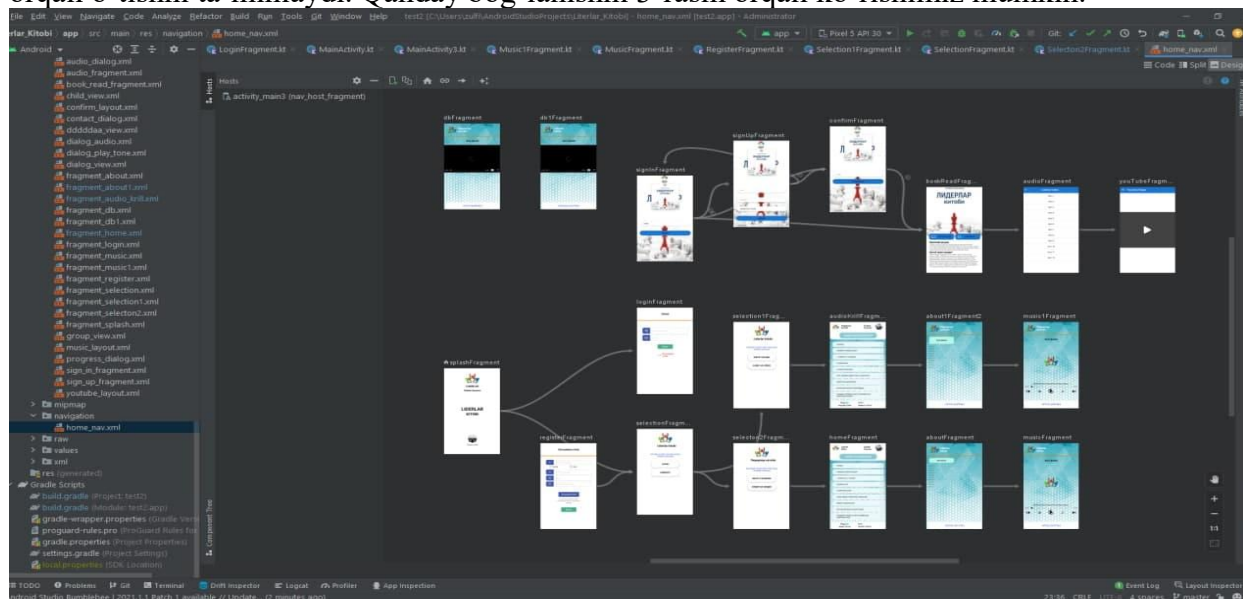
Android Studio dasturiga kirish va umumiy ko’rinish qismlarini ko’zdan kechiramiz. Bu dasturda ham kod yozish forma (View) ko’rinishi qismini tayyorlash va formalarni ulash qismidan tashkil topadi. Bunda boshqa baza va dastur kodlaridan foydalanish mumkin. Java dasturlash tili bunga misol bo’la oladi. Dasturga kirish va qay tariqa ishlash qismlarini tayyor yozilayo’tgan ilova orqali ko’rib chiqamiz.



2-rasm.

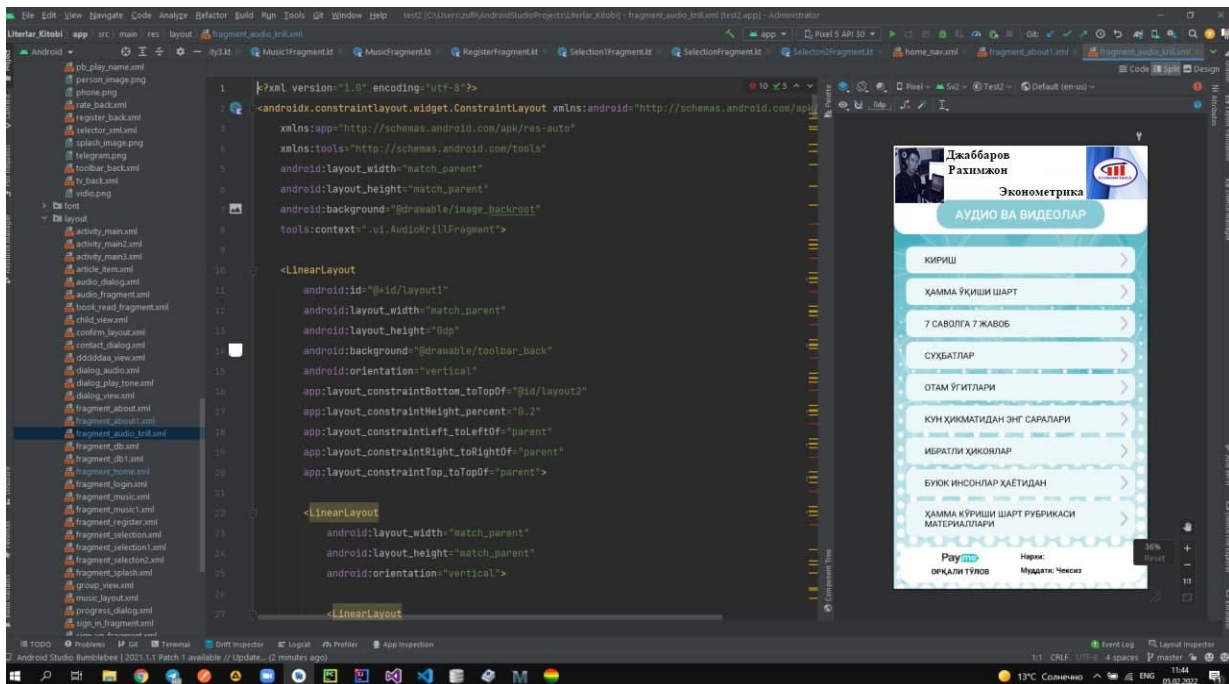
Yuqorida keltirilganidek, Android studio dasturida mobil ilova yaratishning kod yozish qismi shunday ko’rinishda bo’lib, unda ilovaga qo’yiladigan shartlar dastur kodlari yordamida shakllantiriladi. Bu 2-rasmida aks ettirilgan.

Bundan tashqari forma (View) qismida tayyor bo’lgan mobil ko’rinishlarning bog’lanish baza qismi shakllantiriladi. Bular formalardan formalarga bog’lash yordamida havola (ssilka) orqali o’tishni ta’minlaydi. Qanday bog’lanishni 3-rasm orqali ko’rishimiz mumkin.



3-rasm.

Forma (View) qismi haqida gap ketar ekan, undagi har bir forma (View) alohida shakllantirilib, dizayn va undagi joylashadigan muhim qismlari alohida shakllantirilib, uning tarkibida bo‘ladigan buyruq va havola (ssilka)lar qanday bo‘lish kerakligi tanlanadi va joylashtiriladi. Buni 4-rasm orqali ko‘rishimiz mumkin.



4-rasm.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga yo‘llagan Murojaatnomasida 2020 yil – “Ilm, ma’rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili” deb e’lon qilindi. Ushbu Murojaatnomani nafaqat joriy yilga qo‘llanma va yo‘llanma sifatida, balki yaqin o‘rta muddat uchun O‘zbekistonning taraqqiyot yo‘lini belgilab beruvchi dastur, fundamental ahamiyatga ega bo‘lgan hujjat sifatida baholash mumkin. Ilimsiz, ma’rifatsiz jamiyat va mamlakatning taraqqiyotini tasavvur qilish mushkul. Davlatimiz rahbari tomonidan ilm ma’rifatga alohida urg‘u berilishi va bu orqali raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish masalasi kun tartibiga qo‘yilishi iqtisodiy-ijtimoiy, siyosiy jihatdan kuchli, bozor iqtisodiyoti qonunlari to‘liq amal qiladigan demokratik davlat qurishga qaratilgan muhim qadam ifodasidir.

“Raqamli O‘zbekiston — 2030” Strategiyasiga muvofiq hamda sun’iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish va ularni mamlakatimizda keng qo‘llash, raqamli ma’lumotlardan foydalanish imkoniyatini va ularning yuqori sifatini ta’minlash, ushbu sohada malakali kadrlar tayyorlash uchun qulay shart-sharoitlar yaratish maqsadida:

- ✓ sun’iy intellektni qo‘llashning asosiy yo‘nalishlari va tamoyillarini, shuningdek, yaqin va uzoq istiqbolda ushbu sohani kompleks shakllantirish uchun shart-sharoitlarni belgilovchi Sun’iy intellektni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish;
- ✓ sun’iy intellekt texnologiyalarini qo‘llovchi dasturiy ta’minot ishlab chiquvchilariga raqamli ma’lumotlardan foydalanish uchun sharoit yaratish, shuningdek, davlat organlari va tashkilotlarining tegishli ma’lumotlarini tezkor raqamlashtirishni ta’minlash;
- ✓ sun’iy intellekt sohasidagi ilmiy ishlar va ishlanmalarning investitsion jozibadorligini shakllantirish, shu jumladan tovarlarning (ish va xizmatlarning) ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardoshligini oshirish;
- ✓ mahalliy korxonalar va mutaxassislarning sun’iy intellekt sohasidagi axborot resurslari va bilimlardan foydalanish imkoniyatini ta’minlash, shuningdek, zarur ta’lim muhitini rivojlantirish;
- ✓ qo‘shma xalqaro tadqiqot faoliyatini amalga oshirish, kadrlar tayyorlash va ularning malakasini oshirish, respublikamizning nufuzli reytinglar va indekslarda pozitsiyasini yaxshilash

maqsadida sun'iy intellekt va uni qo'llash texnologiyalari sohasida xalqaro hamkorlikni rivojlantirish;

✓ aholi manfaatlari yo'lida davlat xizmatlari ko'rsatish sifatini yaxshilash, shuningdek, ma'lumotlarni qayta ishlashda davlat organlarining samaradorligini oshirish uchun sun'iy intellekt texnologiyalaridan keng foydalanish.

Yurtboshimizning 17.02.2021 yildagi PQ-4996-son qarorida keltirilgan sun'iy intellekt va uni qo'llash texnologiyalarini iqtisodiyotni rivojlantirish sohasiga qo'llash va rivojlanish ko'rsatkichlarining statistik tahlilini qilishda qo'llash ham samarali ko'rsatkichlarni beradi. Statistik tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, axborot kommunikatsiya texnologiyalarni barcha sohada qo'llash natijasida ishning unumdorligi oshishi aholining turmush darajasining yaxshilanishi, korxonalar va tashkilotlar rivojlanishi, buning natijasida davlatning rivojlanishiga olib keladi. Barchamizga ayonki, hozirgi davrda aholi va korxonalar raqamli iqtisodiyot hamda avtomatlashtirilgan tizimlardan foydalanish juda qulay bo'lib, aholi o'rtasida ajralmas qismiga aylanib kelmoqda. Rivojlangan davlatlarga nazar soladigan bo'lsak, raqamli iqtisodiyot va elektron hukumat aholining ajralmas qismiga aylangan. Bu esa, davlatlarning yanada rivojlanish ko'rsatkichlarini oshirmoqda. Bunday tizimlarni sun'iy intellektni qo'llash esa bu sohalarning kelajagi hisoblanadi.

Хашимов Пазлиддин Зукурович,
Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий Университети
Иқтисодиёт факультети, профессор в. б.
Фахриддинова Заринабону Фахриддин қизи,
Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий Университети
Иқтисодиёт факультети талабаси

ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ҚОНУНИЯТЛАРИ ВА ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация. Замон ривожланиб боради сари мамлакат иқтисодиётини янада юксалтириш, кейинги босқичларга олиб чиқиш зарурати ортиб боради. Бунда аввало давлат бошқарувининг шаффоф ва самардорлигини ошириш, фуқароларнинг ҳуқуқ ва эркинликларини миллий кадриятлар ва умуминсоний тамойиллар асосида тўлиқ қафолатлайдиган ахборотлашган жамиятни шакллантириш, тўпланган маълумотлардан юқори қийматга эга бўлган маҳсулотларни яратиш, ҳамда мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришнинг устувор тармоқларида бошқа мамлакатлар билан рақобатлашиш имконини берадиган инновацион муҳитни яратиш, иқтисодиётнинг барча тармоқ ва соҳаларига рақамли технологияларни олиб кириш ва электрон ҳукуматни шакллантириш муҳим аҳамият касб этади.

Калит сўзлар: электрон пуллар, «QIWI Uzbekistan», ID карталар, электрон кутубхона, онлайн иш, хорижга чиқиш биометрик паспорти.

Annotation. As time goes on, the need to further develop the country's economy and take it to the next level increases. First of all, it is necessary to increase the transparency and efficiency of public administration, create an information society that fully guarantees the rights and freedoms of citizens on the basis of national values and universal principles, create high-value products, and create an innovative environment to compete with other countries. The introduction of digital technologies in all sectors and industries of the economy and the formation of e-government is important.

Keywords: electronic money, "QIWI Uzbekistan", ID cards, electronic library, online work, biometric passport for travel abroad.

Иқтисодий ва технологик тараққиётнинг янги босқичи сифатида намоён бўлаётган рақамли инқилоб инсоният ҳаётини шиддат билан ўзгартириб, кенг имкониятлар яратиш билан бирга, халқаро рақобатнинг янада кескинлашуви даврини бошлаб берди.

Рақамли технологиялар нафақат маҳсулот ва хизматлар сифатини оширади, балки ортикча харажатларни камайтиради. Мамлакатимиз Президенти таъкидлаганларидек рақамли технологиялар “...коррупция балосини йўқотишда ҳам улар самарали воситадир. Буни барчамиз теран англаб олишимиз даркор. Давлат ва жамият бошқаруви, ижтимоий соҳада ҳам рақамли технологияларни кенг жорий этиб, натижадорликни ошириш, бир сўз билан айтганда, одамлар турмушини кескин яхшилаш мумкин”.¹

Ўз ўрнида қайд этиш лозимки, республикаимиз ҳаётида рақамли иқтисодиётнинг айрим элементлари аллақачон муваффақият билан фаолият кўрсатмоқда. Жумладан, хужжатлар ва коммуникацияларнинг оммавий равишда рақамли воситаларга ўтказилишини ҳисобга олиб, электрон имзога рухсат бериш, давлат билан мулоқот қилиш ҳам электрон платформаларга ўтказилмоқда.

Марказий банк 2021 йил 11 ноябрдан бошлаб Ўзбекистонда «QIWI Uzbekistan» электрон пулларининг чиқарилишига рухсат берди. «Капиталбанк» томонидан мазкур электрон пуллар тизимининг эмитенти сифатида электрон пулларни чиқариш фаолияти йўлга қўйилади. Маълум қилинишича, тўлов ташкилоти лицензиясига эга бўлган «Payment Aggregation Systems» МЧЖ томонидан «QIWI Uzbekistan» электрон пуллар тизими фаолиятини ташкил этиш ва «Капиталбанк» акциядорлик тижорат банки томонидан мазкур электрон пуллар тизимининг эмитенти сифатида электрон пулларни чиқариш фаолияти бўйича тақдим этилган хужжатларни ўрганиб чиқилиши натижасида, «Ўзбекистон Республикаси ҳудудида электрон пулларнинг чиқарилиши ва муомалада бўлиши қоидалари»га (рўйхат рақами 3231, 29.04.2020 й) кўра, «QIWI Uzbekistan» электрон пуллар тизими Марказий банкнинг Электрон пуллар тизими реестрига киритилиб, электрон пулларнинг чиқарилиши фаолиятига рухсат берилган.²

Рақамли иқтисодиёт давлат, бизнес ва фанни бирлаштиради. Рақамли иқтисодиётда бошқа халқаро тизимлар ва амалий механизмлар билан бирга бўла олишга эришиш учун «умумий дарча» механизмидаги маълумотлар моделлари ва хужжатлар халқаро стандартлари ва тавсиялари асосида ташкил қилиниши лозим. Уйғунлаштириш лозим бўлган хабарлар ва хужжатларнинг бошланғич маълумотларини қамраб оладиган маълумотлар рўйхатини тузишда, шунингдек, миллий маълумотлар моделини шакллантиришда уларни халқаро стандартлар талабларига мувофиқ тавсифлаш ва белгилаш зарур.

Мамлакатимиз олий таълим тизимида ҳам қўплаб ислохотлар амалга оширилмоқда. Эндиликда қоғоз журналлар, рейтинг дафтарчалар бўлмайди, талаба гувоҳномаси ҳам ID картага алмаштирилади, унда талабага оид барча маълумотлар сақланади. Дарс жадваллари электронлаштирилиб, смартфонларга ўрнатиш мумкин бўладиган иловаларга жойлаштирилади, бундан ташқари иловада талабанинг давомати, ўзлаштириш кўрсаткичлари, фанлар мавзулари, материаллар жойланади. Тўлов-шартномаларини электрон вариантда юклаб олиш имконияти ҳам мавжуд.³

2022/2023 ўқув йилидан бошлаб молиявий мустақил давлат ОТМ ларига академик мустақиллик соҳасида ўқув режалари, дастурлари, малака талабларини тасдиқлаш, таълим шаклини белгилаш; ўқиш давомийлиги муддатини белгилаш; докторантура контракти миқдорини белгилаш, ўз ҳисобидан грант ажратиш докторантурага квотага қўшимча қабул қилиш; докторант ва мустақил изланувчиларга илмий раҳбарлик қилиш тартибини тасдиқлаш; магистратура учун сиртки, масофавий ва кечки таълимни жорий этиш; академик мобилликни амалга ошириш; дарсликлар ҳамда бошқа ўқув ва илмий адабиётларни яратиш ва нашр этиш; таълим сифатини ички назорат қилиш ваколоти берилди.

¹ <http://tsue.uz/uz/raqamli-iqtisodiyot-yangi-ozbekiston-taraqqiyotining-yangi-davri/>

² <https://www.gazeta.uz/uz/2021/11/11/qiwi-uzbekistan/>

³ http://www.gazeta.uz/uz/2021/11/13/toshkulov/?utm_source=push&utm_medium=telegram

Тижорат ва нотижорат ташкилотларини ташкил этиш, муассаса тузилмасини тасдиқлаш ва штатини белгилаш, янги таълим йўналишлари ва мутахассисликларни очиш, амалдагиларини тугатиш, ишга қабул қилиш, озод этиш ва ротациясига оид тартибни белгилаш, масофавий таълимни очиш, чет эл фуқаролари ўқишини хориждан давлат ОТМларига кўчириш, қабул комиссиялари таркиби, имтиҳон фанларини тасдиқлаш, амалиёт ўташни тасдиқлаш, кийим-бошга доир талабларни белгилаш ваколатлари ҳам ОТМ ларга берилди.

2022 йил якунигача барча ОТМларнинг ўқув адабиётлари тўлиқ электронлаштирилиб, ягона "Электрон кутубхона" платформасини ишга тушириш, ҳисоботларни тайёрлашнинг қоғоз шаклидан воз кечиби, Олий таълим жараёнларини бошқариш ахборот тизимида 2022 йил 1 мартгача "Ўқув жараёнини бошқариш" (давомат, ўзлаштириш қайдномаси ва рейтинг дафтарчаси, гуруҳ журнали, дарс ва имтиҳон жадваллари рақамлаштирилади), "Илмий жараённи бошқариш", "Маъмурий жараённи бошқариш", "Молия-хўжалик фаолиятини бошқариш" қисмлари, 2022 йил 1 майгача "Таълим сифатини назорат қилиш" қисми жорий қилиниши режалаштирилган.¹

Ахборот технологиялари ёрдамида харажатларни камайтириш ва айти пайтда иқтисодиётнинг кўплаб тармоқларида меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини ошириш учун бундай имконият мавжуд. Шу билан бирга, рақамли иқтисодиётни ҳисобга олган ҳолда бозорда компанияларнинг мавкейи тобора мураккаблашиб бормоқда. Стратегик қарорлар қабул қилиш жараёнида хавф ва ноаниқлик даражаси ошади. Бу ҳолат технологик даражадаги динамик ўзгаришлар, рақобатнинг ўсиши ва иқтисодиётга давлат таъсири туфайли барқарор бозор ҳолатига боғлиқ бўлмайди. Рақамли иқтисодиётга хос бўлган технологик ўзгаришлар ишлаб чиқарувчилар ва харидорлар учун янги бозор қоидаларини яратиши мумкин. Бундай муҳитда компаниялар янги рақобат стратегияларини қидиришлари ва рақобат самарадорлигини оширишлари керак.

Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлигига келгуси йилда ИТ тармоқлар тезлигини 1,8 баробар ошириш ҳамда 1 миллион қўшимча кенг полосали тармоқлар ўрнатиш вазифаси қўйилган. Бу орқали аҳоли пунктларининг барчаси мобил алоқа ва кенг полосали интернет билан таъминланиши айтилмоқда.²

1-жадвал

Ўзбекистон Республикасида АКТ кўрсаткичлари статистикаси³

1	Интернет тармоғи уланган абонентлар сони (минг бирлик)	19 981,0
2	Интернетга уланган корхона ва ташклотлар сони (фоиз)	21,1
3	Корхона ва ташкилотларда интернетга уланган компьютерлар сони (бирлик)	441 913
4	Корхона ва ташкилотларда шахсий компьютерларнинг мавжудлиги (бирлик)	1 014 686
5	Корхона ва ташкилотларда локал тармоққа уланган компьютерлар сони (бирлик)	376 538
6	Кўрсатилган алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари ҳажми (млрд.сўм)	13 852,3
7	АКТ хизматлари экспорти (млн. АҚШ доллари)	169,5
8	АКТ хизматлари импорти (млн. АҚШ доллари)	132,3
9	АКТ секторида ишловчи ходимлар сони	50 157
10	АКТ секторида ишловчи ходимларнинг ўртача ойлик номинал ҳисобланган иш ҳақи (минг сўм)	4 390,50

Йирик экспортёрлар билан ишлаган ҳолда ИТ-паркларда хизматлар экспорти ҳажмини 2 баробарга – 80 млн долларга етказиш мўлжалланмоқда. ИТ-парклар ташкил

¹ <https://lex.uz/docs/5793261?otherlang=>

² <https://kun.uz/37603897>

³ stat.uz сайти 2020 йил охирига натижалари очик маълумотларига асосан муаллифлар томонидан тайёрланган

этилганидан буён соҳада экспорт ҳажми 50 баробарга кўпайиб, 40 миллион долларга етган. Резидентлар сони 147 тадан 500 тага ошган.¹



1-расм. АКТ соҳаси товарларининг 2020 йилдаги экспорти ва импорти таркиби²

Рақамли иқтисодиёт тушунчаси кундан кунга ҳаётимизда катта аҳамият касб этиб бормоқда. Халқаро миқёсда олиб қаралганда кўпчилик нақд пулсиз кўринишда ҳисоб-китоб қилишга ва онлайн савдо қилишга одатланиб бормоқда. Иқтисодий ва технологик тараққиётнинг янги босқичи сифатида намоён бўлаётган рақамли инқилоб инсоният ҳаётини шиддат билан ўзгартириб, кенг имкониятлар яратиш билан бирга, халқаро рақобат майдонининг янада кескинлашув даврини бошлаб берди. Рақамли иқтисодиёт янги тушунча - "блокчейн"³ ни пайдо қилди. Блокчейнда барча маълумотлар тўпланиб, мунтазам тўлдириб бориладиган маълумотлар базаси шакллантирилади, уни маълумотлар билан чексиз тўлдириб бориш мумкин ва шунинг учун уни суперкомпьютерга қиёслашади.

Иқтисодий транзакциялар янги рақамли реестрини инсоният учун муҳим ва қимматли бўлан ахборотни сақлаш учун ишлатиш мумкин. Шу жумладан, туғилганлик ҳақида, никоҳ ҳақида ва ўлим ҳақидаги гувоҳномалар, олий маълумот ҳақидаги дипломлар, молиявий ҳисоботлар, тиббиёт карталари, суғурта тўловлари учун мурожаатлар, сайловлардаги овозлар сони, маҳсулотларнинг келиб чиқиши – код кўринишида тақдим этилиши мумкин бўлган исталган маълумотни сақлаши кафолатланади. Янги платформа дунёдаги ҳамма нарса ҳақида рақамли маълумотларни онлайн режимида бирлаштиришга имкон беради. Бундан ташқари, яқин келажакда моддий дунёдаги миллиардлаб ақлли қурилмалар бу ўзгаришларни қабул қилиши ва узатиши, уларга жавоб қайтариши, ўз эҳтиёжларини таъминлаш учун электр энергияси харид қилиши ва муҳим ахборотларни тарқатиши, атроф-муҳитни муҳофаза қилишдан тортиб, бизнинг соғлиғимиз ҳақида қайғуришгача бўлган хилма-хил вазифаларни ўз зиммасига олиши мумкин.

Бугунги кунда АҚШ ялпи ички маҳсулотининг 5 фоизидан кўпроғи Интернет ва ахборот-телекоммуникация технологиялари билан боғлиқ соҳаларга тўғри келяпти. 2025-йилгача АҚШ саноатнинг "рақамлаштирилиши"дан қўшимча 20 трлн доллар даромад

¹ <https://kun.uz/37603897>

² stat.uz сайти очиқ маълумотларига асосан муаллифлар томонидан тайёрланган

³ Блокчейн - турли маълумотларни ишонарли ҳисобга олишга асосланган кўп функцияли ахборот технологиясидир.

олиши кутилмоқда. Бундай иқтисодий самарадорлик, айниқса, истеъмол товарлари ишлаб чиқариш (10,3 трлн доллар), автомобил саноати (3,8 трлн доллар) ва логистикада (3,9 трлн доллар) юқори бўлиши айтилмоқда. Жанубий Кореяда "электрон ҳукумат" ва "электрон воситачилик"нинг жорий қилиниши йилига 10-15 миллиард АҚШ доллари миқдорида даромад келтирмоқда. Бу "рақамли иқтисодиёт" учун сарф қилинаётган харажатлардан 30-40 баробар ортиқдир.¹



2-расм. Ўзбекистон Республикасида ахборот иқтисодиёти ва электрон тижорат соҳаларида яратилган ЯҚҚ нинг ЯИМ дага улуши²

Замон ривожланиб боргани сари мамлакат иқтисодиётини янада юксалтириш, кейинги босқичларга олиб чиқиш зарурати ортиб боради. Бунда аввало давлат бошқарувининг шаффофлиги ва самарадорлигини ошириш, фуқароларнинг ҳуқуқ ва эркинликларини миллий кадриятлар ва умуминсоний тамойиллар асосида тўлиқ кафолатлайдиган ахборотлашган жамиятни шакллантириш, тўпланган маълумотлардан юқори қийматга эга бўлган маҳсулотларни яратиш, ҳамда мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришнинг устувор тармоқларида бошқа мамлакатлар билан рақобатлашиш имконини берадиган инновацион муҳитни яратиш, иқтисодиётнинг барча тармоқ ва соҳаларига рақамли технологияларни олиб кириш, электрон ҳукуматни шакллантириш муҳим аҳамият касб этади.

Электрон ҳукуматни янада ривожлантириш мақсадида, ҳукумат қарори билан фуқароларнинг хорижга чиқиш биометрик паспортини олиш учун Ягона интерактив давлат хизматлари портали орқали ариза юбориш бўйича давлат хизматларини кўрсатишнинг маъмурий регламенти тасдиқланди. Эндиликда хорижга чиқиш биометрик паспортини ИИВнинг миграция ва фуқароликни расмийлаштириш бўлинмаларига ёки давлат хизматлари марказларига келган ҳолда ва Ягона интерактив давлат хизматлари портали орқали ариза топшириш имконияти мавжуд.³

2017 йил Ўзбекистонда Интернетдан фойдаланувчилар сони икки бараварга ортди ва 14,7 млн кишини ташкил этди. Минтақаларда 18,3 мингта база станциялари ўрнатилган. "Электрон ҳукумат" фаолияти кучайтирилиб, у орқали кўрсатилаётган хизматлар турлари ва ҳажми муттасил ортиб бормоқда. Халқаро электр алоқа уюшмаси Ўзбекистонни ахборот-коммуникация технологиялари соҳасида жадал ривожланаётган мамлакат

¹ Садовский Г. Л. Анализ современных тенденций цифровой трансформации промышленности. // Молодой ученый. - 2017. - № 14. - Б.430

² stat.uz сайти очик маълумотларига асосан муаллифлар томонидан тайёрланган

³ <https://kun.uz/news/2022/01/07/xorijga-chiqish-biometrik-pasportini-yagona-portal-orqali-olish-tartibi-belgilandi>

сифатида эътироф этди, Ўзбекистон Халқаро электр алоқа уюшмасининг рейтингда жаҳон мамлакатлари ўртасида бирданига 15 поғонага кўтарилди.¹

2-жадвал

Маълумотлар узатиш тармоғи кўрсаткичлари ўсиб бориш динамикаси²

	Кўрсаткичлар	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Маълумот узатувчи тармоғига уланган, Интернетни қўшган ҳолда абонентлар сони, минг бирлик	18 339.7	19 532.1	20 607.8	20 284.9	22 457.7	26 437.4
2	Интернет тармоғига уланмаган	10 000.6	9 905.3	9 439.8	6 963.2	6 071.5	6 456.4
3	Интернет тармоғига уланган	8 339.1	9 626.8	11 168.0	13 321.7	16 386.2	19 981.0
4	Жисмоний шахслар	8 073.6	9 279.0	10 764.3	12 883.3	15 750.8	19 241.3
5	Юридик шахслар	265.5	347.8	403.7	438.4	635.4	739.7
6	Интернет тармоғига кенг поласали уланиш бўйича абонентлар сони	466.3	511.5	498.5	622.2	725.4	1 080.0
7	Интернет тармоғига мобил алоқа орқали уланган абонентлар сони	7 793.7	9 022.9	10 258.8	12 668.6	15 651.2	15 651.2

Ёшларнинг янги технологияларга мослашиши осонроқ бўлган рақамли иқтисодиётдаги ёшларнинг аҳамияти катта ёшдагиларга қараганда муҳимдир. Шубҳасиз рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши аҳоли бандлиги соҳасига таъсир қилади. Ва бунинг натижасида шахсий брендни бошқарувчи, виртуал адвокат, давлат органлари вакиллари билан мулоқот платформаси модератори, рақамли лингвист, муддатли брокер, интерфейси услубчиси³ каби касбларнинг келиб чиқишига сабаб бўлади. Ўзбекистонда аҳолини онлайн иш билан таъминлаш истиқболлари катта. Шунинг учун, энг аввало, ахборот-коммуникация технологияларини жадал ривожлантириш чоралари кўришмоқда.

Рақамли иқтисодиётда робот техникаси ва сунъий интеллект каби замонавий технологиялар орқали иш жойлари автоматлаштирилмоқда, ишлаб чиқариш тубдан такомиллашяпти, бунинг натижасида меҳнат унумдорлигининг кескин ортиши билан бирга, ушбу жараёнлар бутун жаҳон меҳнат бозорига кучли таъсирини кўрсатмоқда. "McKinsey-МГИ" глобал институти экспертларининг фикрича, рақамли технологиялар яқин 20 йил ичида ҳозирги пайтда ишлаб чиқаришда ходимлар иштирокида бажарилаётган операцияларнинг 50%га яқинини автоматлаштириш имконини беради.⁴

Шу билан бирга миллий рақамли иқтисодий хавфсизлик тизимини яратиш лозим. Институционал ёндашиш нуқтаи назаридан “Миллий рақамли иқтисодий хавфсизлик тизими” тушунчаси мураккаб сиёсий-ҳуқуқий, ташкилий, техник, ижтимоий-маданий тизим бўлиб, ундан миллий рақамли иқтисодий хавфсизликни таъминловчи объект ва субъектлар мажмуасидан иборат, бу рақамли иқтисодиёт субъектларининг миллий манфаатларини, амалдаги миллий қонунчиликни етарли даражада ҳимоя қилиш учун фойдаланилиши мумкин. Бу эса давлат сиёсати, миллий рақамли иқтисодий хавфсизлик, норасмий норма ва ижтимоий ҳуққ-қоидаларини тартибга туширувчи меъёрий-ҳуқуқий тизимни яратиш кераклигини билдиради.

Бугунги кунда Ўзбекистон шароитида рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг қонуниятлари, тенденциялари ва имкониятларини, хусусан, ахборот технологияларининг иқтисодиётнинг турли соҳаларига кириб бориш даражаларини илмий асосда ўрганиш

¹ К.Абдурахмонов. Меҳнат иқтисодиёти. Назария ва амалиёт. “Фан” 2019. 515 б.

² stat.uz сайти очик маълумотларига асосан муаллифлар томонидан тайёрланган

³ http://iqtisodiyot.tsue.uz/sites/default/files/maqolalar/12_Umarov.pdf

⁴ Measuring the Digital Economy/A new perspective // <http://ec.europa.eu/eurostat/documents>

ниҳоятда долзарб аҳамият касб этади. Ватанимиз тараққиёти ва истиқболи, мамлакатимизда кенг кўламда амалга оширилаётган ислохотларнинг муваффақияти миллий иқтисодиётимизга янги инновацияларни жорий қилишга бевосита боғлиқдир. Шу сабабли рақамли иқтисодиётни ривожлантириш, унинг иқтисодий, сиёсий, ижтимоий ва ҳуқуқий асосларини илмий-амалий жиҳатдан тадқиқ этиш муҳим аҳамиятга эга.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Абдурахмонов Қ.Х. Меҳнат иқтисодиёти. Назария ва амалиёт. “Фан” 2019.
2. Садовский Г. Л. Анализ современных тенденций цифровой трансформации промышленности. // Молодой ученый. -2017. -№ 14.
3. Measuring the Digital Economy/A new perspective // <http://ec.europa.eu/eurostat/documents>
4. <http://tsue.uz/uz/raqamli-iqtisodiyot-yangi-ozbekiston-taraqqiyotining-yangi-davri/>
5. <https://www.gazeta.uz/uz/2021/11/11/qiwi-uzbekistan/>
6. http://www.gazeta.uz/uz/2021/11/13/toshkulov/?utm_source=push&utm_medium=telegram
7. <https://www.youtube.com/watch?v=TUWTKUiahRQ>
8. <https://lex.uz/docs/5793261?otherlang=>
9. <https://kun.uz/37603897>
10. stat.uz
11. <https://kun.uz/news/2022/01/07/xorijga-chiqish-biometrik-pasportini-yagona-portal-orqali-olish-tartibi-belgilandi>
12. http://iqtisodiyot.tsue.uz/sites/default/files/maqolalar/12_Umarov.pdf

*Buxoro davlat universiteti tayanch doktoranti
Ergasheva Aziza Farmonovna*

GLOBALLASHUVNING HUNARMANDCHILIK ISTIQBOLIGA TA'SIRI

Annotation

Despite the economic difficulties, from the first days of independence, the state began to pay special attention to the development of culture and art, strengthening the interest of the people with a rich past, cultural heritage and traditional values. Taking into account the importance of handicrafts in the socio-economic, spiritual and ideological life of the Uzbek people, the deep roots and peculiarities of national handicrafts, our government sets a number of tasks for its further development. Restoring forgotten species, improving craft training. In particular, it is necessary to make changes to the existing system of organizational management, the training of local craftsmen and artisans among local youth in rural areas.

Keywords: globalization, local handicrafts, privileges for handicraft.

Аннотация

Несмотря на экономические трудности, с первых дней независимости государство стало уделять особое внимание развитию культуры и искусства, укреплению интереса народа к богатому прошлому, культурному наследию и традиционным ценностям. Принимая во внимание значение ремесел в социально-экономической, духовной и мировоззренческой жизни узбекского народа, глубокие корни и особенности национального промысла, наше государство ставит ряд задач по его дальнейшему развитию. Восстановление забытых видов, улучшение ремесленного обучения. В частности, необходимо внести изменения в существующую систему организационного управления, подготовки местных мастеров и ремесленников среди местной молодежи в сельской местности.

Ключевые слова: глобализация, местные ремесленники, привелегии для ремесленников.

Annotasiya

Iqtisodiy qiynchiliklarga qaramay, mustaqillikning ilk kunlaridanoq davlatimiz tomonidan madaniyat va san‘at rivojiga alohida e‘tibor qaratila boshlandi, boy o‘tmishi, madaniy merosi, an‘anaviy qadriyatlariga ega bo‘lgan xalqning qiziqishi kuchaytirildi. Hukumatimiz tomonidan hunarmandchilikning o‘zbek xalqining ijtimoiy-iqtisodiy, ma‘naviy-mafkuraviy hayotidagi ahamiyati, milliy hunarmandchilikning chuqur ildizlari va o‘ziga xos xususiyatlari hisobga olinib, uni yanada rivojlantirishga qaratilgan qator vazifalar qo‘yilmoqda. Unutilgan turlarni tiklash, hunarmandchilikka o‘qitishni takomillashtirish. Xususan, bugungi kungacha yetib kelgan tashkiliy boshqaruv tizimiga, qishloqlarda mahalliy yoshlar o‘rtasida milliy hunarmandchilik, hunarmandchilik bo‘yicha mutaxassislar va chinakam ustalarni tayyorlashga o‘zgartirishlar kiritish zarur.

Kalit so‘zlar: globallashuv, mahalliy hunarmandchilik, hunarmandchilikka oid imtiyozlar.

Mustaqillik yillarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatiga katta e‘tibor qaratilmoqda. Rivojlanish dasturiga muvofiq, shu davrda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish bo‘yicha ko‘plab ishlar amalga oshirilib, bugungi kungacha yanada rivojlanib bormoqda. Dunyoning rivojlangan mamlakatlarida tadbirkorlik jadal rivojlanmoqda. Ba’zi G‘arbiy Yevropa mamlakatlarida tadbirkorlikning milliy yalpi mahsulotdagi ulushi 70-80% ga yetdi. Mamlakat aholisining 70 % dan ortig‘i kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bilan shug‘ullanadi. O‘zbekistonda ham tadbirkorlikni yanada rivojlantirish borasida katta ishlar amalga oshirilmoqda. Tadbirkorlikning keng miqyosda rivojlanishi uchun uning iqtisodiy va huquqiy asoslarini yaratish zarur. Bugungi kunda tadbirkorlik iqtisodiy taraqqiyotni rag‘batlantiruvchi omil sifatida qaralayotgani bilan birga, uning aholini ish bilan ta‘minlash, bozorlarni iste‘mol tovarlari bilan ta‘minlash, mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirish va aholi farovonligini oshirishdagi muhim ahamiyati ta‘kidlandi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 30 dekabr kuni PQ-77-sonli "Hunarmandchilik faoliyatini qo‘llab-quvvatlash tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida" Qarori imzolandi.

Endilikda, avvalgidek, an‘anaviy hunarmandchilikni tiklashda xalqaro jamg‘armalar va tashkilotlar MDH hududida turizm va yosh davlatlarning iqtisodiyotini rivojlantirishga ko‘maklashishda faol ishtirok etmoqda. Ularning faoliyatida asosiy e‘tibor hunarmandning o‘ziga xos turiga yoki ilgari mashhur bo‘lgan, ammo hozir salohiyati pasaygan markazlarga qaratiladi. Masalan, O‘zbekistonda ko‘p yillardan beri Amerikaning Counterpart Consortium tashkiloti qoshida BMTning “Madaniy-ma‘rifiy turizm va hunarmandchilikni rivojlantirish”, “Hunarmandlarga yordam” loyihalari faoliyat ko‘rsatmoqda. Ular turli seminarlar, badiiy hunarmandchilik yarmarkalari o‘tkazdi, mahalliy hunarmandlarga tabiiy bo‘yoqlardan an‘anaviy texnologiyadan foydalanishni o‘rgatish uchun xorijlik mutaxassislarni taklif etdi, mahalliy hunarmandchilik markazlari faoliyatiga oid loyihalarni qo‘llab-quvvatladi. So‘nggi yillarda Shveysariyaning hamkorlik va taraqqiyot byurosi, YUNESKOning O‘zbekistondagi vakolatxonasi, shuningdek, YUNESKO Milliy komissiyasi bu borada faol ish olib bormoqda. Surxondaryo viloyati Boysun tumanining “Insoniyat og‘zaki va nomoddiy merosi gavhari” deb e‘lon qilinishi (2002-yil) mazkur tashkilotning yirik tadbirlaridan biridir. Hunarmandchilik asl nusxada saqlanib qolgan va uning kelajakdagi rivojlanishi uchun zamin yaratadigan noyob maskan yaratilmoqda. Bu hol xalq hunarmandchiligini rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishning boshlanishi bo‘lib xizmat qildi.

Mahalliy hunarmandlar Markaziy Osiyo (O‘zbekiston, Qozog‘iston, Qirg‘iziston, Tojikiston, Turkmaniston), Janubiy Osiyo (Bangladesh, Hindiston, Moldova, Nepal, Pokiston va Shri-Lanka) davlatlarini o‘z ichiga olgan “YUNESKO sifat belgisi bilan hunarmandchilik mahsulotlari” dasturida ishtirok etmoqda), Sharqiy Osiyo (Xitoy, Yaponiya, Mo‘g‘uliston, Shimoliy va Janubiy Koreya). Natijada viloyatdagi hunarmandchilik mahsulotlari xalqaro miqyosda e‘tirof etilmoqda. 2006 yilda “Janda” matosi, keng oq gilam YUNESKOning Sifat

belgisi bilan taqdirlandi va boshqa g'oliblar qatorida “Sehrli kulolchilik” loyihasi asosida Pekin banki, Nyu-Dehli va Olmaotadagi ofislarning veb-saytlarida joylashtirildi. O‘zbekiston” UNESCO va Yaponiya Trast fondi tomonidan. Mazkur loyiha doirasida respublikamizning taniqli usta va san’atshunoslari, tajriba almashish uchun taklif etilgan xorijlik mutaxassislar ishtirokida seminarlar o‘tkazilmoqda. 2007 yilda qayta tiklangan kulolchilik markazi Kattaqo‘rg‘onda ko‘rgazma bo‘lib o‘tdi. 2003-yildagi Denavadagi kulolchilik va bir vaqtlar mashhur Nurota kashtachiligi ham Shveysariya hamkorlik va taraqqiyot byurosi loyihasidir. Tabiiyki, birinchi loyiha natijalari mutaxassislarni qoniqtirmadi. Ikkinchisi – Nurota amaliy kashtachiligini qayta tiklash, yosh qizlarni kashtachilikka o‘rgatish, ularni ish bilan ta‘minlash ishlarida. Loyiha natijasida mahalliy aholiga an’anaviy kashtachilikni mustaqil o‘rganishga yordam beruvchi o‘quv qo‘llanma chop etildi.

Mamlakatda milliy-madaniy qadriyatlarini asrab-avaylash davlat ahamiyatiga molik ish ekani shubhasiz, an’anaviy badiiy meros yanada rivojlanadi. Jamoat va xalqaro tashkilot va muassasalar ham an’anaviy badiiy merosni har tomonlama targ‘ib qilmoqda.

An’anaviy merosni asrab-avaylash, kelajak avlodlarga yetkazish yo‘lidagi eng muhim vazifalardan biri – hunarmandchilik markazlarini qayta tiklash, ularni yanada ko‘paytirishdir. Bundan tashqari, mahsulot sifatiga e’tibor berishingiz kerak. Bugungi kunda ishlab chiqarilayotgan tovarlarni ikki guruhga bo‘lish mumkin: maishiy ehtiyojlar uchun (asosan qishloqlarda) va bozor uchun. Shuningdek, ko‘rgazmalarda ishtirok etish uchun mahsulotlar ishlab chiqariladi. Sotiladigan mahsulotlar soni ortib bormoqda. Bugungi kunda "Hunarmand" uyushmasida 28 mingdan ortiq hunarmandlar, bir qator do‘konlar, sotiladigan salonlar va bir nechta galereyalar mavjud.

Xalq hunarmandlariga soliq imtiyozlari berilishi, ularni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari bu taraqqiyotning kafolati bo‘lib xizmat qilmoqda. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Yuridik shaxs tashkil etmagan holda oilaviy-hunarmandchilik faoliyatini rivojlantirish va kengaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi hamda “Soliq to‘lash bo‘yicha soliq imtiyozlarining amal qilish muddatini uzaytirish to‘g‘risida”gi qarorlarini alohida ta’kidlash lozim. Hunarmand uyushmasi a’zolari – yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun qat’iy maqsadli soliqlar to‘g‘risida”. Yurtimizda va xorijda tez-tez tashkil etilayotgan yarmarkalarda hunarmandlarimiz o‘z mahsulotlari bilan ishtirok etib, ushbu mahsulotlarni sotish bo‘yicha shartnomalar tuzayotgani milliy hunarmandchilikni rivojlantirishga qaratilayotgan e’tibor o‘z ifodasini topmoqda. Sayyohlar tez-tez tashrif buyuradigan tarixiy shaharlar, me’moriy yodgorliklarda hunarmandchilik mahsulotlarining to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotilishi ham buni tasdiqlaydi. Sotsiologik so‘rov natijalariga ko‘ra, mamlakatimiz ichki bozorlarida hunarmandchilik mahsulotlariga bo‘lgan talab ortib borayotgani, ya’ni keyingi 8 yilda ehtiyoj 30 foizga oshgani, bularning barchasiga qaramay, shu maqsadda amalga oshirilishi maqsadga muvofiqligi ma’lum bo‘ldi. milliy hunarmandchilik buyumlarini eksport qilish va milliy mahsulotlarni jahon bozoriga chiqarishni kengaytirish.

Shunday ekan, bu borada boshqa davlatlar bizdan o‘zib ketgani uchun xorijiy tajribani o‘rganish, tegishli tomonlardan foydalanish zarur. Masalan, "Dinka" Argentina kompaniyasi Argentina hunarmandlari tomonidan ishlab chiqarilgan tovarlarni xaridorlarni qidirmoqda, tovarlarni etkazib berish, bojxona rasmiylashtiruv va buning evaziga sotishning bir foizini oladi. Tashkil etilgandan so‘ng kompaniya Chili, Peru, Ekvadordagi do‘konlar bilan hamkorlik aloqalarini o‘rnatdi, keyin Texasdagi distribyutorlik kompaniyasi bilan shartnoma tuzdi, bugungi kunda u Ispaniya, Italiya, Germaniya va Shveysariya bozorlari bilan hamkorlik qilish uchun yangi imkoniyatlarni qidirmoqda. Kompaniyaning yillik aylanmasi 1 million AQSh dollarini tashkil etadi. Osiyo mamlakatlari orasida Vetnamda xalq hunarmandchiligiga alohida e’tibor beriladi. Birgina 2003 yilda Vetnam hunarmandchilik mahsulotlari eksporti bo‘yicha 8-o‘rinni egalladi va 367 million dollar daromad oldi.

Hozirgi vaqtda Xitoy va Germaniya hunarmandchilik mahsulotlarini eksport qilish bilan shug‘ullanadi. Bu davlatlar tajribasidan kelib chiqqan holda, respublikamiz ham xorijiy hunarmandchilik mahsulotlarini eksport qilishni talab qilmoqda. Bozor sharoitiga mos keladigan

va yangi tovar va xizmatlarni chiqarishga ixtisoslashgan yangi faoliyat turlarini o‘zlashtirish davr talabidir. Hunarmand va hunarmandlarning norasmiy faoliyatdan rasmiy faoliyatga o‘tishiga imkon beruvchi mexanizmlarni ishlab chiqish zarur. Hunarmandlar faoliyatini keng targ‘ib qilish, ularning afzalliklari, davlatimiz tomonidan aholi o‘rtasida hunarmandchilikni rivojlantirish borasida berilayotgan imtiyoz va imtiyozlar haqida ma‘lumot berilsa, hunarmandchilik nufuzini yuksaltirish, xususan, hunarmandchilikni rivojlantirishda ilg‘or xorijiy tajribadan keng foydalanish mumkin edi. va hunarmandchilik, uydan chiqmasdan, telefon orqali xizmatlar ko‘rsatish, shu bilan birga, mahalliy hududlarning tarixiy-madaniy va me‘moriy merosini, shuningdek, qo‘shni davlatlar bilan iqtisodiy makonni o‘rganish bo‘yicha turistik xizmatlarni rivojlantirish. chegara savdosining rivojlanishi aholi bandligi darajasini oshirishga xizmat qilmoqda. Mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes va oltin tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish va samaradorligini tahlil qilishning tizimli jihatlarini aniqlash unga ta‘sir etuvchi omillar va mezonlarni to‘g‘ri belgilashni taqozo etadi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy samaradorligi mezonlari ish haqi samaradorligini, ish haqini yaxshilash jarayonida o‘ziga borayotgan talab, talab va taklifni qondirishni tavsiflovchi qonunlar o‘zaro bog‘liqligini aks ettirishi kerak.

Chunki iqtisodiy faoliyatga, tadbirkorlikka ta‘sir etuvchi omillar ishlab chiqarish samaradorligining umumiy mezonlari bilan o‘zaro bog‘liqdir. Shu bilan birga, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moddiy qo‘llab-quvvatlash mehnatga haq to‘lash shartlariga mos kelishi kerak, uni tashkil etish iqtisodiyotni boshqarish va saqlashni tashkil etish mexanizmining butun tizimini takomillashtirish bilan parallel ravishda amalga oshiriladi. ish haqi, aks holda u kerakli samarani bermaydi. Ish haqi shaklida tadbirkorlik-tashabbuskorlik faoliyati samaradorligini oshirish xodimning hissasi bilan bog‘liq bo‘lishi kerak. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyati samaradorligini aniqlash metodologiyasida tadbirkorning tahlili, shuningdek, korxonaning iqtisodiy samaradorligini aniqlash usullari markaziy o‘rinni egallaydi.

Chunki bu yerda ichki omillar nazariy nuqtai nazardan, haqiqiy natija va yo‘qotishlar, tashqi sharoitlar - tadbirkor faoliyatiga ijobiy yoki salbiy ta‘sir ko‘rsatish yo‘nalishi bo‘yicha o‘rganiladi.

Shuning uchun tadbirkorlik faoliyatining barcha jabhalari har tomonlama tahlil qilinishi kerak. Natijada shuni ta‘kidlash mumkinki, mamlakatimiz iqtisodiyotini modernizatsiya qilishning zamonaviy sharoitida tadbirkorlik, hunarmandchilik faoliyatini keng ko‘lamda rivojlantirish va takomillashtirish, ularning mazmun-mohiyati, shuningdek, uning vazifalari ko‘lamini kengaytirish-chuqur tahlil qilish va rivojlantirishga qaratilgan qarorlar qabul qilish, chunki bu mamlakat iqtisodiyotining jahon hamjamiyatiga integratsiyalashuvini ta‘minlashda muhim ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

Bahriddinovna, U. D. (2021, November). Development of the Service Sector: A Comparative Analysis of National and Foreign Practices. In " *ONLINE-CONFERENCES*" *PLATFORM* (pp. 222-228).

Bahriddinovna, U. D. (2021, November). The Role of Services in the National Economy of Uzbekistan. In *INTERNATIONAL CONFERENCE ON MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND INNOVATIVE TECHNOLOGIES* (Vol. 2, pp. 197-203).

Ergasheva, A. (2021). A HANDICRAFT AND TOURISM INDUSTRY. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ* (*buxdu. uz*), 3(3).

Ergasheva, A. (2020). Кичик бизнесда инновацион фаолият ва уни ривожлантириш масалалари. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ* (*buxdu. uz*), 1(1).

Ergasheva, A. F., Toirova, A. M., & Juraeva, G. A. (2020). NATIONAL HANDICRAFTS AND TOURISM. *Вопросы науки и образования*, (9), 23-26.

Ruzieva Gulinoz Fatilloevna, & Urakova Dilfuza Bahriddinovna (2021). THE ECONOMIC IMPORTANCE OF NATIONAL CRAFTS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM. *Academy*, (1 (64)), 52-54.

Farmonovna, E. A. (2021). Prospectuses for the Development of National Handicrafts in Uzbekistan. *Academic Journal of Digital Economics and Stability*, 12, 85-92.

Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.

Farmonovna, E. A., Matyakubovna, K. M., & Habibulloevna, K. S. (2020). The role of the tourism national crafts in Bukhara region. *European science*, (1 (50)).

Farmonovna, E. A., Mirjonovna, T. A., & Aminovna, J. G. (2020). National handicrafts and tourism. *Вопросы науки и образования*, (9 (93)).

Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.

Nurov, Z. S., Khamroyeva, F. K., & Kadirova, D. R. (2021, March). Development of domestic tourism as a priority of the economy. In E-Conference Globe (pp. 271-275).

Rakhmatullaeva, F. M., & Nurova, G. N. (2020). The importance of trade policy in the economic development of the country. *Economics*, 1, 27-28.

Nurov, Z. S., & Nurova, G. N. (2021, March). Conceptual framework for factors affecting the feasibility of the isi. In E-Conference Globe (pp. 276-280).

Nurov, Z., & Nurova, G. (2021). Results of ISI Implementation in Uzbekistan (in The Example of Uzbek Automotive Industry): Achievements and Negative Outcomes. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 214-225.

PhD student, Erkin Farmanov

AFTER THE PANDEMIC: IMPROVING THE QUALITY OF TRANSPORT SERVICES USING THE DIGITAL ECONOMY TOOLS

Abstract: This article discusses the importance of improving the quality of transport services and the use of digital economy tools after the pandemic. The example of Uber also examines the current state and prospects of post-coronavirus transport services in leading countries.

Annotatsiya: Ushbu maqolada, Pandemiyaning keyin transport xizmatlar sifatini oshirish va raqamli iqtisodiyot vositalaridan foydalanish ahamiyati. Shuningdek, Jahondagi yetakchi davlatlarning koronavirusdan so'ng Uber kompaniyasi misolida transportda xizmat ko'rsatish muammolar, hozirgi holati va istiqbollari to'g'risida tadqiq etilgan.

Аннотация: В данной статье раскрывается важность повышения качества транспортных услуг и использования инструментов цифровой экономики после пандемии. На примере Uber также рассматривается текущее состояние и перспективы посткоронавирусных транспортных услуг в ведущих странах.

The current state of the world economy requires the development of the transport sector and service system. After pandemic situation transport plays an essential role in the modern economy and society and has a major impact on economic growth and employment. According to the European Commission's science and knowledge service, about 10 million people work in the transport sector and account for 5 percent of the gross domestic product. Moreover, effective transportation systems are the basis for European companies to compete globally. Logistics, such as transportation and storage, accounts for 10-15 percent of the cost of finished products for European companies. Moreover, on average, 13.2 percent of each household budget is spent on transportation and services and the need to formulate and develop this transport services market.

Global Transport Services Market 2020-2030: Impact and Recovery of COVID-19 (Transport Services Global Market Report 2020-2030: COVID-19 Impact and Recovery) report that the transportation services market will grow from \$ 6176.9 billion in 2019 to 6079 in 2020,

to \$ 9 billion, an annual growth rate (CAGR) of -1.6 percent. This decline is mainly due to the economic downturn across countries due to the spread of COVID-19 and measures to prevent it. The market is expected to recover at 8% annual growth (CAGR) from 2021 and reach \$ 7,518.4 billion by 2023. Western Europe is the largest region in the global transport services market, accounting for 31% of the 2019 market

The development of the transport services market is becoming one of the main priorities in the modern economy of Uzbekistan. The government of Uzbekistan adopted several laws aimed at developing the transport sector and transport services. The regulatory framework of the Transport sector is being revised and improved. The government and the private sector carry out systematic work to provide transport services to the population in accordance with international standards and further improve the system of passenger transportation on buses in cities and villages.

The Transport sector has a comprehensive economic, social and political impact almost everywhere globally. The economic impact of transport has been recognized. Moreover, the importance of the transport sector in the development of the digital economy, the effective use of innovative solutions in improving the quality of services provided to the population are an integral part of the development of the industry.

During the years of independence, due to reforms aimed at modernization and diversification of the economic sector, the sphere of transport service has reached a new level. Furthering this development and improving the quality of transport services, logistics, and infrastructure is one of the essential areas of research in Uzbekistan. The implementation of this task indicates the need for several organizational and economic measures for the innovative development of the provision of transport services, including the economic justification of the existing market conjuncture of transport services, the formation of the regional cluster of transport services, scientific research aimed at developing the institutional framework of this sphere. Henceforth, the topic dealing with the research on the basis for increasing the quality of transport services using the digital economy tools is vital at the current state of reforms.

Providing quality transport services to passengers, improving the public transport system and attracting innovative technologies to the industry remain a priority today. The increase in the number of private and public vehicles is leading to congestion on city streets, difficult pedestrian traffic and an increase in car accidents.

The Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-6079 of October 5, 2020 on the approval of the Strategy "Digital Uzbekistan - 2030" and measures for its effective implementation. Strategic goals and priorities include the introduction of an automated system of public transport fares in all major cities of the country in 2022 and increase the share of cashless payments to 90%, a single platform for purchasing tickets for any passenger transport. It is planned to implement mechanisms for the use of software modeling systems for the complex development of the transport system.

Also, in the framework of the Strategy "Digital Uzbekistan - 2030" in the framework of the program of digital transformation of Bukhara region in 2020-2022, the introduction of automated payment systems in public passenger transport, equipping buses with stationary validators, automated transport cards installation of sales equipment, as well as the development of integration of the system into the geo-information system "Digital Bukhara".

The COVID-19 crisis that struck the world two years ago is one of the biggest game-changers for many businesses and economies around the world. Some vertical conditions, such as the supply of food on demand, have seen unprecedented growth during this period. Also, some industries, such as tourism, transportation, manufacturing, and others, which are expected to grow rapidly, have declined sharply. During the pandemic, demand for transportation fell sharply, leaving many vehicle owners unemployed. Also, drivers who earn a living have lost their jobs. In particular, due to the pandemic, large-scale work on digitalization has been carried out in all areas at a rapid pace, creating the conditions for remote work. At the same time, in the field of transport, digitization has been carried out at a high pace. According to Uber (Uber

Technologies Inc.; Uber is an American international public company based in San Francisco that created a mobile application of the same name for finding, calling and paying for taxis or private drivers and delivering food), it's been more than a decade since it opened a cash booking business. This did not signal a revolution not only for the transportation sector but also for the service sector in general.

With an app that combines a user profile with GPS and a service that connects these users to service providers, anyone can be served exactly at any time and in any place.

In addition to the complete elimination of cash as a payment method and adherence to digital, application-based payment methods, it would not be a surprise if cash services start accepting payments in both foreign currency and cryptocurrency.

Behind the digitization of the transport sector, the taxi industry has ordered a number of changes aimed at reducing the likelihood of a pandemic affecting passengers and drivers. In the short term, this may require large sums of money for taxi companies, but it is the only way to be active in a very competitive market.

Modern and digitalized taxis are expected to be one of the fastest-growing industries by 2025. Things have hardly changed in this area. At the same time, annual growth from 2020 to 2021 was around 55.6%, which is 2% lower than the previously forecast.

Factors such as personal mobility, urbanization, and abandonment of the word ownership of cars contributed to growth, while factors such as social segregation, personal hygiene, and a general ban on the allocation of common-use space could slow growth. We know that one of the segments of the biggest crisis of the coronavirus era is tourism. Due to factors such as reduced travel costs, traffic congestion, and reduced emissions and pollution, car sharing has begun to gain great sponsorship. However, as the COVID-19 crisis imposed socially divisive restrictions, market share was expected to decline from about 60% to 50% in 2020.

However, as the car exchange market rises in 2021, the factors that led to the increase in the distribution of travel have become a priority. New strategies, such as divisions between driver and passengers, and even between passengers, equipping the vehicle with sanitary facilities, and installing body temperature gauges, will help to eliminate future threats and increase the number of travel cases. began to help. As a direct result, sharing cars may not be as economical as it used to be, but it's still more economical than riding it yourself!

Although many types of service in taxis are very flexible and multiple payment methods are used, cash payments have always been provided as an option. In addition to eliminating cash altogether as a payment method and adhering to digital, application-based payment methods, it would come as no surprise if cash services start accepting payments in both foreign and national currencies.

The COVID-19 crisis has brought many passive benefits to the world. In addition to people starting to reconsider some elements of their lifestyle, it has contributed greatly to making the world a cleaner and more prosperous place. Studies by foreign scientists have shown that the degree of contamination is directly related to the susceptibility of the population to the coronavirus.

Therefore, electric vehicles may become the agenda in the near future. One of the biggest concerns for any electric vehicle belongs to this range. Since most taxi cabs move within the city, electric vehicles can be an attractive alternative to internal combustion engine cabins, especially in cities with heavy traffic. This growth is due to governments with increasing awareness of electric vehicles, improved infrastructure, CO2 emissions, and global warming.

In less than 10 years, several popular names have emerged in the travel industry from around the world. Each brand is committed to changing the way it operates, so a good balance can be struck between profit and protection for both customers and drivers.

In China, it has built disinfection stations for on-demand vehicles. \$ 14.3 billion has been spent on these safety measures, which include the installation of protective plastic covers that will create a safe space for both drivers and passengers.

In Singapore, it provided free masks and sanitary ware to its drivers. He stopped the services of travel and bicycle taxis in an attempt to comply with social evasion norms. This happened despite Singapore recovering from the devastating effects of the coronavirus crisis.

Lyft (Taxi Aggregator, a public company from San Francisco (California, USA) that allows users to find drivers who cooperate with the service using an Internet site or mobile application and are ready to give them a ride for a reasonable fee) Uber’s biggest competitor in the U.S., has temporarily suspended all ride-sharing services in all markets, regardless of the number of COVID-19 cases in the region. He purchased more than 200,000 glass hand cleaners and cleaners, which were distributed to all drivers. Although he did not stop scooter and bicycle taxi services, he tried to disinfect all high contact surfaces on bicycles and scooters in special warehouses for sanitation.

It’s hard to believe that the invisible virus has been so powerful in changing the lifestyle and landscape of business. The good news is that the business world and people are always very adaptable to any changes that can be made or imposed on them with any plan.

Even though the aircraft industry has undergone unprecedented changes, it will soon be bigger, stronger, and adapt to people’s new lifestyles, so if you will. developing a taxi app, you need to consider all of these factors.

References

1. EU SCIENCE HUB, The European Commission's science and knowledge service (<https://ec.europa.eu/jrc/en/research-topic/transport-sector-economic-analysis>)
2. Alley, J. K. (2016). The impact of Uber technologies on the New York city transportation industry.
3. Ngah, A. H., Gabarre, S., & Thurasamy, R. (2022). 11 Halal transportation adoption among SMEs in Malaysia. *Halal Logistics and Supply Chain Management: Recent Trends and Issues*.
4. Kayumovich K. O. et al. Opportunity of digital marketing in tourism sphere //International Journal of Psychosocial Rehabilitation. – 2020. – Т. 24. – №. 8.
5. Kayumovich K. O. et al. Opportunities of mobile marketing in tourism //Journal of Critical Reviews. – 2020. – Т. 7. – №. 12. – С. 94-98.
6. Ahmed M., Johnson E. B., Kim B. C. The impact of Uber and Lyft on taxi service quality: evidence from New York City //Available at SSRN 3267082. – 2018.
7. Фарманов Э. А., Кадыров Д. Х., Ходжаева Ф. Н. Роль культурного наследия Узбекистана в развитии туризма //Вестник науки и образования. – 2020. – №. 2-3 (80).
8. Harris B. Uber, lyft, and regulating the sharing economy //Seattle UL Rev. – 2017. – Т. 41. – С. 269.
9. Кадирова Ш. Х., Фарманов Э. А., Пулатов М. М. Важность внедрения новых транспортных маршрутов в развитии туризма //Вопросы науки и образования. – 2020. – №. 10 (94).
10. Shokoohyar S. Ride-sharing platforms from drivers’ perspective: Evidence from Uber and Lyft drivers //International Journal of Data and Network Science. – 2018. – Т. 2. – №. 4. – С. 89-98.
11. Farmanov E. A. WAYS TO EFFECTIVELY USE THE OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE AND INCREASE THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE SECTOR (ON THE EXAMPLE OF BUKHARA REGION) //ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ. – 2021. – С. 231-242.
12. Абашева Е. А. и др. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ. – 2021.

13. rabek Jalilovich M. J. et al. ROAD AND TRANSPORT ISSUES IN BUKHARA AS A SOCIAL PROBLEM (SECOND HALF OF THE TWENTIETH CENTURY) //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2021. – Т. 2. – №. 12. – С. 223-227.

14. Norov B. THE IMPLEMENTATION WAYS OF TICKET VALIDATING MACHINES IN BUKHARA PUBLIC BUSES //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 8. – №. 8.

15. Brodeur A., Nield K. An empirical analysis of taxi, Lyft and Uber rides: Evidence from weather shocks in NYC //Journal of Economic Behavior & Organization. – 2018. – Т. 152. – С. 1-16.

Jalolov Otabek
Bukhara State University,
PhD student

IMPROVING AND DEVELOPING THE MECHANISM FOR MANAGING THE ADVERTISING ACTIVITIES OF TOURISM ORGANIZATIONS

Abstract:

The definition of tourism “is the travel for recreational, leisure, family or business purposes, usually of a limited duration. Tourism is commonly associated with trans-national travel, but may also refer to travel to another location within the same country”. Tourism as an industry, in today’s modern language is a means of global communication between nations and travelers of all countries, introducing them to the various cultures and societies abroad, as well there history, ancient, historical sites, and languages. Hence, advertising overall has become a tool of necessity in this ever-growing global industry.

INTRODUCTION: Today’s, tourism has become a multinational business of global importance. This of course is due to today’s Worldwide Web, a new era in social interaction and culture solely built around this medium, triggered in (Moradkhani, 2014). Tourism is one of the most profitable and lucrative industries, which create a bastion of economical (fiscal growth), private business, and human resources available to any country’s economy, not mention the worldwide popularity of the country involved in this advertising. It is generally acknowledged, that Iran’s economic growth and industrial development occurred after establishment of the petroleum and automobile industries followed by a comprehensive program for international tourism. Today’s, tourism has become a multinational business of global importance. This of course is due to today’s Worldwide Web, a new era in social interaction and culture solely built around this medium, triggered in (Ibrahimi and Associates, 2009). Tourism is one of the most profitable and lucrative industries, which create a bastion of economical (fiscal growth), private business, and human resources available to any country’s economy, not mention the worldwide popularity of the country involved in this advertising. It is generally acknowledged, that Iran’s economic growth and industrial development occurred after establishment of the petroleum and automobile industries followed by a comprehensive program for international tourism. Iran is listed as one the first 10 countries of the world for travel, and is one of the most interesting countries in the world and in terms of tourist attractions, society, history, historical site (Persepolis). The handicrafts of precious and semiprecious metal and of course the famous Khatam Kari from the artesian of Esfahan; these make Iran one of the top five „must-see“ countries (Salehi, 2014). Tourism is so important in countries where ancient civilization once existed, their remains of these ancient cities with their natural beauty and history that attract the potential tourists.

2. MATERIALS AND METHODS 2.1. Tourism and Its Role in National Development Nowadays, tourism is a part of the infrastructure of any country’s economy the growth and development of tourism is of great importance. Tourism is one of the most profitable and lucrative industries, which create a bastion of economical (fiscal growth), private business,

society, and human resources, direct and indirect, full-time and seasonal employment growth, much like that of like the petroleum industry. This study felt it was necessary to consider the tourism affect on the ramifications of the long-term macro industries such as the agricultural and light industry’s return on their fiscal gain, after staffing and investments were made, the financial gain should not take long (Ibrahimi and Associates, 2009). In recent years, travel and longer trips have increased, due to the comfort and to the ease and comforts of the new aircraft used in today’s travel industry, and the expansion and efficiency of the travel agencies, not to mention the increased advertising of the tourist bureaus. After World War II, aviation would completely alter our way of traveling, in the past, most travel was accommodated by cars, and most vacation travel was done locally and/or nationally (Rahimi and Mohammad, 2012). In 1950, twenty-five million international tourists traveled the world (high light R.B P 2). With the development of tourism, regulations for the industry were necessary, thus the governments became involved, and the creation of a regulatory agency, the Ministry’s of Tourism were created to enforce the regulation for the industry, standards for the resort, travel agencies, and bureaus of tourism. Spatial distribution of tourism supply, that is to say facilities and resources for the tourists are conveniently located, historical towns and attractions and should be centrally located to be the areas of visit as well as the distribution of the local hotels. The location and spatial distribution of the hotels should match with the urban centers and tourist attractions (Taghavi and Ali, 2009). In 2012, international tourists travel to holiday resorts, and local tourist to local-fun-spots, calculated at a Figure of over 1,035,000,000 worldwide. The average 9% share of GDP directly and indirectly related to tourism in those countries, in 2012 and Income equivalent to 3/1 trillion dollars income was seen by those countries(UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition, 2013). In the 1980s, income from tourism internationally has grown faster than many others industries in global trade (Rahimpour, 2012).

2.2. Advertisings and Its Role on Tourism There are various ways to increase the market in the tourism industry. The use of a brand name in getting the public’s attention works well or method of regional cooperation in tourism (Rong and Mu, 2013), however, the use of advertising as the primary means of success requires a carefully analysis of the tools in the fields of scientific, social and economic behavior. Advertising is defined as the activity or profession of producing advertisements for commercial products or services (Moradkhani, 2014). The tourism industry must use advertising as the primary tool for its professional gain. The successful promotion of tourism in each country is based on cultural values, and the professionals understanding of advertising and its values. Professional advertising can be seen as a winning tool for the economic development both inside and outside of the given country. Inappropriate, insufficient, inadequate advertising can be waste of money and energy. The advertiser is required to identify the target audience and tourism and which will increase tourism, investments and other positive behavior dependent on the volume of the advertising aimed to attract the tourists.

3. CONCLUSIONS As previously stated advertising strategy, have two main pillars, .the message and the selection and use of correct media in which to advertise the message. In addition, the method and language of the advertisement is one of the most basic decisions. Moreover, should logically be printed and or spoken the native language of that country. In addition, an advantage which could be of importance, is to consider the use of the internationally accepted language (i.e. English) when advertising as this may increase the number of interested customers. As stated previously the advertising strategy has two main pillars, to create a message and choosing the appropriate media for advertisers. The method and language of the advertisement is one of the most basic decisions. In addition, should logically be printed and or spoken the native language of that country. Additionally, an advantage which could be of importance, is to consider the use of the internationally accepted language (i.e. English) when advertising as this may increase the number of interested customers.

REFERENCES:

Bigman, A., 2013. 99 designs. Available from <http://99designs.com/designer-blog/2013/03/12/the-best-and-worst-of-the-worlds-tourism-destination-logos/> [Accessed 05 20, 2014]. Coldwell, W., 2013. Theguardian.

Dos, W.R., 2007. Tourism management. First. Translated by Seyyed Mohammad Izadi and Davoud Aerab. Tehran: Publications Office of Cultural Research. Hardy, G., 2009. Downwithdesign. Available from <http://www.downwithdesign.com/logo-design/brands-of-the-land-travel-tourism-logos/> [Accessed 05 07, 2014]. <http://www.wttc.org>, 2014. www.wttc.org; <http://wttc-infographic.org>. [Accessed 7, 27, 2014].

Ibrahimi and Associates, 2009. The effect of advertising on tourists. International tourists in Esfahan. Geography and Development: 139-156.

Ketabchi and M. Mohammad, 2004. Marketing of travel and tourism. Tehran: Feres. Kouching, W., C. Shu-Hui, S. Che-Jen and T. Hsin-Yi, 2007. Move information, stronger effectiveness different group package tour advertising components on web page. Journal of Business Research, 60: 382-387.

**Қулиев Наим Халимович, иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент
Бакаева Мохира Ахроровна, ўқитувчи Бухоро давлат университети**

ОЗИҚ-ОВҚАТ САНОАТИНИ ТРАНСФОРМАЦИЯЛАШ ОРҚАЛИ УНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация. Мақолада озиқ-овқат саноатини трансформация қилиш асосида унинг рақобатбардошлигини ошириш йўналишлари ёритиб берилган. Озиқ-овқат саноати корхоналарининг рақобатбардошлигини ошириш бўйича амалга оширилиши лозим бўлган чора-тадбирлар кўсатиб берилган.

Аннотация. В статье освещены направления повышении конкурентоспособности предприятий на основе трансформации пищевой промышленности. Показаны осуществляемые мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности.

Annotation. The article highlights the direction of increasing the competitiveness of enterprises based on the transformation of the food industry. The measures taken to improve the competitiveness of food industry enterprises are shown.

Калит сузлар: озиқ-овқат саноати, барқарор иқтисодий ўсиш, трансформация, тайёр маҳсулот, рақобат, миллий иқтисодиёт, инновацион ривожланиш, рақобат салоҳияти, ишлаб чиқариш салоҳияти.

Ключевые слова: пищевая промышленность, устойчивый экономический рост, трансформация, готовая продукция, конкуренция, национальная экономика, инновационное развитие, конкурентный потенциал, производственный потенциал.

Keywords: food industry, sustainable economic growth, transformation, finished products, competition, national economy, innovative development, competitive potential, production potential.

Озиқ-овқат саноатида бугунги куннинг энг долзарб масалалари бўлиб трансформация жараёнларини амалга ошириш орқали тармоқ корхоналарини янада ривожлантириш, корхоналар фаолиятининг самарадорлигини ошириш, ишлаб чиқаришни ривожлантириш ва уларнинг экспорт салоҳиятини янада ошириш ҳисобланади. Таъкидлаш жоиз озиқ-овқат саноати корхоналарининг тез суръатлар билан ривожланишини таъминламасдан барқарор иқтисодий ўсишга эришиш ва ижтимоий соҳа муаммоларини ҳал этиш мумкин эмас.

Трансформация жараёнларини амалга оширишнинг илмий асослари ҳақида тўхталиб айтиш мумкинки, трансформация сўзининг луғавий маъноси латинчада Transformatio – ўзгартириш, қайта ташкил этиш маъносини билдириб:

1) таркиб, шакл ва услубларни қайта ташкил этиш, фаолиятнинг мақсадли йўналишини ўзгартириш;

2) айлантиришнинг усулларида бири, халқаро ҳуқуқ нормаларини ички давлат ҳуқуқи нормаларига қайта ташкил қилиш маъноларини англатади.

Трансформация бўйича тажриба босқичма-босқич шаклланиб боради ва натижада озик-овқат саноатида йилдан-йилга трансформация жараёнларининг чуқурлашиб бориши корхоналарининг тез суръатлар билан ривожланишини таъминлайди ҳамда ижтимоий соҳа билан боғлиқ муаммоларини ҳал этишда муҳим роль ўйнайди.

Озик-овқат саноатини трансформациялаш, юқори технологияли қайта ишлаш тармоқларини, энг аввало, маҳаллий хом ашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш асосида юқори қўшимча қийматли тайёр маҳсулотларни ишлаб чиқариш бўйича жадал ривожлантиришга қаратилган сифат жиҳатидан янги босқичга ўтказиш орқали янада модернизация ва диверсификация қилиш, саноат тармоқлари учун самарали рақобатбардош муҳитни шакллантириш ҳамда маҳсулот ва хизматлар бозорида монополияни босқичма-босқич камайтириш, принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш, шу асосда ички ва ташқи бозорда миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш мазкур йўналишнинг энг муҳим ва устувор вазифалари ҳисобланади.

Озик-овқат саноатини трансформациялаш, юқори технологияли қайта ишлаш тармоқларини, энг аввало, маҳаллий хом ашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш асосида юқори қўшимча қийматли тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқариш бўйича жадал ривожлантиришга қаратилган сифат жиҳатидан янги босқичга ўтказиш орқали янада модернизация ва диверсификация қилиш, саноат тармоқлари учун самарали рақобатбардош муҳитни шакллантириш ҳамда маҳсулот ва хизматлар бозорида монополияни босқичма-босқич камайтириш, принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш, шу асосда ички ва ташқи бозорда миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш ҳам мазкур йўналишнинг энг муҳим ва устувор вазифаларидандир. Саноат корхоналарининг бозорда эгаллаган ўрни мустаҳкамлиги уларнинг ишлаб чиқарган маҳсулотлари рақобатбардошлиги ҳамда рақобатлаша олиш имкониятлари билан ўлчанади.

Ўзбекистонда озик-овқат саноатининг ривожланиш кўрсаткичларига эътибор қаратадиган бўлсак, 2019 йилда озик-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг улуши ишлаб чиқарадиган саноат таркибида 13,9 % ни, унинг физик ҳажм индекси 10,9 % ни ташкил этган бўлса, 2020 йилда озик-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг улуши 13,9 % ни ташкил этди, 2019 йилга нисбатан физик ҳажм индекси 8,7 % га ошди ва ишлаб чиқариш ҳажми 42 388,2 млрд. сўмни ташкил этди¹.

Бугунги кунда жаҳон озик-овқат бозорларига ўз маҳсулотларини экспорт қилувчи товар ишлаб чиқарувчилар олдида турган энг муҳим вазифалардан яна бири маҳсулотлар рақобатбардошлик даражасини баҳолай олиш ва тўғри аниқлашдир. Рақобат муаммоси бугунги кунда энг кўп муҳокама қилинадиган мавзулардан бирига айланиб бормоқда. Чунки ички ва ташқи бозорларда рақобат муҳити кундан-кунга кучайиб, рақобатлашиш чегараси фирмалараро рақобатдан тармоқ, мамлакатлар ва ҳудудлар доирасигача кенгайиб кетди.

Бугунги кунда мамлакатимизда озик-овқат саноати корхоналари фаолиятини трансформациялаш бўйича дастлабки ишлар амалга оширилди, жумладан Вазирлар Маҳкамасининг 2020 йил 7 июлдаги фармойиши шунингдек, Президентнинг 2020 йил 27 октябрдаги Фармони ижросини таъминлаш доирасида «Coca-Cola Bottlers Uzbekistan, Ltd» МЧЖ устав капиталидаги давлат улуши (57,118% миқдорда) Туркиянинг Coca-Cola

¹ Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг маълумотлари

icesek kompaniyasiga 252,28 million dollarга sotildi. «Coca-Cola Bottlers Uzbekistan, Ltd» MЧЖдаги davlat ulushini sotish jarayoni umumyatrof etilgan, mamakat qonunchiligiga zid bulmagani, xalqaro amaliyotga muvofiq manfaatdor xaridorlar uchun oshkoralik tamoyillari asosida tashkil etildi.

Milliy iqtisodiyatning barqaror va samarali faoliyat yuritishini ta'minlash, uning ushbu sur'atlarini jahonda rivojlangan mamakatlar darajasiga k'utariq, turli siyosiy va iqtisodiy uzgariqlar, jahon bozori kon'yunkturasida tebraniqlar, inqiroz holatlariga nisbatan “chidamlik”, mustaqil rivojlanish salohiyati aynan iqtisodiyatning turli tarmoqlarida tub islohotlar va ularning natijalariga bog'liq buladi. Ayni vaqtda oziq-ovqat sanoati sohasini tubdan yangilash va modernizatsiya qilish ijtimoiy-iqtisodiy hayatning bosqa soxalarida uzgariqlarga chambarchas bog'liq holda amalga oshiriladi. Ya'ni, barcha soxa va jabxalarda jadal islohot va transformatsiya jarayonlarining amalga oshirilib kelishida izchillik va mantiqiy muvozanatni ta'minlash alohida muhim urin tutaadi.

Iqtisodiyat va mamakat hayatining bosqa soxalarini transformatsiya qilish, eng avvalo, ushbu jarayonlarda ish tashkil etadigan, ularni amalga oshiradigan va doimiy ravishda takomillashtirib boradigan jamiyat a'zolarining dunyodan, ongu tafakkurining uzgariqi, ularning demokratik islohat jarayonlarida faolligi oshishiga bevosita bog'liqdur. “Iqtisodiyatning etakchi tarmoqlarini modernizatsiya qilish va ishlab chiqarishni diversifikatsiya etish borasida Prezidentimizning 2019 yil 29 iyulda “Qishloq x'ujaligi mahsulotlarini chuqur qayta ishlab chiqarish va oziq-ovqat sanoatini yanada rivojlantirish b'uyicha k'ushimcha chora-tadbirlar t'ug'risida”gi PQ-4406 – sonli Qarori muhim ahamiyat kasb etadi”¹.

Bundan asosiy maqsad-mamakatimizda oziq-ovqat sanoatini barqaror, jadal va mutanosib ravishda rivojlantirish, diversifikatsiya qilish va mahsulotlarni eksport salohiyatini ushbu ishga iynaltirilgan tarkibiy uzgariqlarni chuqurlashtirish, oziq-ovqat sanoati tarmoqlari, kompleks va korxonalarini modernizatsiya qilish, ishlab chiqarishni texnik va texnologik yangilash asosida ularning samaradorligi hamda raqobatbardoshligini yanada oshirishdan iborat. Bazar iqtisodiyatida jamiyat ehtiyojlarini qondirishga iynaltirilgan har qanday x'ujalik faoliyati maqsadga muvofiq hisoblanadi. Shu nuqtai-nazardan oziq-ovqat sanoati bazar x'ujalik yuritishi tizimida alohida urin tutaadi.

Rivojlanaётган iqtisodiyat ehtiyoji bilan shartlangan muqarrar tabiiy siljishlar ayniqsa, oziq-ovqat sanoati tarmoqlarida jadal kechmoqda, bu ishlab chiqarishni diversifikatsiyalashni doimiy ravishda amalga oshirish bilan bir qatorda mazkur tarmoqni rivojlantirishni raqabatlantiradi.

Innovatsion rivojlantirishning hozirgi bosqichida oziq-ovqat sanoatini transformatsiya qilish va rekonstruksiyalash, birinchi galda, tarmoqning ijtimoiy ahamiyatligidan kelib chiqib juda muhim hisoblanadi. Oziq-ovqat sanoatining texnologik uskunalarini takror ishlab chiqarish sur'atlari innovatsion uzgariqlar sur'atlariga va raqobat bozori talablariga mos kelishi kerak. Asosiy fondlar faol qismining ulushi ular umumiy qiymatining taxminan yarmi tashkil qiladigan ushbu tarmoq uchun har yillik yangilash sur'atlari kamida 10 foiz, texnologik uskunalarini takror ishlab chiqarish sur'atlari esa 15-20 foiz darajasida bulishi kerak.

Rivojlangan mamakatlar tajribasi shuni k'rsatmoqda, iqtisodiy klasterlar uchun mahsulotlar raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Shu munosabat bilan respublikamiz oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish uchun jahon iqtisodiyoti amaliyotida keng tarqalgan klasterli endashuvni k'yllash katta qiziqish uifotadi.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чуқур қайта ишлаш ва озиқ-овқат sanoatini yanada rivojlantirish b'uyicha k'ushimcha chora-tadbirlar t'ug'risida”gi PQ-4406–sonli Qarori. 2019 yil 29 iyul.

Рақобатбардош тармоқлар кластерларининг мавжуд эмаслиги республиканинг миллий устунлиги учун заифликнинг жиддий унсури ҳисобланади, чунки кластерлар минтақавий ривожланиш, катта ва кичик бизнеснинг ўзаро ҳамкорлиги учун база ҳисобланади. Шунинг учун ҳукуматнинг барча саъй-ҳаракатлари алоҳида корхоналар ва тармоқларни қўллаб-қувватлашга эмас, балки таъминотчилар билан истеъмолчилар ўртасида, яқуний истеъмолчилар билан ишлаб чиқарувчилар ўртасида ўзаро муносабатларни ривожлантиришга йўналтириши керак. Кластер ҳукумат ва бизнеснинг ташаббуслари асосида шаклланади. У ёки бу тармоқда кластерни шакллантириш миллий иқтисодиёт учун стратегик аҳамиятга эга, чунки кластер ички ўсишга асос солган ҳолда бутун занжирни ўз ортидан эргаштириши мумкин бўлган бўғин ҳисобланади.

Озиқ-овқат саноатида трансформация жараёнларини амалга оширишда, хусусан янги ишлаб чиқариш қувватларини яратишда хусусий, шу жумладан хорижий инвесторлар ва технологик шерикларни жалб қилишни назарда тутувчи “Озиқ-овқат саноатида технологик кластерларни яратиш бўйича очиқ ҳамкорлик дастури”ни ишлаб чиқиш керак бўлади Унга асосан:

янги ишлаб чиқариш қувватларини (лойиҳаларини) кластерларнинг таркибида йирик технологик мажмуаларга туташ ҳудудларда ёки бўш майдонларда тендер (танлов)лар асосида жойлаштириш;

юқори қўшимча қийматга эга тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқариш қувватларини кимёвий хом ашё ва ярим тайёр маҳсулотлар негизида яратиш амалга оширилади.

Ҳар қандай хўжалик юритувчи субъектнинг ривожланиш даражаси кўп жиҳатдан эришилган рақобат салоҳияти даражаси билан белгиланади, бу ривожланишнинг замонавий шароитида биринчи навбатда табиий ресурсларнинг мавжудлиги, юқори технологияли иқтисодиёт тармоқлари, ривожланган инфратузилма, сезиларли потенциал бозор талаби, арзон меҳнат кабиларга боғлиқ. “Рақобат салоҳияти” ва “ишлаб чиқариш салоҳияти” тушунчаларини таққослайдиган бўлсак, собиқ озиқ-овқат ишлаб чиқариш учун ресурслардан оптимал фойдаланиш ишлаб чиқариш салоҳиятидан кенгроқ ва мураккаброқдир.

Ҳозирги шароитда нафақат соҳанинг рақобатбарда устунликларини аниқлаш ёки шакллантириш, балки келажақда унинг барқарорлигини таъминлаш ҳам муҳим аҳамиятга эга. Рақобат афзалликлари паст ва юқори даражадаги афзалликларга бўлинади. Тадқиқотлар кўрсатдики, маҳсулот ва хизматларнинг инновацион сифати, ишлаб чиқариш жараёнларини инновацион таъминлаш ва маҳсулотни бозорда тарғиб қилишнинг инновацион усулларига асосланган рақобат афзалликлари барқарор ҳисобланади.

Тадқиқотлар натижасида бу соҳани бир неча жабҳаларида муаммолар мавжудлигига амин бўлдик ва бу муаммолар озиқ-овқат саноатини ривожланишига тўғридан-тўғри салбий таъсирини кўрсатмоқда.

Ўзбекистонда озиқ-овқат хавфсизлигининг асосларини қонуний мустаҳкамлаш мақсадида 2019 йил 25 мартда 2019-2024 йилларда мамлакатда озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш миллий дастури қабул қилинди. Мамлакатда озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий ҳолатини барқарор ривожлантириш, фуқароларнинг соғлиғи ва ҳаётини яхшилаш, миллий хавфсизлиги ва мамлакат мустақиллигини барқарор сақлашнинг асосий йўналишларидан бирига айланди.

Мазкур йўналишда республикада аҳолини сифатли озиқ-овқат маҳсулотлари билан барқарор таъминлаш, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштирувчиларни қўллаб-қувватлаш бўйича стратегик жиҳатдан мақсадли ҳамда изчил чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Ўзбекистон иқтисодиётининг озиқ-овқат саноати тармоғида узоқ муддатли истиқболда рақобатбардошликни ошириш учун қуйидаги йўналишларга кучларни ва ресурсларни қаратиш лозим:

иқтисодиётни модернизация қилиш ва таркибий ўзгаришларни чуқурлаштириш, иқтисодий ўсишнинг инновацион омилларини ошириш, ЯИИМда моддий ва энергия

сиғимини 2 баробар пасайтириш ҳисобига мамлакат иқтисодиётини сифат жиҳатдан янги босқичга ўтиши орқали иқтисодий ўсишнинг барқарор юқори даражасини таъминлаш;

озик-овқат саноат корхоналарини модернизация қилишнинг биринчи навбатдаги объекти инновацион маҳсулотга бўлган талабни таъминлашга қодир таркиблар, давлат таълим стандартларига риоя қилиш, инновация инфратузилмаси ривожланиши учун зарур бўлган қулай инвестицион муҳит ва бошқа барқарор иқтисодий ўсиш элементлари бўлиши лозим;

озик-овқат саноатида янги маҳсулот турлари ва юқори технологияларни ишлаб чиқишни ўзлаштириш асосида ташқи бозорда маҳаллий товарларнинг рақобатбардошлигини ошириш;

саноат ишлаб чиқариши, биотехнология, информатика ва нанотехнологиядаги янги кашфиётларни қўллашга асосланган ҳамда миллий иқтисодиётнинг кўпгина тармоқлари ва соҳаларида катта салоҳиятга эга бўлган энергия ва сув тежайдиган технологияни жорий этиш ва бошқалар.

Хулоса ўрнида таъкидлаш лозимки, юқоридаги чора-тадбирларни комплекс амалга ошириш мамлакатимизда ишлаб чиқарилган озиқ-овқат саноати маҳсулотлари билан ички истеъмол бозорини тўлдиришда, қишлоқ жойларида замонавий юқори унумли техника ва технология билан жиҳозланган қайта ишловчи ихчам корхоналарни жадал барпо этишда озиқ-овқат саноатини ривожлантиришга ўз ҳиссасини қўшади.

Фойдаланилган адабиётлар руйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг маълумотлари
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чуқур қайта ишлаш ва озиқ-овқат саноатини янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4406–сонли Қарори. 2019 йил 29 июль.
3. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы- М.: «НОВОСТИ», 2000
4. М. Портер. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. М.: «Альпина Паблицер», 2008. 5. Porter M. E. How Competitive Forces Shape Strategy // Harvard Business Review, March/April 1999.

Арипов Ойбек Абдуллаевич
и.ф.д., “Иқтисодиёт” кафедраси мудири, НамМҚИ

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ АСОСИДА ИШБИЛАРМОНЛИК МУҲИТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Мақолада рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши натижасида ишбилармонлик муҳитини янада кенгайтиришга олиб келадиган мулоҳазалар юритилган.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, ишбилармонлик муҳити, кичик бизнес, тадбиркорлик, виртуал муҳит.

Аннотация: В статье рассматривается дальнейшее расширение деловой среды в результате развития цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, деловая среда, малый бизнес, предпринимательство, виртуальная среда.

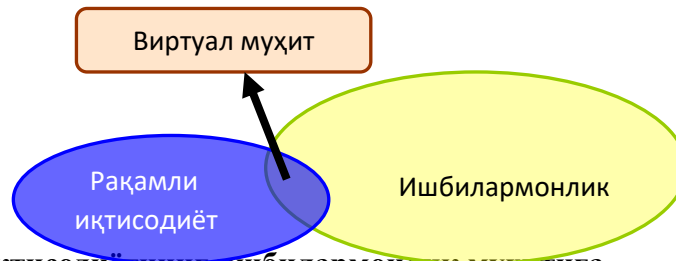
Abstract: The article discusses the further expansion of the business environment as a result of the development of the digital economy.

Key words: digital economy, business environment, small business, entrepreneurship, virtual environment.

Иқтисодиёти барқарорлашиб борган ҳар бир мамлакатда ишбилармонлик муҳитининг тобора ривожланишига рақамли иқтисодиётнинг таъсир кўлами сезиларлироқ

бўлиб бормоқда. Айниқса глобал ривожланаётган иқтисодий муносабатлар тобора кўпроқ виртуал муҳитда амалга оширилмоқда, бу эса жаҳон иқтисодиётининг ривожига ўзининг ижобий таъсирини кўрсатмоқда.

Фикримизча, ишбилармонлик муҳитининг ривожланишига таъсир кўрсатаётган рақамли иқтисодиёт туфайли виртуал муҳит ташкил топмоқда. Бошқача қилиб айтганда, рақамли иқтисодиёт тушунчаси бизнинг ҳаётимизда тобора оммалашиб, виртуал муҳит орқали ишбилармонлик муҳитини қулайлаштиришдаги аҳамияти ортмоқда (1-расм).



1-расм. Рақамли иқтисодиётнинг ишбилармонлик муҳитига таъсири туфайли виртуал муҳитни пайдо бўлиши¹

Шундай қилиб, виртуал муҳит ишбилармонлик муҳитининг таркибий қисмига тобора кириб бормоқда ҳамда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини фаоллаштиришга кўмаклашмоқда. Бошқача айтганда, ахборот-коммуникация технологиялари асосида бизнесни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари уни янги электрон шаклдаги муҳитнинг ривожланишига олиб келмоқда. Ҳаётимизда рақамли иқтисодиёт тушунчаси оммалашиб борар экан, келажакда моддий жиҳатдан ҳам ўзига хос қулайликлар яратиб боради. Кўпчилик нақдсиз тўловларни амалга оширишга ва онлайн харид қилишга ўрганиб бормоқда. Рақамли иқтисодиёт моҳиятини шундай тушунтириш мумкинки, келажакда у инсонни деярли барча соҳалардаги фаоллигини оширади.

Дарҳақиқат, кўпчилигимиз нақд пуллик савдолашишдан кўра онлайн тарзда харид қилишга ўрганиб бораёلمиз. Хўш рақамли иқтисодиётнинг аҳамияти нимадан иборат ва унинг кўлами қандай?

Иқтисодиётнинг рақамли тури одатда қандайдир модель кўринишида муайян миқёсда фаолият кўрсатади. Масалан, бозор субъектларининг электрон шаклдаги турли иқтисодий алоқалари, онлайн тарздаги савдо-сотиклар, аҳолига виртуал хизматлар кўрсатиш, умуман электрон тарздаги инфратузилмаларининг кенгайиб бораётганлиги, шулар жумласидандир.

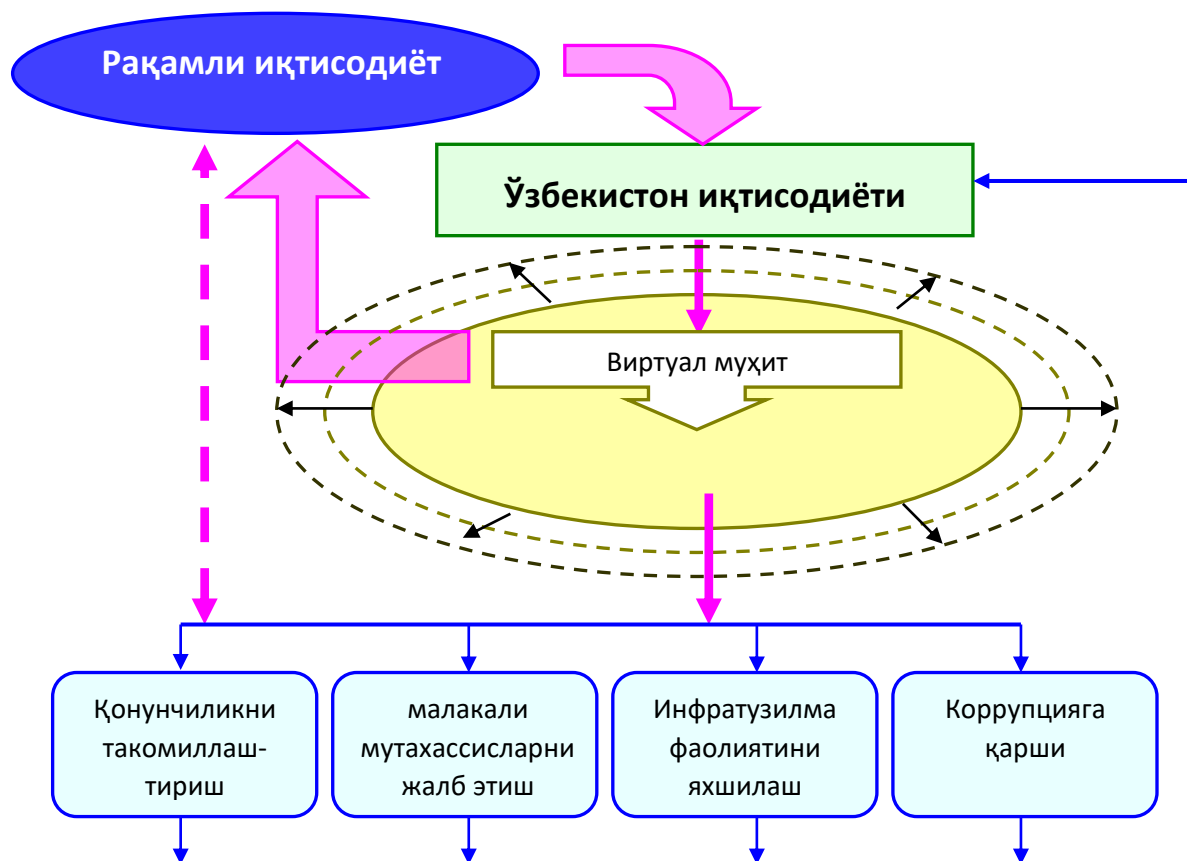
Ўзбекистон иқтисодиётида рақамли иқтисодиёт туфайли юзага келган виртуал муҳит ўз-ўзидан ишбилармонлик муҳитининг кенгайишига олиб келмоқда. Аммо ишбилармонлик муҳитининг кенгайишида қонунчиликни такомиллаштириш, малакали мутахассисларни жалб этиш, инфратузилма фаолиятини яхшилаш, коррупцияга қарши курашиш каби омилларнинг аҳамиятини алоҳида эътироф этиш зарур деб ҳисоблаймиз (2-расм).

Дарҳақиқат, рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши кичик бизнес субъектларининг ички ва ташқи муҳитига таъсир қилиб, уларнинг ишчанлик фаолиятини оширади. Ахборот-коммуникация технологиялари такомил-лашиб борган сари рақамли иқтисодиётнинг кўлами кенгайиб, корхоналар янгидан-янги виртуал бозорларни ўзлаштириш имкониятига эга бўладилар. Ахборот технологиялари ёрдамида харажатларни камайтириш ва иқтисодиётнинг кўплаб тармоқларида меҳнат самарадорлиги ҳамда унумдорлигини ошириш имконияти пайдо бўлмоқда.

Фикримизча, кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларининг фаолиятида ахборот инфратузилмаси – иқтисодий фаолиятни амалга ошириш учун зарур бўлган

¹ Расм муаллиф томонидан ишланган.

маълумотларни тўплаш ва синтез қилиш билан шуғулланадиган агентликлар ва фирмалар алоҳида рол ўйнайди.



2-расм. Рақамли иқтисодиёт таъсирида ишбилармонлик муҳитининг кенгайиши механизми¹

Демак, рақамли иқтисодиёт – бу ишлаб чиқариш мажмуаси яъни, маҳсулот ва хизматларни яратувчи ишлаб чиқариш тизими сифатида, инсоннинг ёки аҳолининг бекаму кўст ҳаётини таъминлайдиган қандайдир кибер-моддий тизим асосидаги иқтисодиёт.

Халқаро миқёсда рақамли иқтисодиёт – бу хўжалик юритувчи субъектлар ўртасидаги муносабатларнинг тармоққа уланган тизимли равишда ташкиллаштирилган тизимдир. Бу тизим янги ахборот, технологиялар ва маҳсулотлар яратиш, телекоммуникация хизматлари, электрон бизнес, электрон тижорат, электрон бозорлар, масофавий хизмат кўрсатиш ва бошқа компонентларни яратиш ва улардан фойдаланиш соҳасини ўз ичига олади.

Аксарият хорижий ишбилармонлар рақамли иқтисодиётдан кенг фойдаланган ҳолда, ўзларининг бизнеслари учун янги-янги имкониятларни келтириб чиқариш ҳақида ўйлайдилар. Аммо маҳаллий тадбиркорларимиз рақамли иқтисодиёт тўғрисида ҳали тор доирадаги дунёқарашга эгалар. Масалан, иқтисодий фаолият турлари бўйича жами кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарининг атиги 3 фоизи ахборот ва алоқа тармоғига тўғри келади². Хусусан, жаҳон мамлакатларида АКТ ривожланишининг 2017 йилги индекслари ҳисобланганда Ўзбекистон индекси 4,90 га тенг бўлиб, дунё бўйича 95-ўринда турибди³. Аммо шунини қайд этиш керакки, мамлакатимизда рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши ишбилармонлик муҳитининг қулайлашувига жуда

¹ Расм муаллиф томонидан ишланган.

² Қаранг: Баймуратова Л.Р., Долгова О.А., Имаева Г.Р., Гриценко В.И., Смирно К.В., Аймалетдинов Т.А. Цифровая грамотность для экономики будущего / Аналитический центр НАФИ. –М.: Издательство НАФИ, 2018. – 86 с.

³ Абдурахманов К.Х. Рақамли иқтисодиёт: Жанубий Корея тажрибаси ва ундан Ўзбекистонда фойдаланиш истикболлари. № 4 (124)-2018. // <http://www.biznes-daily.uz/ru/birjaexpert/58192>

салмоқли ижобий таъсир кўрсатиб борапти. Қолаверса, халқаро бизнеснинг ривожланишида инновацион тарзда жуда муҳим роль ўйнамоқда.

Айнан рақамли иқтисодиётнинг ўзи энг янги инновацияларни ўз ичига қамраб олмақда. Аксарият хорижий ишбилармонлар рақамли иқтисодиётдан кенг фойдаланган ҳолда, ўзларининг бизнеслари учун янги-янги имкониятларни келтириб чиқариш ҳақида ўйлайдилар. Худди шундай маҳаллий тадбиркорларимиз ушбу соҳани ўзлаштириш зарурлигини аллақачон тушуниб етганлар. Чунки инновацион тадбиркорликнинг янгича босқичини ўзлаштириш орқалигина рақобат муҳитида илғор бўлиш мумкин.

Ҳозирги даврда ахборот-коммуникация технологиялари соҳасида туб ўзгаришлар рўй бермоқдаки, турли йўналишдаги компанияларнинг иқтисодий фаолиятида бу каби ўзгаришлар, у ёки бу тарздаги аксини намоён қилмоқда. Интернет туфайли кичик корхоналар, микрофирмалар, хаттоки янги ташкил этилган тадбиркорлик субъектлари ҳам ўз маҳсулотларини жаҳон бозорларига олиб чиқиш ва сотиш имкониятларига эгадирлар. Хаттоки кичик сармоялар асосида янги корхоналар пайдо бўлмоқда ва улар тез ривожланиб бормоқдалар. Ривожланган мамлакатларда рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши туфайли кичик бизнес субъектларининг аксарияти учун қулай муҳит тобора кенгайиб бораётганлигини англатади.

Баъзи тадбиркорлар бугунги кунда компьютерда мавжуд вазифаларни соддалаштириш учун технологиядан фойдалансалар ҳам, аслида рақамли иқтисодиётни янада ривожланганроқ деб тушуниш даркор. Чунки фақат анъанавий равишда қўлда ёки аналог қурилмаларда бажариладиган вазифаларни амалга ошириш учунгина компьютерни ишлатиш ярашмайди. Ундан кенгроқ фойдаланиш керак. Рақамли иқтисодиёт кичик бизнес субъектларига ва тадбиркор шахсларга ўз вазифаларини аввалгидан кўра тезроқ, сифатлироқ ва замонавийроқ бажариш учун технологиядан фойдаланиш имконияти ва эҳтиёжларини таъминлаб беради.

Бирок, шу билан бирга, рақамли иқтисодиётни ҳисобга олган ҳолда бозорда кичик корхона ёки микрофирмаларнинг иқтисодий аҳволи тобора қийинлашиб қолаётган вазиятни ҳам инкор этиб бўлмайди. Бундай вазият айниқса, бозор тизимига асосланиб бораётган МДХ мамлакатлари иқтисодиётида сезилмоқда. Дарҳақиқат, ривожланаётган мамлакатларда рақамли иқтисодиётнинг амалиётга жорий этилишида муаммолар мавжуд. Корхоналарда стратегик қарорлар қабул қилишда хавф-хатар ва таваккалчилик даражаси ошиб бормоқда. Бу эса бозор конъюктурасини барқарорлашишига салбий таъсир қилиб, бундай вазиятни технологик даражадаги динамик ўзгаришлар, рақобатнинг ортиши билан изохлаш мумкин. Бу каби иқтисодий жараёнларни тартибланиш учун иқтисодиётга давлатнинг таъсири керак бўлади.

Рақамли иқтисодиёт бугунги кунда жуда муҳим тармоқ бўлиб, жуда катта ўсиш имкониятини бера олади. Бундан ташқари, рақамли иқтисодиётнинг таъсир кўлами ахборот товарлари ва хизматларидан ташқари иқтисодиётнинг бошқа тармоқларини, умуман инсоннинг ҳаёт тарзини ўз ичига қамраб олади. Мобил қурилмаларнинг ривожланиши, хусусан, жамиятдаги интернет тармоғини кенгайтириш имконини берди. Шунинг учун рақамли иқтисодиётдаги рақобат масалалари кичик бизнес субъектлари рақобатида тобора муҳим аҳамият касб этиб бормоқда.

Биз рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши кичик бизнес субъектларининг барчасига тенгдай ижобий таъсир қилади, деган фикрдан йироқдамиз. Чунки рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши тўрт томонлама вазиятни келтириб чиқаради.

Биринчидан, рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши бозордаги муҳитнинг кескинлашувига олиб келади. Бозор субъектлари ўртасидаги ўзаро иқтисодий алоқалар тезлашади, рақобатлашувнинг янги (электрон) шакллари юзага келади. Натижада бозорда айрим фаол ҳаракатланаётган кичик бизнес субъектларига қулай муҳит шаклландек туюлса, ана бошқалари учун ишбилармонлик муҳити ноқулайлашгандек бўлади. Чунки ўз фаолиятини қийин ташкил этадиган кичик бизнес корхоналари ахборотлашган тизимга мослаша олмай қийналади.

Маълумот учун қайд этиш керакки, россияликларнинг 78 фоизи улар учун компьютерда ишлаш табиий ва кундалик жараён эканини айтишган¹. Хусусан, муаллиф томонидан олиб борилган илмий изланишлар натижасида аксарият респондентлар рақамли иқтисодиёт тўғрисида эшитган бўлсалар-да, ўз фикрлари билан тушунтира олмадилар. Лекин сўровномада иштирок этган респондентларнинг 89,6 фоизи (бу рақам фақат сўровномада қатнашганларга нисбатан олинган) компьютерда ишлашни табиий ва кундалик жараён деб биладилар². Бугунги кунда тадбиркорларнинг деярли барчаси интернет тизимидан фойдаланиб келишмоқда. Аммо, уларнинг аксарияти «виртуал алоқа», «рақамли иқтисодиёт» тушунчаларининг қисқача моҳиятини ўз фикрлари билан қайд эта олишмаган. Дарҳақиқат, мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожланиб борса-да, айрим тадбиркорлар (уларни орасида тажрибалилари ҳам бор) рақамли иқтисодиёт самарадорлигини яхши тушуниб етмаяптилар.

Иккинчидан, рақамли иқтисодиётга хос бўлган технологик ўзгаришлар, ишлаб чиқарувчилар ва харидорларнинг бизнес юритишлари учун янги бозор қоидаларининг юзага келиши намоён бўлади. Бундай муҳитда кичик корхоналар янги рақобат стратегияларини қидириши ва рақобат самарадорлигини оширишлари керак. Айнан шу тарзда ишбилармонлик муҳитида янгича ривожланиш босқичи рўй беради. Чунки рақамли иқтисодиётда ҳам ўзига хос инновациялар қўлланилади. Бу эса мазкур соҳани тараққий этишига олиб келади. Ўз навбатида кичик корхоналар ва микрофирмалар янги шароитларга мослашишлари ва ривожланишлари учун рақамли ахборот технологиялари соҳасида ўзларининг билим ва малакаларини оширишлари талаб этилади. Шу тарздагина кичик бизнес субъектлари бозор муҳитида ўз фаолиятларини сақлаб қолишлари мумкин.

Учинчидан, ўз-ўзидан кўриниб турибдики, рақамли технологияларнинг кенг жорий этилиши меҳнат бозорига ҳам ўз таъсирини кўрсатади. Миллий иқтисодиётни деярли барча соҳаларида иқтисодий муносабатларнинг электрон тарзда амалга оширилиши глобал тараққиётнинг навбатдаги кўринишларидандир. Шу муносабат билан бугунги кунда Ўзбекистон Республикасининг Иқтисодиёт ва саноат вазирлиги, Савдо-саноат палатаси миллий иқтисодиётни ривожлантиришга кўмаклашиш мақсадида Ўзбекистоннинг жаҳон иқтисодий тизимига қўшилиши учун барча шароитларни яратишга киришган. Айни даврда глобал бозорда, шу жумладан ишбилармонлик муҳити таркибидаги вертуал муҳитда бизнинг тадбиркорларимизнинг рақобатдошлигини оширишга эришмоғимиз даркор.

Тўртинчидан, ахборот-коммуникация технологиялари тизими ривожланган сари хавфсизлик масалалари ҳам ўзига хос мураккаблашади. Чунки рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши туфайли барча иқтисодий муносабатларда ахборотлар билан ишлаш жараёнлари электронлашади. Айрим тармоқларда роботлашган тизим жорий этилади. Барча вазиятларнинг қарама-қарши томони бўлганидек, ўз-ўзидан электрон муносабатларга хавф туғдирадиган омиллар юзага келади. Масалан, ахборотларни ўғирлаш, тадбиркорларга тегишли бўлган маълумотларга яширинча кириш, банк операцияларига ҳалақит бериш ва шу каби хавфсизлик ҳаракатлари ҳам намоён бўлиши мумкин.

Масалан, 2017 йил сентябрь ойида ўтказилган НАФИ тадбиркорлари-нинг бутун Россия миқёсидаги сўровнома натижалари шундан далолат берадики, 2017 йилда Россия компанияларининг ярми турли хил таҳдидларга дуч келган ва уларнинг 22 фоизи ҳужумлардан молиявий зарар кўришган. Компаниялардаги ўртача йўқотиш миқдори тахминан 300 минг рублни ташкил қилган ва бу бизнеснинг ҳажмига боғлиқ бўлган. Мамлакатда кибер ҳужумларнинг зарари 115 967 204 788 рублни ташкил қилган³.

¹ Баймуратова Л.Р., Долгова О.А., Имаева Г.Р., Гриценко В.И., Смирно К.В., Аймалетдинов Т.А. Цифровая грамотность для экономики будущего / Аналитический центр НАФИ. –М.: Издательство НАФИ, 2018. С.5.

² Ижтимоий сўровнома муаллиф томонидан Наманган, Андижон, Фарғона, Бухоро (Жондор тумани) ва Тошкент вилоятлари бўйича 2019 йил август ойида ўтказилган.

³ <https://nafi.ru/analytics/> Российские компании потеряли не менее 116 млрд. рублей от кибератак в 2017 году.

Шундай қилиб бугунги кунда рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши сабабли қуйидаги жараёнлар юзага келмоқда:

- 1) амалдаги иқтисодий-ижтимоий муҳит изчил автоматлаштирилади;
- 2) бу соҳада ишлай оладиган кадрларни тайёрлашга ўтилади, қолаверса, инсонларни ўз фаолиятида замонавий технологиялардан фойдаланишга тайёрлаш зарурияти келиб чиқади;
- 3) электрон хавфсизликни таъминлаш чоралари жиддийлашади ва рақамли маданиятни ривожлантириш тақозо этилади.

Ўз-ўзидан бундай жараёнлар кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари орасида кенг оммалашиб боради. Шунинг учун янгидан-янги стратегиялар ишлаб чиқиш, рақамли кўникмаларни оммавий шакллантириш ва таъминлаш бугунги куннинг долзарб масалаларидан бири бўлиб қолмоқда.

Электрон ишбилармонлик муҳити – бу бизнес муносабатларига ахборот-коммуникация технологиялари орқали воситачилик қилиш бўлиб, бизнес алмашинувининг турли объектив ва субъектив омилларининг комплекс мажмуидир¹. Аммо бунда электр энергия узлуксизлиги таъминланиши шарт.

Айниқса, ёшлар рақамли иқтисодиётга тегишли янги касбларни ўзлаштиришлари давр тақозосидир. Улар турли технологиялардан фойдаланиш, компьютерлар, интернет, катта миқдордаги рақамли маълумотларга ишлов беришга тайёр туришлари керак. Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши туфайли одамларни бошқа, янада долзарб интеллектуал касбларга йўналтириш талаби кучаяди.

Кичик бизнес субъектлари рақобаланиши учун тижорат корхоналари, хизматга йўналтирилган корхоналар, айниқса, соғлиқни сақлаш тизими, молия, таълим, шунингдек, нотижорат ва давлат муассасаларида ахборот коммуникацион технологияларни жорий эта оладиган, унда бемалол ишлай оладиган мутахассислар зарур бўлади. Айни пайтда, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг энг замонавий ва илмталаб соҳалари инновация ва рақамли технологиялардан фойдаланишда кодир бўлган ходимларга муҳтож.

Шу нуқтаи назарда Ўзбекистон Республикаси Фанлар Академияси, Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги ва тегишли олий ўқув юртлари томонидан, Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаси тизимининг ишчилари учун «Рақамли иқтисодиёт асослари», «Краудсорсинг ва краудфандинг: янги бизнес имкониятлари», «Рақамли бизнес моделларида патентлашнинг ўрни» каби ўқув қўлланмаларини тайёрлаш ва уларни Савдо-саноат палатаси ҳамда тадбиркорлик ва ишбилармонликни бошқариш вақолати бор муассасалар томонидан қўшма ўқув дастурларини жорий этиш ва бу асосда тадбиркорларни ўқитиш мақсадга мувофиқдир.

Рақамли технологияларга ўтиш корхоналар учун ҳам, давлат учун ҳам бир қатор афзалликларга эга. Хусусан, тадбиркорлар учун янги рақамли технологияларни жорий қилишнинг афзаллиги қуйидагилардан иборат:

- энг аввало корхоналарнинг харажатлари қамаяди;
- меҳнат унумдорлиги ошади ва мижозлар билан ишлаш жараёнлари мувофиқлаштирилади;
- кичик бизнес субъектлари ўртасидаги ўзаро иқтисодий муносабатларда тезкорлик ошиши туфайли самарадорлик ортади.

Худди шундай, давлат учун рақамли иқтисодиётнинг афзаллиги қуйидагича:

- маъмурий тартиб-қоидаларни соддалаштиришга ёрдам беради;
- кичик бизнес субъектлари фаолиятини тартибга солишда қулайлик яратади;
- кичик бизнес субъектлари билан давлат ўртасидаги ўзаро муносабатлар яқинлашади ва ўзаро манфаатли муносабатлар чуқурроқ ўрганилади.

Шу билан бирга, тадбиркорлар рақамли иқтисодиёт имкониятларидан тўлиқ хабардор бўлмаганликлари туфайли, янги технологияларни жорий этиш ва ходимларга

¹ Хисаева И.Ш. Формирование инструментария развития предпринимательских структур в электронной бизнес-среде: Автореф. дис. канд. экон. наук. – Уфа: УГАЭС, 2012. –С. 6.

рақамли технологияларни ўқитишга тайёр эмаслар. Шунинг учун кичик бизнес субъектларини рақамли технологияларни ўзлаштиришга ўргатиш ва бизнеснинг рақамли модели афзалликларини тушунтиришга эришиш зарур.

Фикримизча, бизнес юритишда рақамли технологияларни муваффақиятли тадбиқ этиш учун нафақат рақамли технологияларни жорий қилиш, балки бундай технологиялар билан ишлайдиган мутахассисларни етиштириш долзарб масалалардан ҳисобланади. Шу билан бирга, жойларда (давлат бошқарув идораларидан тортиб, оддий кичик корхоналаргача) бизнес жараёнларини яратиш ва маълумотларни ҳимоя қилиш учун энг янги воситалардан фойдаланиш, янги технологияларни ўзлаштиришга қаратилган махсус корпоратив маданиятни яратиш керак. Бизнес соҳасидаги ходимларни доимий равишда ривожланишлари ва ўзларининг рақамли иқтисодиёт тенденциялари тўғрисида билимларини оширишлари учун энг замонавий ва тегишли ахборотларни олишлари керак. Бунинг учун раҳбар ўзи бу соҳани ўзлаштириш учун ва ўз ходимларини мазкур соҳада янги билим ва амалиётга эга бўлишлари учун тренинглар ва қўшимча курсларни ташкил қилиш шароитларини яратиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Хулоса қилиб айтганда, ишбилармонлик муҳитини кенгайтиришда ва қулайлаштиришда рақамли иқтисодиётнинг ўрни ва аҳамиятини алоҳида қайд этиш керак. Бундай иқтисодиёт туфайли ривожланаётган виртуал муҳит ишбилармонлик муҳитининг таркибий қисмига айланиб, кичик бизнес субъектларини фаоллаштиради, узок масофаларни яқинлаштиради, иқтисодий алоқаларни соддалаштиради, турли бошқарув идоралари билан бўлган алоқаларда коррупцияга йўл қўймайди, жаҳон бозорига тезроқ чиқиш имкониятини беради.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Абдурахманов К.Х. Рақамли иқтисодиёт: Жанубий Корея тажрибаси ва ундан Ўзбекистонда фойдаланиш истикболлари. № 4 (124)-2018. // <http://www.biznes-daily.uz/ru/birjaexpert/58192>
2. Баймуратова Л.Р., Долгова О.А., Имаева Г.Р., Гриценко В.И., Смирно К.В., Аймалетдинов Т.А. Цифровая грамотность для экономики будущего / Аналитический центр НАФИ. –М.: Издательство НАФИ, 2018. С.5.
3. Арипов О.А. Монография: Ўзбекистонда кичик бизнесни давлат томонидан тартибга солиш ва ишбилармонлик муҳитини ривожлантириш. –Т.: «Lesson press» нашриёти, 2021. – 236 б.
4. Арипов, О. А. (2017). Современные тенденции развития малого бизнеса и предпринимательства в Узбекистане. *British Journal for Social and Economic Research*, 2(5), 33-40.
5. Арипов, О. А. (2018). ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ И МАСШТАБНЫЕ РАЗВИТИЯ В ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАН. In Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и механизмы формирования и социально-экономическая политика региона (pp. 121-123).
6. Хисаева И.Ш. Формирование инструментария развития предпринимательских структур в электронной бизнес-среде: Автореф. дис. канд. экон. наук. – Уфа: УГАЭС, 2012. –С. 6.
7. <https://nafi.ru/analytics/> Российские компании потеряли не менее 116 млрд. рублей от кибератак в 2017 году.
8. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Промышленная революция](https://ru.wikipedia.org/wiki/Промышленная_революция).

Sharifova Shahloxon Shavkatovna,
tayanch doktorant, Buxoro davlat universiteti

RESTORANLARDA HALOL OVQATLANISHGA BO‘LGAN AHOLINING EHTIYOJI (BUXORO SHAHRIDA O‘TKAZILGAN TADQIQOT NATIJALARI TAHLILI)

Annotatsiya. Halol ovqatlanish nafaqat diniy qadriyat balki bugungi kunda sifat ko‘rsatkichi hisoblanadi. Dunyoda musulmon aholining oshishi bu dinga e‘tiqod qiluvchi davlatlar hamda aholisining asosiy qismi musulmon bo‘lmagan hukumatlar oldida halol ovqatlanish masalasini qayta va qayta yuzaga keltirmoqda. Musulmon sayyohlar hamda musulmon aholining bazaviy ehtiyoji sanalmish halol restoranlarda musulmon-do‘stona xizmatlarning joriy etilishi bugungi kunda dolzarb hisoblanadi.

Аннотация. Халяльное питание сегодня является не только религиозной ценностью, но и показателем качества. Рост мусульманского населения в мире неоднократно ставил вопрос о халяльном питании перед немусульманскими правительствами и большинством населения. Внедрение дружественных к мусульманам услуг в халяль-ресторанах, являющихся базовыми потребностями туристов-мусульман и мусульманского населения, является актуальным на сегодняшний день.

Annotation. Halal food today is not only a religious value, but also an indicator of quality. The growth of the Muslim population in the world has repeatedly raised the issue of halal food with non-Muslim governments and the majority of the population. The introduction of Muslim-friendly services in halal restaurants, which are the basic needs of Muslim tourists and the Muslim population, is relevant today.

Kalit so‘zlar: halol ovqatlanish, halol sertifikat, halol restoran xizmatlari, musulmon-do‘stona qulaylik, xizmat sifati.

Ключевые слова: халяль еда, халяль сертификат, халяль ресторанное обслуживание, удобство для мусульман, качество обслуживания.

Key words: halal food, halal certificate, halal restaurant service, convenience for Muslims, quality of service.

Ushbu maqolaning asosiy maqsadi - aholisining asosiy qismi islom diniga bo‘ysunuvchi hamda ziyorat turizmnini rivojlantirishga katta diqqat qaratib kelayotgan mamlakatimiz restoranlarida halol ovqatlanishni joriy etishda aholining ehtiyoji qay darajada ekanligi, halol tushunchasining iste‘molchilar ongidagi imidji qanday ekanligi hamda halol restoranlar haqida ma‘lumotga eadlik darajasini bilish haqida ma‘lumot olishdir. Iste‘molchilarning fikr-mulohazalariga ega bo‘lish uchun so‘rovdan foydalanildi.

Xulosa qilib aytganda, so‘rov natijalari Buxoro shahridagi restoran industriyasini yanada rivojlantirish uchun yo‘nalishlar va tavsiyalar taqdim etiladi.

Kirish. Hozirgi vaqtda O‘zbekistonda halol oziq-ovqat sohasida cheklangan tadqiqotlar o‘tkazilgan, shu jumladan iste‘molchilar tomonidan halol sertifikatining ahamiyati hamda halol va oziq-ovqat xavfsizligi o‘rtasidagi bog‘liqlik yetarli darajada anglab yetilmagan. Shu sababli, iste‘molchilarga halol ovqatlanish xizmatlarini, shuningdek, halol sertifikatining muhimlik darajasini va iste‘molchilarning halol mahsulot uchun qo‘shimcha to‘lashga tayyorligini o‘rganishga qaratilgan tadqiqotlar o‘z dolzarbligini saqlamoqda.

Tadqiqot maqsadlari va savollar. Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi – halol ovqatlanish sifatining ahamiyatini, iste‘molchilarning halol restoran xizmatlarini olishda qo‘shimcha to‘lovga tayyorligini o‘rganishdan iborat.

Hozirgi kunda butun dunyoda iste‘molchilar halol yorlig‘i yoki sertifikatiga tayanishga moyil bo‘lsalarda, bizning yurtimizda musulmon aholining ko‘pchilikni tashkil etishiga qaramay halol ovqatlanish faqatgina cho‘chqa go‘shidan tashqari boshqa diniy jihatidan taqiqlanmagan hayvonlarning go‘shlarini halol sanash amaliyotda uchraydi. Fikrimizning dalili sifatida bozor rastalarida, restoranlarda va boshqa umumiy ovqatlanish shahobchalarida taom tanavul qilishdan oldin halol sertifikating mavjudligi, taom tayyorlashda faqatgina halollik prinsiplariga rioya

etilib mahsulot tayyorlanishi hamda xizmat ko`rsatilishiga ko`p holatlarda nazarimizdan chetda qolishi kuzatilgan.

Metodologiya. Tadqiqot maqsadlariga erishish uchun quyidagi tadqiqot savollari tuzildi:

1. Halollik prinsipiga sizning munosabatingiz qanday?
 - a) halol mahsulot bu sog`lik uchun foydali
 - b) halol mahsulot bu diniy qadriyat
 - d) halol mahsulot bu milliy qadriyat
 - e) mahsulotning barchasini halol deb bilaman
2. Oziq-ovqat mahsulotlarining halolligini aniqlash bilim ko`nikmalariga egamiz?
 - a) Ha
 - b) Yo`q
 - d) Juda yaxshi emas
3. Ovqatlananda mahsulotlarning halolligiga diqqat qaratasizmi?
 - a) Ha
 - b) Yo`q
 - d) Unchalik emas
4. Halol mahsulotlarni tanlashda qaysi atributlarga diqqat qaratasiz?
 - a) So`yilish usuli
 - b) Sotib olish joyi
 - c) Tanishlarning fikri
 - d) 4. Halol sertifikat
5. Sizning fikringizcha ovqatlanish halol bo`lsa qimmatroq bo`lishi kerakmi?
 - a) Ha
 - b) Yo`q
 - d) Unchalik emas
6. Siz halol mahsulot uchun qo`shimcha (masalan 100 ming so`mgacha ortiqroq) to`lashga tayyormisiz?
 - a) Ha
 - b) Yo`q
7. O`zbekistonda Halol restoranlar haqida ma`lumotga egamisiz?
 - a) Ha
 - b) Yo`q

So`rovda qatnashganlar hamda ma`lumotning yi`g`ilishi. So`rovnoma obyektida Buxoro shahrida yashovchi potensial restoran xizmati iste`molchilarga diqqat qaratildi. Buxoro davlat universiteti jamoasi ya`ni, pedagog-xodimlari, ularning oila a`zolari va talabalardan tashkil topgan 193 nafar ko`ngillilar bu so`rovnomada ishtirok etdilar.

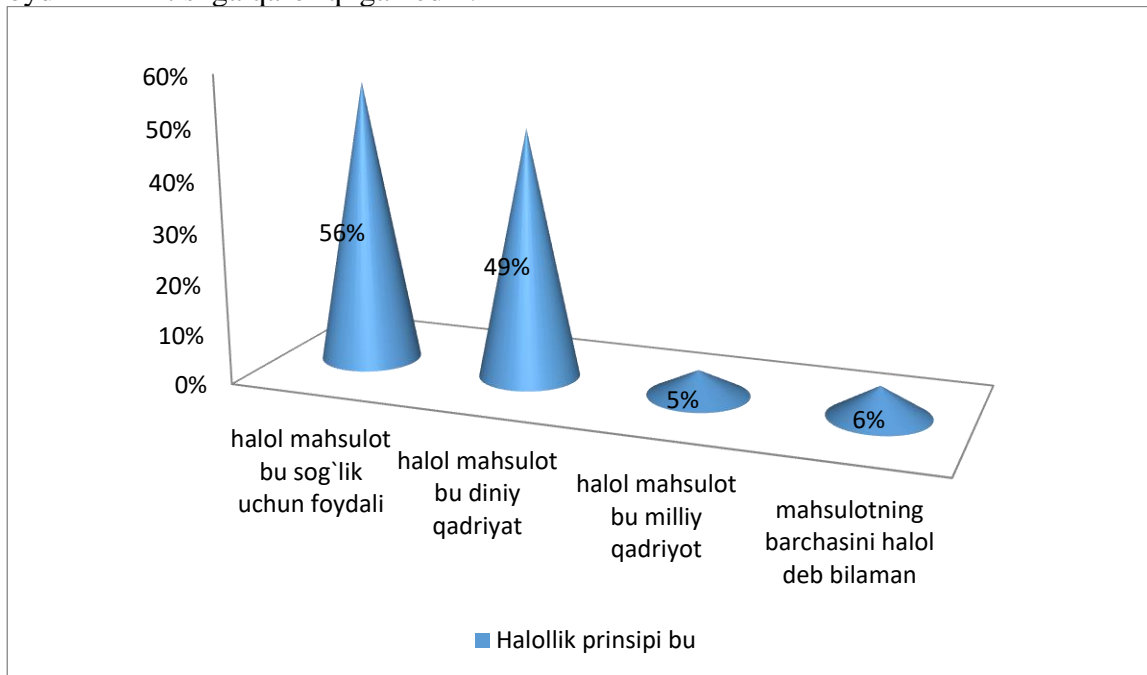
So`rovnoma savollari ijtimoiy tarmoqlardan Telegram messenjeri orqali o`tkazildi. Telegram xorijsiga yo`naltirilgan bo`lishiga qaramay, hozir mintaqamizdagi eng qiziqarli messenjer hisoblanadi. Bu shunchaki shaxsiy xabar almashish vositasi emas, balki kontent va botlarga ega butun bir muloqot platformasi. Mamlakatimizning deyarli barcha davlat va nodavlat tashkilotlari o`zlarining rasmiy hamda norasmiy Telegram guruhlariga orqali muloqotlarni amalga oshiradi. Bundan tashqari Google platformasi instrumentlari asosida tadqiqot o`tkazish ham aholining ziyoli qatlami orasida keng ommalashgan. So`rovnomamizning soddaligini hamda mumkin qadar kengroq auditoriyani jalb etish maqsadida Telegram ijtimoiy tarmog`i online so`rovnomalar panelidan foydalanishga harakat qildik. So`rov 10 kun davomida ijtimoiy tarmoq orqali online tarzda amalga oshirildi. So`rov natijalariga qiziqqanlar tomonidan ssilkalar qo`shimcha Telegram guruhlariga ham taqdim etildi.

So`rov eslatmalari jami 547 nafar a`zosi bo`lgan guruhlariga 3 marotaba yuborildi. Ishtirokchilarni so`rovnomada qatnashishlari ixtiyoriy hamda anonim bo`ldi hamda potensial qatnashuvchilarga so`rov natijalariga daxldorlik hissini uyg`otuvchi so`zlar ishlarildi. 5 nafar restoran menejer xodimlaridan og`zaki tarzda anonym javoblar olindi. Natijada, javob darajasi

35,2% ni tashkil etdi, bu yetarlicha past natija hisoblanadi. Cole (2005), onlayn so'rovlar uchun past javob darajasi ko'rsatkichi asosan kichik biznes vakillarida kuzatiladi. (Uilyam, 2003) Shuningdek, mehmondo'stlik va unga aloqador sohalarda past javob darajasi qayd etiladi (Cho va boshq., 2006; Moncarz & Kay, 2005). Ba'zi ma'ruzalarda javob reprezentativligi javob tezligidan ko'ra ko'proq ahamiyatga ega ekanligi ta'kidlanadi. (Sax va boshqalar, 2003). Shunday qilib, umuman olganda, O'zbekistonda xususan Buxoro shahrida halol restoran xizmatlarida doir tadqiqotlar bugungi kunga qadar yetarlicha o'rganilmaganligi hamda respondentlarning so'rovnomadan hechqanday manfaatdor emasligini hisobga olsak, 35%lik ko'rsatkich yaxshiligiga ishonch hosil qilamiz.

Tahlil va natija. So'rovnomada ishtirok etganlarning 56%i ayollar, 44% erkaklarni tashkil etdi. Ularning yoshi 20-30 yosh (51%), 31-45 yosh(40%) 46 va undan yuqori(9%) ekanligi qayd etildi. Ma'lumot darajasi 7%i o'rta-maxsus, 91%i oliy hamda 2% turli nodavlash tashkilotlari o'quv kurslarida malaka sertifikatiga ega bo'lganlar hissasiga to'g'ri keladi. Oylik daromad haqida so'ralganda respondentlarning 36% 3 mln so'mgacha, 44%i 5mln so'mgacha hamda 20%i 7mln hamda ortiq daromadni qayd etib o'tgan. O'zining maqsadli auditoriyasini bilmagan tadbirkor noma'lum tomonga ko'zi bog'langan holda yurgan sayohatchiga o'xshaydi. Agar oxirida u to'g'ri joyga kelsa, u bir necha marta qoqilib, yiqilib tushadi. Yoki tanlangan yo'l butunlay noto'g'ri bo'lib chiqishi mumkin. Xuddi shunday, biznes rahbari ko'r-ko'rona harakat qilib, odatda birin-ketin xato qiladi. Albatta, stsenariy har doim ham pessimistik emas: intuitiv ravishda qabul qilingan qarorlar ba'zan to'g'ri bo'lib chiqadi. Ammo tan olishingiz kerakki, omadga emas, balki bozor va maqsadli auditoriya haqidagi ob'ektiv ma'lumotlarga tayanib, ataylab harakat qilish ancha xavfsizroqdir. Shunda sizning harakatlaringiz to'g'ri bo'ladi va ularning oqibatlarini oldindan aytilish mumkin. Shu yerda halol ovqatlanishga qiziquvchan segmentning portfoliosi quyidagicha ekanligini ta'kidlash mumkin: asosiy qismi yoshlar va o'rta yosh qatlamlar vakili, oliy ma'lumotli, oylik daromadi \$450-500 atrofida.

Iste'molchilarning halollik prinsipiga munodabati bilish kelajakda halol restoran boshqaruvxhilari va egalari uchun qanday pozitsiya turib faoliyat yuritishi zarurligi haqida muhim ma'lumotni aks ettiradi. So'rovnomamizning 1-savoli orqali aynan shu masalaga oydinlik kiritishga qaror qilgan edik.



1-chizma. Halollik prinsipiga sizning munosabatingiz qanday?¹

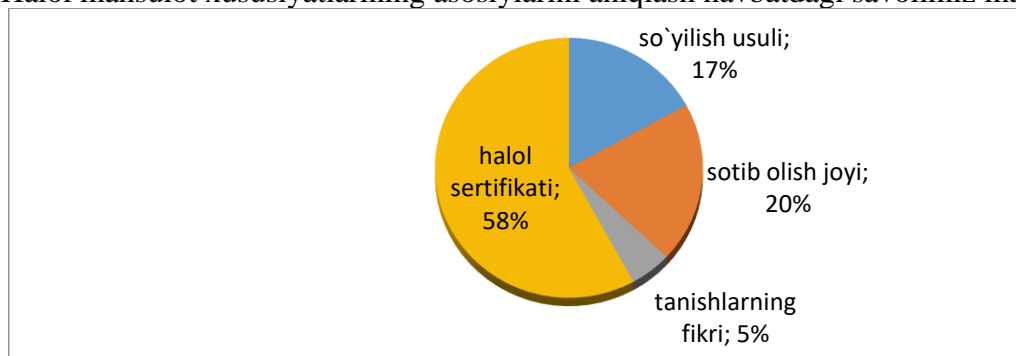
¹ Manba: muallif ishlanmasi

Chizmadan shuni yaqqol ko`rish mumkinki, halol ovqatlanish deganda insonlar avvalo bu mahsulotning turli kimyoviy va sun`iy qo`shimchalardan xoli, sanitar-gigiyenik talablar asosida tayyorlangan va taqdim etilgan oziq-ovqat sifatida qabul qilishadi hamda uni sog`lik uchun foydali deb hisoblashadi. Bu ratsional fikr bo`lib hisoblanadi, nazarimizda. Halol so`zini diniy qadriyatlarga taqash ham tez –tez uchrab turadigan holat. Buning negizi ushbu so`zning arab tilidan kelib chiqqanligiga hamda islom dinidan halol kategoriyasi bilan bog`liq bir qancha masalalarning(halol munosabat, halol savdo, halol taom, halol boylik va h.k.) mavjudligi bilan izohlash mumkin.

Oziq-ovqat mahsulotlarining halolligini aniqlash ko`nikmalariga egalik haqidagi savolga respondentlarning 52% “ha”, 12% “yo`q”, 36%i juda yaxshi emas degan javoblarni belgilashgan. Mahsulotning halolligini aniqlashda xalqaro tajribada bir necha usullar mavjud. Bular: halol sertifikat, laborator qurilmalar va ekspert kifri asosida, mobil qurilmalar va mahsulotlarning QR kodlari asosida, intuitiv va shaxsiy qarashlar asosida (shaxsiy intervyular orqali aniqlangan ma`lumotlar). Insonlarning ko`pchilik qismi halol ovqatlanishga ehtiyoj sezsa, uning halollik darajasini aniqlash ko`nikmalariga ega emas. Restoranlarda ovqatlanish jarayonida insonlar xizmat ko`rsatuvchi personaldan mahsulotda cho`chqa go`shti va hosilalari mavjudligi haqidagi ma`lumotlar bilan kifoyalanishadi. Vaholanki, halol restoranning asosiy hamda bazaviy talablaridan biri halol sertifikatiga ega bo`lish hisoblanadi.

“Ovqatlanganda mahsulotning halolligiga diqqat qaratasizmi?” degan so`rovimizga respondentlarning 83%i “ha, albatta”, 3%i “yo`q”, 14%i ko`p ham “o`ylab o`tirmayman” degan javoblarni berib o`tishgan, ushbu savolga ijobiy javoblaning ko`pligi maqsadli auditoriyani to`g`ri tanlay olganimizdan darak beradi. Ushbu punktdan chiqaradigan xulosamiz, aholining asosiy qismi halol mahsulot iste`mol qilishni istashadi hamda halol restoran xizmatlariga bo`lgan talabning oshib borishidan dalolat beradi.

Halol mahsulot xususiyatlarining asosiylarini aniqlash navbatdagi savolimiz maqsadi edi.



2-chizma. Halol mahsulotlarni tanlashda qaysi atributlarga diqqat qaratasiz?¹

Halol sertifikatini xo`r randalar restoranning xizmatlaridan foydalanishning asosiy vositasi hisoblanadi(58%). Demak, iste`molchilarning asosiy qismi restoranlarda halol sertifikatini mavjudligini asosiy talab deb biladi hamda u mahsulot halollik sifatini ifoda etuvchi asosiy dalil sifatida e`tirof etadi. Shunga qaramay, O`zstandart agentligi mas`ul xodimi bilan telefonda o`tkazgan qayd etib boriladigan rasmiy suhbat jarayonida respublikamizda O`zSTD agentligi tomonidan taqdim etiladigan halol sertifikatini 2021-yil sentyabr oyiga qadar birorta restoran qo`lga kiritmaganligi aytib o`tildi. Restoran menejerlari bilan o`tkazgan anonym suhbat jarayonida ma`lum bo`lishicha, restoranning go`sht va go`sht mahsulotlari yetkazib beruvchi ta`minotchilarining halol sertifikatini taqdim etishi restoran binosi peshtaxtasida “Halol” yorlig`ining osilib qo`yilishiga to`laqonli sabab bo`lar ekan. Jonliqlarning so`yilish usuli, hamda mahsulotning sotil olish joyi kabi xususiyatlar ham oziq-ovqatning halol sanalishiga salmoqli hissa qo`shishini yuqoridagi chizmadan xulosa qilish mumkin.

Halol mahsulotga uning halolligini ko`rsatuvchi belgi uchun iste`molchilarning qo`shimcha to`lovga tayyorligini aniqlash maqsadida navbatdagi savolni tuzdik hamda “Sizning

¹ Manba: muallif ishlanmasi

fikringizcha ovqatlanish halol bo‘lsa qimmatroq bo‘lishi kerakmi?” degan savolga respondentlardan ijobiy javobni 46%, salbiy munosabatni 56% ni qayd etganliklari guvohi bo‘ldik. Ma‘lum bo‘ladiki, restoranlarda halol mahsulotlar hamda halolligi isbotlanmagan mahsulotlar narxлари oradigagi farqni javob berganlarning yarmidan ko‘pi o‘rinsiz deb hisoblaydi. Musulmon davlatlarida o‘tkazgan tadqiqotlarda esa insonlarning halol mahsulotga odatdagidan ortiqcha pul to‘lashga tayyorligi qayd etilgan.

Bizning o‘tkazgan tadqiqotimizdagi biroz salbiy farqni quyidagicha izohlash mumkin:

- Aholimizning asosiy qismi musulmon bo‘lganligi sababli asosiy oziq-ovqat mahsulotlar halol manbadan kelib chiqqanligiga qadriyat sifatida qarash shakllangan;
- Mintaqamiz hududida cho‘chqa boqish nisbatan noqulay bo‘lganligi tufayli, ko‘pchilik halol bo‘lmagan mahsulot asosi hisoblangan ushbu jonzotni boqish va ko‘paytirish qo‘y va sigir boqish va parvarishiga nisbatan qimmatroq bo‘lishi hisobiga halol bo‘lmagan mahsulotlar sanoatda o‘zini oqlamaydi, degan fikri kelib chiqqan;
- Asosiy milliy taomlarimiz ana‘naviy tarkibi halol bo‘lmagan mahsulotlardan xoli ekanligiga milliy qadriyat sifatida qarash izohlangan;
- Aholimizning asosiy qismi musulmon bo‘lganligi sababli oziq-ovqat sanoati va xizmat ko‘rsatish tarmoqlarida ham musulmon odob axloq normalariga asosan ish yuritilishiga ishonch shakllangan;
- Insonlar mahsulotlarning halol ekanligini shaxsiy tajriban kelib chiqib aniqlay olishiga ishonch hosil qilganligi tufayli mahsulotning halolligini dalillovchi yorliqlarni salmoqli deb bilmasligi shakllangan, va b.

46%lik ijobiy mulohazalar esa restoranlar uchun halol sertifikatining mavjudligi uning musulmon iste‘molchilar nazdidagi imidji ortishidan dalolat beradi.

Halol mahsulot uchun qo‘shimcha 100 ming so‘m(o‘rtacha \$10) pul to‘lishga javob beruvchilarning 70% moyillikni ifoda etishgan. 30% javoblar esa halol mahsulot uchun qo‘shimcha to‘lov qilishga tayyormasliklarini ko‘rsatadi. Ya‘ni, ko‘pchilik insonlar restoranda ovqatlanish jarayonida uning halol ekanligini isbotlovchi maxsus belgilar (masalan, halol sertifikati, halol yozuvi, cho‘chqa va alkagol mahsulot birikmalaridan xoli ekanligini bildiruvchi so‘zlar, yozuvlar va h.k.) mavjud bo‘lsa qo‘shimcha to‘lov qilishga tayyor bo‘ladilar. Bu restoran ma‘muriyati uchun halol sertifikatini olishga stimuly bo‘lib xizmat qiladi. Restoranlarda halol sertifikatining mavjud bo‘lishi mahalliy aholi hamda xorijiy sayyohlar uchun halollik, zararsizlik, tozalik belgisi sifatida xizmat qiladi.

Navbatdagi javoblardan kelib chiqadigan bo‘lsak, O‘zbekistonda halol restoranlar haqida ma‘lumotga 44% insonlar, 56%i esa bunday ma‘lumotga ega emasligini qayd etishgan. Yuqoridagi milliy hamda diniy qadriyat sifatida azaldan shakllangan xulq-atvor normalaridan hamda O‘zbekistobda halol sertifikatini joriy etilganligiga hali ko‘p vaqt bo‘lmaganligi hamda bundan aholining asosiy qismi xabardor emasligidan kelib chiqadigan bo‘lsak, restoranlarning halol xizmatlarni keng ommaga taqdim etish hamda halol mahsulotga bo‘lgan talabni rag‘batlantirish uchun marketing amaliyotlarni joriy etish kerakligini taqozo etmoqda. Bunday marketing amaliyotlari sifatida xalqaro oziq-ovqat borodira qo‘llanib kelinayotgan “halol mahsulot-xavfsiz mahsulot”, “halol-sog‘liq garovi”, “halol-ekologik oziq-ovqat” kabi sotuvni siljitivchi dastaklardan foydalanish maqdasga muvofiq deb hisoblaymiz. Buning uchun halol kategoriyasiga nafaqat dininy balki ratsional(oqilona) tushuncha sifatida qarashni shakllantirish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Ahmed W. et al. Consumer behaviour towards willingness to pay for Halal products: An assessment of demand for Halal certification in a Muslim country //British Food Journal. – 2018.
2. Battour, M., Ismail, M., & Battor, M.. Toward a Halal tourism market. Tourism Analysis. 2010

3. Ibrahim, S., & Othman, M. (2014). Developing and validating halal service quality instrument for Malaysian food service establishments: A conceptual paper. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 400–408. doi:10.1016/j.sbspro.2014.04.047
4. Navruz-Zoda, Bakhtiyor, Nutfillo Ibragimov, and Akmal Rakhmanov. "The Destination Marketing Tools For "Seven Sufi Saints of Noble Bukhara" Pilgrimage Cluster." (2017).
5. Nassir Shaari, Jamal Abdul, Muhammad Khaliq, and Fahdlina Aleefah. "Halal restaurant: what makes Muslim in Kuching confident?." *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance & Marketing* 6.1 (2014).
6. Pedro Liberato et al. *Global and Recent Trends in Halal Tourism*. https://www.researchgate.net/publication/343294397_Global_and_Recent_Trends_in_Halal_Tourism
7. Zannierah Syed Marzuki, Sharifah, Colin Michael Hall, and Paul William Ballantine. "Restaurant manager and halal certification in Malaysia." *Journal of Foodservice Business Research* 15.2 (2012): 195-214.
8. Moncarz, E. & Kay, C. (2005). The formal education and lodging management success relationship. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 17(2), 36-45.
9. Maimaiti, M., Zhao, X., Jia, M., Ru, Y., Zhu, S. (2018). How we eat determines what we become: Opportunities and challenges brought by food delivery industry in a changing world in China. *European Journal of Clinical Nutrition*, 72, 1282–1286.
10. National Restaurant Association (2020). *New Research Details Early Impact of Coronavirus Pandemic on Restaurant Industry*.
11. <https://www.outsidethebox.ms/18324/>
12. <https://www.kp.ru/guide/provedenie-oprosov.html>
13. <https://www.crescentrating.com/>

Хакимов Зиёдулла Аҳмадович

ТДИУ, Тармоқлар иқтисодиёти кафедраси докторанти.

Тел: +998939266610

e-mail: z.hakimov@tsue.uz

Ахмадова Райхона Жасурбек қизи

ТДИУ, Маркетинг кафедраси магистри,

Тел: +998 93 056 06 89

САНОАТ КЛАСТЕРЛАРНИНГ РАҚАМЛИ ТРАНСФОРМАЦИЯСИ

Аннотация. Мақолада саноат кластерларнинг рақамли трансформациялашувининг илмий-назарий жihatлари ўрганилган. Саноат кластерларининг рақамли платформага асосланган тарансформация жараёнининг ташкилий механизми тақлиф этилган.

Калит сўзлар: кластер, саноат кластерлари, Саноат 4.0, рақамли иқтисодиёт, агломерация, ERP, суний интеллект

Аннотация. В статье рассматриваются научно-теоретические аспекты цифровой трансформации промышленных кластеров. Предложен организационный механизм процесса трансформации промышленных кластеров на базе цифровых платформ.

Ключевые слова: кластер, промышленные кластеры, Индустрия 4.0, цифровая экономика, агломерация, ERP, искусственный интеллект.

Annotation. The article examines the scientific and theoretical aspects of the digital transformation of industrial clusters. An organizational mechanism for the digital platform-based transformation process of industrial clusters has been proposed

Keywords: cluster, industrial clusters, Industry 4.0, digital economy, agglomeration, ERP, artificial intelligence

XXI аср “Саноат 4.0” асри, чунки у юқоридаги хусусиятларни ўзида мужассам этган ва замонавий глобал иқтисодиётнинг барча долзарб тенденцияларига мос келади. Саноат 4.0 тушунчаси остида турли концепциялар ётади жумладан, сенсорлар ва автоном тизимлар билан жиҳозланган саноат, ўз-ўзини оптималлаштириш ва автоном қарор қабул қилиш қобилиятига эга ақлли завод ва фабрикалар; ақли маҳсулот ва суний интеллект билан ишловчи индивидуаллаштирилган маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқиш; бутун таъминот ва ишлаб чиқариш занжирларини ташкил этувчи глобал таъминот занжири ва.х.к. Умуман олганда “Саноат 4.0”нинг асосий хусусияти глобал вертуал фаолият ва унинг амалий ифодаси сифатида қараш мумкин.

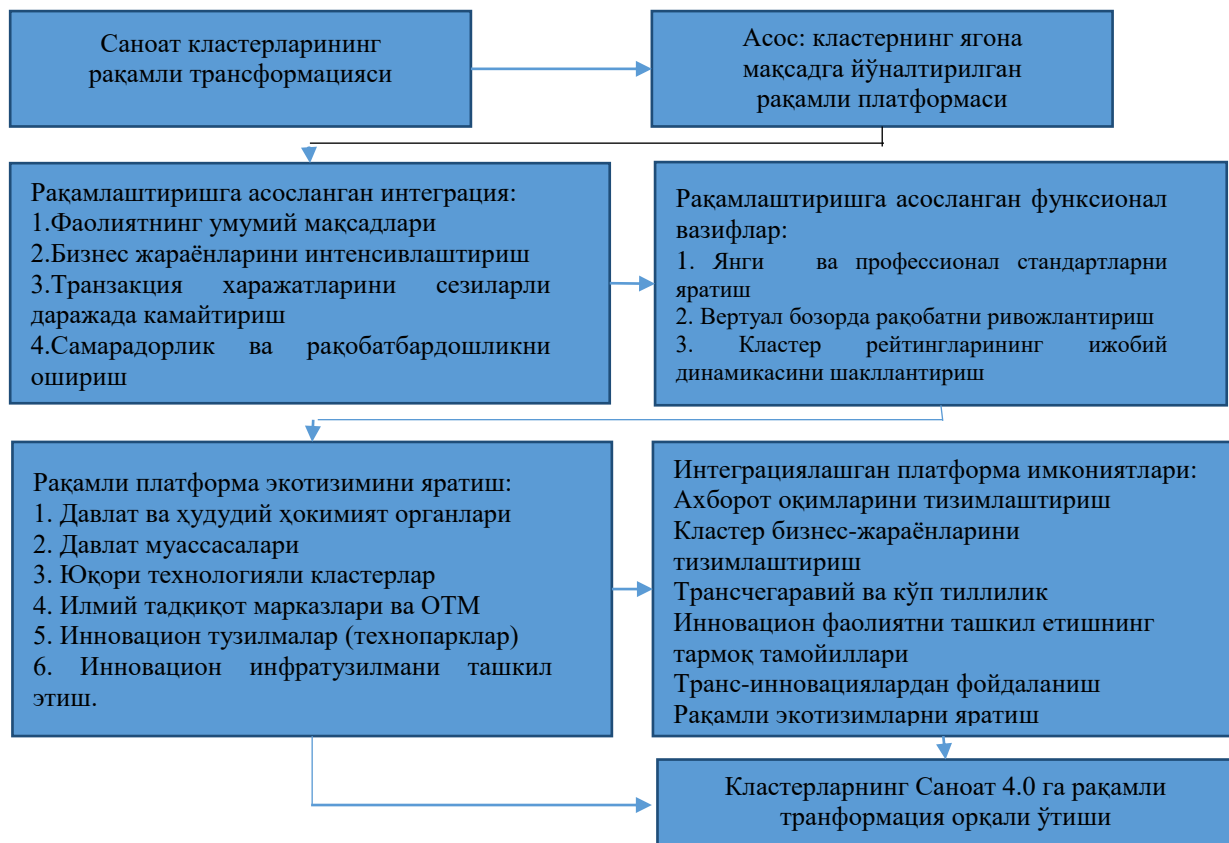
“Саноат 4.0”да робототехника ривожланади, ахборот технологиялари ва саноат ходимлари бир-бири билан чамбарчас боғлиқ бўлиб, реал вақт режимида ишловчи тузулмалар яратилади, ишлаб чиқаришнинг инновацион, янада мослашувчан усулини яратади. Бундай шароитга саноат кластерлари қай даражаси мослашувчан бўлиши лозимлиги борасида олимлар томонидан кўплаб тадқиқотлар олиб борилмоқда. Жумладан, Хонкелдиева К. томонидан амалга оширилган тадқиқотда тўқимачилик саноати кластерлари фаолиятида бошқарувнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштиришга қаралган бўлса,[1] Ешимбетов У. тадқиқотида Чимбой туманида кимё саноати маҳсулотлари ишлаб чиқаришга ихтисослашган саноат кластерларини шакллантириш зарурати асосланган.[2] «Пахта-тўқимачилик» кластерини ташкил қилган ҳолда, ишлаб чиқаришнинг барча бўғини учун ихтисослашган хизмат кўрсатувчи инфратузилмани такомиллаштириш масаласи Абдиева Д. Томонидан[3] тадқиқ этилган. “Ўзбекнефтгаз” акциядорлик жамияти тизими корхоналарида инновацион кластерларни шакллантириш бўйича Тарахтиева Г.[4] тадқиқот олиб борган бўлса, кластер тизими доирасида технологиялар трансферти марказларини ташкил қилиш бўйича Дусматов Б. тадқиқот олиб борган.[5] Юқорида келтириб ўтилган илмий тадқиқотларландан маълум бўладики, Ўзбекистон саноатини ривожлантиришда кластер амалиётидан фойдаланиш энг муҳим йўналиш эканлиги ўз тасдиғини топади. Тадқиқотларда кластерлар нафақат саноатда қўшилган қиймат яратишга қаратилган механизм балки, ўзаро муносабатларга асосланган рақобатда устуңлик яратиш стратегияси, инновацион иқтисодиёт яратиш, фантаълим-ишлаб чиқариш уйғунлигини таъминловчи ва меҳнат унумдорлигини ошириш воситаси сифатида қаралган. Умуман олганда саноат кластерларини Саноат 4.0. асосида ташкил этишнинг аниқ методологик ёндашувлари деярли ўрганилмаган. Жаҳон олимлари томонидан сўнги 3 йил ичида бу борадаги тадқиқотлар кўлами кўпайди. Кластерлар Саноат 4.0 ривожланишига таъсир қиладиган каналларни Götz, M., & Jankowska, B.[6] Тадқиқотларида "Кўникмалар омбори" сифатида қаралади. Кластерлар нафақат университет, илмий, тадқиқот институтлари ёки юқори малакали ишчи кучи каби маълум билим атрибутларига эга, балки билимларни ривожлантириш, тарқатишни осонлаштирадиган механизмларни ҳам таъминлайди.

Саноат кластерларининг асосий стратегик йўналишлари Саноат 4.0 доирасида фақат уларнинг инновацион фаолияти билан боғлиқ эканлиги тўғрисидаги қарашлар Lisa De Propris ва Marco Bellandi[7] тадқиқотларида кўриб ўтилган. Кластерлар истикболда вертуал инновацион хабларга айланиши мумкинлиги бўйича қарашларни Deok Soon Yim ва Wangdong Kim[8] тадқиқотларида илгари сурилади.

Рақамли иқтисодиёни инновацион кластерларсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Иқтисодий адабиётларда рақамли иқтисодиётнинг мавжуд реал иқтисодиётнинг ажралмас қисми сифатида пайдо бўлиши ҳақида кўплаб тадқиқотлар амалга оширилмоқда. Саноатнинг “Саноат 4.0” концепциясидаги асосий роли ишлаб чиқариш жараёнини рақамлаштириш ва ананавий саноат тузилмасидан вертуал бозор тизимига ўтишни назарда тутади. Бу "рақамли экотизим" доирасидаги иқтисодий фаолиятдир.

Рақамли трансформация жараёнида саноат кластерларини ривожлантириш бўйича концептуал схема 1-расмга кўра тавсия этилади. Бунда кластернинг барча иштирокчилари харажатларни камайтириш, бизнес жараёнларини фаоллаштириш ва пировардида бизнес

самарадорлигини оширишга қодир рақамли платформага умумий мақсад йўлида бирлашади ва улар тармоқ ёки ҳудуднинг асосий инноваторига айланади. Рақамли платформалар янги функционал ва профессионал стандартларни яратади, рақобат муҳити шаклланади ва бундай платформа субъектлари рейтингида ижобий тенденцияни кузатилади.



1-расм. Саноат кластерларининг рақамли платформага асосланган трансформация жараёни¹

Рақамли трансформациянинг бошланғич босқичи сифатида таклиф этилаётган рақамли платформа жорий этишнинг асосий афзаллиги - бу бизнес жараёнларини тавсифловчи катта ҳажмдаги (Big Data) маълумотларни ягона марказ орқали ўтишини таъминлаш, қўшимча қиймат яратишни кузатиш ва таҳлил қилиш имконини беради. Ягона платформа реал вақт режимида ишлаб чиқариш занжирини бошқариш ва бозордаги муаммоларни кузатиб бориш имкониятини беради.

Рақамли технологияларнинг саноат ишлаб чиқаришига кириб бориши сезиларли ўзгаришларга олиб келади, жумладан бизнес моделлар ва бизнес жараёнлари ўзгаради, корхона фаолият юритадиган иқтисодий фаолият турлари ёки маҳсулот турлари ўзгаради. Саноатнинг рақобат формати ўзгаради, бозор улуши учун корхоналар ўртасидаги кураш ўз аҳамиятини йўқотади, экотизимлар рақобати ва интеграцияланган рақамли платформалар рақобати юқори ўринга чиқади. Фақат рақамли платформаларга эга бўлган иқтисодий тизимлар янги шароитларга тезда мослаша олади.

Маълумки, ERP тизими ннтеграциялашган маълумотларни бошқариш тизимининг бир қисмидир. ERP тизимлари кластерлар бошқарувда ресурсларни режалаштириш тизимларининг маълумотларини йиғиш ва қайта ишлаш орқали корхоналарни бошқаришни қўллаб-қувватловчи маълумотлар базаси тизими сифатида ҳам маълумдир. Шунингдек, улар "компаниянинг ички ва ташқи бизнес жараёнларини

¹ Муаллиф ишланмаси

оптималлаштиришга йўналтирилган интеграллаштирилган функционал модуллар тўплами" сифатда[9] тақиқотларида қайд этиган. Бугунги кунда ахборот оқимининг интерактивлиги тобора муҳим аҳамият касб этаётганлиги сабабли саноат кластерларининг ишлаб чиқариш жараёнларини бошқаришда уни фаол қўлланилаётганлиги борасидаги қарашлар S. Hamilton[10] томонидан тадқиқот этилган.

ERP тизими – бу корхонанинг иш жараёнларида режалаштиришни, ҳисоб-китобларни ва таҳлилни автоматлаштириш учун интеграциялашган ахборот муҳитини (ИАМ) ташкил этиш имконини берувчи дастурлар мажмуаси саналади. ERP тизимининг модул принципи корхоналарда босқичма-босқич тадқиқот этиладиган ва бир ёки бир нечта функционал модулларни кетма-кет ишга туширишга, шунингдек, фақатгина ташкилотга тегишли бўлганларни танлашга имкон беради. Бундан ташқари, ERP тизимлари модуллари асосида бир нечта ERP тизимлар асосида ечимлар ишлаб чиқариш имконини беради. Модуллар тизими турли йўналишларга ихтисослашган бўлиб, улар қуйидагиларга ихтисослашган: молия, кадрлар, операциялар бўйича модулларга бўлинади.

ERP тизимларини функционал хусусиятларига кўра “Arlington Software Corporation” аналитик тадқиқотлар макази томонидан жами 3600 дан ортиқ меъзон асосида баҳоланади. Ушбу ҳолатлар эса унинг функционал хусусиятлари ишлаб чиқаришни режалаштириш, амалга ошириш борасидаги бошқарувнинг юқори даражада оптимал ечимларни тақлиф этади.

ERP тизимлар учун функционаллик мезонлари билан бир қаторда, ERP II қими бўлган CRM (1,100 дан ортиқ меъзон), PLM (1,300 дан ортиқ меъзон), SCM (2200 дан ортиқ меъзон), BI (1300 дан ортиқ меъзон) ERP-тизимига кирувчи алоҳида тизимлар учун маҳсус мезонлар бўйича иерархик тизимларни тақлиф этади.

Юқоридагилардан хулоса қилганда, кластерлар Саноат 4.0 ривожланишига таъсир қиладиган асосий хаб вазифасини ўтайди. Улар нафақат университет, илмий, илмий-тадқиқот институтлари ёки юқори малакали ишчи кучи каби маълум билим атрибутларига эга бўлибгина қолмай, балки ҳамкорликда инновациларни ривожлантириш, тарқатиш ва тўплаш механизмларини ҳам таъминлайди. Чунки, “Саноат 4.0”нинг асосий компоненти бўлган инновацилар айнан кластерлар томонидан яратилади ва тарқалади. Бундан мақсадларга эришиш учун саноат кластерлари рақамли трансформацияни самарали амалга ошириши лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Хонкелдиева К. Тўқимачилик саноати кластерлари фаолиятида бошқарув механизмларини такомиллаштириш. 08.00.13 – Менежмент, 08.00.03 – Саноат иқтисодиёти. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Тошкент – 2021 йил.

2. Ешимбетов У. Минерал хомашё ресурсларидан самарали фойдаланиш асосида минтақада саноат таркибини такомиллаштириш (Қорақалпоғистон Республикаси мисолида) Мутахассислик 08.00.12 – Минтақавий иқтисодиёт ва 08.00.03 – Саноат иқтисодиёти Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Урганч – 2021.

3. Абдиева Д. Маркетинг ёндашувлари асосида тикув-трикотаж корхоналари экспорт салоҳиятини ошириш. 08.00.11 – Маркетинг. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Тошкент шаҳри – 2021 йил.

4. Тарахтиева Г. Нефть - газ саноатида инновацион кластерларни шакллантириш ва ривожлантириш механизми. 08.00.03 - “Саноат иқтисодиёти”. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Тошкент – 2021

5. Дусматов Б. Миллий иқтисодиётни модернизациялаш шароитида агросаноат ишлаб чиқаришида инновацион инфратузилмани ривожлантириш. 08.00.04 – Қишлоқ хўжалиги иқтисодиёти. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Тошкент –2021 й.

6. Götz, M., & Jankowska, B. (2017). Clusters and industry 4.0: Do they fit together? *European Planning Studies*, 25(9), 1633–1653. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1327037>.

7. Lisa De Propris & Marco Bellandi (2021) Regions beyond Industry 4.0, *Regional Studies*, 55:10-11, 1609-1616, DOI: 10.1080/00343404.2021.1974374

8. Deok Soon Yim, Wangdong Kim, Young-ho Nam. The Strategic Transformation from Innovation Cluster to Digital Innovation Cluster during and after COVID-19. *Asian Journal of Innovation and Policy* (2020) 9.2:164-186 DOI: <http://dx.doi.org/10.7545/ajip.2020.9.2.164>

9. Zhang L., Zhang Z., Banerjee P. (2003) Critical Success Factors of Enterprise Resource Planning Systems Implementation Success in China. *Proceedings of the 36th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS '03)*

10. Hamilton S., *Maximizing Your (2002) ERP System: A Practical Guide for Managers.* – NY.: McGraw-Hill – 350 p.

**2-SHO‘BA:
MAHSULOTLAR VA
XIZMATLARNING
RAQOBATBARDOSHLIGINI
OSHIRISHDA RAQAMLI
TEXNOLOGIYALAR**

Абдуллаев Илёс Султанович

д.э.н., проф. декан экономического факультета

Ургенчский Государственный университет

Сапарова Мохира Алишер кизи,

Студентка 1-курса

Ургенчский Государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Аннотация. В статье рассматриваются различные направления в современных рыночных условиях, которое невозможно отрицать необходимость применения маркетинговых цифровых технологий в продвижении товаров и услуг.

Ключевые слова: маркетинг, рынок, потребитель, маркетинговая стратегия, инновационное развитие экономических систем, цифровые технологии, цифровая экономика, продвижение товаров и услуг, конкурентоспособность.

маркетинг, сфера услуг, производства, рынок услуг, маркетинг в сфере услуг

Аннотация. Мақолада замонавий бозор шароитида товарлар ва хизматларни ҳаракатида рақамли маркетинг технологияларидан фойдаланиш заруриятини инкор этиб бўлмайдиган турли соҳалар муҳокама қилинади.

Калит сўзлар: маркетинг, бозор, истеъмолчи, маркетинг стратегияси, иктисодий тизимларнинг инновацион ривожланиши, рақамли технологиялар, рақамли иктисодиёт, товарлар ва хизматларни илгари суриш, рақобатбардошлик.

Abstract. This article discusses various areas where the need to use digital marketing technologies in the movement of goods and services in modern market conditions is undeniable.

Keywords: marketing, market, consumer, marketing strategy, innovative development of economic systems, digital technologies, digital economy, promotion of goods and services, competitiveness.

Накопленный потенциал развития информационно-коммуникационных технологий является причиной существенных перемен в функционировании экономических систем разного уровня – от мировой экономики до отдельных субъектов хозяйствования, а цифровизация – важнейшим фактором экономического роста национальных и глобальной экономики. Под их воздействием происходит переход от внедрения отдельных цифровых технологий к комплексному построению цифровой экосистемы. Особую важность процессу цифровизации придает ее определяющее значение в переходе к четвертой промышленной революции и к шестому технологическому укладу. В связи с этим цифровизация является важной составляющей экономического развития большинства стран и одновременно становится основой устойчивого роста производства, повышения конкурентоспособности и уровня жизни населения.

В ходе послания парламенту Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев отметил, что в 2020 году страна должна совершить коренной поворот в развитии цифровой экономики. «В первую очередь необходимо полностью цифровизировать сферы строительства, энергетики, сельского и водного хозяйства, транспорта, геологии, здравоохранения, образования, кадастрового и архивного дела»¹.

Вместе с тем 5 октября 2020 года Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев подписал Указ «Об утверждении Стратегии „Цифровой Узбекистан - 2030“ и мерах по ее эффективной реализации» (№»УП-6079)². Цель принятия Стратегии – успешный переход на цифровую экономику с учетом современных реалий. Сегодня доля цифровой экономики в ВВП в Узбекистане составляет 2,2%. В соответствии с проектом

¹ Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису (24 января 2020 года).

² Цифровой потенциал стран – участниц ЕАБР. Центр интеграционных исследований, 06/2019. [Эл.ресурс]URL: https://eabr.org/upload/iblock/551/EABR_Digital_Potential_06_2019.pdf

Концепции развития системы «Электронное правительство» Республики Узбекистан к 2025 году планируется довести долю услуг ИКТ в ВВП до 5,0%, а к 2030 году – до 10%¹.

Вышеуказанные нормативно-правовые акты создают правовую основу для перехода на цифровую экономику. Принятие вышеуказанных актов свидетельствует о том, что Узбекистан развивается с учетом требований современности и принимает все усилия для того, чтобы занять достойное место в глобальной экономике.

В связи с этим переход страны на цифровизацию экономики невозможен без максимального доступа населения и компаний к широкополосному, качественному, повсеместному интернету. Цифровизация развивает не только экономику страны, но и потребительский рынок, FMCG (Fast Moving Consumer Goods), который основывается на интернете вещей.

Также интернет вещей позволяет контролировать и управлять производственными процессами сбытом с помощью подключенных устройств. К примеру, в производстве применяются электронные кошельки и динамическое ценообразование, учитывающее спрос на товар и его наличие на складе.

Кроме того сегодня цифровой маркетинг является важнейшей составляющей инновационного маркетинга как процесса продвижения товаров и услуг нестандартными способами. Чаще всего в продвижении нестандартными способами нуждаются инновационные или модернизированные товары ввиду их новизны, наличия психологических барьеров в их восприятии, необходимости формирования потребности у потенциальных покупателей для перевода их в разряд реальных. Приведем примеры современных приемов неклассического цифрового маркетинга для продвижения товаров:

- выпуск дополнений к базовому продукту, которые образуют необходимость в его обновлении (системы Windows, Android, компьютерные игры);
- привлечение целевого сегмента к генерации идей относительно нового продукта через социальные сети;
- формирование интереса к новому продукту в интернет-пространстве в процессе совместного с потребителем создания легенды или имиджа для него.

Тотальная цифровизация вынуждает производителей уходить от традиционных каналов коммуникаций с потребителями и переходить в онлайн-пространство ввиду того, что большинство потребителей тоже значительное количество времени проводят в онлайн-режиме. Подобные коммуникации необходимо выстраивать еще на стадии зарождения продукта, обсуждая с потребителем идею и прогнозируя его потенциальную востребованность².

Таким образом, цифровизация рынка содержит не только специфику, преодолевая проблемы своего становления в рамках отечественной экономики и развития промышленного производства, но и определенные преимущества для различных сфер экономики и производства. Основной плюс заключается в стимулировании технологического развития производства, создании новых инструментов и методов продвижения как инноваций, так и традиционных продуктов.

Один из положительных аспектов – это интеграция СМИ, телекоммуникационных систем и иных цифровых решений в общий инструментарий цифрового маркетинга и предложение персонализированных коммуникаций производителя с потенциальным и реальным потребителем для ведения постоянного диалога и совершенствования предлагаемых товаров. В качестве примера можно привести постоянно носимые всеми смартфонами, датчики, которые являются аккумуляторами информации о потребителе, создавая массивы данных для пользования производителями в компаниях по продвижению товара для максимальной ориентации на потребителя. Это один из примеров сбора маркетинговой информации новыми инструментами, которые постепенно ослабляют функцию классического блока предварительных маркетинговых исследований и сбора первичной информации с целью поближе узнать своего целевого потребителя.

¹ <https://inscience.uz/index.php/socinov/index>

² Михайлюк О. В. О специфике маркетинга инноваций и инновационного маркетинга. URL: https://pgu.ru/upload/iblock/354/uch_2014_xii_07.pdf (дата обращения: 15.01.2021)

Теперь с помощью цифровых технологий его можно выделить из общего массива данных и отфильтровать имеющуюся о нем информацию по необходимым производителю параметрам. И здесь на первое место выходят программные продукты, позволяющие обрабатывать постоянно пополняемый массив данных и вычленять интересующую информацию.

Цифровые технологии позволяют отслеживать все действия предприятия по продвижению товара:

- электронные базы данных клиентов;
- системы управления взаимоотношениями с потребителями (платформы автоматической рассылки интересных потребителю писем, служба поддержки клиентов, персонализированная рекламная или поздравительная рассылка);
- объем онлайн-продаж;
- все проводимые акции стимулирования сбыта, количество их участников;
- принесенная на каждом этапе реализации маркетинговых мероприятий прибыль.

Сегодня маркетологами используются следующие техники и технологии цифрового маркетинга:

- использование Big Data
- больших массивов данных;
- повышение конверсии;
- показы рекламы (ретаргетинг в социальных сетях) на основе персональных предпочтений покупателей и их просмотров и запросов в поисковиках; – контекстная реклама;
- PR в интернете;
- CRM-маркетинг (Customs Relationship Management – управление взаимоотношениями с потребителями);
- SEO – оптимизация (настройка сайта таким образом, чтобы он выходил в числе первых при целевых поисковых запросах);
- чат-боты, реагирующие на персональные запросы потребителей, по сути, искусственный интеллект, ведущий диалог с потребителем и заменяющий продавца-консультанта);
- использование классических мессенджеров для потребителя, желающего личного общения с живым человеком для более полной консультации и др¹. Среди используемых цифровых технологий можно выделить те, которые на практике уже дали результат, и рекомендовать их для повышения эффективности продвижения .

Одной из самых популярных в бизнесе технологий является блокчейн, т. к. именно эта технология позволяет обрабатывать и анализировать большие массивы данных, к примеру о транзакциях между субъектами бизнеса на уровне региона, страны и мира. Искусственный интеллект анализирует оставляемый потребителем цифровой след в интернете, собирая данные о всех его покупках, составе корзины в интернет-магазине, картах, которыми он платит, сферах интересов в социальных сетях на основе лайков, поисковых запросов и т. п. Таким образом, производитель становится ближе к потребителю. Кроме потребительского рынка, технологии искусственного интеллекта востребованы в области вождения автомобиля, беспилотников, в медицине, обеспечении безопасности граждан и др.

Приведем примеры новейших цифровых технологий, нашедших широкое применение в маркетинге:

- технологии беспроводной связи, используемые повсеместно для передачи данных и постоянного считывания их с различных потребительских устройств, датчиков;
- нейротехнологии для анализа психологии потребителя и выявления его реакции на товар и др.;

¹ Poniatie innovatsionnogo marketinga, ego vidy i trendy [Concept of innovative marketing: types and trends]. Available at: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-marketinge> (accessed: 23.11.2020).

- искусственные онлайн-консультанты, которых называют чатботами, работающие на таких программах, как Intercom и Drift, что позволяет круглосуточно оказывать консультационную поддержку покупателям, зашедшим на сайт без привлечения наемных сотрудников, что в разы повышает качество обслуживания клиентов;
- персонализация сообщений;
- благодаря Account-Based Marketing (ABM) возможно создание сообщений для каждого человека индивидуально, с учетом его интересов. На платформах Adobe и Optimizely smm-маркетологи настраивают рекламу в социальных сетях для клиента в виде определенного фрагмента контента, который этому клиенту более всего близок, на основании имеющихся о нем данных;
- блокчейн;
- популярная технология, позволяющая не только обрабатывать большие массивы данных, но и размещать рекламу от имени предприятия, отсеивая мошеннические сайты;
- любой мессенджер может выступать как отдельный канал коммуникации, который позволяет сформировать заказ на товар, забронировать столик в кафе, оставить отзыв о товаре или услуге;
- адаптация технологий виртуальной и дополненной реальности к повседневным вещам ;
- внедрение их в последние модели iPhone, которые демонстрируют элементы спонсированного контента в рамках дополненной реальности, к примеру в процессе съемки на камеру;
- инструменты прогнозной аналитики;
- программный продукт Infer, который определяет готовность клиента к покупке на основании списка и частоты посещения определенных вебсайтов, ему достаточно адреса электронной почты изучаемого потенциального клиента; – технологии промышленного интернета, прежде всего Big Data.¹

В качестве заключения хотелось бы отметить, что в современных рыночных условиях невозможно отрицать необходимость применения маркетинговых цифровых технологий в продвижении товаров и услуг, среди которых искусственный интеллект, большие данные, блокчейн-технологии, комплексное ведение системы управления взаимоотношениями с потребителями на основе социальных платформ, применение интернета вещей и технологий виртуальной реальности. В совокупности эти инструменты способствуют успешному развитию и повышению конкурентоспособности любого предприятия.

Akhmedov Tursun Mukhitovich
Institute for forecasting and macroeconomic
research, deputy director, DSc.-professor,
t.akhmedov@ifmr.uz, +99897 7270438
Yakubov Nurbek Alisherovich,
Institute for forecasting and macroeconomic
research, leading researcher
newfrank@mail.ru, +99890 3284744

FEATURES OF APPLICATION OF MODERN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN SOCIOLOGICAL SURVEYS OF LIVING STANDARDS OF THE POPULATION

Abstarct: The analysis of existing methods of sociological survey using modern information and communication technologies in the study of the standard of living of the population. The scheme of the researcher's communication with the respondent with different survey technologies is presented. It is shown that when conducting sociological surveys via the

¹ М. В. Шендо, Е. В. Свиридова, С. О. Гордиенко «Современные цифровые технологии для продвижения товаров и услуг» Вестник АГТУ.Сер.:Экономика, 2021г №1

Internet, there are factors that significantly affect the accuracy of the primary sociological information when measuring indicators of the standard of living of the population.

Аннотация: Аҳолининг турмуш даражасини ўрганишда замонавий ахборот-коммуникация технологиялари қўлланиладиган социологик сўров услублари таҳлил этилган. Турли сўров технологиялари учун тадқиқотчи ва респондент орасидаги алоқа схемаси келтирилган. Турмуш даражасининг кўрсаткичларини ўлचाшда интернет тармоғи орқали социологик сўров ўтказишда дастлабки социологик информациянинг ишончлигига салбий таъсир этувчи омиллар мавжуд бўлиши кўрсатилган.

Аннотация: Проведен анализ существующих методов социологического опроса с использованием современных информационно-коммуникационных технологий при изучении уровня жизни населения. Представлена схема коммуникации исследователя с респондентом при различных технологиях опроса. Показано, что при проведении социологических опросов через интернет присутствуют факторы, которое существенно влияют на достоверность первичной социологической информации при измерениях показателей уровня жизни населения.

Keywords: information and communication technology, computer, internet, sociological survey, types of survey, the standard of living of the population.

Асосий тушунчалар: ахборот-коммуникацион технологиялари, компьютер, интернет, социологик тадқиқот, сўров турлари, аҳоли турмуш даражаси.

Ключевые слова: информационно-коммуникационная технология, компьютер, интернет, социологическое обследование, виды опроса, уровень жизни населения.

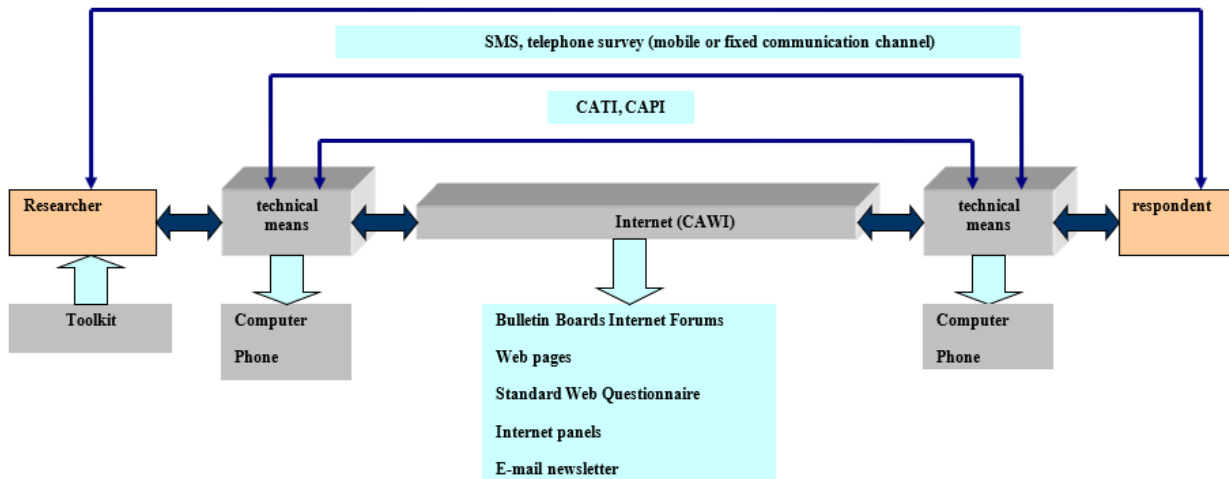
Introduction

The state manages the processes of improving the standard of living of the population by the following complementary methods: economic, financial, regulatory, organizational, informational and social. The effectiveness of the use of these methods, especially the information method, in the public administration system significantly depends on the degree of use of modern information and communication technologies (ICT) and systems. They form a structurally and functionally organized network information and analytical service at all levels of government, including computer and communication tools and providing regular collection, accumulation, storage, processing and analysis of information about the standard of living of the population.

Among the most common methods for studying, the standard of living of the population is a questionnaire survey of households, carried out by sociological methods. The results of such a survey provide comprehensive information about the system of interrelated (integral and differentiated) quantitative indicators of the real standard of living of the population, which allows a comprehensive assessment and analysis of their structure, dynamics and rates of change.

The development of computer technology and the Internet has an impact on the methodology for conducting a sociological survey. In recent years, the procedure for conducting interviews using CAWI (computer assisted web interviewing), CATI (computer assisted telephone interview), CAPI (computer assisted personal interviewing) and other off-line and on-line methods of collecting information has become the most in demand when measuring quantitative and qualitative indicators of the standard of living of the population. This has led to the following trends. Firstly, in traditional household surveys, when collecting information using the “face to face” method using a “paper” questionnaire, when the interviewer fills out the questionnaire from the respondent’s words (PAPI - paper assisted personal interview), alternative off-line methods began to be used, in which the interviewer, according to the respondent, fills out a standardized electronic questionnaire on a computer, laptop, tablet computer or mobile phone. Secondly, researchers are moving to on-line surveys, which use the procedure of self-completion of the questionnaire by the respondent; panels of households are being created, the participants of which independently fill out questionnaires in the on-line

format. The specificity of such studies lies in the fact that the traditional scheme (picture 1) of communication “researcher-respondent”, in addition to tools, also includes technical means that provide communication via the Internet or another communication channel. The second element is the method of communication (the platform used for contact. The main difference between the surveys technologies considered is the type of communication channel used: the Internet, a telephone channel or an interface.



Picture 1. Scheme of communication between a researcher and a respondent using various survey technologies

CAWI - computer assisted web interviewing; PAPI - paper assisted personal

An analysis of the survey technique used with the use of modern information and communication technologies shows that there are currently two approaches. The first of them is informational, where ICT appears solely as a communication channel, a way of accessing the respondent. This approach leads to a "paper" view of the toolkit, i.e. to an attempt to bring the form of the electronic questionnaire as close as possible to the traditional one. In the second - virtual approach, the main emphasis is on adapting the tools to the Internet environment and, as a result, improving the quality (validity and reliability) of the information collected. This type of toolkit is "interactive" because it can only exist as dynamic interactive elements of the web environment; it cannot be implemented on paper and presented as a source of reliable information.

Classification of sociological survey methods based on ICT, assessment of their advantages and disadvantages allows choosing the most optimal and rational approach to the practical solution of a specific problem of studying the standard of living of the population. We propose the following classification of existing technologies for collecting sociological information using ICT (Table 1). The following types of surveys can be distinguished.

Table 1*

Technologies for collecting sociological information using ICT

Types of surveys	Short description	Advantages	disadvantages
Off-line			
<i>Телефонный опрос</i>	A panel of potential respondents is created by random selection of phone numbers.	Lower cost, greater efficiency and confidentiality, sincerity of answers	Poor satisfaction of respondents with communication with interviewers; reduced sense of anonymity, doubts about the legitimacy of the phone call, frequent non-

Types of surveys	Short description	Advantages	disadvantages
			cooperation and intentional omissions
<i>SMS-onpoc</i>	SMS-messages are sent to a group of respondents by means of mobile communication, the contents of which represent the issues under study.	Efficiency of receiving and processing data; scale and mass. Convenience and simplicity in conducting the survey. Flexible and efficient post-processing.	Financial costs for the purchase of specialized programs for maintaining a database and statistical processing of survey results.
<i>CATI (computer assisted telephone interview)</i>	The process of organizing and conducting telephone interviews is controlled by a computer (specialized program). A respondent matching the quotas is selected from the database of telephone numbers, a questionnaire form is called, which, after filling, is sent to the database.	Possibly: - sampling management; -planning and distribution of calls; - conducting interviews; -online monitoring; - automatic recording of conversations; -representation of data.	Insufficient level of penetration of fixed telephone communication does not allow conducting representative surveys in remote regions
<i>CAPI (computer assisted personal interviewing)</i>	The interviewer, according to the respondent, fills out a standardized electronic questionnaire (questionnaire) on a computer, laptop, tablet computer or mobile phone.	Reducing the cost and reducing the duration of the field stage. Improving the visualization of questionnaires Interviewer routing errors are eliminated.	Additional resources are required for programming questionnaires, selection and training of interviewers, acquisition of hardware and software for conducting interviews.
On-line			
<i>Self-loading questionnaire</i>	Questionnaires are downloaded from the web and run on pre-installed software maintained by the investigator. The data processing procedure from the web server is moved to the respondent's computer.	The respondent saves money on Internet resources, spends less time on surveys	Additional time and financial costs are required compared to other on-line methods. To install programs and download data, the respondent must have certain skills.
<i>Bulletin Boards Internet Forums</i>	The researcher finds a call with the right audience, actively participates, and posts questionnaires on the	It does not require large time and financial costs. Respondents actively participate. It is	Distortion of information, inadequate answers, filling out the questionnaire.

Types of surveys	Short description	Advantages	disadvantages
	call	convenient to ask open-ended questions that require detailed answers.	Information is collected for a long time.
<i>Web – pages</i>	The questionnaire in NTML-format is placed in WWW. To read data into the database, a scripting language (GGI or php) is used. To create Web pages, special programs are used (Dreamweaver, Frontpage, etc.)	It is possible to create complex questionnaires. Responses are automatically written to the database or sent via E-mail in real time (depending on the script code).	Effective only for enrollment of respondents and superficial research Creation requires some technical skills. Polling is not interactively controlled. The data is collected randomly as the visitor fills out the questionnaire. The cost of research is much higher. than in e-mail and newgroups.
<i>Standard Web-surveys</i>	The program containing the questionnaire in HTML format is hosted on the WWW. The questionnaire is an opening containing several Web pages that are loaded one at a time or in random order.	The characteristics of the WWW hypertext make it possible to respond adequately, giving maximum explanations for the respondents. It is possible to create complex (structured) questionnaires	Certain technical skills are required from researchers and respondents. Financial costs are significantly higher than in E-mail and newgroups
<i>Internet panels</i>	A specially recruited (panel) sample is formed - an updated database of potential respondents who completed the preliminary questionnaire.	Allows targeted distribution of invitations. Possibility to vary sampling parameters. High probability of receiving answers from respondents	There are no data on the general population due to its anonymity. It is not possible to form sample populations.
<i>e-mailing list</i>	Questionnaires in text format are sent to respondents according to the list of E-mail addresses. Special programs (Email Questionnaire, WinSurvey) allow: - create an e-mail profile; - control the logic and completeness of filling out the questionnaire;	Simplicity, low cost and high speed of data collection. The researcher, without special computer training, can send out questions and analyze the received data.	Unable to track skip logic and Randomness in answers, check for errors. Unreliable (unscrupulous) respondents may be involved in research. There is a possibility of getting into the "black list" of mail servers that can block messages

Types of surveys	Short description	Advantages	disadvantages
	- work with databases of electronic addresses; -send out questionnaires according to a given sample; - maintain a database of answers; - form a sample population.		from the research address.
<i>(newgroups)</i>	The questionnaire is sent to the site newgroup. Each group has its own list respondents are sampled. The survey takes place interactively or offline.	By demonstrating technical means of guaranteeing anonymity, the researcher can attract a large number of participants to the survey.	It is not possible to track visitors who read the questionnaire but did not complete it.
<i>Online focus groups</i>	Online interview in real time with several respondents at the same time. An Internet user enters a discussion session, discovers the moderator's suggestions Questions, and then enters your answers using the keyboard.	Allows you to quickly receive the necessary quality information	Logic and control mechanisms must be carried out by a qualified moderator. Users with very poor typing skills can participate in the discussion.

* author's development

Off-line surveys. In CAPI technology, the respondent downloads the questionnaire to his computer, generates a response protocol and sends it to the researcher. The questionnaire is filled in in the traditional way or with a computer program. It differs from traditional methods in that its use allows researchers to show respondents various topics for discussion using the multimedia and interactive features of the software. CATI technology is a telephone survey using a computer, where a voice connection is established with respondents whose telephone numbers are contained in the database. The answers are accumulated on a single information portal, which allows them to be processed as they become available. The use of CAPI and CATI surveys requires the use of a specialized computer program that can be installed on laptop computers and automate the field stages of sociological research.

SMS-poll is used with the help of mobile communication. At the same time, the researcher sends an electronic appeal to a certain group of respondents with questions on the content corresponding to the problem under study. The received answers are automatically systematized and processed.

The main advantages of using off-line technologies are cost reduction and reduction in the duration of the field stage of research compared to the traditional paper-based data collection procedure. There are also opportunities for visualizing questionnaires and using various applications, monitoring the activities of interviewers and the quality of filling out questionnaires, as well as creating individual questionnaires for certain respondents.

With on-line surveys (CAWI), the respondent answers the questions of the questionnaire online, and the protocol with the answers is automatically entered into the database. Research on this technology is carried out in two stages. At the first stage, respondents are recruited who meet the survey criteria. They are given the address of a special site on the Internet, as well as an individual login and password to enter the system. At the second stage, during the period of the survey and at a convenient time, the respondent visits this site and independently fills out the questionnaire. In this case, the data is sent to the server, where the recording, control and processing of information is carried out. This technique allows you to automatically track the quality of filling out questionnaires, calculate quotas, the number of current and interrupted interviews, and also measure their duration.

The possibilities of online technologies are much wider than traditional methods: they save time, money and human resources, which makes these technologies quite effective, especially in marketing research and electoral polls. Note that the use of online survey technologies imposes the following technical requirements on researchers and respondents:

- stable internet connection;
- the research organization must have effective network software for conducting online surveys; development of own programs requires additional costs for attracting qualified programmers;
- availability of technology to attract respondents (including motivation) to participate in an online survey. One of these methods is the Internet panels of the respondents.

The next point to which we would like to draw attention. On-line methods have a number of significant drawbacks, which impose certain restrictions on the range of practically solved tasks when collecting primary sociological information, and also do not allow their use everywhere, replacing traditional and off-line surveys. Consider the main disadvantages and limitations of sociological research via the Internet.

Lack of representativeness. The sample made up of social network users is not representative in relation to the general population - the inhabitants of the study region as a whole. The socio-demographic structure of Internet users is fundamentally different from the structure of the population as a whole.

The spontaneity of the sample. As a rule, only interested persons answer the on-line questionnaire - the most active and curious Internet users, i.e. samples of respondents are formed by the "method of self-selection". This leads to large discrepancies between the sample and the general population.

Lack of population data. In most cases, there are no reliable data on the socio-demographic parameters of the general population - people who can potentially take part in the survey. For example, information about the participants of a particular forum or chat, among whom a questionnaire can be sent. There is a high probability of deliberate distortion of information: all personal data (gender, age, education) the participant reports only if he considers it necessary. The task of data verification is extremely difficult.

Let us consider another important circumstance in the case of using the technology of on-line surveys to measure statistical indicators of the standard of living of the population. As a rule, the information space of the Internet is characterized by free handling of facts, since the author does not post information in full. This is due to two reasons: either the author does not have comprehensive information (incompetence), or deliberately hides part of it from the consumer (selection of information). Recall that information is facts that correspond to reality, the existence of which can be confirmed by legal procedures using documents, witnesses, expert opinions, etc., therefore, the selection and evaluation of facts is a necessary condition for verifying the authenticity of an information message. Sources of information are:

- individuals, by virtue of their position and powers, who have certain information;
- real environment (natural, urban and material environment in which a person lives);
- virtual information environment;
- Documents and printed publications with imprint;

- electronic and other information carriers.

Documents are the most reliable source of information. Internet site research (IS) differs significantly from the method of document analysis, since IP is a "non-traditional" type of sociological documents. Firstly, the information on the IS, being dynamic, is constantly being transformed, supplemented, and erased, which is called a "living document". Secondly, IP is not a separate document, but a collection of separate information combined into a single information resource.

The proposed classification of methods for collecting sociological information using ICT, according to the authors, will allow the researcher to more specifically determine the possibilities and limitations, advantages and disadvantages of various polling technologies and data collection methods. Based on the specifics of the proposed study, the tasks set and the available resources, the researcher chooses one method or another for collecting sociological information. Such a choice will allow the creation of information resources for the effective management of the real sector of the economy, the regulation of social processes, and the development of state development programs, as well as the effective functioning of the mechanism for managing the improvement of the living standards of the population.

References

1. Akhmedova Kh.Kh. and others. Sociological surveys of the level and quality of life of the population using information technology // Monograph, Tashkent 2017, 108p.
2. Nasretdinova M.M. Types of samples for online surveys // Psychology, sociology and pedagogy. 2014, No. 9, <http://psychology.snauka.ru/2014/09/3517>
3. Nasretdinova M.M. Problems in compiling and conducting online research // Psychology, sociology and pedagogy. 2014 No. 7 <http://psychology.snauka.ru/2014/07/3422>
4. Gulko E. Yu., Vishnyakova M. V. Features of organizing and conducting online research // Young scientist. 2014, No. 18, pp. 485-487, <https://moluch.ru/archive/77/13453/>
5. Filippova T.V. Internet technologies in sociological research // Information society. 2000, issue. 2, pp. 13-16.
6. Litvinovich V.M. World practice and domestic experience in the use of telephone interviews using CATI technology // Sociology. 2014, No. 2, P.121-128.
7. Yakimchuk A.V. Typology of online survey systems // Humanitarian scientific research. 2013, No. 10 <http://human.snauka.ru/2013/10/4073>
8. Terentiev E.A., Mavletova A.M., Kosolapov M.S. Computer-assisted interviewing in longitudinal household surveys // Economic and social changes. 2018, No. 3, pp. 47-64. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.03>.
9. Mavletova A.M. Sociological polls on the Internet: the possibilities of building a typology // Sociology. 4M. 2010, No. 31, P.115-134.
10. Nekrasov S.I. Comparison of the results of online and offline surveys (on the example of questionnaires of varying complexity) // Sociology: 4M. 2011 No. 32, pp. 53-74.
11. Lebedev P.A. The method of online focus groups as a research tool // Sociology: 4M. 2010 No. 3, S.92-114.
12. Strebkov D.O. Cognitive possibilities of online surveys in Russian research practice // Sociology 4M. 2010 No. 31, pp. 135-161.
13. Zotov V.V., Prelikova E.A. Information and network technologies - the basis of modern sociological surveys // www.rusnauka.com/6_PNI.../13_159664.
14. Davydov A.A. Technological Forecasting of Computer Technologies of Surveys of Respondents // Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences. <http://www.isras.ru>.
15. Vishnyakova M. V., Gulko E. Yu. On the classification of online research // Young scientist. 2014, No. 19, pp. 451-454. <https://moluch.ru/archive/78/13611/>
16. Shkurin D.V. Comparative evaluation of data quality offline and online surveys <https://cyberleninka.ru/article/c/sotsiologiya>

Мирсодиқов Абдулла Турсуналиевич
Фарғона давлат университети таянч докторанти

ҚУРИЛИШ СОҲАСИДА ЛОГИСТИКА ХАРАЖАТЛАРИНИ БОШҚАРИШНИНГ ИНТЕГРАЦИЯЛАШГАН ТИЗИМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Жаҳондаги ривожланган мамлакатлар тажрибаси қурилиш соҳаси ва соҳада фаолият кўрсатаётган корхона ёки кластерлар фаолият самарадорлигини таъминлаш ҳамда қурилиш соҳасининг асосий истеъмолчилари ҳисобланган аҳолининг соҳа корхоналари томонидан тақдим этилаётган объектлар ва уларнинг сифатидан қониқиши учун биринчи навбатда соҳада табиий монополия даражасини қисқартириш ҳамда бозор муносабатларини чуқурлаштириш лозимлигини кўрсатади.

Калит сўзлар: логистика харажатларини бошқариш, интеграция, қурилиш соҳаси логистикаси

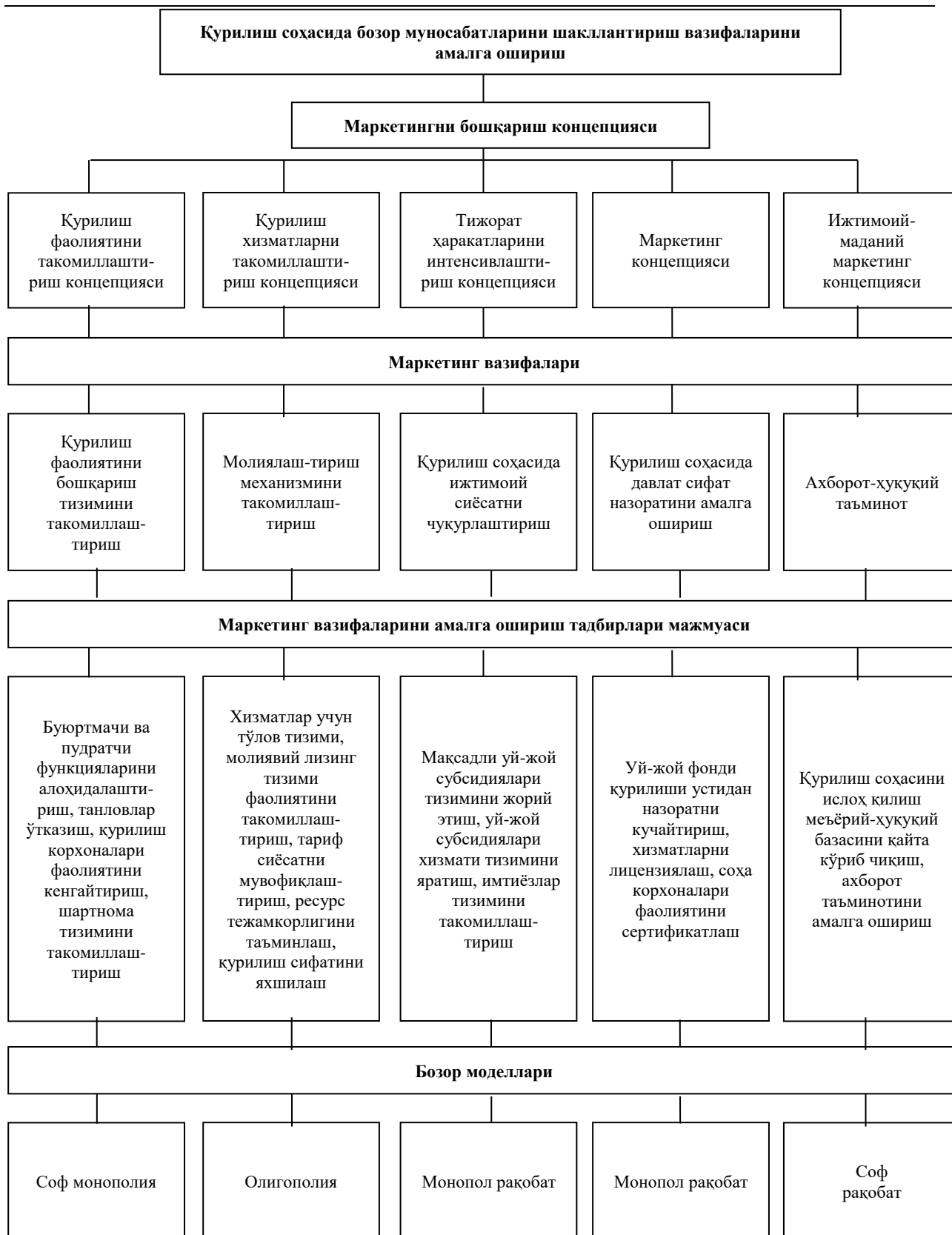
Abstract: The experience of developed countries shows that in order to ensure the efficiency of the construction industry and the enterprises or clusters operating in the industry, and to satisfy the population, who are the main consumers of the construction industry, first of all to reduce the level of natural monopolies and deepen market relations.

Key Words: logistics cost management, integration, construction industry logistics

Ўзбекистонда қурилиш соҳасидаги ҳолат таҳлили соҳада бозор муносабатларини чуқурлаштириш ҳамда унинг таркибидаги корхоналарни ягона фаолият тизимига жамлаш жараёни, яъни ўз ичига логистик тизимларни ҳам бирлаштирувчи ягона қурилиш тизимининг шаклланиш жараёни ҳали ниҳоясига етмаганлигини ҳамда тизим субъектларининг моддий-техник, иқтисодий ҳамда ҳуқуқий салоҳият даражаси бозор қонуниятлари талабларига тўлиқ жавоб бермаслигини кўрсатмоқда.

Ушбу фикрлар асосида соҳани ривожлантиришнинг навбатдаги босқичи сифатида биринчи ўринда қурилиш соҳасида бозор муносабатларини чуқурлаштириш лозим, деб ҳисоблаймиз. Бунинг учун биз томонимиздан соҳада бозор муносабатларини чуқурлаштириш вазибаларини амалга ошириш модели ишлаб чиқилди ҳамда ушбу моделни соҳада амалга оширилаётган ислохотлар жараёнида жорий этиш тавсия этилади (1-расм).

Моделда келтирилган ҳар бир маркетинг концепцияси учун тадбирлар мажмуидан иборат механизмлар орқали бажарилиши кўзда тутилган аниқ вазибалар белгиланган ва ушбу вазибаларни танланган механизмлар воситасида тўлиқ амалга оширилиши соҳада бозор муносабатларининг чуқурлашишига ҳамда бозор механизмларининг амал қилишига олиб келади.



1-расм. Қурилиш соҳасида бозор муносабатларини шакллантириш вазифаларини амалга ошириш модели¹

Таклиф этилаётган модел таркибидаги бошқарув механизмлари ҳар бир йўналишда ишлаб чиқилган ташкилий-иқтисодий механизмлардан ташкил топган бўлиб,

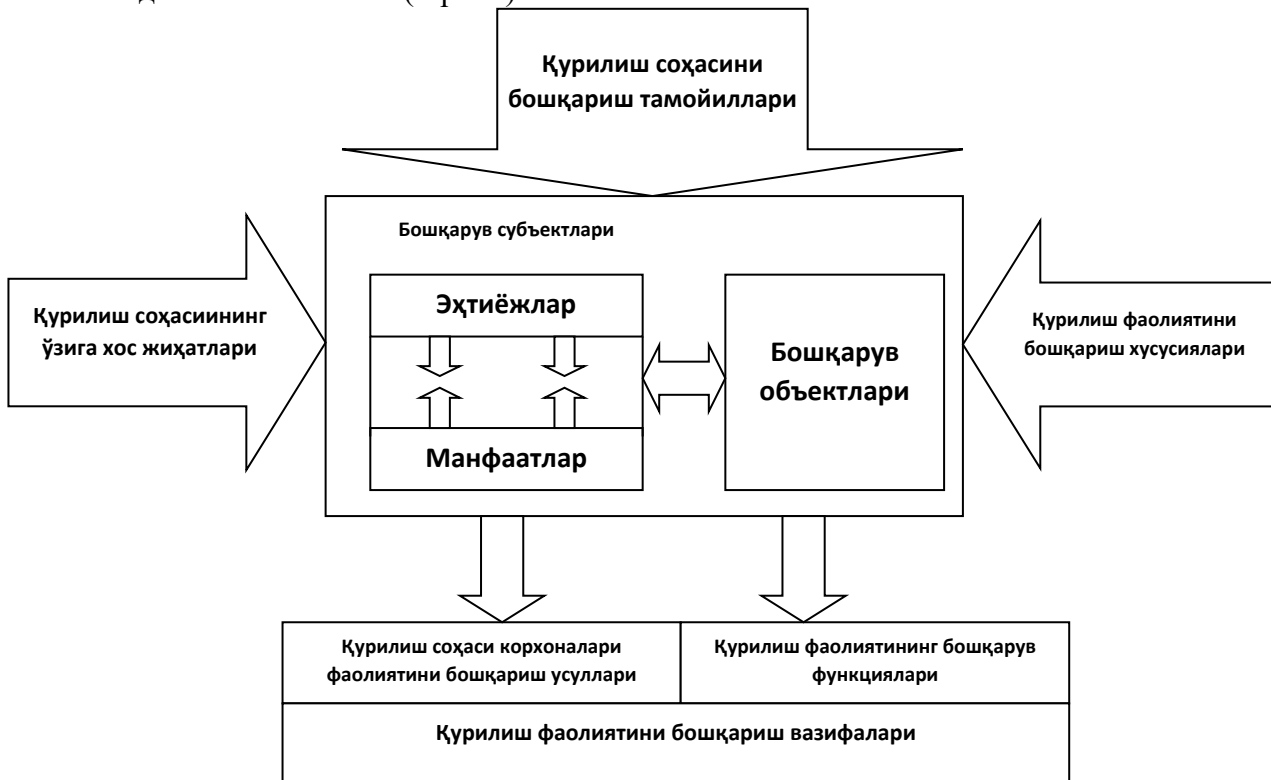
¹ Жўраева Н.Қ. Уй-жой коммунал хизматлари соҳаси корхоналари фаолиятини бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. Т.: ТДИУ, 2020. – 115-б.

бошқарувнинг ташкилий-иқтисодий механизмларининг асосий вазифаси – бошқарув объектига таъсир этиш орқали жараён самарадорлигини таъминлашдан иборатдир.

Қурилиш корхоналари ёки кластерларида бошқарув механизмнинг самарадорлиги кўп жиҳатдан маҳаллий ўз-ўзини бошқариш органлари роли ҳамда қарор қабул қилиш жараёнига истеъмолчиларнинг кенг жалб қилинишига боғлиқ.

Бошқарувнинг иқтисодий механизмлари иқтисодий қонуниятлар, тамойиллар, бошқарув усулларига ҳамда хўжалик фаолиятининг мақсади, фойда, мулкчилик муносабатлари ва бошқа дастакларига таянади. Бошқарувнинг иқтисодий механизми фаолият жараёнида юзага келувчи аниқ ижтимоий-иқтисодий, технологик, ижтимоий-психологик муаммоларни ечишга йўналтирилади¹.

Қурилиш соҳасини бошқариш тизими бошқарув элементи томонидан бошқа элементлар функциялари билан ўзаро боғланган функцияларни бажарувчи ягона механизмдан ташкил топган (2-расм).



2-расм. Қурилиш соҳасини бошқариш механизми²

Юқоридаги маълумотлардан кўриниб турибдики, қурилиш соҳасининг бошқариш тамойиллари, хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари, бошқариш хусусиятларидан келиб чиқиб бошқарув усуллари танланади ва қуйидаги жадвалда келтирилган асосий вазифалар амалга оширилади.

Соҳада фаолият олиб бораётган тизим иштирокчилари манфаатларининг қондирилиш даражаси ташкилий механизмлар самарадорлигини ифодаловчи асосий натижа ҳисобланади.

“Ташкилий самарадорлик” тушунчаси бошқарув фанларига Р.Холлу томонидан киритилган бўлиб, ушбу тушунча умумий мақсадни амалга оширишга йўналтирилган корхона ичидаги тузилма хусусиятлари ва жараёнлар ҳамда ташқи муҳит билан алоқаларни ўз ичига олувчи тизим фаолияти модели сифатида талқин қилинган³.

¹ Кузнецов, И. А. Механизмы и методы принятия и реализации управленческих решений в современных рыночных условиях / И. А. Кузнецов // Социально-экономические явления и процессы. 2010. № 6. С. 103–106.

² Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

³ Холл Р.Х. Организации: структуры, процессы, результаты. – Санкт-Петербург: Питер, 2001 – С. 58-59.

Назарий ва амалий тадқиқотлар моддий, молиявий ва ахборот оқимларининг ҳаракати жараёнидаги харажатларни самарали бошқариш ва ушбу жараёнлар учун харажатларни оптималлаштириш қурилиш соҳасида шаклланивчи логистик жараёнларни функционал ва ташкилиш бириктиришни талаб қилишини кўрсатади. Ушбу фикр қурилиш соҳасидаги бир қатор корхоналар фаолиятининг логистик таҳлилидан келиб чиқиб, кўриб чиқиладиган корхоналарда интегративлик хусусиятига эга бўлган бошқарув тизимлари мавжуд эмаслигини, яъни тизимнинг алоҳида таркибий қисмларини бирлаштириш ва ўзаро таъсирини таъминлаш қобилияти етарли эмаслигини кўрсатди.

Ушбу фикрлардан келиб чиқиб, қурилиш корхоналарида харажатлар миқдорини минималлаштириш учун бутун корхона фаолиятини оптималлаштиришнинг алоҳида ҳолати сифатида барча логистика функциялари ва операцияларини ягона бошқарув остида бирлаштириш – логистика тизимини бошқариш хизмати шаклидаги ташкилий тузилмани киритиш таклиф этилади. Бу ерда интеграция жараёнлари асосан логистик занжирларда ҳаракатланувчи моддий ресурсларни бошқаришга қаратилган. Ушбу ташкилий тузилмада қурилиш корхоналарида мавжуд бўлган бўлимлар функционал ихтисослашувини сақлаб қолади ва шу тарзда шакллантирилган ташкилий тузилма қурилиш корхоналарида қуйидаги бошқарув тузилмаларининг мавжудлигини назарда тутди:

1. Логистик бошқарув хизмати.
2. Умумхўжалик бошқарув хизмати.
3. Стратегик ривожлантириш хизмати.

Ушбу ташкилий тузилма логистика фаолиятининг барча босқичларида асбоб-ускуналар ва материаллар билан таъминлашдан бошлаб, ишлаб чиқариш жараёни ва тайёр маҳсулотларни миқдорларга етказиб бериш билан якунланувчи молиявий ва инсон ресурсларидан самарали фойдаланишнинг ягона тузилмасини назарда тутди. Шундай қилиб, таклиф этиладиган тузилма асосий фаолият билан бирга моддий-техник таъминот тизимини ҳам тўғридан-тўғри бошқариш заруратини юзага келтиради.

Интеграциялашган логистик занжирлар бошқарув тизимининг вазифалари, биринчи навбатда, моддий оқимлар ҳаракатини бошқариш, ускуна ва жиҳозлар ҳамда ходимлардан фойдаланиш логистик тузилмалар билан фокус қурилиш корхоналарининг фаолиятини мувофиқлаштириш, шунингдек, бозорнинг эҳтиёжларини аниқлаш ва миқдорлар билан ўзаро ҳамкорлик қилиш жараёнини услубий ва ахборот билан таъминлашдан иборат.

Интеграциялашган логистик занжирлар бошқарув тизими моддий оқимлар ҳаракати занжири бўйлаб логистика ҳаракатларини охиригача интеграция қилиш талаблари билан боғлиқ бир қатор хусусиятларга эга бўлиши керак, яъни:

- фойдаланувчи учун ахборотнинг тўлиқлиги ва яроқлилиги;
- дастлабки маълумотларнинг аниқлиги ва ишончлилиги;
- ўз муддатида амалга оширилиш (логистик ахборотлар тизимга белгиланган аниқ вақтда етказилиши);

- мақсадга йўналтирилганлик. Интеграциялашган логистик занжирлар бошқарув тизимидаги маълумотлар логистика харажатларини камайтириш, бажарилган иш ва хизматлар сифатини ошириш учун қўшимча имкониятларни аниқлашга қаратилиши лозим;

- мослашувчанлик. Интеграциялашган логистик занжирлар бошқарув тизимида айланаётган ахборот аниқ фойдаланувчилар учун мослаштирилган ва улар учун қулай шаклга эга бўлиши керак.

Интеграциялашган логистик занжирлар бошқарув тизими таркиби қурилиш корхонаси ёки кластери фаолиятининг йўналишларига қараб фарқ қилиши мумкин. Умуман олганда, логистик занжир харажатларини бошқариш тизими қуйидаги асосий модулларнинг интеграциялашган тўплами сифатида қаралади:

- молиявий фаолиятни бошқариш;
- моддий оқимлар ҳаракатини бошқариш;

- курилиш фаолиятини бошқариш;
- таъминот занжиридаги етказиб берувчилар билан алоқаларни бошқариш;
- мижозлар билан алоқаларни бошқариш;
- ходимларни бошқариш.

Шундай қилиб, интеграциялашган логистик занжирлар бошқарув тизими курилиш корхонаси ёки кластерининг турли тизим ости бўғинларига хизматлар кўрсатувчи аниқ дастурлар тўпламини ўз ичига олади.

Бошқарувнинг интеграл тизимини шакллантиришда корхонада мавжуд бўлган ҳар қандай ҳисоб тизимлари (бухгалтерия, моддий оқимлар, молиявий ва бошқалар)дан фойдаланиш тавсия этилади. Мавжуд ҳисоб тизимлари маълумотларидан фойдаланиш маълумотларнинг икки ёқлама киришининг олдини олади ва логистиканинг асосий ғоясига мос келадиган қисқа муддат ичида ва энг кам харажат билан интеграциялашган логистик занжирлар бошқарув тизими яратилишини таъминлайди.

UrSU “Economics” faculty
“Tourism and Hospitality management” department
J.A.Kuralbaev

DIGITAL TRANSFORMATIONS IN THE TOURISM INDUSTRY

Annotatsiya: Butun dunyoda, shu jumladan O‘zbekistonda ham turizm bozori jadal sur‘atlar bilan o‘rib bormoqda, bu rivojlanish ushbu sohada raqamli texnologiyalarni faol ilgari surish bilan bog‘liq. Raqamli texnologiyalar ham kelajak shaharlari madaniyati va turizmini rivojlantirish strategiyasining asosiy yo‘nalishiga aylanib, sayyohning shahar muhitiga integratsiyalashuviga ko‘maklashmoqda va unga o‘z sayohatini mustaqil rejalashtirish imkonini bermogda. Maqolada turizm sohasida raqamli texnologiyalarning rivojlanishini tavsiflovchi ma'lumotlar tahlil qilingan, uning rivojlanish tendentsiyalari yoritilgan va keyingi rivojlanish yo‘nalishi ko‘rsatilgan. Innovatsion texnologiyalarni joriy etish mustaqil turizmn rivojlantirishga yordam beradi va bu yildan yilga ommalashib bormoqda.

Kalit so‘zlar: turizm, turistik xizmatlar, raqamlashtirish, raqamli texnologiyalar, tadbirkorlik, samaradorlik.

Annotation: The tourism market is growing rapidly around the world, including in Uzbekistan, due to the active promotion of digital technologies in this area. Digital technologies are also becoming a key focus of future urban culture and tourism development strategies, helping tourists integrate into the urban environment and allowing them to plan their travels independently. The article analyzes the data describing the development of digital technologies in the field of tourism, highlights its development trends and shows the direction of further development. The introduction of innovative technologies will help to develop independent tourism and is gaining popularity from year to year.

Key words: tourism, tourism services, digitalization, digital technologies, entrepreneurship, efficiency.

Аннотация: Туристический рынок стремительно растет во всем мире, в том числе и в Узбекистане, благодаря активному продвижению цифровых технологий в этой сфере. Цифровые технологии также становятся ключевым направлением будущих стратегий развития городской культуры и туризма, помогая туристам интегрироваться в городскую среду и позволяя им самостоятельно планировать свои путешествия. В статье проанализированы данные, характеризующие развитие цифровых технологий в сфере туризма, выделены тенденции его развития и показано направление дальнейшего развития. Внедрение инновационных технологий поможет развитию самостоятельного туризма и с каждым годом набирает популярность.

Ключевые слова: туризм, туристические услуги, цифровизация, цифровые технологии, предпринимательство, эффективность.

Business processes in tourism are increasingly moving into the digital space. The use of modern algorithms increases the speed of work, allowing you to solve more ambitious tasks. The global tourism industry is undergoing fundamental changes associated with modern technologies. Digital technologies are relevant, as they are becoming the main important direction of the strategy for the development of culture and tourism in the cities of the future. Among the main directions of the strategy for the development of culture and tourism are the following.

1. Maximum choice with minimum effort - this is how you can characterize the desire of travelers to compare and choose from the mass of offers those that suit them. As users of technology in all walks of life, tourists expect appropriate convenience at the stage of choosing their trips. It is important for them to have complete information about all available options with a single click on any device. At the same time, high demands on the result remain - personalization and reliability of the source play a decisive role. Travel service providers, in turn, are forced to look for ways to remain competitive and provide a high level of service.
2. The desire for digital is typical not only for travelers, but also for travel service providers. Increasing the efficiency of work processes and minimizing errors and failures is the main goal of companies seeking to increase profits. Our industry is now focusing more and more on “bigdata”, machine learning, automation, the Internet of things and other innovations that will enable us to meet the growing demands of our customers.
3. A personalized approach is becoming increasingly important: modern travelers expect offers tailored to their individual preferences and previous experience. To do this, airlines, hotels, travel agencies and other market participants are looking for ways to extract the maximum amount of information about their customers. It is important to be able to anticipate the potential needs of tourists, take into account previous problems and prevent their occurrence. This becomes possible thanks to system business intelligence and a large amount of data.
4. Multimedia content comes to the fore. In the era of the boom of social media and video services, travelers want to know in advance what awaits them on the journey: a 3D tour of the aircraft cabin, the ability to see your seat before the ticket is purchased - all this helps to manage customer expectations. New solutions for providing multimedia content to travel companies are provided, including through the NDC (New Distribution Capability) technology standard, which is already being adopted by airlines, hotels and other travel service providers around the world.
5. Recently, industry experts are increasingly talking about the emerging trend of combining business and leisure. The concept of bleisure (business&leisure) is typical for millennials who are used to getting the most out of current conditions. According to a 2018 study by Amadeus and Lonergan, 44% of business travelers want to leave their job because of a bad travel policy, and half of the respondents answered that this determines their choice of place of work [1].
6. Consolidation of the efforts of all players in the tourism market is necessary in order to provide travelers with a single positive experience throughout the trip. A flight delay or problems on the way from the airport to the hotel leave the tourist with a bad impression not from a single service, but from the picture as a whole. The cooperation of suppliers and the provision of joint "benefits" will contribute to the development of the entire industry.
7. If we talk about the long term, we can note the prerequisites for the emergence of “smart cities”. The consumer world of the future will be sophisticated and complex, and the discerning demand of travelers fed up with traditional tours will target unique experiences. Comprehensive analytics, multimodal transportation and other features of smart cities will highlight a new direction for the industry. Digitalization of tourism can be divided into external and internal.

In the first case, we are talking about the systematic transfer of communications with the client to the digital environment: people no longer have time for personal meetings with travel agents to discuss vacation options. Often the country and the hotel have already been chosen - they have learned to search for information on the network on their own. Therefore, it remains to find a point of contact with the tour operator, which usually becomes its website [2]. On the site, the user will also not be left alone with questions: an employee in a chat or a chat bot

immediately connects to the communication. The decisive moments here are the promptness of the reaction and the efficiency of solving the client's issue. In European countries, traditional tour operators are treated less and less - no more than a third of travelers come to the office. The rest use online services to plan trips, with booking rates being higher when the risk of COVID-19 spread is not high and new strains are not widespread. Online sales will also continue to grow, and there are two directions for them. Firstly, people buy tickets and hotels separately, making up their own trip. Secondly, travel agencies are also going online, promoting their own packaged tours.

The tour operator for online sales does not stop working with the client. Digital technologies make it possible to engage in post-support, i.e. follow-up and feedback. The client's journey is monitored at all its stages, if possible, travel agencies ask him to evaluate the service provided for different positions. Within the travel companies themselves, the trend continues towards the development of CRM (Customer relationship management) systems, automatic tools for setting goals and planning. When applied correctly, their implementation becomes a factor in increasing competitiveness in the tourism industry. The toolkit that automates the work frees up the main resource for the management - free time. It is spent on learning new business technologies or developing parallel niches. The second point is especially important in a dynamically changing environment, when the percentage of independent tourists is increasing, and travel companies have to increasingly search for new sources of income in order to survive. The trend to abandon the classical scheme of services of companies selling package tours, as studies show, will intensify [3]. Travelers are buying flights en masse using the Aviasales service, and Booking.com has long changed the traditional hotel booking market.

Similar prospects for automation and digitization await other standard operations. One and important point after the flight, taxi aggregators continue to be indispensable within cities. But trips from the airport to the hotel and to intercity destinations are a niche that is just beginning to be filled. It is here that the GetTransfer.com transfer company develops its presence, offering services in all popular tourist cities. Translators and sightseeing services are leaving for applications. This supports another trend - the combination of business trips with leisure. Even without thoughtful preparation for half an hour in an unfamiliar city, it became easy to find a way to communicate with the local population, choose a restaurant and find key attractions nearby [5]. The study found that a third of the world's travel audience is interested in AI assistance in travel planning.

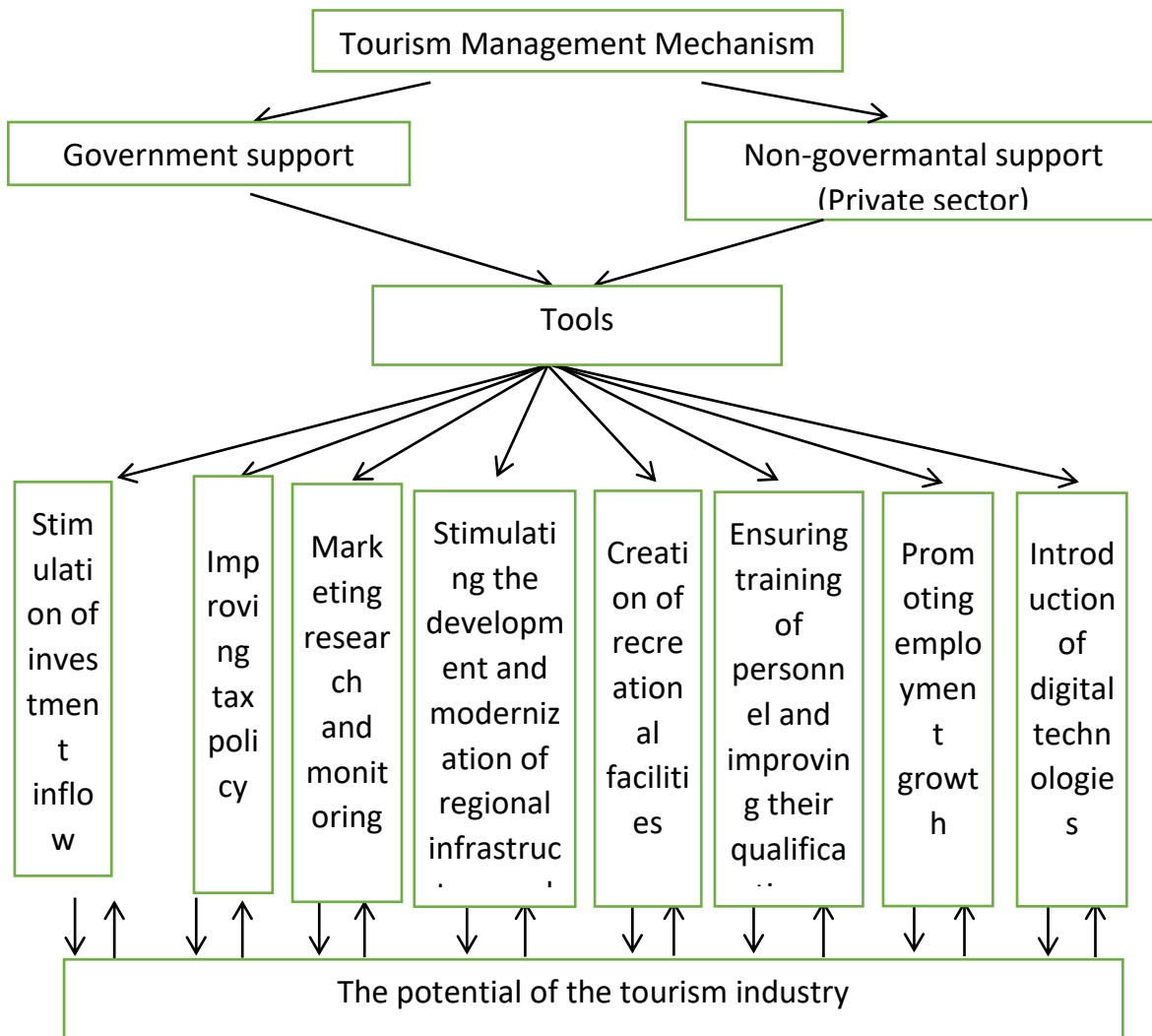
The study found that a third of the world's travel audience is interested in artificial intelligent assistance in travel planning. For 50% of respondents, it turned out to be unimportant who helps in planning a trip - a live operator or a chatbot. If the service for choosing a tour or booking a hotel offers a suitable option, then the probability of acquiring it increases significantly. Large online services will continue to develop their own artificial intelligence (AI), their experience is gradually picked up by smaller players.

In Figure 1, we present a mechanism for managing the tourism sector, where one of its tools is the introduction of digital technologies. Tourism Management Mechanism.¹

Digitalization in the field of tourism, and in particular hotel automation, is associated with the use of the following digital technologies to improve the quality of customer service.

1. Artificial Intelligence. As an example, we can cite the “smart” rooms already being implemented (artificial intelligence adjusts the lighting and temperature, and also turns on the client's favorite TV shows and treats them to drinks). Also in Japan, the use of butler robots has been recognized as successful. Artificial intelligence produces recognition of several dozen languages. Also, hotels can install devices that track the location of customers' smartphones in order to explore the habits of customers to meet their needs at the time of their appearance by generating and issuing appropriate commands to the service personnel.

¹ Author's development



2. The emergence of open programming interfaces (Application Programming Interface, API). To ensure integration between different technological systems used in hotels, the API provides the ability for one hotel technological system to automatically (that is, without the participation of hotel employees) interact with another technological system and gain access to its functionality.

3. Using augmented reality technology to stimulate travel shopping (the effect of being in a hotel room, as well as demonstrating the environment and local services using a virtual reality headset). Virtual and augmented reality, and with tactile sensations, can be implemented by digital concierges to issue recommendations to the client on various issues and types of recreation (for example, provide the client with the opportunity to go scuba diving using virtual and augmented reality technologies) [6].

4. The use of courier drones, such technologies are used to deliver customer orders, autonomous suitcases, as well as porter robots that will follow the client and fulfill his instructions.

5. The use of blockchain. To accept payment for the services provided using “digital money”. Blockchain identification of hotel customers can also be performed.

6. Using neural interfaces. To control various objects (for example, suitcases) with the power of thought, as well as for the participation of hotel customers in interactive games, the plot of which is controlled by the power of thought.

7. Use of biometrics and face recognition technologies. To identify and confirm the identity of the client. Individual networks are implementing their own products as part of digitalization.

It is still too early to tell what the industry will look like in 20 years. But trends such as content consolidation and enrichment, digitalization and optimization of all stages of travel, a

special emphasis on a personal approach to travelers, form the canvas in which tourism will develop in the very near future. Innovative data-driven immersive technologies will continue to change the way we travel. Holidays will no longer be a hassle, and companies operating in the tourism sector will have opportunities to increase profits.

References:

1. Gladilin V.A., Nechaeva S.V., Karaseva S.A. Innovations in the development of the tourist and recreational complex of the region on the basis of increasing its investment attractiveness (on the example of the Caucasus Mineral Waters region) // Economics and Entrepreneurship. 2016. No. 2-2 (67). P. 250-254.
2. Problems and perspectives of development of the world financial system in the conditions of globalization / G.V. Vorontsova, G.V. Chepurko, R.M. Ligidov [et al.] // Lecture Notes in Networks and Systems. 2019. Vol. 57. P. 862-870.
3. Assessment of the economic security of the region (on the example of Chelyabinsk region) / E.M. Akhmetshin, A.V. Pavlyuk, A.S. Kokorev [et al.] // Journal of Applied Economic Sciences. 2018. Vol. 13, No. 8 (62). Pp. 2309-2322.
4. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm, sport va madaniy meros sohalarida davlat boshqaruvi tizimini yanada takomillashtirish chora tadbirlari to‘g‘risida” gi PF-6199- farmoni. 2021 yil 6-aprel. //www.lex.uz
5. Richards, G. (1996) Cultural Tourism in Europe. CABI, Wallingford. [1, c. 45]
6. Ван Циншен, Историко-культурный туризм и развитие туристических городов Культура народов Причерноморья. 2002. №35. С.11-15
7. Международный туризм сократился в 2020 году до уровня 1990 год. <https://www.interfax.ru/>
8. <https://www.unwto.org/>

*G‘aniyev Shaxzod Shuhrat o‘g‘li
Qarshi davlat universiteti
Inson resurslarini boshqarish yo‘nalishi
1-bosqich magistratura talabasi*

**INSON RESURSLARINI BOSHQARISHDA INNOVATSIYALAR VA RAQAMLI
TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH YO‘NALISHLARI**

Annotatsiya: Maqolada raqamli iqtisodiyotda inson resurslarini boshqarishning asosiy tendentsiyalari tahlil qilinadi. Inson resurslarini boshqarishda innovatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish yo‘nalishlari izohlanilib bu boradagi xulosa va izlanishlar haqida so‘z yuritiladi.

Kalit so‘zlar: Rentabillikni oshirish, mehnat samaradorligini oshirish, raqamli iqtisodiyot, inson resurslarini boshqarish, mehnat resurslaridan foydalanish, personalni boshqarish, mehnat funksiyasi, ijtimoiy munosabatlar, ishchining ahvoli, struktura elementi, insonni boshqarish, elektron platforma, optimallashtirish.

Annotation: The article analyzes the main trends in human resource management in the digital economy. Innovations in the management of human resources and the use of digital technologies are explained, conclusions and research are discussed.

Keywords: Increasing profitability, increasing labor efficiency, digital economy, human resource management, human resource use, personnel management, labor function, social relations, employee status, structural element, human management, electronic platform, optimization.

Hozirgi zamon shiddatli tarzda kundan-kunga emas balki soniyadan-soniyaga o‘zgarib bormoqda. Shu boisdan hozirgi rivojlangan, taraqqiy etgan zamonda dunyo aholisi va mamlakatlari uchun inson resurslarini samarali boshqarish bugungi kundagi dunyo mamlakatlari iqtisodiyotida tutgan o‘rni va ahamiyati g‘oyatda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Umuman olganda iqtisodiyot tarmoqlarida inson resurslarini samarali boshqarish orqali ijobiy natija,

rentabillikni oshirish, mehnat samaradorligini oshirish va pirovardida mutlaq foyda va daromadning oshirilishiga erishish mumkinligi XX asrning 70-yillaridan boshlab AQSh hamda Buyuk Britaniyada tadqiq etila boshlanilib bu boradagi dastlabki bilimlar shakllana boshlandi.

“Inson resurslarini boshqarish” (Inglizcha – Human Resources Management) shundan iboratki, odamlar korxonaning raqobat boyligi hisoblanadi, ularni joylashtirish, rivojlantirish, boshqa resurslar bilan birga asoslash kerak. Bundan maqsad korxonaning strategik maqsadlariga samarali erishishdir.¹

Olimlarning fikricha, kadrlarning ishlab chiqarishdagi roli to‘g‘risidagi 4 konsepsiya almashgan. Bular:

1. Mehnat resurslaridan foydalanish – Ushbu konsepsiya XIX asrning oxirlarida XX asrning 60-yillarida o‘z aksini topgan. Ushbu konsepsiyada ishlab chiqarishda inson emas, uning funksiyasi, ish vaqti sarfi va ish haqi bilan o‘lchanadigan mehnat ko‘rib chiqilgan.

2. Personalni boshqarish – Bu konsepsiya 1930-yillarda rivojlangan. Ushbu konsepsiyaning ilmiy asosi bo‘lib byurokratik tashkilotlar nazariyasi hisoblanadi. Bunda inson rasmiy rol mansab orqali ko‘rib chiqilib, boshqarish ma‘muriy mexanizmlar (tamoyillar, usullar, vakolatlar, funksiyalar) orqali amalga oshirilgan.

3. Inson resurslarini boshqarish – Inson mansab sifatida emas (struktura elementi sifatida emas) to‘ldirilmaydigan resurs – uchta asosiy komponentdan (**mehnat funksiyasi, ijtimoiy munosabatlar, ishchining ahvoli**) iborat tashkilotning ijtimoiy elementi sifatida ko‘riladi. Ushbu konsepsiyaning asoschisi bo‘lib Yaponiyaning yetakchi olimlari hisoblanadi.

4. Insonni boshqarish - Bu konsepsiyaga muvofiq inson tashkilotning asosiy subyekti va boshqaruvning alohida obyekt bo‘lib resurs sifatida qaralishi mumkin emas. Insonning istaklari va qobiliyatidan kelib chiqqan holda tashkilotning strategiya va tarkibi tuzilishi kerak. Ushbu konsepsiya asoschilari Yaponiyaning yetakchi olimlari hisoblaniladi.²

Rivojlangan xorijiy davlatlar tajribasidan kelib chiqadigan bo‘lsak ularda bu jarayon bir muncha avval o‘tgan asrning 90-yillaridan boshlab shakllana bordi. Xodimlar va ishchilar faoliyati to‘laqonli ravishda kompyuterlarda olib borilishi, ma‘lumotlarni elektron almashinuv tizimlarining joriy etilishi va hokazolar.

Ma‘lumki, yaxshi tashkil etilgan kompaniya boshqaruvi uning muvaffaqiyati garovidir. Har xil boshqaruv maktablari mavjud: Amerika, Yevropa, Yaponiya. Ularning har biri mamlakatning milliy an‘analari bilan bog‘liq o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Masalan, yapon boshqaruvini boshqa bir hududda tadbiiq qilishga urinishlarda ma‘lum qiyinchiliklar paydo bo‘ldi. Yaponiya menejerlari o‘z palatalaridan rasmiy vazifalar doirasidan tashqarida bo‘lajak xodimlarning o‘z hayotlarining tafsilotlarini so‘rashganda, bu mamlakat rezidentlari uchun tabiiy holdir, ammo yapon firmalarining xorijiy filiallarida ishlagan yevropaliklar va amerikaliklar buni shaxsiy hayotga aralashish sifatida qabul qiladilar.

HR va HR departamenti degan tushunchalari hozirda bizga ancha tanish bo‘lib bormoqda. O‘zi shu HR nima ish qiladi? U tashkilot uchun qanchalik ahamiyat kasb etadi, degan savollarga javob bersak.

HR departamenti tashkilotni kerakli xodimlar bilan ta‘minlab turuvchi funksiyani bajarib to‘rt qismdan iborat. Ular:

1. Recruiting (ishga yollash) bo‘limi, u tashkilot uchun munosib mutaxassisni topish va yollash bilan shug‘ullanadi;

2. Adaptation (moslashtirish) bo‘limi, ishga olingan ishchilarni yangi sharoitga moslashishi, ularni yangi jamoaga kirishib ketishi bilan shug‘ullanadi;

3. Education (ta‘lim) xodimlarning malakasini oshirishga mas‘ul bo‘lim.

4. Headhunting (yuqori malakali kadrlarni ishga yollash) bo‘limi, bu bo‘lim asosan rahbar kadrlarni topish, ularni ishlab turgan joyidan bo‘shatib kompaniyaga yollash bilan shug‘ullanadi. Bu bo‘lim strategik bo‘lim hisoblanib bunda ko‘pincha tashkilot rahbari yoki biznes egasining o‘zi ham ishtirok etishi talab etiladi.

¹ “Personalni boshqarish” fanidan ma‘ruzalar matni, TMI, Toshkent, 2013-yil

² Inson resurslarini boshqarish - A.B.Xayitov, darslik, Toshkent – 2019 yil, 7-bet

Yaponiya kompaniyalari xodimlarni jalb etishining asosiy manbasi universitet va kollej bitiruvchilari segmenti hisoblanadi. Bunday kompaniyalar ta’lim muassasalari bilan kadrlar borasida yaqin aloqalarni yo‘lga qo‘yishgan.

Ya’ni avvalo kadrlar xizmati 2 va 3 kurslarda tahsil olayotgan talabalardan lavozimga mos keladiganlarni aniqlashadi. Ushbu talabalar bilan ish boshlanib, kompaniya haqida ma’lumot berishadi. Maqsad umrbod ishga olmoqchi bo‘lgan kompaniyaga nisbatan vatanparvarlik tuyg‘usini shakllantirishdir.

Yangi nomzodni tanlash jarayoniga o‘rtacha 48 soat vaqt sarf etiladi. Bu mamlakatda xodimlarni ishga jalb qilish va ularni saralashda malakali mutaxassislar shtati va ko‘p sonli psixologik testlardan iborat bo‘lgan alohida baholash markazlari tarmoqlari faoliyat yuritadi. Ishga qabul qilish jarayonida nomzodning o‘z mutaxassisligidan ko‘ra uning insoniy xislatlari va sifatini aniqlashga alohida e’tibor qaratiladi. Har bir talabgorning oldingi ish joyidagi faoliyati ko‘proq baholanadi. Agar talabgor ilk marotaba ishga hujjat topshirayotgan bo‘lsa, u o‘qigan ta’lim muassasasidagi o‘qituvchi yoki professorning nomzod to‘g‘risidagi fikrini bilishga qiziqishadi.

Yosh mutaxassislar kompaniyaga ishga kirganlarida, ularga ustoz ham tayinlanadi, ustozlar ularni baholashni emas balki yangi muhitga moslashishga yordam berishni maqsad qilishadi. Yetakchi Yapon firmalari muvaffaqiyatining siri oddiy bo‘lib – ya’ni boshqaruvda avvalo inson omilini birinchi o‘ringa qo‘yishlaridadir.

Yaponiyada talantli kadrlarga bo‘lgan kurashning yuqoriligi sabab ba’zi kompaniyalar hatto kadrlar zaxirasini maktabgacha ta’lim muassasalari tarbiyalanuvchilari orasidan qidirishadi. Avvalo tajribali psixologlar ishlab chiqqan metodikalar yordamida o‘z sohalariga qobiliyatli bolalar aniqlanib saralanadi. So‘ngra tanlab olinganlarning ota-onalaridan rozilik olinib, bolalarning kelgusidagi ta’lim olish xarajatlarini qoplab berish sharti bilan bo‘lajak kadrlar zaxirasiga kiritishadi.

Aksariyat Yapon kompaniyalarida agarda bo‘sh lavozimni ichki manba asosida to‘ldirishga to‘g‘ri kelsa, nomzod xodimlar o‘rtasida tanlov tashkil etiladi va eng munosibi tanlab olinadi. Bu usul kompaniyada axloqiy qadriyatlarni yaxshilashga hamda kompaniyaga bo‘lgan ishonchni ortishiga xizmat qiladi. Asosiy e’tibor kadrlar zaxirasiga qaratiladi.¹

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 2020-yil 5-oktabr kuni PF-6079-sonli **“Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida**”²gi farmonni imzoladi. Mazkur farmon bilan **“Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi hamda uni amalga oshirish bo‘yicha “yo‘l xaritasi”** hamda **2020–2022 yillarda hudud va tarmoqlarni raqamli transformatsiya qilish dasturlari** tasdiqlandi.³ Belgilangan yillarda hudud va tarmoqlarni raqamli transformatsiya qilish dasturlari doirasida, jumladan hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning turli sohalarida 400 dan ortiq axborot tizimlari, elektron xizmatlar va boshqa dasturiy mahsulotlar joriy etilmoqda. Farmon ijrosi doirasida 29 ta namunaviy tuman (shahar)larda 2020 yilda va 2021 yil I choragi yakuniga qadar raqamli transformatsiya qilish loyihalari amalga oshirildi.

2020-yil 1-noyabrdan investitsiya loyihalari hamda jalb etilayotgan xalqaro moliya institutlari, xorijiy hukumat moliya tashkilotlari va donor mamlakatlar mablag‘larining 5 foizdan kam bo‘lmagan qismi "raqamli" komponentlarga yo‘naltirilishi boshlandi. Farmonga muvofiq, Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish hamda Adliya vazirliklari va ular tasarrufidagi tashkilotlarda “Raqamli idora” loyihasi amalga oshirilib kelinmoqda.

Loyiha doirasida, jumladan, 2022 yil 1 yanvarga qadar qog‘ozsiz elektron hujjat almashinuvi va ish yuritishni tashkil qilgan holda barcha ma’muriy tartib-taomillar va operatsion jarayonlar raqamlashtirilishi belgilangan. Biroq ayrim sabablarga ko‘ra mazkur ishlar to‘la bajarilmadi.

2021 yil 1 avgustdan davlat bojlari, yig‘imlar, jarimalar va boshqa majburiy to‘lovlarni onlayn rejimda to‘lash imkoniyati yaratildi.

¹ <https://yuz.uz/> - O‘tkir Abdulkarimov, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat xizmatini rivojlantirish agentligi Toshkent shahar filiali Inson resurslari va kadrlar salohiyatini rivojlantirish bo‘limi bosh inspektori

² <https://lex.uz> - sayti

³ <https://qalampir.uz/uz/news/prezident-rak-amli-uzbekiston-2030-strategiyasini-tasdik-ladi-26704>

Hozirgi kunda yurtimizda innovatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish kirib bormagan va foydalanilmayotgan sohalar qolmadi hisobi. Ayniqsa so‘ngi yillarda “Raqamli O‘zbekiston – 2030” dasturi doirasida yurtimizdagi har bir soha bosqichma-bosqich to‘la elektron hamda raqamli tizimda faoliyat yuritishga o‘tmoqda. Misol sifatidan olib qaraydigan bo‘lsak ta‘lim tizimida maxsus “Hemis”, “Moodle”, “kundalik.com”, e-maktab elektron platformalari, oliy va o‘rta maxsus ta‘lim dargohlariga qabul qilishda to‘la elektron tizimlarda olib borilayonligi, davlat boshqaruvi tizimlarida hukumat qarorlarining elektron tarzda ochiqlik tamoyili asosida “e-qaror” elektron tizimi, “Yoshlar daftari”, “Ayollar daftari”, “Temir daftar” kabi elektron platformalar, davlat xizmatlarining barchasini turli tashkilotlarda sarsongarchilikda yurmasdan bir joydan va asosiysi ortiqcha hujjatlarsiz ko‘rsatilishini ta‘minlovchi “Davlat xizmatlari markazlari” yoki “my.gov.uz” yagona interaktiv davlat xizmatlari portalidan foydalanilayotganligi va hokazo qator elektron tizimlarini ko‘rish mumkin.

Yurtimizda “Inson resurslarini boshqarish” sohasida bir qator raqamlashtirish islohotlari amalga oshirilib bu boradagi ishlar jadallashtirilmoqda. Mazkur jarayonlarga misol qilib O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat xizmatini rivojlantirish agentligi tomonidan so‘ngi yillarda amalga oshirib kelinayotgan loyihalar, davlat boshqaruvi sohasida iqtidorli kadrlarlarni saralab olish, salohiyatli kadrlarni qo‘llab-quvvatlash hamda ularning malakasini oshirish borasidagi innovatsion yechimlarini olish mumkin. Kichik tahlillar natijasidan shunday xulosaga keldim, ya‘ni “Inson resurslarini boshqarish” sohasida innovatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish bosqichlari quyidagicha bo‘lib chiqdim:

1-bosqich – bunda inson resurslarining shakllanish jarayonlarini optimallashtirish hamda bunda innovatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish. Maktab, oliy va o‘rta maxsus ta‘limi tizimlarida to‘liq ektron va raqamli texnologiyalarni qo‘llash. Bunda asosiysi ta‘lim sifatiga e‘tibor berish pirovard maqsad yetuk malaka va bilimga ega salohiyatli kadrlarni tayyorlashga qaratilishi lozim.

2-bosqich – Mavjud hamda foydalanilayotgan resurslar faoliyatini optimallashtirish hamda bunda innovatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish.

3-bosqich – Mavjud hamda foydalanilayotgan resurslarni qayta tayyorlash, malakasini oshirish, o‘z faoliyatidagi ilmiy-amaliy yangiliklardan boxabar qilib borish va ularni tezda egallashlariga shart-sharoitlar yaratish.

Mazkur bosqichlar o‘z navbatida inson resurslarini boshqarishda innovatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish yo‘nalishlarini ham belgilab beradi.

Yurtimizda rivojlanish va amaliyotga joriy etilayotgan raqamli innovatsion tizimlar hamda ularning samarasi kundan-kunga ortib borayotganini e‘tirof etmaslikni imkoni yo‘q, biroq inson resurslarini boshqarish sohasida raqamlashtirish va innovatsiyalardan samarali foydalanish yo‘nalishida muammolar bisyordir. Ushbu muammolarga misol sifatida yurtimizdagi yagona mehnat reestrining to‘laqonli faoliyat yuritmayotligini ko‘rsatish mumkin. Bunda <https://my.mehnat.uz> sayti orqali ishlanadigan yagona milliy mehnat tizimi orqali xususiy tadbirkorlar hamda o‘z-o‘zini band qilgan shaxslarning ma‘lumotlari aks etmaydi. Shuningdek xodimning ish joylari ham to‘liq va o‘z vaqtida aks etmaydi. Bu esa o‘z navbatida kelgusida pensiya hisoblanayotganda elektron mehnat daftarchasi orqali ko‘pgina noaniqliklar sabab noto‘g‘ri hisoblanishlarni yuzaga keltirib chiqarishi mumkin. Yana bir muammo viloyat, tuman, shahar hokimliklari, tuman shahar tashkilot va idoralari xodimlari uchun o‘zaro hujjat almashinuvchi har tomonlama qulay tizim mavjud emas. Buning o‘rniga muqobil variant hisoblangan telegramm messengeridan foydalaniladi. Tog‘ri bu bir muncha qulay lekin bu ish vaqtida xodimning keragidan ortiq chalg‘ishiga hamda belgilangan vazifalarni o‘z vaqtida bajara olmasligiga sabab bo‘lmoqda, shu bilan bir qatorda bu messengerning ishonchligi ham kam. Bu muammo esa ushbu yuqoridagi tashkilot va idoralar uchun yagona hujjatlar almashinuvchi, kasbiy muloqot qilinuvchi, korporativ vazifalar ketma-ketligi aks etgan yagona dastur ishlab chiqilib amaliyotga tadbiiq etilishi lozimligini ko‘rsatadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Inson resurslarini boshqarish - A.B.Xayitov, darslik, Toshkent – 2019 yil, 7-bet
2. “Personalni boshqarish” fanidan ma‘ruzalar matni, TMI, Toshkent, 2013-yil

3. <https://lex.uz> sayti
4. <https://qalampir.uz> sayti
5. <https://yuz.uz/>- maqola, O‘tkir Abdukarimov, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat xizmatini rivojlantirish agentligi Toshkent shahar filiali Inson resurslari va kadrlar salohiyatini rivojlantirish bo‘limi bosh inspektori
6. <https://my.mehnat.uz> - sayti

Bukhara State University
Gulnora Nurova,
Lecturer of the Department of
Service Sector Economy
E-mail: g.n.nurova@buxdu.uz

THE ROLE OF STRATEGIC TRADE POLICY IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

Annotatsiya. Ushbu maqolada strategik savdo siyosatining O‘zbekiston iqtisodiy rivojlanishidagi ko‘rsatkichlari, strategik savdoga ta'sir etuvchi omillar, O‘zbekistonda asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar tarkibi haqidagi tahliliy ma'lumotlar berilgan.

Kalit so‘zlar: strategik savdo, import, eksport, investitsiya, diversifikatsiya, konseptual model, ixtisoslashuv, tovar aylanmasi, YaIM.

Аннотация. В данной статье представлена аналитическая информация о показателях стратегической торговой политики в экономическом развитии Узбекистана, факторах, влияющих на стратегическую торговлю, структуре инвестиций в основной капитал в Узбекистане.

Ключевые слова: стратегическая торговля, импорт, экспорт, инвестиции, диверсификация, концептуальная модель, специализация, товарооборот, ВВП.

Annotation: In this article, the indicators of strategic trade policy in the economic development of Uzbekistan, the strategic trade factors provide analytical information on the structure of fixed assets in Uzbekistan.

Keywords: Strategic trade, import, export, investment, diversification, conceptual model, specialized trade, GDP.

Throughout human development, countries' economies have evolved through a number of development strategies. The strategic approach to international trade is an improved trade policy in recent years, and since 1980, most countries have pursued trade and economic relations in this way. What led to the emergence of foreign economic relations? Until the 18th century, scientists attributed the answer to the uneven distribution of the gifts of nature between different countries and peoples. The reason was simple: if one country had a marble mine and another had a gold mine, these countries would have to trade with each other and exchange marble for gold so that their kings could sit in a marble palace with a gold crown.

As a recent change in international trade theory, the term “strategic trade policy” has been much debated since the 1980s (Spencer and Brander (2008)). Such a policy can support the effectiveness of research, and thus the provision of additional benefits to local firms at the expense of the loss of local prosperity by foreign firms. As a widely used tool of this policy, export subsidies are approached strategically, taking into account the country's comparative advantages and opportunities in the sectors where the strategic trade policy is applied. However, in the context of global competition, trade barriers and subsidies to research and investment to support firms can also have strategic effects.

A number of important factors have been identified that could lead to the implementation of a strategic trade policy and affect its outcomes.

Accordingly, Figure 1 shows the conceptual framework of the factors to be considered in the implementation of strategic trade policy.

What stage of the country's development path plays a crucial role in determining the appropriateness and effectiveness of a strategic trade policy? In other words, going through a development trajectory helps determine a country’s trade strategy. For example, if the economy is not sufficiently diversified as in the first phase (Figure 2), the industries will face a number of challenges, so that they should be additionally supported by the state, even if they are protected by trade barriers.

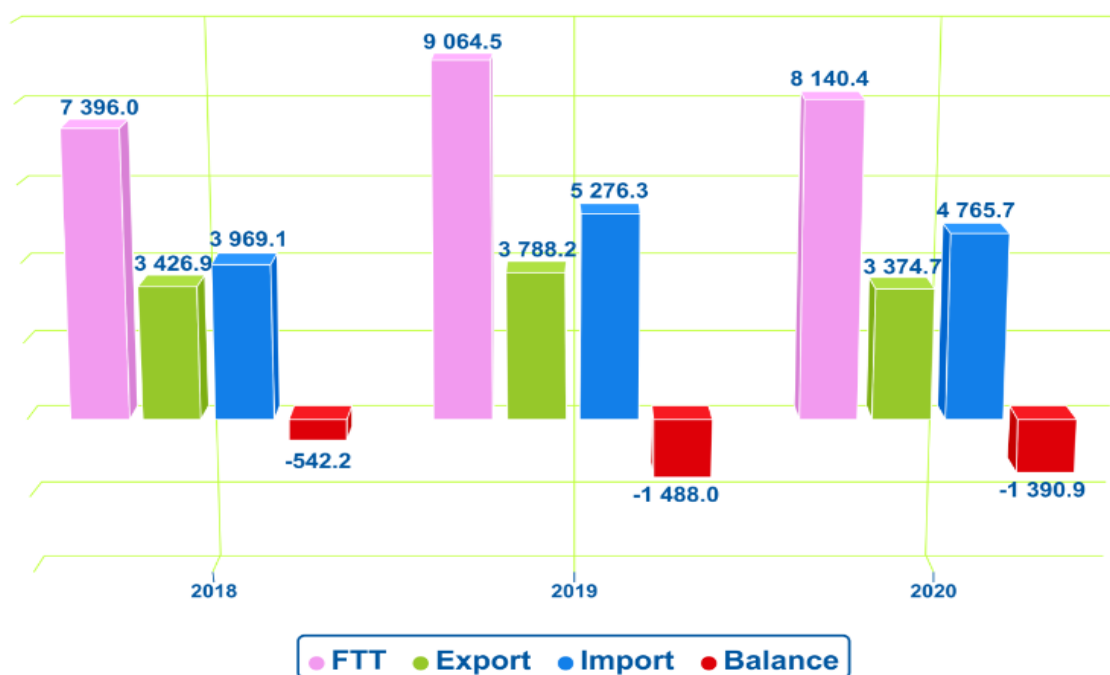
On the other hand, if the economy is sufficiently diversified, productivity opportunities and other industry-supporting policy effectiveness will increase. In this case, protectionist instruments such as trade barriers, instead of developing the industry, negatively affect them.

Since gaining independence, Uzbekistan has sought to impose trade restrictions. In addition to achieving some positive organizational and economic results, there were also negative socio-economic conditions associated with this policy.

First, a number of transnational corporations have set up operations in Uzbekistan to take advantage of trade restrictions. As a result, a favorable business environment has emerged for local businesses, which protects them from foreign competitors and has consumers of the products they produce. In addition, providing the local market with locally produced products and reducing economic dependence may be the achievements of Uzbekistan's trade policy.

According to the results of January-March 2020, the foreign trade turnover of the republic reached 8 140.4 million US dollars, which, compared to the same period last year, decreased by 924.1 million US dollars. Of the total FTT, exports reached \$ 3 374.7 million (a decrease of 10.9%) was recorded in January-March 2019, and imports were \$ 4 765.7 million (a decrease of (9.7%). A passive balance of foreign trade in the amount of \$ 1 390.9 million was recorded.¹

Dynamics of foreign trade turnover of the Republic of Uzbekistan
(January-March, million US dollars)



¹ file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Foreign%20economic%20activity.pdf

As a result of measures taken by the government of the republic to strengthen cooperation with the CIS countries and comprehensive support for foreign trade, the share of foreign trade of the CIS countries, compared to the same period in 2019, increased by 2.5% and their share in foreign trade, according to the results of January-March 2020, amounted to 36.2%.

Investments in fixed assets in Uzbekistan for 2002-2018 (in 2002 prices, billion soums), market size (GDP (in 2010, billions of US dollars)) and market openness (turnover (percentage to GDP)) information on

Investments in fixed assets (in 2002 prices), billion uzbek soums GDP (in 2010 prices), billion rubles Turnover in US dollars (percentage of GDP).

Table-1

Investment in fixed assets, GDP and foreign trade turnover in Uzbekistan, 2006-2021¹

	Investments in fixed assets (in 2006 prices), billion uzbek soums	GDP (in 2010 prices) ² billion dollars	Turnover (percentage of GDP)
2006	744.5	20.046	40.072
2007	1036.813	20.888	48.433
2008	939.0855	21.723	50.971
2009	1103.196	22.636	57.77
2010	1443.116	24.379	63.774
2011	1632.94	26.085	58.815
2012	1917.911	27.989	57.683
2013	2640.789	30.766	64.401
2014	3987.502	33.535	66.245
2015	8387.262	49.778	43.574
2017	9679.027	53.657	38.848
2018	10850.62	57.949	32.883
2019	11856.44	62.469	30.566
2020	25530,0*	76,733	46,722
2021	51980,0*	78,472	32,378

* - *Investments in fixed assets for 2020 and 2021 years are indicated in current prices.*

Empirical analysis shows that fixed capital investment is positively correlated with market size ($r = 0.996$). That is, in 2006-2021, the larger the market size of Uzbekistan, the greater the inflow of investment into the economy.

Another reason why developing countries are aiming to implement an import substitution strategy is that this strategy can encourage local parts manufacturers by increasing the demand for local parts and creating a conducive business environment. Implementation of import substitution policies has different effects on the final goods and components industry. Typically, trade barriers encourage local producers to take advantage of sales at relatively high prices. In particular, the barrier to imports of finished products has directly and indirectly stimulated the industry of these products and the components industry, respectively. As a result, the end product industry can expand its operations. In turn, this expansion will lead to an expansion of market demand for components and the development of the components industry. However, tariffs on

¹ State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan

² World Bank data

imports of components are leading to a crisis in the finished goods industry, and later in the components industry, although local manufacturers can benefit from this trade policy in the short term (Nurov (2017)).

The following areas are a priority in Uzbekistan's foreign trade, as well as economic, scientific and cultural ties:

- Further development and strengthening of the export potential of the republic, the formation of a specific strategic trade policy.
- Develop and implement special programs aimed at adapting to the competitive environment and gaining a foothold through membership in regional trade and economic blocs before implementing a policy of openness in foreign economic activity.
- Changing the structure of exports from raw materials and agricultural products to products produced in science-intensive industries.
- Ensuring the production of products that are in demand not only in the domestic market but also in the world market.

In short, Uzbekistan's integration and accession to international economic structures such as the WTO and the OSCE will allow us to strengthen our country's position in foreign trade and to pursue mutually beneficial cooperation.

PREFERENCES

1. Law of the Republic of Uzbekistan “On foreign economic activity”, 26.05.2000, <https://www.lex.uz/ru/docs/4538627>.
2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-4947 dated 7.02.2017 "On the strategy of actions on further development of the Republic of Uzbekistan". <https://lex.uz/docs/3107036>
3. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-5177 dated 02.09.2017 "On priority measures to liberalize foreign exchange policy." This Decree was published in the newspaper "Xalq so'zi" on September 5, 2017, No. 176 (6870).
4. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz - T.: “O'zbekiston” 2016, -56 b.
5. Alesina, Alberto & Spolaore, Enrico & Wacziarg, Romain, 2005. "Trade, Growth and the Size of Countries," Handbook of Economic Growth, in: Philippe Aghion & Steven Durlauf (ed.), Handbook of Economic Growth, edition 1, volume 1, chapter 23, pages 1499-1542 Elsevier.
6. Álvarez, Andrés & Carlos Andrés Brando, 2019. “Revisiting Industrial Policy and Industrialization in Twentieth Century Latin America”. *Revista de Estudios Sociales* 68: 2-7. <https://doi.org/10.7440/res68.2019.01>
7. Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.
8. Nurov, Z. S., Khamroyeva, F. K., & Kadirova, D. R. (2021, March). Development of domestic tourism as a priority of the economy. In *E-Conference Globe* (pp. 271-275).
9. Rakhmatullaeva, F. M., & Nurova, G. N. (2020). The importance of trade policy in the economic development of the country. *Economics*, 1, 27-28.
10. Nurov, Z. S., & Nurova, G. N. (2021, March). Conceptual framework for factors affecting the feasibility of the ISI. In *E-Conference Globe* (pp. 276-280).
11. Nurov, Z., & Nurova, G. (2021). Results of ISI Implementation in Uzbekistan (in The Example of Uzbek Automotive Industry): Achievements and Negative Outcomes. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 214-225.
12. Mubinova, R. F., & Nutfulloeva, N. G. (2020). The importance of trade policy in the economic development of the country. *Economics*, (1 (44)).

13. Nurova, G. (2021). THE ROLE OF MODERN TREATMENTS OF THE STRATEGIC TRADE POLICY IN TERMS OF THE DEPENDENCY THEORY OF PREBISCH AND SINGER. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 6(6).

Hayitov Umidjon Hamidovich BuxDU doktoranti

TA'LIMDA AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING AHAMIYATI

ANNOTATSIYA

Bugungi kunda ta'lim tizimiga alohida e'tibor qaratish lozim. Chunki bugungi raqamli dunyoda hayotda o'z o'rnimizni egallashimiz uchun o'zgarish va yangilanishga intilishimiz kerak. Avvalo, ta'limni takomillashtirish, o'qitishga yangi axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish zarur. Buni qanday qilish kerak, nimani izlash kerak. Ushbu maqolada ushbu mavzu bo'yicha qisqacha ma'lumot berilgan.

Резюме

Особое внимание сегодня следует уделить системе образования. Потому что в современном цифровом мире мы должны стремиться к изменениям и обновлению, чтобы занять свое место в жизни. В первую очередь необходимо совершенствовать образование и внедрять в обучение новые информационно-коммуникационные технологии. Как это сделать, на что обратить внимание. В этой статье дается краткий обзор по этой теме.

SUMMARY

Special attention should be paid to the education system today. Because in today's digital world, we have to strive for change and renewal in order to take our place in life. First of all, it is necessary to improve education and introduce new information and communication technologies in teaching. How to do it, what to look for. This article gives a brief overview on this topic.

Kalit soʻzlar: ta'lim, AKT, dasturlar.

Ключевые слова: образование, ИКТ, программы.

Keywords: education, ICT, programs.

O'zbekistonda ta'lim tizimini isloh qilishning asosiy omillaridan biri ta'lim jarayoniga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishdir. hamda boy tariximiz, ezgu qadriyatlarimiz, yuksak axloqiy fazilatlarimiz ruhida tarbiyalashga xizmat qiladigan milliy axborot resurslarini shakllantirish va rivojlantirish, bu borada o'zbek tilidan unumli foydalanish hamisha e'tiborimiz markazida bo'lishi kerak.

Zamonaviy ta'lim tizimiga yuqori sifatli texnologiyalarni joriy etish, ta'lim samaradorligini oshirish va ta'lim tizimini takomillashtirish, ta'lim jarayoniga axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish bugungi ta'limning asosiy maqsadlaridan biridir.

Iqtisodiy nuqtai nazardan, zamonaviy globallashtirish, raqamli iqtisodiyot va yangi O'zbekiston qurilishi sharoitida innovatsion faoliyatni tashkil etish va qo'llab-quvvatlash bo'yicha xalqaro tajribani o'rganish nafaqat korxonalar darajasida, balki oliy ta'lim muassasalarida ham keng yo'lga qo'yilgan. va ularning innovatsion faoliyati. takomillashtirishga ham xizmat qiladi.

Pedagogik nuqtai nazardan qaraganda, zamonaviy ta'lim tizimida ro'y berayotgan innovatsion jarayonlar, birinchi navbatda, inson faoliyatining barcha sohalarida raqamli texnologiyalardan faol foydalanish bilan bog'liq bo'lib, birinchi navbatda, ta'lim sifati va samaradorligini oshirishga qaratilgan. Shu munosabat bilan talabalarning kasbiy innovatsiyasi tubdan boshqacha ma'noga ega. Innovatsion faoliyatning mohiyati va mazmuni shundan iboratki, o'quvchilarga ta'lim sohasidagi har qanday yangilik o'qituvchi tomonidan amalga oshiriladi. Ya'ni, ta'lim jarayonida o'quvchilarning ob'ektdan sub'ektga o'tishi, eng avvalo, o'qituvchining kasbiy malakasiga bog'liq.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasida mamlakatimiz zamonaviy yuksalishga erishish maqsadida innovatsion rivojlanish bosqichiga kirganligini e’tirof etilgan. “Innovatsiya – bu kelajak degani. Biz buyuk kelajagimizni barpo etishni... aynan innovatsion g‘oyalar asosida boshlashimiz kerak. Innovatsion rivojlanish va raqamli iqtisodiyot yo‘liga o‘tishimiz bejiz emas. Chunki zamon shiddat bilan rivojlanib borayotgan hozirgi davrda kim yutadi? Yangi fikr, yangi g‘oyaga, innovatsiyaga tayangan davlat yutadi.”

Ta’lim berish jarayonida yangi texnik vositalar, kompyuter va boshqa axborot texnologiyalarining jadal sur’atlarda kirib kelayotgan hozirgi davrida fanlararo uzviylikni ta’minlash maqsadida zamonaviy texnologiyalardan foydalanish dolzarb masalalardan biridir. Respublikamizda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish, jamiyatda raqamli texnologiyalari va internetning xalqaro axborot tizimlariga keng kirib borishini ta’minlash dasturlarini ishlab chiqish, hamda bu boradagi ishlarni tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida Vazirlar Mahkamasining qarorlari qabul qilingan. “Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish to‘g‘risida” (2002 yil), “O‘zbekiston respublikasining jamoat ta’lim axborot tarmog‘ini tashkil etish to‘g‘risida” (2005 yil), “Zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarini yanada rivojlantirish va joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida” (2012 yil)gi qaror va farmonlar shular jumlasidandi.

“Ilm, ma’rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili” Davlat dasturida nazarda tutilgan tegishli huquqiy zaminni yaratish maqsadida O‘zbekiston Respublikasining “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”gi Qonunining qabul qilinishi (2020 yil 24 iyul) yangi O‘zbekistonni qurishda muhim qadam bo‘ldi. Ushbu qonun taraqqiyotimizni kafolatlovchi, uni yanada jadallashtiruvchi yangi g‘oya, yangi kashfiyotlar, ilmiy ishlanmalarni yaratish hamda hayotga joriy etilishining ishochli huquqiy mexanizmlarini mustahkamlab benihoya muhim ahamiyat kasb etadi.

Mazkur qaror va farmonlarda zamonaviy innovatsion texnologiyalarni rivojlantirish va ularni iqtisodiyotning turli tarmoqlariga tatbiq etish, jumladan, ta’lim jarayoniga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish zarurligi ta’kidlangan.

Ta’limga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish:

- fanning barcha sohalarini axborotlashtirish;
- ta’lim faoliyatini intellektuallashtirish;
- integratsiya jarayonlarini chuqurlashtirish;
- ta’lim tizimi infratuzilmasini va uni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish.

Natijada talabaning kasbiy bilimlarni kasbiy egallashi, o‘rganilayotgan hodisa va jarayonlarni modellashtirish orqali fan sohasini chuqur o‘rganish, turli ta’lim faoliyati, o‘rganilayotgan jarayonlarning kompyuter texnologiyalari orqali o‘quvchining mustaqil faoliyatini kengaytirish. hodisalarni vositalar orqali ko‘rsatish esa o‘quvchilarda fan asoslariga qiziqish va faollikni oshirishga olib keladi.

Kompyuter dasturlari nafaqat o‘quvchilarning bilim va ko‘nikmalarini rivojlantirishga yordam beradi, balki kompyuterda ishlash orqali ijobiy ko‘nikmalarni shakllantirishga yordam beradi. Bunda asosiy o‘quv materialini to‘ldirish yoki o‘qitish samaradorligini oshirish uchun kompyuter dasturlari qo‘llanilishi mumkin. Ta’limda texnologiyadan foydalanish juda muhimdir. Bu vositalardan zamonaviy talablarga javob beradigan tarzda o‘qitish va o‘quvchilar e’tiborini jalb qilish mumkin. Kompyuterlar, elektron darsliklar, internet va boshqa vositalar kabi o‘quv qurollari o‘quvchilarga o‘quv ma’lumotlarini taqdim etuvchi texnik vositalardir. Axborot texnologiyalari uchun turli xil elektromexanik qurilmalar, ko‘rgazmali osiloskoplar va ularning sinfda vizual tasvirlarni namoyish qilish uchun o‘lchash asboblari, shuningdek, televizor, video proyektor, elektron doska, elektron daftar, smartfon mobil qurilmalari, audio multimedia texnologiyalari va boshqa vositalar.

Ta’lim jarayoniga zamonaviy innovatsion texnologiyalarni qo‘llashga ko‘plab omillar salbiy ta’sir ko‘rsatadi, jumladan:

- ta’lim muassasalarida axborot-kommunikatsiya vositalarining yetarli darajada ta’minlanmaganligi;
- ta’lim muassasalari internet va boshqa axborot tarmoqlariga ulanmagan;

- ilmiy-uslubiy resurslarning yetarli emasligi (elektron qo‘llanmalar, laboratoriya va nazorat ishlari, sinovlar yetarli emas);
- o‘qituvchilarning innovatsion raqamli texnologiyalardan foydalanish malakasining yetarli emasligi;
- o‘qituvchilarning kompyuterdan to‘g‘ri foydalana olmasligi, elektron kitoblar bilan ishlay olmaslik va h.k.

Ta’limda yo‘l qo‘yilayotgan bunday kamchiliklarni bartaraf etish omillari quyidagicha:

- yangi innovatsion texnologiyalarni o‘rganish uchun o‘qituvchilarni qayta tayyorlashni tashkil etish;
- o‘qituvchilarni multimedia darsliklarini ishlab chiqishni rag‘batlantirish; Internet tarmog‘i orqali onlayn konferensiyalar, seminarlar va boshqa ta’lim tadbirlarini tashkil etish;
- ta’lim muassasalarida multimedia sinflari, laboratoriya va kutubxonalar sonini ko‘paytirish;
- Internet va boshqa elektron o‘quv vositalarida o‘qitishning akademik soatlarini ko‘paytirish;
- Talabalar bilan zamonaviy axborot texnologiyalari bo‘yicha ko‘proq ilmiy ishlarni olib borish.

Bunday tadbirlar nafaqat ta’lim sifatini oshirish, balki bilimlarni ommalashtirishga ham xizmat qiladi.

Hozirgi vaqtda multimedia va kompakt disklar texnik vositalar yordamida o‘rgatilmoqda. Masalan, multimedia bir soat davom etadigan audio, dasturlashtirilgan, rejalashtirilgan o‘rganish shakli bo‘lib, DTS bilan mos keladi. Uni ishlatish uchun mutaxassislar mavzu bo‘yicha ma’lum bir soat uchun multimedia yaratadilar. Matn tarkibi media ekranning o‘zi tomonidan yaratilgan. Ilg‘or pedagog va texnik vositalardan foydalanish bo‘yicha katta tajribaga ega mutaxassislar dars mazmuni bilan amaliy tanishish jarayonini video yoki diskda o‘tkazishi va tarqatishi mumkin, bu esa o‘quvchilar bilimini takrorlash va chuqurlashtirishga yordam beradi. Shunday qilib, o‘qituvchi darsga ortiqcha kuch, bilim va kuch sarflamaydi. O‘quvchilarning faolligi ortadi, mustaqil ishlaydi, ijodiy va erkin fikrlaydi. Darsda zamonaviy usulda ishlashni o‘rganadilar. Ular AKT haqida va texnologiyadan foydalangan holda ta’limni qanday tashkil etishni o‘rganadilar. O‘quvchilarning dunyoqarashi oshib, faolligi oshib, qiziqishi ortib bormoqda.

Elektron darsliklarni yaratish va ta’lim jarayonida foydalanish ta’lim sifatini yanada oshirishga xizmat qiladi. Elektron darslik – davlat ta’lim standartlari va o‘quv rejalariga muvofiq fan yoki fanning bir qismi mazmunini tizimli yoritib beruvchi va ushbu shaklda nashr sifatida maxsus tasdiqlangan elektron darslikdir. Bu kurs murakkab jarayon bo‘lib, unda talaba o‘z kursini mustaqil o‘rganadi, mavzu bo‘yicha savollarga javob beradi, u bo‘yicha mustaqil ravishda amaliy va laboratoriya ishlarini bajaradi. Bu jarayonni o‘qituvchi masofadan turib kuzatishi va nazorat qilishi mumkin.

Ta’lim jarayonida elektron ma’lumotlar bazalaridan foydalanish, ekspert tizimlaridan foydalanish, elektron kutubxonalardan kerakli adabiyotlarni izlash va kitoblarning elektron variantlaridan foydalanish, videomuloqot, telekonferensiya va guruh darslari, internet texnologiyalaridan foydalangan holda o‘quv jarayonlarini tashkil etish. Arizalar kurs davomida topshirilishi mumkin. Ixtiyoriy fanlarni o‘qitishda taqdimotlardan foydalangan holda o‘quv mashg‘ulotlarini tashkil etish, videomateriallardan foydalanish, audio taqdimotlar tayyorlash, videoma’ruzalar tashkil etish, virtual laboratoriya mashg‘ulotlarini o‘tkazish, fanlarni o‘rganish uchun videosayohatlar tashkil etish; Fandan foydalanish ta’lim samaradorligini oshiradi. vizual o‘qitish usullari.

Zamonaviy texnologik vositalarni yaratish jarayoni dasturchilar tomonidan maxsus dasturiy ta’minot yordamida amalga oshiriladi. Audio jarayonlarni taqdim etish va audio tahrirlash Adobe Audition, Ableton Live, GarageBand, Logic Pro X., SonicFoundry SoundForge, Wave Lab, Sound Recorder va boshqa dasturlar yordamida amalga oshiriladi. U asosan multimedia texnologiyalarini yaratishda qo‘llaniladi.

Dinamik tasvirlangan o‘quv materiallarini yaratishda: Paint Tool Sai, Adobe Photoshop, Corel Painter, Disreet 3D Studio MAX, Alais Wave Front, Maya, Light Wave, SoftImage 3d, Adobe Image Ready, Gif Animator, Macromedia Flash, Adobe Premier ishlatiladi.

Pedagogik dasturlarning gipermatnli hujjatlarini ishlab chiqishda Microsoft Front-Page (HTML-Hyper Text Markup Language), Microsoft Power Point, Microsoft Word kabi dasturiy vositalardan foydalaniladi.

O'qituvchilar uchun veb-sahifalarni yaratishda: "Wix." Adobe Dreamweaver, WordPress, Weebly, Webflow, Bluefish, Visual Studio Code va boshqalardan foydalanadi.

Ta'lim jarayonini zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida tashkil etish o'qitish uslub va vositalarini to'ldiradi, ta'lim tizimining samaradorligi va kutilayotgan natijalarni ta'minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Aripov M., Begalov B. va boshqalar. Axborot texnologiyalari.- Toshkent, 2009.
2. Begimkulov U.SH. Zamonaviy axborot texnologiyalari muhitida pedagogik ta'limni tashkil etish. Pedagogik ta'lim. – Toshkent, 2004. 25-27.
3. Ishmuxamedov R., Abduqadirov A., Pardaev A. Ta'limda innovatsion texnologiyalar. - T, Iste'dod, 2008, 180 bet.
4. "Pedagogik kadrlarni malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlashning zamonaviy shakllarini joriy etish muammolari" Ilmiy-amaliy konferentsiya materiallari. Toshkent -2009 y.
5. Pedagogik texnologiya: muammo va istiqbollari (zamonaviy pedagogik texnologiyaning ilmiy-nazariy asoslari). Mualliflar guruhi./ T.:OO'MKHTRM, 300 bet.

Урганч Давлат университети таянч докторанти
Хайтбоева Нигора Бакмаматовна

**ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТ КОРХОНАЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА
РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ**

Аннотация. Ушбу мақолада Ўзбекистон тўқимачилик саноат корхоналарида рақамли маркетинг бўйича билимлар даражаси ўрганилган, шунингдек, мавжуд тадқиқотлар таҳлили асосида тўқимачилик саноат корхоналарини ривожлантириши имкониятлари аниқланган.

Калит сўзлар: тўқимачилик саноати, маркетинг стратегияси, рақамли маркетинг, ижтимоий тармоқ, интернет.

Аннотация. В данной статье рассматривается уровень знаний по цифровому маркетингу в текстильной промышленности Узбекистана, а также выявляются возможности развития текстильных предприятий на основе анализа существующих исследований.

Ключевые слова: текстильная промышленность, маркетинговая стратегия, цифровой маркетинг, социальные сети, интернет.

Abstract. This article examines the level of knowledge on digital marketing in the textile industry of Uzbekistan, as well as identifies opportunities for the development of textile enterprises based on the analysis of existing research.

Key words: textile industry, marketing strategy, digital marketing, social networking, internet.

Бугунги кунда мамлакатимизда тўқимачилик саноати соҳасини янада ривожлантириш мақсадида сифат ўзгаришларини таъминлашга қаратилган ислохотлар олиб борилмоқда. Жумладан, тўхтаб қолган эски ип-йигирув комбинатлари ўрнига замонавий технологиялар билан жиҳозланган хорижий ва қўшма корхоналар ташкил этилмоқда. Кўплаб тармоқ корхоналари модернизация қилинди, уларда жаҳон андозалари даражасидаги рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқарилиши йўлга қўйилди.

Мамлакатимиз Президенти таъкидлаганларидек, "... мамлакат саноатини ривожлантиришнинг фундаментал драйверлари ҳисобланган соҳаларда меҳнат унумдорлигини янада ошириш, соҳанинг рақобатбардошлигини кучайтириш, шунингдек,

мазкур жараёнда техник регламентларни замон талабларидан келиб чиқиб янгилаш ва самарали фойдаланиш масалалари ҳам алоҳида эътиборни талаб қилмоқда”¹.

Сўнгги йилларда республикада энгил саноатнинг тўқимачилик, тикув-трикотаж, чарм-поябзал ва мўйначилик тармоқларини ривожлантириш, ишлаб чиқарилаётган тайёр маҳсулотларнинг турлари ва ассортиментини кенгайтириш, шунингдек, тармоқ корхоналарининг инвестиция ва экспорт фаолиятини ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш бўйича комплекс чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Хусусан, энгил саноатнинг жадал ва барқарор ривожланишини таъминлаш, маҳаллий хомашёни чуқур қайта ишлаш орқали биринчи навбатда ташқи бозорларда рақобатбардош бўлган юқори қўшилган қийматга эга тўқимачилик, тикув-трикотаж, чарм-поябзал ва мўйначилик маҳсулотлари ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш ва кенгайтириш, шунингдек, салоҳиятли хорижий инвесторларни жалб этиш мақсадида хомашёни чуқур қайта ишлаш асосида бозор талабларидан келиб чиққан ҳолда юқори қўшилган қийматга эга тўқимачилик, тикув-трикотаж, чарм-поябзал ва мўйначилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва экспорт қилишнинг 2020 — 2025-йилларга мўлжалланган мақсадли параметрлари ишлаб чиқилди. Шунга мувофиқ, ушбу йиллар давомида тўқимачилик ва тикув-трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмини 3,5 бароварга ўстириш ва 2025 йилда ишлаб чиқариш ҳажмини 15028,5 млн долларга етказиш режалаштирилган². Тармоқда фаолият кўрсатаётган корхоналарни қўллаб-қувватлаш мақсадида берилган имтиёз ва преференциялар уларнинг ташқи бозорда мустаҳкам ўрин эгаллашига имкон яратмоқда.

Тўқимачилик саноатини жадал ривожланиши ва тўйинган бозорлар шаклланаётганлигини эътиборга олиб бу соҳага маркетинг стратегиясини қўллаш зарурлигини тақозо этмоқда. Хорижий тадқиқотчи олимлар ўз асарларида тўқимачилик саноатининг иқтисодийдаги аҳамияти бўйича қуйидаги фикрларни билдиришган. Тўқимачилик саноатида истеъмолчилар томонидан бошқариладиган асосий корпоратив муаммолар барқарор ишлаб чиқаришга тўсиқ бўлиши мумкин. Шу нуқтаи назардан, ресурсларни ҳимоя қилиш ва хом ашё ва энергиядан тежамкор фойдаланиш стратегияси ҳам муҳим аҳамиятга эга³. Тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш жараёни толадан тортиб то мато шаклланишигача бўлган бир қанча жараёнлар ва технологияларни ўз ичига олади. Ип ишлаб чиқариш табиий толаларни оралик очиш, аралаштириш, тараш, чизиш ва йигирув билан қайта ишланади. Синтетик толалар турли мономерлар ёки полимерлардан куруқ, нам ва эритилган йигирув технологияси ёрдамида йигирилади⁴.

Бутунжаҳон веб-технологиялари ривожланаётган даврда истеъмолчилар ижтимоий тармоқларда бренд маҳсулотларни қидиришда кўпроқ вақт сарфлашмоқда. Истеъмолчиларнинг анъанавий медиадан рақамли медиага ўтиши маркетингларга мақсадли аудиторияга янада самарали ва самаралироқ эришиш, хабардор қилиш, жалб қилиш, сотиш, ўрганиш ва хизматлар кўрсатиш имконини беради. Шу сабабли, тадқиқотчи олимлар рақамли маркетингнинг (Digital marketing) турли жиҳатларини ўрганишга эътибор қаратишди.

Ижтимоий тармоқлар натижасида бизнеснинг ривожланиши ва бозорга чиқариш усули ўзгариб, янги тўсиқлар ва имкониятлар туғдирмоқда⁵. Рақамли маркетинг, ноўрин ёки малакасиз амалиётчилар томонидан қўлланилса ҳам, бизнесга зарар етказиши мумкин⁶. Шу сабабли, корхоналар ижтимоий медиа соҳаси бўйича етарли тажрибага эга

¹ Ш.Мирзиёев. Янги Ўзбекистон стратегияси. Тошкент-Ўзбекистон нашриёти. 2021 й. 132-бет.

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 16.09.2019 йилдаги ПҚ-4453-сонли “Энгил саноатни янада ривожлантириш ва тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқаришни рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори.

³ A. Desore, S.A. Narula An overview on corporate response towards sustainability issues in textile industry Environ. Dev. Sustain., 20 (2018)

⁴ A. Goyal, R. Nayak Sustainability in yarn manufacturing Sustainable Technologies for Fashion and Textiles, Woodhead Publishing (2019)

⁵ A.S. Arora, S.A. Sanni “Ten years of social media marketing” research in the Journal of Promotion Management: research synthesis, yemerging themes, and new directions J. Promot. Manag., 25 (4) (2019), pp. 476-499

⁶ R. Aswani, A.K. Kar, P.V. Ilavarasan, Y.K. Dwivedi Search engine marketing is not all gold: insights from witter and SEO Clerks Int. J. Inf. Manag., 38 (1) (2018), pp. 107-116

бўлишлари керак¹. Компаниялар ўзларининг рақамли маркетинг стратегияларини умумий бизнес мақсадларига мувофиқлаштиришга эътибор қаратишлари керак². Ушбу мақсаддан стратегик фойдаланилганда, ижтимоий медиа маркетинги истеъмолчиларнинг қониқиши ва қабул қилинган қийматнинг ошишига олиб келиши мумкин³.

Рақамли маркетинг веб-сайтлар, қидирув тизими маркетинги, рақамли реклама, ижтимоий медиа ва тармоқлар, электрон почта ва мобил алоқа, электрон алоқаларни бошқариш орқали интернетнинг кучидан фойдаланади ва турли имтиёзлар билан боғлиқдир⁴. Юқоридаги фикрларни умумлаштирган ҳолда рақамли маркетингни қуйидагича таърифлаш мумкин: Рақамли маркетинг - ахборот-коммуникация технологиялари ва тизимларидан фойдаланган ҳолда маркетинг тадқиқотларини олиб бориш ва истеъмолчиларнинг потенциал талабани ўрганишдир.

Бугунги кунда, мамлакатимизда Ўзтўқимачиликсаноати уюшмаси таркибида 2001 та тўқимачилик корхоналари мавжуд бўлиб, 2021 йил якуни бўйича тўқимачилик корхоналари томонидан жами 1,0 млн. тоннадан зиёд пахта толаси қайта ишланди, 2020 йилга нисбатан 18%га ўсди. Уюшмага аъзо корхоналар томонидан 33,0 трлн. сўмлик тўқимачилик ва тикув-трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқилди, жумладан: 750 минг тонна калави ипи (119%), 550 млн. кв м. газлама (135%), 176,0 минг тонна трикотаж мато (146%), 302 млн жуфт пайпоқ маҳсулотлари (117%), 553 млн. дона трикотаж маҳсулотлари (129%) ва 604 млрд. сўмлик тикув маҳсулотлари (130%) ишлаб чиқилди. Тўқимачилик ва тикув-трикотаж маҳсулотлари экспорт ҳажми 3,0 млрд. долларни ташкил этиб, ўтган йилга нисбатан 1,6 баробар ўсиш суръатлари таъминланди⁵.

Мустақилликка эришишгандан буён миллий иқтисодиётимизда миқдор ва сифат ўзгаришлари юз бермоқда. Шунингдек мамлакатда саноат тармоғи иқтисодиётнинг асосий етакчи драйверларидан бири ҳисобланади. Хусусан, 2021 йилда Республика корхоналари томонидан 451,6 трлн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлиб, 2020 йилга нисбатан саноат ишлаб чиқаришнинг ўсиш суръати 108,7 % ни ташкил этди. Шундан тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажми 51 507,0 млрд. сўмни ташкил этди. (1-жадвал). Тармоқ ишлаб чиқариш салоҳиятини янада ошириш мақсадида мамлакатимизда инвестиция дастурлари амалга оширилмода. 2021 йил якуни бўйича тўқимачилик саноати таркибида инвестиция дастури доирасида 21 та лойиҳа бўйича 243,3 млн. доллар миқдоридан инвестициялар ўзлаштирилиб, шундан тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ҳажми 174,0 млн. долларни ташкил этди. Худудларни ривожлантириш дастурлари доирасида умумий қиймати 733,2 млн. долларга тенг жами 85 та лойиҳалар ўз фаолиятини бошлаб, 22 мингдан ортиқ янги иш ўринлари яратилди.

1-жадвал

Ишлаб чиқарадиган саноатда айрим фаолият турлари бўйича саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш⁶ (млрд. Сўм)

Иқтисодий фаолият турлари	2018 йил	2019 йил	2020 йил	2021 йил
Озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқариш саноати	25 256,0	35 337,3	42 314,9	51 094,4
Ичимликлар ишлаб чиқариш саноати	4 948,9	6 402,5	7 417,6	9 978,3
Тўқимачилик маҳсулотлари			36 713,9	51507,0

¹ J. Braojos Gomez, J. Benitez Amado, F.J. Llorens-Montes How do small firms learn to develop a social media competence? Int. J. Inf. Manag., 35 (4) (2015), pp. 443-45

² W. Tafesse, A. Wien Implementing social media marketing strategically: an yempirical assessmentJ. Market. Manag., 34 (9–10) (2018), pp. 732-749

³ S.C. Chen, C.P. Lin Understanding the yeffect of social media marketing activities: the mediation of social identification, perceived value, and satisfaction Technol. Forecast. Soc. Change, 140 (2019), pp. 22-32

⁴ K.L. Keller Building strong brands in a modern marketing communications environment Journal of Marketing Communications, 15 (2–3) (2009), pp. 139-155

⁵ Ўзтўқимачиликсаноати уюшмаси 2021 йил ҳисоботи маълумотлари, <https://uzts.uz/uz/hisobotlar>

⁶ Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика кўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

ишлаб чиқариш саноати	24 835,2	29 946,6		
Кийим ишлаб чиқариш саноати	7 732,2	9 165,8	10 402,4	13284,1
Металлургия саноати	31 299,5	57 327,3	79 445,1	96545,1

Жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, мамлакат тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш саноати йилдан-йилга ўсиш суръатига эришган бўлсада, озик-овқат маҳсулотлари ва металлургия саноати ишлаб чиқариш ҳажмига нисбатан анча кам кўрсаткични ташкил қилмоқда. Ваҳоланки, Ўзбекистонда ушбу саноат тармоғини ривожлантириш имкониятлари қишлоқ хўжалик иқтисодиётининг барқарор ўсиши ва хом ашёнинг етарли даражада таъминланиши ҳисобига жудаям кенгдир. Бугунги кунда анъанавий тўқимачилик саноати ҳали ҳам асосан ишлаб чиқаришга йўналтирилган бўлиб, йигирув ва тўқув технологияларидаги янги ишланмалар, катта ҳажмдаги автоматлаштириш ва бошқариш жараёнлари орқали меҳнат унумдорлигини ошириш ва моддий чиқиндиларни минималлаштиришга қаратилган. Шу боис ҳам ҳудудларда тўқимачилик саноати корхоналарини ривожлантиришда рақамли маркетингдан фойдаланиш нафақат маҳаллий ишлаб чиқаришни юксалтириш балки тармоқнинг жаҳон бозоридаги мавқеини ўстиришга замин яратади.

Мамлакатимизда тўқимачилик саноати корхоналарида маркетинг стратегиясидан фойдаланиш, тармоқ фаолиятини янада ривожлантириш, уни рақобатбардошлигини оширишда ва саноат ишлаб чиқариш улушида тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини оширишга катта ҳисса қўшади. Бизнинг фикримизча, истеъмолчилар танлови устунлиги ва ахборот ресурслари маркази даврини инобатга олган ҳолда айнан рақамли маркетинг ишлаб чиқариш корхоналарининг жаҳон бозоридаги устунлигини таъминлайди.

Тадқиқотларимиз натижасида шундай хулоса қилиш мумкинки, рақамли маркетингдан фойдаланиш тўқимачилик саноатининг изчил ривожланишига тўсиқ бўлаётган бир қатор муаммоларни ҳал қилишга ёрдам беради:

- Тармоқда рақобатчи корхоналарнинг анъанавий реклама фаолиятдан фойдаланиш имкониятларининг кўплигини эътиборга олиб, тўқимачилик корхоналарида рақамли алоқа ва медиа инфратузилмасини яратиш, маҳсус онлайн савдо платформаси ёрдамида маҳсулотнинг сифат даражаси ва тавсифи каби муҳим маълумотлар билан таъминлаш зарур, чунки рақамли платформалар бозордан ташқари имкониятларни кенгайтиради;
- тўқимачилик маҳсулотлари истеъмолчилари аудиториясини кенгайтириш мақсадида маркетинг технологиялари ёрдамида электрон тижорат бозорларидаги потенциал талабни аниқлаш ва тезкорлик билан мослашувчан маҳсулотларни ва рақамли таклифларни тақдим этиш учун янги бизнес моделларини ишлаб чиқиш;
- юқори кўшилган қийматли тайёр тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва жаҳон бозорларида муносиб рақобатлашишга қодир бўлган миллий брендларни хорижий ривожланган тўқимачилик компаниялари билан ҳамкорликни йўлга қўйиш орқали шакллантириш.

Tadjieva Sayyora Uralovna
Associate Professor, Department of Service Economics
Bukhara State University

DIGITAL TRANSFORMATION OF HIGHER EDUCATION

Annotation. Issues of digital transformation of higher education are considered. Listed are the digital competencies that should be formed by future university graduates: skills in working with applications, digital equipment, digital information, communication skills in the digital environment, self-writing software, creating their own digital products, working in

various programs, etc. The experience of Bukhara State University in building digital educational environment was analyzed.

Аннотация. Рассматриваются вопросы цифровой трансформации высшего образования. Перечислены цифровые компетенции, которые должны быть сформированы у будущих выпускников вузов: навыки работы с прикладными программами, цифровым оборудованием, цифровой информацией, навыки коммуникации в цифровой среде, самостоятельное написание программного обеспечения, создание собственных цифровых продуктов, работа в различных программах и др. Проанализирован опыт Бухарского государственного университета в построении цифровой образовательной среды.

Keywords: digital technologies, digital transformation, higher education, information systems, digital competencies.

Ключевые слова: цифровые технологии, цифровая трансформация, высшее образование, информационные системы, цифровые компетенции.

In the upcoming decades all industries such as, markets, areas of activity will be reoriented in accordance with the requirements of new digital economic models. Big data technologies, machine learning, distributed registries, robotization, smart things, virtual and augmented reality, wireless communications and many others, including those that visionaries based on the unconditional and large-scale use of digital datasets are just talking about, determine our near and distant future today.

The digital economy leads to an increase in the speed of information transfer, which, transforming into knowledge, is not only not destroyed, but even able to accumulate during consumption.

Today, the importance in digitalization is attached to artificial intelligence and the technologies of neural networks, with the help of which it is possible to build information systems with analytical and predictive functions, which allows you to make choices for a person and influence the adoption of effective management decisions. Researchers predict an active impact on society and the "digital economy" of mobile, cognitive and cloud technologies, Internet of Things and big data technologies. Accordingly, reforms in the education system are aimed at the formation of a new middle class for the development of the digital economy and the reorganization of the educational process, based on the use of new information technologies. Digital technologies radically change the content of taught disciplines and the form of their submission. These are not only electronic presentations or the use of video, but also direct connections to electronic databases, news, ongoing forums, video broadcasts. Virtual (VR) and augmented reality (AR) systems are actively used to motivate students. VR and AR technologies are used in immersive education (IE) programs. Such programs include the use of modern information technologies in the learning process, which takes place inside various virtual worlds and simulations, often in game form. This type of training contributes to increased engagement, communication between students and interest in the subject. The world of education and science is becoming global, the development of digital technologies is reducing the cost of education and removing language barriers. Universities and individual teachers are actively entering the MOOC (Massive on-line open course) market - an already established form of distance learning with open access on the Internet. The number of students who study remotely is increasing, since traditional educational programs often do not keep pace with the dynamics of technology development.

The essence of the digital transformation (CT) of education is the achievement by each student of the necessary educational results through the personalization of the educational process based on the use of the growing potential of CT, including the use of artificial intelligence methods, virtual reality tools; development of digital educational environment in educational institutions; providing public broadband Internet access, big data

The digital transformation of education is considered as a process of transferring the analog educational environment of an educational institution to a digital environment. Thanks to

the digital transformation, a digital twin of the university is created, existing in the Internet space.

Digital transformation of higher education is considered in three aspects:

- building the educational process at the university using digital technologies.
- Development of digital management systems for the university and the individual student (for example, assessment of the degree of material mastery, competencies, construction and adjustment of individual educational trajectories).
- training in digital technologies for professional purposes (both teachers themselves and other persons, for example representatives of enterprises and organizations in the framework of special courses or retraining and advanced training programs).

We list the priorities of the digital transformation of higher education:

1. Training of teaching staff in digital environment.
2. Inclusion of digital technologies in the development of higher education, ensuring the construction of a flexible system of education, achieving high results in the training of graduates, organizing research activities, integrating electronic and mixed education;
3. Formation of digital competencies in all participants in the educational process. The university should form digital competencies among graduates in accordance with the needs of the economy;
4. Building an open higher education system, removing regulatory barriers.

During digital transformation, universities should come to build their own creative and innovative space, acting as a model that ensures the continuity of education. When creating a creative and innovative space, an educational institution has the right to choose and use various interfaces based on its own capabilities. Among digital interfaces it is possible to designate directly educational events which are broadcast and held online, for example conferences, lectures, experiments, experiments. Also, educational events can be found in the viewing mode at any convenient time.

The necessary interface is the services used by the university for education and management. Another interface is the infrastructure, which contains the conditions and rules for conducting educational activities. For example, the electronic submission of documents through the site of an educational institution just acts as a digital infrastructure. The infrastructure may also include an electronic reader's ticket, with the help of which the student virtually enters the university's electronic library and familiarizes himself with the necessary educational publication. The next element of the interface is projects that are ways to carry out educational activities.

Digital technologies used in universities are different and multifaceted, among them:

- big data technologies, where artificial intelligence capabilities are applied, accompanied by educational activities.
- Training programs based on deep immersion in the professional environment.
- cloud technologies aimed at integrating different information resources within the topic, scientific field, section of the curriculum in order to simplify the use of them, to carry out various design work in the cloud:
 - blockchain technologies.
 - BYOD (Bring your own devices) is a technology that encourages students to use their own mobile devices (tablets, laptops, phones, etc.) in the educational process, with the help of which educational tasks are carried out. The use of their own mobile devices creates certain problems, such as unauthorized shooting or their use in bullying, harassment, other illegal actions during classes, which requires additional legal regulation;
 - virtual reality (VR) and augmented reality (AR) technologies based on the application of various virtual worlds and simulations.

The use of various digital technologies in higher education should stimulate the development of research activities, improve the quality of students' independent work, create a new didactic and methodological base of universities that meets the conditions of digitalization,

contribute to the intensification of the educational process, and make higher education accessible. The result of the process of obtaining higher education in the conditions of digitalization should be the development of digital competencies by graduates. Digital competencies are a set of skills and knowledge needed to carry out professional activities using digital technologies. Among the digital competencies that future graduates should master, we can distinguish the following: skills in working with applications, digital equipment, digital information (search, transformation, transfer, inclusion in a new array of information), communication skills in a digital environment, self-writing software, creating their own digital products, working in various programs, etc.

Starting from the 2020/21 academic year, the universities of the Republic of Uzbekistan have started the transition to the HEMIS information system. Currently, the system includes 153 universities, 765 faculties, 31,080 teachers and 802,170 students. The HEMIS information system provides e-learning services to administrators, teachers and students, automating the main activities of higher education institutions. The information system serves as an information bridge between higher education institutions and the Ministry of Higher and Secondary Special Education and is designed to drastically reduce the number of various types of information coming from higher education institutions, abandon their paper form and digitize management systems. The information system covers the following areas:

Administration - Management of information on the structure of the university, faculties and departments, staffing and faculty, the contingent of students and their movement.

Educational process - Curricula and programs, lesson plans and examination schedules, information management for student achievement and attendance.

Scientific activity - Management of information on scientific projects, scientific and methodological publications, intellectual property, training of highly qualified scientific and pedagogical personnel.

Financial activity - Monitoring information on educational contracts, the value of contracts and payments, scholarships and scholarships.

The experience of Bukhara State University in building a digital educational environment is also interesting. The university occupies a leading position in the field of digitalization of higher education. Since 2021, he has been actively introducing digitalization methods into the work, based on the UNIWORK system, which organizes all the activities of the university - from financial and economic to educational process management. Plans and workloads, academic performance, tuition fees, information about applicants and students - all key corporate information is in the same database.

List the strengths and capabilities of the UNIWORK platform.

- Discipline.
- Efficient exchange of information.
- Organization of an effective division of labor.
- Prompt real-time reporting.
- Ensuring openness and transparency.
- Saving (time and money):
- Generates rating indicators in real time.
- Prevention of corruption cases.

The controversial side of the digital transformation of higher education is the degree of inclusion of information technologies in educational activities. In some cases, a full transition to online education is not appropriate. It is necessary to ensure the preservation of work in laboratories in a "live" format, development, experiments, research, thereby laying the foundation for mixed training. Even for a typical humanist, it is necessary to have seminars and practical classes in the audience in the educational course, during which you can quickly organize a discussion of the scientific problem with a teacher, classmates, without fear of problems with the Internet, communication. At the same time, a student may well independently

study theoretical material through online learning or distance learning, using the educational interfaces of the university.

Thus, the digital transformation of higher education should bring Uzbekistan's universities to the international market of distance education, rebuild with the help of digital technologies not only the process of obtaining knowledge and managing the university, but also the knowledge itself, and form digital competencies among future graduates.

References

1. Santos H., Batista J., Marques R. P. Digital transformation in higher education: the use of communication technologies by students //Procedia Computer Science. – 2019. – Т. 164. – С. 123-130.
2. Шепелова Н. С., Шепелов Н. Н. Основные проблемы цифровой трансформации высшего образования в России //Экономические исследования и разработки. – 2020. – №. 2. – С. 46-52.
3. Ларионов В. Г., Шереметьева Е. Н., Горшкова Л. А. Цифровая трансформация высшего образования: технологии и цифровые компетенции //Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2021. – №. 2. – С. 61-69.
4. Tadjiyeva S. Ta'lim tizimida masofaviy texnologiyalarni qo'llash yo'nalishlari //" Экономика и туризм" международный научно-инновационной журнал. – 2021. – Т. 1. – №. 1.
5. Таджиева С.У. Развитие цифровых технологий в Узбекистане во время глобальной пандемии и современное образование. Наука, образование, инновации: приоритетные направления развития. 2021.- 180-189 сс.

Aliyeva G.I. UrDU katta o'qituvchi

XIZMAT KO‘RSATISH SOHASIDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH

Аннотация: В данной статье представлены, что в результате полноценного внедрения цифровой экономики в сфере услуг возможно эффективное использование ресурсной базы отрасли и реализация наиболее перспективных проектов.

Ключевые слова: цифровая экономика, сферу услуг, бизнес-процессов, интернет-торговля, цифровой туризм

Annotation: The article says that as a result of the full implementation of the digital economy in the services sector, it is possible to effectively use the resource base of the industry and implement the most promising projects.

Keywords: digital economy, service industry, business processes, ecommerce, digital tourism

Mamlakatimiz iqtisodiyotining jadal sur'atlarda rivojlanishi bilan innovatsiyalarga ham e'tibor ortib bormoqda. Mamlakatimizda axborot texnologiyalarini qo'llab quvvatlash uchun oldindan samarali va tizimli ishlar olib borilmoqda, axborot texnologiyalarini turli sohalarda rivojlantirish, jumladan barcha axborot sektorlariga qo'shish, axborot xavfsizligi va tezkorligini ta'minlash ustuvor vazifa bo'lib kelmoqda.

Bugungi kunda, raqamli texnologiyalar iqtisodiyotda muhim o'rin egallab kelmoqda. Ushbu texnologiyalarni tarmoqlarda qo'llash ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarini faoliyatida qulayliklar yaratib kelmoqda.

Hozirgi paytda kompyuterlashtirish va yuqori texnologiyalar asrida raqamli iqtisodiyot xizmat ko'rsatish sohasida keng ko'lamda rivojlanmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 2020 yil 28 apreldagi, PQ-4699-sonli Qarori asosida 2023 yilga kelib raqamli iqtisodiyotning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi

ulushini 2 baravarga ko‘paytirishni nazarda tutilgan. Iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasi xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish, tadbirkorda tashabbuskorlikni kuchaytirish, moliyaviy resurslar bilan ta‘minlash kabi omillarga asoslanadi. Iqtisodiyotda chuqur tarkibiy o‘zgarishlarni amalga oshirish hisobiga 2035 yilga borib, mamlakat yalpi ichki mahsuloti 122 milliard dollarga yetkaziladi. O‘shish sur‘atining bunday ko‘lamini belgilashda YaIMning nominal o‘sishi, iqtisodiyot samaradorligi, aholi jon boshiga daromadlar oshishi hisobga olingan.

Xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirishda mehnat bozori hisobiga inson kapitalini rivojlantirish, aholining barcha qatlamlarini sifatli xizmat ko‘rsatish bilan qamrab olish, ushbu sohada ilm-fan va innovatsiyalarni rivojlantirish orqali aholiga xizmat ko‘rsatishni yaxshilash ko‘rsatkichlarini oshirish, ilg‘or fikrlaydigan yangi avlodni shakllantirish, mamlakatning milliy turizm va xizmat ko‘rsatish brendini xalqaro miqyosda ommalashtirish kabi maqsadlar bayon etiladi.

O‘zbekistonni 2035 yilgacha rivojlantirish strategiyasi Harakatlar strategiyasining mantiqiy davomi bo‘lib, yurtimiz taraqqiyotida yangi sahifa ochishi bilan ahamiyatlidir. Strategiya loyihasida belgilangan marralarga erishish xizmat ko‘rsatish sohasida islohotlarni bosqichma-bosqich, aniq muddatlarda ro‘yobga chiqarish prognozlarini ishlab chiqilishi zarur.

Harakatlar strategiyasini 2035 yillarda amalga oshirishda raqamli iqtisodiyot muhim rol o‘ynaydi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasida ta‘kidlaganidek: “...raqamli iqtisodiyotni shakllantirish kerakli infratuzilma, ko‘p mablag‘ va mehnat resurslarini talab etishini juda yaxshi bilamiz. Biroq, qanchalik qiyin bo‘lma-sin, bu ishga bugun kirishmasak, qachon kirishamiz?! Ertaga juda kech bo‘ladi. Shu bois, raqamli iqtisodiyotga faol o‘tish – kelgusi 5 yildagi eng ustuvor vazifalarimizdan biri bo‘ladi. Raqamli texnologiyalar nafaqat mahsulot va xizmatlar sifatini oshiradi, ortiqcha xarajatlarni kamaytiradi”[3].

O‘zbekiston Respublikasining “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to‘g‘risida”gi 2019 yil 29 oktyabrda qabul qilingan 576-sonli qonuniga asosan ilm-fan va texnologiyalarni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligi hamda samaradorligiga erishish, mehnat unumdorligini oshirish, yangi tarmoqlarni yaratish, aholi turmush darajasi, ilm-fan va ta‘lim tizimlarini sifat jihatidan yuksaltirib borish bilan bog‘liq muammolarning ilmiy yechimini ta‘minlash maqsadida ishlab chiqiladi[1].

Xizmat ko‘rsatish sohasida innovatsiya, zamonaviy texnika va texnologiyalar qo‘llashni amalga oshirish uchun raqamli iqtisodiyotdan keng foydalanish zarur. Xizmat ko‘rsatish sohasidagi iqtisodiy jarayonlarni raqamlashtirish nafaqat bevosita axborot-kommunikatsiya tarmog‘ini, balki mamlakat xo‘jalik faoliyatining barcha sohalarini ham qamrab oladigan keng qamrovli tendensiyaga aylanib bormoqda.

Xizmat ko‘rsatish sohasida internet-savdo, raqamli turizmlar, «aqlli» elektr-tarmoq tizimlari, uchuvchisiz transport, shaxsiylashtirilgan xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli iqtisodiyot inqilobi kuchli his qilinmoqda.

Shu sababli O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 22 noyabrda qabul qilingan qarorida ta‘kidlanishicha: «Raqamli iqtisodiyotni jadal rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish, davlat boshqaruvi tizimini yanada takomillashtirish, undan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, zamonaviy infratuzilmani qo‘llash muhim ahamiyatga ega»[2] deb ko‘rsatilishi raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish infratuzilmasini amalga oshirish ko‘zda tutilgan.

Xizmat ko‘rsatish sohasida biznes-jarayonni raqamli o‘zgartirishning mazmuni vazifalarni jarayon ko‘rsatkichlari o‘rtasida uzatish jarayonini avtomatlashtirishdan iborat bo‘lib, buni allaqachonlar BPMC (Business Process Management Suite) sinfidagi tizimlar yordamida bajarish mumkin bo‘lgan. Raqamli o‘zgartirishning ikkinchi bosqichi alohida operatsiyalarni bajarishni avtomatlashtirish hisoblanadi. Masalan, mijozning ishonchligini baholash, xuddi o‘quv kursi tinglovchilari orasida test sinovi o‘tkazish kabi, avtomatik

ravishda amalga oshiriladi. Xizmat ko‘rsatish sohasida operatsiyalarni avtomatlashtirish uchun ko‘pincha matematik algoritmlar yoki hatto sun‘iy intellekt asosida mustaqil ravishda qaror qabul qiladigan «raqamli robotlar» foydalaniladi.

Xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish natijasida:

- raqamli iqtisodiyotning texnologik, holatliy, tashkiliy-huquqiy hamda institutsional hususiyatlarini inobatga olgan vaziyatlarni to‘g‘ri modellashtirish, raqamli iqtisodiyot infratuzilmasini tashkil etish, “blokcheyn” texnologiyalarning mohiyatini anglab yetish va global axborot resurs bazalaridan samarali foydalanish usul va yo‘llari yaxshilanadi;

- raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, “blokcheyn” texnologiyalarini joriy etish, davlat xususiy sheriklik shartlarida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, kripto-birjalar faoliyatini tashkil etish, eng istiqbolli va strategik muhim loyihalarni amalga oshirish mumkin; raqamli transformatsiyasining ijobiy hamda salbiy oqibatlari, ularga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, raqamli iqtisodiyotning makro hamda mikro darajadagi ko‘rsatkichlarga ta'sirini baholash, raqamli transformatsiya samaradorligini baholash, axborot xavfsizligi muammolarini aniqlash va davlat xususiy sherikchilik asosida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun platformalar tashkil etishga erishiladi.

- raqamli transformatsiyasining ijobiy hamda salbiy oqibatlari, ularga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, raqamli iqtisodiyotning makro hamda mikro darajadagi ko‘rsatkichlarga ta'sirini baholash, raqamli transformatsiya samaradorligini baholash, axborot xavfsizligi muammolarini aniqlash va davlat xususiy sherikchilik asosida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun platformalar tashkil etishga erishiladi.

Raqamli texnologiyalarning imkoniyatlari cheksiz, turizmga ularni qanchalik keng joriy qilinsa, soha shunchalik taraqqiy etadi. Har bir turistik kompaniya, shu sohani mutasaddilari zamonaviy texnologiyalarni joriy qilish bo‘yicha ilhor mahalliy va xorijiy tajribani intensiv qo‘llanishlari, yosh dasturchilarni yangi mobil ilovalar, virtual portallar yaratishga jalb etishlari turizmni yangi taraqqiyot darajasiga olib chiqishga xizmat qiladi.

Adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to‘g‘risida”gi Qonuni, 29 oktyabr 2019 yil.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Qarori// «Xalq so‘zi» gazetasi, 22 noyabr 2018 yil
3. Mirziyoev Sh.M. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. // Xalq so‘zi, 24.01.2020 yil.

**Аминов Ф.Б.- ҚарМИИ
“Инновацион иқтисодиёт” кафедраси доценти**

САВДО СОҲАСИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ САМАРАДОРЛИГИ

Аннотация. Ушбу мақолада савдо соҳасида рақамли технологияларнинг самарадорлиги, рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари, улгуржи савдони автоматлаштириш учун турли ёндашувлардан фойдаланиш бўйича хулосалар келтирилган.

Калит сўзлар: Рақамли технологияларнинг самарадорлиги, савдо соҳасини рақамлаштириш, электрон савдо, улгуржи савдо, чакана савдо.

Аннотация. В данной статье обобщены эффективность цифровых технологий в торговле, основные направления развития цифровой экономики, использование различных подходов к автоматизации оптовой торговли.

Ключевые слова: Эффективность цифровых технологий, цифровизация сферы торговли, электронная коммерция, опт, розница.

Annotation. This article summarizes the effectiveness of digital technologies in trade, the main directions of development of the digital economy, the use of different approaches to the automation of wholesale trade.

Keywords: Efficiency of digital technologies, digitalization of the trade sector, e-commerce, wholesale, retail.

Бугунги кунда рақамли технологиялар ижтимоий-иқтисодий ҳаётнинг барча жабҳаларига кириб борди ва унинг кўлами кундан-кун кенгайиб бормоқда.

Глобаллашув шароитида рақамли иқтисодиётни ривожлантириш нафақат алоҳида иқтисодий тизимлар, балки умумдавлат даражасидаги вазифага айланди. Шуни ҳисобга олган ҳолда Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни фаол ривожлантириш, барча тармоқлар ва соҳаларда замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш бўйича изчил чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Инсон манфаатлари йўлида амалга оширилаётган тадбирларни ҳаётга изчил татбиқ этиш мақсадида кенг кўламли ислохотлар, иқтисодиётни рақамлаштиришни ривожлантириш ва иқтисодиёт тармоқларининг самарадорлигини ошириш, шунингдек, устувор вазифаларнинг бажарилишини таъминлаш бўйича ҳаракатлар стратегияси қабул қилинган.

Ўзбекистон Республикасида рақамли индустрияни жадал ривожлантириш, миллий иқтисодиёт тармоқларининг рақобатбардошлигини ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 5 октябрда «Рақамли Ўзбекистон – 2030» стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги фармони қабул қилинди.

Мамлакатимизда рақамли иқтисодиётни фаол ривожлантириш, барча тармоқлар ва соҳаларда, энг аввало, давлат бошқаруви, таълим, соғлиқни сақлаш, қишлоқ хўжалигида ва хизмат кўрсатиш соҳаларида замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш бўйича комплекс чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши ахборот коммуникация технологиялари (АКТ)нинг ривожланиш даражаси билан тўғридан тўғри боғлиқ бўлиб хизмат кўрсатиш соҳасида айниқса, совдада қуйидаги мезонлар асосида белгиланади:

- ЯИМда рақамли иқтисодиётнинг улуши;
- АКТ тармоғига киритиладиган инвестициялар ҳажми;
- интернетнинг тезлиги, мамлакат ҳудудининг интернет билан таъминланиш даражаси;
- аҳолининг ундан фойдаланиш қулайлиги;
- электрон савдонинг ривожланиши;
- ташкилотларнинг АКТ соҳасидаги мутахассислар билан таъминланиш даражаси.

Хизмат кўрсатишда рақамли иқтисодиётни ривожлантиришга қаратилган миллий стратегия ва дастурлар кўпинча секторал ёндашувга асосланади.

Хизмат кўрсатишда рақамли иқтисодиётни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари

- электрон савдо;
 - савдода логистика хизмати;
 - АКТ инфратузилмасининг роли, унинг сифати;
 - интернетнинг сиғими ва тезлиги.

Электрон савдо - бу сотиш, сотиб олиш, буюртмаларни етказиб бериш ёки мажбуриятларни олиш, интернет орқали маҳсулотлар, товарлар ва хизматларга буюртма бериш. Бу борада жамиятнинг барқарорлигида АКТ муҳим рол ўйнайди ва ахборот коммуникация технологиялари, фан, технологиялар ва инновациялар ҳисса қўшиши мумкин бўлган асосий жиҳатлар сифатида белгиланди.

Ўтган йиллардаги глобал воқеалар барча бизнес соҳаларига таъсир қилди. Бошқа соҳа вакилларида фарқли ўлароқ, пандемия туфайли юзага келган чекловлар туфайли савдони тез онлайн форматга мослаштириш олган чакана сотувчилар фойда кўрди. Энди ҳаёт аста-секин нормал ҳолатга қайтмоқда, бозор иштирокчилари рақамли технологияларни ривожлантиришда давом этмоқдалар. Ўтмишда амалга оширилган мажбурий ҳаракатлар шуни кўрсатдики, рақамлаштириш рақобатдош устунликни оширади, бозор муаммоларига тезкор жавоб бериш қобилиятини кучайтиради ва истеъмолчиларнинг талабларини қондириш қобилиятини оширади.

Маълумотларни тўплаш, сақлаш ва қайта ишлаш имконини берувчи чакана савдода рақамли технологиялардан фойдаланиш батафсилроқ истеъмолчи профилини яратишга ва тегишли шахсий таклифларни шакллантиришга ёрдам беради. Шу муносабат билан, шахсийлаштириш узоқ вақт давомида саноат учун ўз аҳамиятини йўқотмайди. Бунинг ажабланарли жойи йўқ, чунки бундай амалиётлар савдо ҳажмини 1-2% га ўсишини таъминлаши, истеъмолчиларнинг содиқлигини ошириши ва маркетинг харажатларини 10-20% га камайтириши мумкин.

Мижозларнинг батафсил профилини яратиш ва уларнинг эҳтиёжларини аниқроқ башорат қилиш учун уларнинг қизиқишлари, фаолият соҳаси, ҳаракатлари, бошқа савдо нукталарида ўртача текширувлар, махсус хатти-ҳаракатлар намуналари ва бошқалар ҳақида маълумотга эга бўлиш керак. Ушбу кўшимча маълумотни тўплашда бошқа соҳалардаги компаниялар, яъни банклар, таълим муассасалари, саёҳат ва кўнгилочар саноат вакиллари билан ҳамкорлик алоқаларини ўрнатиш муҳим ўрин тутди.

Савдо соҳасида рақамли технологияларни қўллаш қандай самара беришини қуйидаги мисолда кўрамиз.

Глобал электрон тижорат савдоси (B2B ва B2C) 2020 йилда 26 триллион долларга етди.

Агора B2B электрон тижорат платформаси етказиб берувчилар ва харидорларни онлайн тарзда боғлайди.

Харидлар портали оммавий буюртмаларни қабул қилиш, қайта ишлаш ва ҳамкорлар билан электрон ҳужжат айланишини автоматлаштириш имконини беради.

Маркетплейс B2B/B2C савдо майдони бизнесни амалга оширишнинг кўплаб турларидан фойдаланган ҳолда бозорларни яратиш учун кучли платформадир:

- етказиб берувчилар нархлар рўйхатини жўнатиш учун вақтни
- беҳуда сарфламайди;
- улгуржи сотувчилар етказиб берувчи балансига онлайн кириш
- ҳуқуқига эга бўладилар;
- улгуржи харидорлар кликни бир марта босиш билан турли етказиб берувчиларнинг омборларида товарларни захирага оладилар.

Рақамлаштириш етказиб берувчиларнинг ички таркибларини ҳам, шахсий ҳисоб орқали миждозлар билан ўзаро алоқалар билан боғлиқ жараёнларни ҳам оптималлаштириш имконини беради, яъни миждозлар билан ўзаро алоқа занжири нарх таклифи сўровидан бошлаб, битим билан яқунланади ва яқунловчи ҳужжатларни жўнатади.

Улгуржи савдони автоматлаштириш учун турли ёндашувлардан фойдаланиш мумкин. Масалан, Агора веб-сайтида қуйидаги ечимлар мавжуд:

- интернет орқали савдони ташкил этиш - бу ҳолда, бу "жараёнларни рақамлаштириш", уларни автоматлаштириш. Илгари қўлда бажарилган ишлар энди автоматик тарзда ва инсон аралашувисиз амалга оширилади. Бир томондан, бундай ёндашув инсон ресурсларини бўшатади, бошқа томондан, бўш вақтни энди янада самаралироқ сарфлаш мумкин - товарларни сотиш жараёнини қўллаб-қувватлашга эмас, балки вақт бизнесни ривожлантиришга қаратилади. Кўпгина таҳлилчиларнинг фикрига кўра, бугунги кундаги савдо компанияларида савдо менежерларига юк бўлган тартиб уларга савдо кўрсаткичларини оширишга имкон бермайди. Автоматлаштирилган

жараёнлар эса самарали бошқарувни, тахлилий ва бухгалтерия маълумотларига тезкор киришни, барча жараёнларни соддалаштиришни англатади;

➤ амазон, эБай ва, албатта, Алибаба каби компанияларнинг муваффақияти ортидан катта шуҳрат қозонган В2В бозорларини яратиш. Тайёр ва мослашувчан Агора ечимлари ёрдамида ҳатто бозорни яратиш ва ишга тушириш каби мураккаб вазифа ҳам кўплаб компаниялар учун мавжуд бўлди. Функционалликни босқичма-босқич ошириш қобилияти эса тизимни мукамал ҳолатга келтириш имконини беради.

Улгуржи савдода рақамли технологиянинг пайдо бўлиши, жараёнларни автоматлаштириш, шунингдек, бир вақтнинг ўзида ишлаб чиқариш жараёнларини рақамлаштириш бизнесни ривожланишнинг бутунлай янги даражасига кўтариши имконини беради. Автоматлаштирилган жараёнлар ходимларнинг юқини камайтиради, пулни тежайди ва одатдаги операцияларимизни аниқроқ ва тезроқ бажаришга имкон беради.

Бугунги кунда Ўзбекистон чакана савдосини рақамлаштириш асосан замонавий истеъмолчининг табиати ва хатти-ҳаракатларининг ўзгариши билан белгиланади. Шу, жумладан, ўзгарувчан муҳит - технологияларнинг жадал ривожланиши, рақамли экотизимлар ва инновацион бизнес моделларининг пайдо бўлиши билан боғлиқ. Шундай қилиб, замонавий харидорлар қулайлик ва экологик тозалликни кўпроқ қадрлашади, вақтни тежашга интилади ва шахсий ёндашувни талаб қилади. Улар ахборот олиш учун рақамли технологиялар ва турли каналлардан фаол фойдаланадилар. Умуман олганда, истеъмолнинг ўсиши кузатилмоқда, лекин истеъмолчининг харид қилиш йўли кўп каналли бўлиб бормоқда. Бу чакана савдода ўзгаришлар зарурлигига олиб келади.

Амалиёт шуни кўрсатадики, бундай ўзгаришларни амалга оширишга комплекс ёндашув самарали ҳисобланади. Масалан, чакана савдо тармоқларида нафақат ташриф буюрувчиларнинг хатти-ҳаракатларини ҳисоблаш ва таҳлил қилиш тизимларини жорий этиш, балки ходимларга қўйиладиган талабларни қайта кўриб чиқиш ва меҳнат унумдорлигини ошириш тавсия этилади. Рақамли технологиялар ёрдамида операциялар самарадорлигини ошириш ва шунга мос равишда товарлар таннархини пасайтириш мумкин.

Бугунги кунда чакана савдо соҳасида рақамлаштиришнинг тўрта асосий йўналиши мавжуд:

➤ истеъмолчилар билан ишлаш, шу жумладан брендга қизиқиш пайдо бўлишидан тортиб то харид қилишгача бўлган барча босқичларни;

➤ операцион самарадорликни, шу жумладан ходимларнинг самарадорлигини таъминлаш, маҳсулотлар билан ишлаш, нарх белгилари, маҳсулот намоиши ва бошқалар;

➤ логистика ва маҳсулот етказиб беришни назорат қилиш;

➤ ИТ инфратузилмаси ва хавфсизлик тизимларини назорат қилиш.

Ҳар бир сотувчи, бошқа бизнес каби, иккита асосий мақсадга эришишга интилади - фойдани ошириш ва харажатларни камайтириш. Шу сабабли, кўпчилик чакана сотувчилар биринчи навбатда истеъмолчилар билан ишлашга максимал даражада эътибор беришади, чунки айнан шу соҳа фойданинг ўсишига бевосита таъсир қилади.

Адабиётлар

1.Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум: учебное пособие / кол. авторов ; под ред. Т.Д. Бурменко. — М. : КНОРУС, 2010. — 424 с.

2.Мухаммедов.М.М. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари. Монография. Самарқанд: «Zarafshon», 2017.-300 б.

3.Пардаев М.К. Хизмат кўрсатиш тармоқлари иктисодиётининг айрим муаммолари. Монография.-Т.: «Навруз» 2014.-264 б.

4.Разомасова Е.А. Сфера услуг: теория, состояние и развитие: монография/ Е.А.Разомасова; НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации».-Новосибирск, 2011.-136 с.

Салаев Санъатбек Комилович,
Урганч давлат университети, и.ф.д. профессор,
Ходжаниязов Элбек Сардоревич,
Урганч давлат университети, “Менежмент ва маркетинг” кафедраси катта
ўқитувчиси

MAAS (MOBILITY AS A SERVICE) КОНЦЕПЦИЯСИ ТУРИЗМ СОҲАСИДА СИФАТЛИ ВА БАРҚАРОР ТРАНСПОРТ ХИЗМАТЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ ОМИЛИ СИФАТИДА

Аннотация. Ушбу мақоланинг мақсади MaaS (мобиллик хизмат сифатида) транспорт моделининг моҳиятини очиб бериш ва ушбу концепцияни туризм соҳасида жорий қилиш орқали туристик транспорт хизматларини янада такомиллаштириш имкониятларини ўрганишдан иборат.

Аннотация. Целью данной статьи является раскрыть сущность транспортной модели MaaS (mobility as a service), изучить возможности внедрения данной концепции в сфере туризма и улучшения *транспортного* обслуживания *туристов*.

Abstract. The aim of this article is to reveal the essence of the MaaS (mobility as a service) transport model and explore the possibilities of implementing this concept in the tourism sector and improving tourist transport services.

Минтақанинг транспорт инфратузилмаси минтақа иқтисодий маконининг бирлиги ва унинг ташкилий-худудий яхлитлигини ҳамда минтақаларо иқтисодий алоқаларни белгиловчи асосий омил бўлганлиги учун ҳам транспорт инфратузилмаси ишлаб чиқариш инфратузилмасининг муҳим унсури ҳисобланади. Ўзбекистоннинг баъзи минтақаларида транспорт инфратузилмаси асосий фондларининг эскириши кузатилмоқда ва янгиланиш эса етарли бўлмаган суръатларда бормоқда. Ривожланмаган транспорт инфратузилмаси муаммолари минтақа ишлаб чиқариш салоҳиятининг сусайиши билан биргаликда туризм салоҳиятини пасайишига ҳам олиб келади. Бу эса ўз навбатида, транспорт хизматларига бўлган талабнинг қисқаришини келтириб чиқаради ва транспорт корхоналари даромадларининг пасайишига сабаб бўлади. Транспорт турларининг ўзаро боғлиқлиги ва интеграцияси даражаси босқичма-босқич тараққий этиб бормоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев мамлакатда мавжуд транспорт инфратузилмасини такомиллаштириб, жамоат транспорти ҳаракатининг тезлиги ва аҳоли учун қулайлигини таъминлаш, шунингдек, жамоат транспорти тизимида янги бошқарув услубини жорий этиш, метрополитен, автосаройлар ва йўналишли такси корхоналарини бир-бирига боғлаш, ахборот технологиялари асосида уларнинг ўзаро интеграциясини таъминлаш каби вазифаларни белгилаб берди.¹

Транспорт хизматларига оид аксарият тадқиқотларда ушбу соҳани ривож учун амалга оширилиши талаб қилинадиган чора-тадбирлар қаторида транспорт инфратузилмасига инновацияларни жорий этиш, транспорт тизимларини ривожланишида давлатнинг ролини қайта кўриб чиқиш ва манфаатдор нодавлат, нотижорат ташкилот ва жамоа уюшмалари иштирокини таъминлаш каби муаммоларни чуқур таҳлил қилиш тавсия этилади. Қуйидаги таклифларда ушбу йўналишларга эътибор қаратиш зарурияти яна бир бор ўз аксини топган:

- транспорт тизимларини барқарор ва комплексли тарзда ривожлантириш;
- транспорт инфратузилмасини ривожлантиришда инновацияларни “ақлли” транспорт тизимларидан ҳамда навигация ва ахборот хизматларидан фойдаланиш орқали жорий этиш;

¹ <https://mintrans.uz/uz/news/toshkent-transport-infratuzilmasini-rivozhlantirish-masalalari-muhokama-qilindi>

- транспорт инфратузилмасини бошқариш жараёнида давлатнинг ролини қайта кўриб чиқиш, шу жумладан давлат-хусусий шерикчиликнинг турли механизмларини ишлаб чиқиш шаклида намоён бўлиши;
- туризм ва транспорт соҳалари вакилларини нотижорат ташкилот шаклида бирлаштириш транспорт ва туризм корхоналари интеграциялашган ҳолда фаолият олиб боришлари учун янги имконият беради, сабаби улар ҳозирда улар бир бири билан рақобатга киришганлар.

Барқарор транспортни режалаштириш инсон фаолиятининг мураккаб табиатини инобатга олган ҳолда, иқтисодий, ижтимоий ва экологик мақсадларни мувозанатга келтириш заруратини тақозо қилади (3.1.1-расм). Бундай режалаштиришда қисқа муддатли қарорлар узоқ муддатли стратегик мақсадларни қўллаб-қувватлашини таъминлашга қаратилган ва шу сабабли туристик транспортни режалаштиришда муҳим аҳамиятга эга. Туристик транспортни барқарор деб ҳисобланиши учун тежамкор, маданий ва экологик жиҳатдан такомиллашган ҳамда турли ижтимоий тоифалар, айниқса имкониятлари чекланган инсонлар учун қулай ва хавфсиз бўлиши керак.

Интермодал марказлар ва транспорт хабларни ривожлантиришни рағбатлантириш орқали ташриф буюрувчилар оқимини муайян йўналишларга жалб қилиш, бошқариш ёки йўналтириш, ва экологик тоза транспорт турларига ўтишни осонлаштириш мумкин. Бу эса туристик манзилнинг барқарор имиджини мустаҳкамлашга ёрдам беради. Шу билан бир қаторда, агар транспорт ва туризмни ривожлантириш стратегиялари етарли даражада ўзаро мувофиқлаштирилмаса, оммабоп туристик йўналишлар ва маршрутлар ҳақиқий ёки потенциал ташриф буюрувчилар сони ва оқимига мослаша олмасликлари эҳтимоли бор, Бу эса, ўз навбатида сайёҳлар қониқиш даражасини пасайтиради. Сайёҳлар учун жамоат транспортдан фойдаланишини осонлаштириш ва ҳаракатланишнинг муқобил имкониятларини (масалан, велосипедлар, пиёдалар) кўпроқ рағбатлантириш салбий экологик таъсирларни юмшатиш ва ҳаракатланишдаги тирбандликларни бошқаришга ёрдам беради.

Туризм соҳасида туристларга транспорт хизматларини таклиф этишда туризм ва транспорт соҳаларининг ўртасида мувофиқлаштиришнинг йўлга қўйилмаганлиги ресурслардан самарасиз фойдаланишга олиб келиши мумкин. Институционал ва манфаатдор томонларнинг ер ресурсларидан фойдаланиш, функционал вазифалар тақсимоли ва молиялаштириш тартиби бўйича мувофиқлаштириш зарурати интеграциялашган ва кенг қамровли транспорт тизимини ривожлантириш учун жуда муҳимдир.



1-расм. Барқарор транспорт тизимининг таркибий қисмлари¹

¹ Litman, T. and Burwell, D. (2006) ‘Issues in sustainable transportation’, Int. J. Global Environmental Issues, Vol. 6, No. 4, pp.331–347.

Бугун дунё бўйлаб шаҳарлаштириш даражаси юқори бўлганлиги туфайли жаҳоннинг кўплаб шаҳарлари ҳозирги вақтда транспорт тизимини бошқаришда кийинчиликларга дуч келмоқда. Шаҳарларда яшовчилар унинг меъёрлардан ортиқ ифлос ҳавоси, тирбанд йўллар ва шу сабабли саёҳат вақтининг чўзилиши каби салбий таъсирларидан азият чекмоқдалар.¹ Сўнгги пайтларда хусусий автомашиналардан воз кечиш, “биргаликда истеъмол қилиш” (“shared economy”) иқтисодиёти улушининг ўсиши ва транспорт секторига рақамлаштиришнинг жорий этилиши шаҳар транспорт тизимини такомиллаштириш ва унинг салбий оқибатларини бартараф этиш имкониятини бермоқда.²

“Mobility-as-a-Service” (тарж. мобиллик - хизмат сифатида) атамаси транспорт хизматлари истеъмолчилари томонидан саёҳат эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда муайян бир транспорт воситасидаги сафарни сотиб олиш ўрнига турли хил транспорт хизматлари тўпламини (яъни, мобиллик пакетларини) сотиб олишларини англатади.³ МaaS транспорт хизматларидан фойдаланувчилар учун жуда қулай ва мослашувчан транспорт ечимларни таклиф қилиш мақсадида ўз ичига турли транспорт усулларини бирлаштиради.

МaaSнинг дастлабки таърифларидан бири Сонжа Ҳейккила томонидан "мобил алоқа операторлари томонидан мижозларга кенг қамровли мобиллик хизматларини тақдим этадиган тизим" сифатида таклиф қилинган. Махсус адабиётларда кўп учрайдиган яна бир таъриф МaaS Alliance томонидан транспорт хизматларининг турли шаклларини мижоз талабига мувофиқ фойдаланиш мумкин бўлган ягона мобиллик хизматига интеграциялаш тизими сифатида тақдим этилган.⁴



МaaS концепциясининг таҳлилларига асосланиб, қуйидагича умумий таърифни бериш мумкин: МaaS (Mobility-as-a-Service) ноёб ягона платформа (илова ёки веб-сайт), реал вақт режимида шаҳардаги барча мавжуд транспорт тизимлари ҳақида маълумотлар базаси (давлат ва хусусий транспорт ташкилотлари), мултимодал транспорт тизими (интермодал саёҳатни режалаштирувчи тизим), мобиллик эҳтиёжларини режалаштириш, брон қилиш ва тўлаш учун технологик интеграция ва фойдаланувчининг махсус талабларига мувофиқ шахсийлаштирилган тўпламли мобиллик пакетлари.

МaaS тамойили асосида фаолият олиб борувчи транспорт корхоналари фойдаланувчиларга йўналтирилган, ақлли транспорт хизматларини тақсимлаш модели бўлиб, унда барча турдаки транспорт хизматлари МaaS провайдери ёрдамида бир жойга тўпланади ва фойдаланувчиларга ягона рақамли платформа орқали тақдим этилади.

¹ Zavitsas, K., Kaparias, I., Bell, M., & Tomassini, M. (2010). Transport problems in cities. *ISIS*

² Holmberg, P.-E., Collado, M., Sarasini, S., & Williander, M. (2015). Mobility as a Service: Describing the Framework, 1–54.

³ M. Kamargianni, W. Li, M. Matyas, A. Schäfer, A critical review of new mobility services for urban transport, *Transp. Res. Procedia* 14 (0) (2016) 3294–3303, <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2016.05.277>.

⁴ MaaS Alliance. (2017). Mobility as a Service Alliance. <https://maas-alliance.eu/>

Ходжаниязов Нурбек Сардорovich,
Урганч давлат университети “Иқтисодиёт”
кафедраси стажёр-тадқиқотчиси

КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИ ФАОЛИЯТИДА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация. Ушбу мақолада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни янада риводлантиришда рақамли маркетинг технологияларини тадбиқ қилишнинг аҳамияти ёритиб берилган.

Аннотация. В данной статье освещается важность внедрения технологий цифрового маркетинга в дальнейшее развитие малого бизнеса и частного предпринимательства.

Abstract. This article highlights the importance of introducing digital marketing technologies in the further development of small businesses and private entrepreneurship.

Ҳозирги кунда жаҳонда рақамли иқтисодиёт тарақиёти жадал суръатлар билан амалга ошмоқда. Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши истеъмолчилар талабини тўлиқ қондириш ва иқтисодиёт соҳалари ва тармоқларида меҳнат унумдорлигини ошириш имконини беради. Рақамли иқтисодиётнинг ривожланган мамлакатлар ялпи ички маҳсулотига улуши 2010-2016 йилларда 4,3 фоиздан 5,5 фоизга, ривожланаётган мамлакатлар ялпи ички маҳсулотига эса 3,6 фоиздан 4,9 фоизга ошди. Boston Consulting Group 2035 йилга бориб рақамли иқтисодиёт 16 триллион долларга етиши мумкинлигини тахмин қилмоқда.¹ Электрон тижорат товарлар ва хизматлар реализациясини тезлаштириш инқирозларни олдини олиш имконини беради. Бунда виртуал тўловлар тизими товар айланишини анча жадаллаштиради. Интернет реклама эса ўз навбатида истеъмолчилар аудиториясини бутун дунё миқёсида кенгайтириш имконини беради.

Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига ва унинг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини оширишга бўлган эҳтиёж ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларида рақамли ўзгаришларини амалга оширишни тақозо этмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28-апрелдаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармонида “дастурий маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва технологик майдончалар яратиш орқали “рақамли тадбиркорлик”ни ривожлантириш, 2023 йилга келиб ушбу соҳадаги хизматлар ҳажмини 3 бараварга ошириш ва уларнинг экспортини 100 миллион долларга етказиш”² вазифаси белгиланган бўлиб, миллий иқтисодиётнинг фақатгина бир тармоғи бўлган туризм соҳасини ривожлантиришда рақамли маркетингни ўрганиб чиқиб, уни амалда қўллаш, шу соҳадаги корхоналарни ривожланиши ва рақобатбардош бўлиши учун дастурий маҳсулотларни ишлаб чиқиш жараёнларининг самарадорлигини оширишга олиб келади.

Сўнгги йилларда Ўзбекистонда Республикасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ЯИМдаги улушини барқарор ошириш ва ушбу соҳани жадал ривожлантириш ҳамда қўллаб-қувватлашга қаратилган бир қанча ҳукумат фармон ва қарорлари қабул қилинди. Хусусан, Ўзбекистонда ҳам кичик бизнеснинг ЯИМдаги улуши йил сайин барқарор ошиб боргани ҳолда сўнгги беш йил мобайнида бевосита мазкур соҳаларни янада кенгайтириш бўйича Президентимизнинг муҳим фармонлари ва қарорлари қабул қилинди. Жумаладан, Ўзбекистон Республикасини 2017-2021 йилларда янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “миллий иқтисодиётнинг мутаносиблиги ва барқарорлигини таъминлаш, кичик бизнеснинг ЯИМ даги улушини

¹ The Internet Economy in the G-20, Report of Boston Consulting Group, [https://image-src.bcg.com/Images/The Internet Economy G-20_tcm9-106842.pdf](https://image-src.bcg.com/Images/The_Internet_Economy_G-20_tcm9-106842.pdf)

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28-апрелдаги “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Фармони. // <https://lex.uz/docs/4800657> // Мурожаат қилинган вақт 29 август 2020й.

ошириш, кичик бизнесга янада қулай шароитларни яратиб бериш” устувор вазифалар сифатида белгилаб берилди. Белгиланган устувор вазифаларни ижросини таъминлаш доирасида ҳудудларда фаолият юритаётган кичик ва хусусий тадбиркорлик корхоналарини модернизациялаш, уларнинг товар ва хизматлар таркибини диверсификациялаш, соҳага инновацион технологияларни жорий этишнинг самарали усулларини ишлаб чиқишга алоҳида эътибор қаратилди. 2022 йил 28 январда қабул қилинган 2022 - 2026-йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг Тараққиёт Стратегиясида ҳам рақамли иқтисодиётни асосий “драйвер” соҳага айлантириб, унинг ҳажмини камида 2,5 баробарга оширишга қаратилган ишларни олиб бориш белгилаб берилган.¹

Маркетинг мутахассислари томонидан Интернет-маркетинг, хусусан унинг реклама имкониятлари ва янги воситаларнинг самарадорлиги радио ва телевидение рекламасининг таъсир даражасига нисбатан анча юқори деб баҳоланади. Бирок, Интернет нафақат реклама бизнесининг технологик асоси, балки маркетинг тадқиқотлари, истеъмолчи билан мулоқот қилишнинг янги воситаси сифатида ҳам ишлайди ва мижозларга хизмат кўрсатишни янги босқичга кўтариш имконини беради. Шу билан бирга, маркетинг фаолиятида ушбу имкониятлардан фойдаланиш учун корхонани интернет технологияларига зарур техник ва дастурий таъминот билан жиҳозлашгина етарли эмас – бу маркетинг бўлими ишини ҳар томонлама қайта ташкил этиш ва функционал қайта қуришни тақозо этади. Бирок, бундай ишларни амалга оширишнинг самарали ва унумдор усуллари ҳали ҳам тўлиқ шаклланмаган. Интернет воситаларидан фойдаланган ҳолда корхоналарнинг маркетинг бўлимларини ташкил этиш ҳамда фаолиятининг назарий масалалари ва амалий тажрибасининг ҳар томонлама ўрганилмаганлиги, шунингдек, корхоналарда электрон тижоратни ривожлантиришга ёндашувнинг ривожланмаганлиги ушбу муаммога йўналтирилган тадқиқотларнинг долзарблигини белгилаб беради.

Хусусан, мазкур масалаларга бағишланган изланишлар илмий-амалий жиҳатдан муҳим ва аҳамиятли бир қатор вазифаларни ҳал қилишга қаратилиши лозим деб ҳисоблаймиз:

- электрон тижорат ва интернет-бизнес технологияларининг моҳиятини ва ривожланиш тенденцияларини таҳлил қилиш;
- рақамли технологияларни мамлакат иқтисодиётида тутган ўрни ва аҳамиятини таҳлил қилиш;
- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятида рақамли маркетинг воситаларини кенг қўллфш ва улардан фойдаланишнинг назарий ва услубий асосларини аниқлаш;
- республикадаги кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари маҳсулотларини сотиш жараёнида рақамли маркетингни жорий этишга тўсқинлик қилувчи асосий муаммо ва омилларни аниқлаш;
- кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг маркетинг фаолиятини янада такомиллаштиришда рақамли технологиялардан фойдаланиш имкониятларини таҳлил қилиш;
- кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятида рақамли маркетинг тизимининг иқтисодий самарадорлигини ошириш усулларини таклиф қилиш.

Рақамли технологиялар истеъмолчилар ва ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг анъанавий усулларини ўзгартирмоқда. Рақамлаштириш, айниқса ижтимоий тармоқлар истеъмолчилар ўзини тутиши ҳамда хатти-ҳаракатларини таъсир этган ҳолда ишлаб чиқарувчилар учун ушбу жараённи англаш муҳим аҳамиятни касб этмоқда.

¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони, 28.01.2022 yildagi PF-60-son. <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>

Адабиётлар таҳлили шуни кўрсатдики, рақамлаштириш турли шаклларда кичик бизнеснинг ўсиши, самарадорлиги ва рақобатбардошлигини таъминлашди муҳим аҳамият касб этади. Рақамли маркетинг ва ижтимоий тармоқлар кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик учун янги мижозларни жалб қилиш ва мавжуд мижозлар билан янада самаралироқ алоқаларни ўрнатиш имкониятини яратиб беради. Рақамлаштиришнинг бошланғич босқичидаёқ кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари истеъмолчиларни ишлаб чиқарилган маҳсулот ёки хизматга жалб қилиш, бозорда рақобатбардошлигини ошириш имкониятларни тақдим этиши кўрсатилган. Бундан ташқари, рақамли технологиялардан фойдаланиш корхона харажатларини камайтириш, шунингдек, ички ва ташқи алоқаларни осонлаштириш орқали кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарига фойда келтириши мумкин.¹

Маркетинг усулларида аксарият ҳолларда йирик корхоналар самарали равишда фойдаланиб келгани боис, кичик бизнес ва хусусий бизнес субъектлари томонидан маркетинг усулларида тўла қонли тарзда фойдаланилмаган ва одатда мавжуд маркетинг сиёсати ҳам тартибсиз ва режалаштирилмаган кўринишда намоён бўлмоқда.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида янги технологияларни жорий этиш жараёни билан боғлиқ илмий изланишлар кенг ёритилган, аммо кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик маркетинг сиёсатида рақамли технологиялардан қандай фойдаланиши ҳақидаги билимларни янада чуқурроқ ўрганишни талаб қилади.

Рақамли маркетинг - бу рақамли элементлар билан кучайтирилган анъанавий маркетинг эмас, балки маркетингга бўлган янгича ёндашув ҳисобланади. Унинг ўзига хос хусусиятлари ва динамикаси мавжуд бўлиб, корхонанинг самарали маркетинг тактикаси ва стратегияларини ишлаб чиқишда рақамли технологияларидан фойдаланиш зарур. Рақамли маркетинг каналларни турли йўллар билан таснифлаш мумкин. Маркетинг каналларни таснифлашнинг усулларида бири уларни қайси томон коммуникацияларни назорат қилишига ва алоқа бир томонлама ёки икки томонлама эканлигига қараб тақдим этишдир.

1-жадвал

Рақамли маркетинг каналларининг таснифи		
	Корхона назорати	Истеъмолчилар назорати
Бир томонлама	Вебсайт Электрон почта Онлайн каталоглар Реклама баннерлари	SEO (қидирув тизимини оптималлаштириш) SEA (қидирув тизими рекламаси)
Икки томонлама	Корхона томонидан юритиладиган блоглар Корхонанинг ўз жамоалари	Ижтимоий тармоқлар ва ахборот воситалари

Бир томонлама алоқа каналлари.

Веб-сайтлар ва электрон почтани корхонанинг бир томонлама назорати онлайн воситалари мисоли сифатида кўрсатиш мумкин. Корхона веб-сайти брендинг онлайн муҳитдаги макони сифатида таърифлаш мумкин. Электрон почта турли маркетинг мақсадларида, шу жумладан маълумот алмашиш, реклама қилиш, муносабатларни ўрнатиш ва мижозларни веб-сайтларга йўналтириш учун ишлатилиши мумкин.

Электрон почта ўз моҳиятига кўра икки томонлама алоқа канали бўлса-да, у кўпинча ахборот каталоглари ёки рекламаларни етказиб бериш учун бир томонлама канал сифатида ишлатилади. Рақамли маркетингнинг ушбу икки асосий шакли кўпинча кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларида қўлланилади. Масалан, Швециядаги

¹ Spurge, V. and Roberts, C. (2005), "Broadband technology: An appraisal of government policy and use by small and medium-sized enterprises", Journal of Property Investment & Finance, Vol. 23 No. 6, pp. 516-524. <https://doi.org/10.1108/14635780510626556>

кичик бизнес корхоналарининг 90 фоизи ўз маҳсулотлари ва хизматларини сотиш учун веб-сайт ва электрон почтадан мунтазам фойдаланадилар. Аммо, уларда ҳам рақамли маркетинг каналларидан фойдаланиш ҳали дастлабки босқичида эканлигини ва уларнинг янада такомиллаштириш зарур эканлигини кўриш мумкин.

Қидирув тизимини оптималлаштириш (SEO) ҳамда қидирув натижаларида веб-сайтнинг қидирув тизимининг даражасини ошириш жараёни ва қидирув тизимининг рекламаси (SEA) ҳам бир томонлама алоқа каналлари ҳисобланади. Уларнинг асосий мақсади истеъмолчиларга мавжуд маҳсулотлар ёки хизматлар ҳақида тўлиқ маълумот бериш ҳисобланиб, бу корхонанинг Интернетдаги имиджи учун жуда муҳим саналади.

Икки томонлама алоқа каналлари.

Ижтимоий тармоқларнинг кенг миқёсда фойдаланилиши маркетинг ва мижоз ўртасидаги муносабатларга сезирарли таъсир ўтказиб, уларни буткул ўзгартириб юборди, чунки маркетинг жараёнида назорат истеъмолчилар кўлига ўтиб қолди. Ижтимоий тармоқлар ва ахборот воситаларнинг муҳим хусусияти бир томонлама алоқа ўрнига мижозлар билан икки томонлама алоқа ўрнатишни талаб қилади. Табиийки, ижтимоий тармоқ каналларида корхона ўз брендини камроқ назорат қилади. Ижтимоий тармоқларда истеъмолчилар савдо майдончалари ва маркетинг рекламаларини эмас, балки бренд атрофидаги суҳбатлар натижасида ҳосил бўлган ҳақиқий маълумотни кутишади ва маҳсулот ва хизмат фойдаланган истеъмолчилардан улар тўғрисидаги ҳақиқий маълумотлар беришини кузатиб боришади. Тадқиқотларда таъкидланишича, пост-интернет брендинги "юмшоқ сотиш", биргаликда қиймат яратиш ва тўғридан-тўғри сотишга ҳаракат қилмасдан мижозлар билан муносабатларни бошқаришни тақоза этади.¹

Ижтимоий тармоқлар корхонанинг маркетинг коммуникациялари ва брендининг муҳим қисмига айланди. Масалан, Фейсбук тармоғи истеъмолчиларни жалб қилиш ва бренд хабардорлигини яратишда муҳим каналга айланди. Блог юритиш ҳам, маркетинг ҳам пиар учун яхши алоқа воситаси эканлиги айтилади. Кўплаб йирик компаниялар блог юритишни ўз ишларининг бир қисми сифатида қабул қилишган. Блог ёзиш - бу Интернетда контент яратишнинг ажойиб усули, гарчи у муҳим нарсани айтишни ва уни ифода этиш қобилиятини талаб қилади. Бу, шунингдек, компания нисбатан юқори даражадаги назоратни сақлаб турадиган ижтимоий медиа шаклидир, чунки блог одатда компаниянинг ўз веб-сайтида жойлашган бўлиб, контентни таҳрирлаш ва шарҳларни кузатиш ва филтрлаш имконини беради.

Сапаев Ахмед Дурдибаевич
УрДУ мустақил тадқиқотчиси

МИНТАҚАДА ТРАНСПОРТ ХИЗМАТЛАРИ РИВОЖИГА АХБОРОТ ВА АЛОҚА ХИЗМАТЛАРИ РОЛИНИ БАҲОЛАШ

Аннотация: Ушбу мақолада Хоразм вилоятида транспорт хизматлари ривожланиш тенденциялари тадқиқи қилинган ва ўзига хос хусусиятлари ўрганилган. Бир тонна юк ва битта йўловчининг ўртача ташилган масофаси кўрсаткичлари аниқланган ва уларни динамикаси ўрганилган. Шунингдек, транспорт хизматлари ва унинг таркибий қисмларига ахборот ва алоқа хизматлари таъсири эластиклик кўрсаткичлари ёрдамида баҳоланган. Олинган тадқиқот натижаларига асосланган ҳолда хулоса ва таклифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: хизматлар, транспорт хизматлари, ахборот ва алоқа хизматлари, юк айланмаси, йўловчи айланмаси, регрессион таҳлил.

Аннотация: В данной работе рассмотрены тенденции развития транспортного обслуживания Хорезмской области и определены его особенности. А также рассчитали среднее расстояние перевезенных грузов и перевезенных пассажиров и изучили их

¹ Hennig-Thurau, T., Malthouse, E. C., Frieger, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A., & Skiera, B. (2010). The impact of new media on customer relationships. *Journal of service research*, 13(3), 311-330.

динамику. Влияние информационных и коммуникационных услуг на транспортные услуги и их компоненты оценивалось также с использованием показателей эластичности. разработаны выводы и рекомендации по результатам исследования.

Ключевые слова: услуги, транспортные услуги, информационно-коммуникационные услуги, грузооборот, пассажирооборот, регрессионный анализ.

Annotation: In this paper examined development trends of transport services in Khorezm region and determined its specific features. As well as calculated the average distance of carried freight and transported passenger and studied their dynamics. The impact of information and communication services on transport services and its components was also assessed using elasticity indicators. developed conclusions and recommendations based on the results of the research.

Keywords: services, transport services, information and communication services, freight turnover, passenger turnover, regression analysis.

Тараққийтнинг бугунги даражаси, хусусан рақамли иқтисодий шакллантириш шароитида ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичларни ижобий ўзгариши ва барқарор ўсиш суръатларини таъминлашда ахборот технологияларидан фойдаланиш энг самарали усуллардан бири бўлиб қолмоқда. Шу билан бирга ишлаб чиқариш ҳажмини кенгайтириб бориши, иқтисодийни глобаллашуви, ишчи кучи ҳаракати кабилар ишлаб чиқариш омиллари, ресурслар ҳамда ишчи кучини ташиш муаммосини келтириб чиқармоқда. Натижада транспорт масаласини ечиш, транспорт хизматларини ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш муҳим масалалардан бўлиб қолмоқда. Аммо соҳада иш ҳажмининг ошиши, ахборот базасининг кенгайтириш транспорт хизматларини ривожлантиришнинг истиқболли йўналишларини ишлаб чиқиш, транспорт масаласини ечиш, логистика тизимини ривожлантиришда бевосита ахборот технологияларидан фойдаланишни талаб қилади.

Қатор тадқиқот натижалари ахборот-коммуникация технологиялари тараққийтнинг бугунги даражасида барча транспорт тизимларининг асосини ташкил қилиши ҳамда транспорт ҳаракат ҳолатига таъсир кўрсатишини асослайди. Хусусан интернет, веб-саҳифалар, ижтимоий тармоқлар ва турли кўринишдаги алоқа воситалари ҳамда дастурлари транспорт ҳаракатига таъсир қилиш аниқланган¹ ва ўз навбатида ахборот-коммуникация технологияларини транспорт тармоғига таъсирини ўргани ва баҳолаш лозимлигини асослайди².

Шу сабабли Хоразм вилоятида транспорт хизматларини ривожланиш тенденцияларини тадқиқ қилган ҳолда, ахборот ва алоқа хизматларининг транспорт хизматлари ҳажмига таъсирини қараб чиқамиз. Дастлаб турли кўринишдаги транспорт хизматларини кейинги декададаги ривожланиши динамикасини қараб чиқамиз. Бунинг учун Хоразм вилоятида кўрсатилган транспорт хизматларининг 2010-2021 йиллар мобайнидаги ўртача ўсиш суръати ҳамда 2021 йилга келиб 2010 йилдан нисбатан ўзгаришни ифодаловчи кўрсаткичлардан фойдаланилди. Шунингдек, қиймат кўринишида ифодаланган кўрсаткичлар 2010 йил нархларида ҳисобланган ҳолда реал қийматларга айлантирилган (1-жадвал).

Ташилган юк ҳажмини тадқиқ қилинаётган даврда 2,1 баробарга ошгани ҳолда ўртача йиллик ўсиш суръати 6,9 фоизни ташкил қилган. Юк айланмасининг ўсиш суръати бироз юқори бўлганлиги сабабли ўртача йиллик ўсиш суръати 8,0 фоизни ташкил қилмоқда. Бу ўз навбатида иқтисодийнинг масштаби кенгайтириб бораётганлигини кўрсатади.

¹ Line, T., Jain, J., & Lyons, G. (2011). The role of ICTs in everyday mobile lives. *Journal of Transport Geography*, 19 (6), 1490-1499. doi:10.1016/j.jtrangeo.2010.07.002

² Gössling, S. 2017. ICT and transport behaviour: A conceptual review. *International Journal of Sustainable Transportation*, <http://dx.doi.org/10.1080/15568318.2017.1338318>

1-жадвал

Транспорт, ахборот ва алоқа хизматларининг ривожланиш тенденциялари¹

	2021 йилда 2010 йилга нисбатан ўсиш	2010-2021 йилларда ўртача ўсиш суръати
Ташилган юклар минг тонна	2,1	6,9
Юк айланмаси, млн т-км	2,3	8,0
Ташилган йўловчилар минг киши	1,5	4,0
Йўловчи айланмаси, млн. йўловчи-км	1,6	4,2
Транспорт хизматлари млрд. сўм	3,3	11,6
Автотранспорт хизмати млрд.сўм	3,4	11,9
Ахборот ва алоқа хизматлари млрд.сўм	8,0	20,8
Жами хизматлар млрд.сўм	4,6	14,8

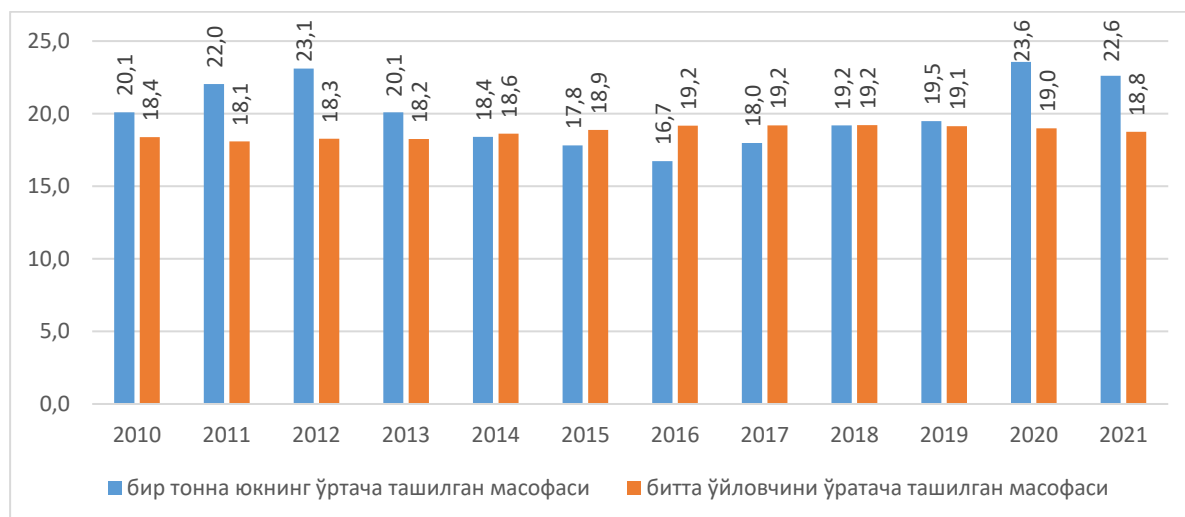
1-жадвалда келтирилган кўрсаткичлар ишчида энг паст ўсиш суръати ташилган йўловчи ҳамда йўловчи айланмасига тўғри келмоқда. Бу эса ўз навбатида транспорт хизматлари ҳажмида юк ташишнинг улушини ошиб боришига сабаб бўлгани ҳолда корхона ва ташкилотлар олдида транспорт масалсини ечиш муаммосини қўймоқда. Вилоятда транспорт хизматлари ривожланиш нуқтаи назарида ўзига хос хусусиятга эга бўлиб, жами транспорт хизматларининг асосий қисми автотранспорт хизматлари ҳиссасига тўғри келади ва бу улуш кейинги даврда ўсиш тенденциясига эга бўлмоқда. Жумладан 2010 йилда жами транспорт хизматларида автотранспорт хизматлари улуши 72 фоизни ташкил қилган бўлса, 2021 йилга келиб 74 фоизга етганлигини кўриш мумкин.

Жами транспорт ҳамда автотранспорт хизматлари реал қийматининг йўловчи ва юк ташиш ҳажмига нисбатан юқори ўсиш суръатларга эга бўлиши бу логистика тизимини ривожлантириш, транспорт масаласини ечиш бўйича тадқиқотлар олиб бориш лозимлигини асослайди. Бу каби мауаммоларни ечишда ахборот ва алоқа хизматларининг роли анча қатта эканлигини ҳисобга олган ҳолда тадқиқ қилинаётган даврдаги ўзгаришини қараб чиқамиз. Ушбу хизмат тури юқори ўсиш суръатига эга бўлгани 8 баробарга ошган. Натижада ўртача йиллик ўсиш суръати 20,8 фоизни ташкил қилган. Жами хизматлар ҳажмидаги ўзгаришга нисбатан солиштирганда 1,7 баробарга кўпроқ ўсган ва ўсиш суръати 6 фоизга юқорироқ бўлган.

Транспорт хизматларини ривожлантириш ва транспорт масаласини ечишда логистика тизими ва ишлаб чиқариш объектларини оптимал жойлаштириш муаммосига ҳам эътибор қаратиш лозим. Бошқача қилиб айтганда бир тонна ташилган юк ёки йўловчи учун сарфланган харажатни минималлаштириш, даромадни максималлаштирган ҳолда самарадорликни ошириш лозим бўлади. Буни ҳисобга олган ҳолда кейинги даврда бир тонна юк ва битта йўловчининг ташилган масофасини ўзгариш динамикасига эътибор қаратиб ўтилди (1-расм).

Бир тонна юкнинг ўртача ташилган масофасида кескин ўзгаришлар кузатилиб, 2010-2012 йиллар мобайнида ўсиши таъминланган яъни 20,1 километрдан 23,1 километргача ошган бўлса, 2016 йилга қадар пасайиш тенденцияси таъминлангани ҳолда 16,7 километргача камайган. 2017-2029 йилларда сезиларли ўзгариш кузатилмаган бўлса, 2020 йилга келиб 4,1 километрга ошган. Битта йўловчини ташилган масофасида деярли сезиларли ўзгариш кузатилмаган ва тадқиқ қилинаётган даврда ушбу кўрсаткичнинг вариацион кенглиги 1,12 километрни ташкил қилади, ўртача квадратик четланиши 0,41 га тенг эканлиги аниқланди. Келтирилган натижалар Хоразм вилоятида битта йўловчини ўртача ташилган масофасидаги ўзгариш тадқиқ қилинаётган даврда аҳамиятли бўлмаганлигини асосламоқда.

¹ Муаллиф ишланмаси



1-расм. Хоразм вилоятида бир тонна юк ва битта ўйловчининг ўртача ташилган масофаси (км)¹

Вилоятда транспорт хизматлари динамикасига ахборот ва алоқа хизматлари таъсири регрессион таҳлил усулидан фойдаланилган ҳолда баҳоланди. Яъни эластиклик коэффиценти аниқланиб, ахборот ва алоқа хизматлари ҳажмининг бир фоизга ўзгариши транспорт хизматлари ҳажмини қанчалик фоизга ошириши аниқланди (2-жадвал).

2-жадвал

Минтақада транспорт хизматлари ривожига алоқа ва ахборот хизматлари ролини баҳолаш натижалари²

№	Модел кўриниши	Стьюденд мезони	Детерминация коэффиценти	Эластиклик коэффиценти
1	$\ln Y = 3.82 + 0.72 * \ln x_1$	$b_0=28.57$ $b_1=28,57$	R2=0.99	0.72
2	$\ln Y_1 = 3.55 + 0.58 * \ln x_1$	$b_0=38.48$ $b_1=33,33$	R2=0.99	0.58
3	$\ln Y_2 = 3.16 + 0.60 * \ln x_1$	$b_0=28.52$ $b_1=28,78$	R2=0.99	0.60
5	$\ln x_2 = 1.11 + 0.42 * \ln x_1$	$b_0=7.44$ $b_1=15,12$	R2=0.96	0.42
6	$\ln x_3 = 4.23 + 0.40 * \ln x_1$	$b_0=20.19$ $b_1=10,19$	R2=0.91	0.40
7	$\ln x_4 = 4.73 + 0.21 * \ln x_1$	$b_0=74.27$ $b_1=17,27$	R2=0.97	0.21
8	$\ln x_5 = 7.52 + 0.24 * \ln x_1$	$b_0=91.93$ $b_1=15,21$	R2=0.96	0.24

Бу ерда: Y – Хоразм вилоятида кўрсатилган жами хизматлар ҳажми 2010 йил нархларида млрд.сўм; Y_1 – Хоразм вилоятида кўрсатилган жами транспорт хизматлари ҳажми 2010 йил нархларида млрд.сўм; Y_2 – Хоразм вилоятида кўрсатилган автотранспорт хизматлари ҳажми 2010 йил нархларида млрд.сўм; X_1 – Хоразм вилоятида кўрсатилган ахборот ва алоқа хизматлари ҳажми 2010 йил нархларида млрд.сўм; X_2 – Хоразм вилоятида ташилган юк ҳажми минг т.; X_3 – Хоразм вилоятидаги

¹ Муаллиф ишланмаси

² Муаллиф ишланмаси

юк айланмаси млн. т-км; X_4 – Хоразм вилоятидаги ташкилган йўловчилар сони минг киши; X_5 – Хоразм вилоятида йўловчи айланмаси млн. йўловчи-км.

Аввало ахборот ва алоқа соҳасидаги хизматлар ҳажмини жами транспорт хизматлари динамикасига таъсирини баҳолаш натижаларига кўра эластиклик коэффиценти 0,72 га тенг эканлиги аниқланди ва бу жами ҳисобланган коэффицентлар ичида энг юқори қиймат ташкил қилмоқда. Шунингдек, жами ахборот ва алоқа хизматлари ҳажмини бир фоизга ошиши жами транспорт хизматлари ҳажмини 0,58 автотранспорт хизматлари ҳажмини эса 0,6 фоизга ўсишини таъминлайди. Ушбу эластиклик коэффицентларини бирдан кичик бўлиши вилоятда ахборот ва алоқа хизматларидан иқтисодиёт тармоқларини ривожлантиришда фойдаланиш даражаси етарли эмаслигини кўриш мумкин.

Жумладан, автомобил хизматлари юк ва йўловчи ташишга алоқа ва ахборот хизматларини таъсирини қараб чиқадиган бўлсак эластиклик коэффицентларини янада кичикроқ қийматга эга бўлаётганлигини аниқланди. Яъни ташилган юк ҳажмини ахборот ва алоқа хизматлари бўйича эластиклик коэффиценти 0,42 тенг бўлмоқда. Ташкилган йўловчининг ахборот ва алоқа хизматлари бўйича эластиклик коэффиценти эса 0,21 ни ташкил қилмоқда. Бундан кўринадики вилоятда транспорт хизматларини ривожланиш кўрсаткичлари талаб даражасида эмас. Хусусан, транспорт хизматлари самарадорлигини оширишда муҳим бўлган ахборо ва алоқа хизматларидан фойдаланиш даражаси пастиликча қолмоқда.

Амалга оширилган тадқиқот натижаларига кўра транспорт хизматларини ривожлантириш талаб қилинади, хусусан 2010-2021 йилларда жами ва автомобиль транспорт хизматлари реал қиймати мос равишда 3,3 ва 3,4 баробарга ошганига қарамасдан юк ташиш ва йўловчи ташишида бу кўрсаткичлар 2,1 ва 1,5 баробарни ташкил қилмоқда. Сифат кўрсаткичи ҳисобланган бир тонна юк ва битта йўловчининг ўртача ташилган масофасида ҳам сезилари ўзгаришлар кузатилмаган. Яъни логистика тизимини такомиллаштириш ва транспорт масалаларини ахборот технологияларидан фойдаланган ҳолда ечиш орқалиб оптималлаштирилмаган бўлса бу кўрсаткичларни қисқартириш мумкин. Аниқланган эластиклик коэффицентлари ахборот ва алоқа хизматлари билан транспорт хизматлари орасидаги таъсирни жуда паст эканлигини тасдиқламоқда.

Фойдаланган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”[1] даги ПФ-4947-сон Фармони.
2. Line, T., Jain, J., & Lyons, G. (2011). The role of ICTs in everyday mobile lives. *Journal of Transport Geography*, 19 (6), 1490-1499.
3. Gössling, S. 2017. ICT and transport behaviour: A conceptual review. *International Journal of Sustainable Transportation*,
4. D. Spurling, J. Spurling, M. Cao. *Transport economics matters: Applying economic principles to transportation in Great Britain*. Brown Walker Press, Boca Raton (2019)

FOREIGN EXPERIENCE OF COMPETITIVE INTELLIGENCE TOOLS ENTERPRISE'S ECONOMIC SECURITY SYSTEM

Abstract. In this article has been discussed competition and competitiveness, a new look in the context of the globalization of the economy, the need to study the competitive environment, identifies problems that have arisen in the conditions of the modern economy and increased competition in modern management. The author presented the methods and techniques of competitive intelligence, carried out by means of modern technical means and vulnerabilities in the organization of the management process of companies. The role of state security agencies in the matter of increasing the competitiveness of products of manufacturers of individual countries in the world market is revealed.

Key words: competition, competitive intelligence, economic intelligence, business intelligence, economic security, industrial espionage, commercial intelligence.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В данной статье рассматривается конкуренция и конкурентоспособность, новый взгляд в условиях глобализации экономики, необходимость изучения конкурентной среды, выявляются проблемы, возникшие в условиях современной экономики и обострения конкуренции в современном менеджменте. Автор представил методы и приемы конкурентной разведки, осуществляемые с помощью современных технических средств и уязвимостей в организации процесса управления компаниями. Выявлена роль органов государственной безопасности в деле повышения конкурентоспособности продукции производителей отдельных стран на мировом рынке.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная разведка, экономическая разведка, бизнес-разведка, экономическая безопасность, промышленный шпионаж, коммерческая разведка.

КОРХОНАНИНГ ИҚТИСОДИЙ ХАВФСИЗЛИК ТИЗИМИДА РАҚОБАТ РАЗВЕДКАСИ ВОСИТАЛАРИНИ ҚЎЛЛАШ БЎЙИЧА ХОРИЖИЙ ТАЖРИБА

Аннотация. Ушбу мақолада рақобат ва рақобатбардошлик, иқтисодиётнинг глобаллашуви шароитида янги қарашлар, рақобат муҳитини ўрганиш зарурати, замонавий иқтисодиёт шароитида юзага келган муаммолар ва замонавий менежментда рақобатнинг кучайиши кўриб чиқилган. Муаллиф компанияларни бошқариш жараёнини ташкил этишда замонавий техник воситалар ва заифликлар ёрдамида амалга ошириладиган рақобатбардош разведка усуллари ва услубларини тақдим этди. Айрим мамлакатлар ишлаб чиқарувчилари маҳсулотларининг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини ошириш масаласида давлат хавфсизлик органларининг роли аниқланди.

Калим сўзлар: рақобат, рақобат разведкаси, иқтисодий разведка, бизнес разведкаси, иқтисодий хавфсизлик, саноат шпионажи, тижорат разведкаси.

Competitive intelligence is nothing but the second very important part of strategic planning. This is a mechanism that allows a company to make a good strategic plan and execute it, even if the surrounding reality changes dramatically. And if these changes turn out to be so serious that they jeopardize the implementation of the strategic plan, then competitive intelligence will warn its authors in advance, and they will have time to correct it.

In business, the Japanese and Chinese have the most developed and powerful competitive intelligence services. Companies such as Mitsubishi, Sumimoto and other giants have organized very serious competitive intelligence services, investing huge money and human resources in them. It is the development of competitive intelligence services that explains the rapid development of leading Japanese companies in the past few decades.

Large Chinese commercial structures enjoy the information support of the state itself. According to Western literature, the systematic collection of economic information with the support of the state was started by the PRC in 1956, when the China Institute of Scientific and Technical Information was established under the auspices of the Academy of Sciences [1].

Let us consider the example of the Japanese in more detail using the materials of Herbert Mayer as an example [2]. To be quite precise, every major Japanese company monitors prices for key raw materials - from oil to copper and corn. Monitoring includes both observation of the actions of competitors in relation to these materials, and the political situation in the countries that supply these raw materials. The Japanese are interested in everything that can affect their companies.

In the same way as for raw materials, monitoring is carried out for finished products - from turbines to tennis rackets and computers.

Japanese corporations have created information monitoring around the world. Their affiliates in all countries collect information in the form of brochures, articles, statistical reports, conference reports and even gossip heard at parties and other club events.

The largest number of employees of competitive intelligence services of Japanese companies is sent to the United States, because the United States is the main sales market and the main competitor in production.

The "raw" information collected by branches of Japanese companies, as well as ready-made data, is immediately transferred to Japan, where it is additionally processed, compared with other data and distributed in the form of a finished product among the company's leaders. Most of the information, in addition, formally and informally becomes the property of government structures and is distributed by them among other large companies. Such participation of the state in competitive intelligence makes it possible to unite the efforts of companies that do not even have ties with each other, and solves the problem of increasing the competitiveness of the Japanese economy through increasing the competitiveness of national corporations.

Big grain trading companies - Continental & Cargill in the USA, André in Switzerland, Bunge in Argentina, Louis Dreyfus in France

- monitor global weather forecasts, ripening and harvesting conditions, stocks, shipping costs, government procurement programs, and a variety of other factors that can affect grain sales. As a result, in a fairly competitive grain market, these giants suddenly and quickly find themselves in the right place at the right time, as soon as good prospects barely loomed on the horizon.

In this case, the results of processing images from space are used. After all, it's not a secret for anyone that when a satellite flies over any territory in order to fix the state of the launch silos of strategic missiles, fields with wheat also fall into the frame.

Companies that produce sophisticated equipment are very precisely focused on collecting information about both competitors and consumers. They are also interested in trends that may lead to the closure of these markets or the opening of new ones. They also monitor the status of their suppliers, because all of these factors can both create problems for the manufacturing company and lead it to success.

Many American commodity companies do not have a well-structured competitive intelligence service. This does not mean that competitive intelligence does not work in principle. It's just that the work in this case is given to the marketing department, the sales department, the economic group, the financial department, or the research and development department. By and large, it is not necessary to call the division a department of competitive intelligence. It's even

harmful. It is better to "hide" it in the company's structures, for example, in the marketing or strategic planning department.

But at the same time, it should be taken into account that, firstly, the lack of a clear structure makes competitive intelligence efforts less effective and secondary, and secondly, if the department begins to pursue its own interests, competitive intelligence is generally inefficiently carried out by it.

At the end of the 80s, in the Motorola company, which is still considered a model organization of the competitive intelligence service, the competitive intelligence unit in Washington consisted of several officers with areas of responsibility distributed by territory and type of activity:

- 1) Europe;
- 2) Asia;
- 3) the development of those branches of technology that were of interest to the company as a competitive market, a sales market or a market for investment;
- 4) trade policy of key countries, including the US itself;
- 5) interviewing own employees who returned from business or private trips, both foreign and domestic, and analyzing the brochures, articles, reports, notes they brought with them.

All data was analyzed and compared. As a result, a minimum of information was lost, and new trends were identified before anyone else paid attention to them.

The organizational structure of the competitive intelligence service in an organization is not stable simply because the company's priorities change, and accordingly, the structure of the service also changes.

Decisions made by top managers are so important that if the decision is not optimal, it can cost the company a lot. Wrong decisions in general can lead to bankruptcy. At the same time, in order to make the right decision, it is necessary to process such a large amount of information that it far exceeds the physical capabilities of top managers. Moreover, the heads of enterprises almost always work in conditions of permanent overload.

In addition, top managers are not professionals in the field of information technology and do not have many data processing techniques. Therefore, senior managers are usually forced to use the data and estimates provided to them by lower-level managers, primarily the heads of functional departments.

If there is no competitive intelligence service in the company, then the same situation usually arises: top managers become dependent on information from their subordinates, who supply them with subjectively colored, contradictory data, assessments, and suggestions. The proposals may, unfortunately, have competitor-inspired overtones, or such overtones are intended to hide the manager's mistakes, which are not yet visible, but will soon lead to dire consequences. Without objective criteria for assessing the reliability of the information they receive, top managers often make one-sided decisions in favor of who is better able to "submit" their data.

Currently, in various industries and areas of production and economic activity, there have been dramatic changes in the direction of competition. The signs of the enterprise management system that can find themselves in a new modern competitive environment, developing in accordance with new market conditions, are determined. The characteristic behavior of competitors will change radically.

In the evolution of modern management, several stages are conditionally distinguished, the basis of which is a certain range of problems. In the 50s, problems of production prevailed, in the 60s - sales problems, in the 70s - market issues arose sharply, in the 80s - the problems of competitive advantages were studied, in the 90s - environmental conditions (increase in the influence of political development, environmental factors, technology, social issues).

In the 1990s, enterprises of individual industries found themselves in a new competitive situation, when the multifaceted interests of competing parties, aggressiveness, and dynamism

were determined. Under these conditions, modern management faces new questions that can be met with the help of modern management methods.

The term "globalization" has been defined in economic theory and practice in recent years, when enterprises are increasingly exposed to the combined effects of factors isolated from each other in the competitive environment, which leads to the formation of multifaceted, dynamic and aggressive competition.

First of all, competition can simultaneously cover several areas, the most important are quality, costs, timing, innovation, creating financial stability, and creating market barriers. Of course, these areas of competition have been the focus of strategic management in the past. In modern conditions of globalization, management cannot concentrate its efforts on any one competitive parameter, they must all be taken into account in a complex.[6]

Second, modern enterprises must necessarily prioritize the multifaceted nature of competition. After all, on the one hand, competition can develop at different levels: in the field of resources, in commodity markets; as part of integrated groups and formations, between different entrepreneurial concepts. But, on the other hand, the multidimensional nature of competition can also be manifested in the fact that an enterprise in different conditions in different markets can react differently. In the case of applying the concept of multi-point competition, an enterprise in various strategic areas may show opposite market behavior (offensive, defensive, etc.).

Third, in the context of globalization, a sign of competition is recognized as a sign of the dynamism of market development. The balance of power of competitors and the positions of competitors can change at a rapidly increasing rate. An example of such a sharp change in the competitive situation is the agreement on cooperation and integration in mid-1997 between firms such as Microsoft and Apple. The dynamics of the market is characterized by the continuous penetration of new and the departure of old competitors from the market, the emergence of new types of services (for example, credit cards), a large number of mergers and acquisitions of enterprises, etc. Predicting situations is becoming more difficult and problematic, forecast periods are getting shorter.

Many economists and politicians are increasingly inclined to believe that globalization should be turned from a spontaneous process into a controlled one. It is worth emphasizing the role of the states themselves in this. There is an opinion that it is especially necessary to restore order in the international financial system, to take control of cash flows.

As you know, demand creates supply, such terms as economic intelligence, commercial intelligence, competitive and business intelligence, industrial espionage, information and analytical work are increasingly appearing in the media. These definitions are not identical, they differ significantly from each other.

Economic intelligence develops simultaneously with military and political intelligence. Since the economy, politics and war (its prevention) are interconnected and interdependent, therefore the term "economic intelligence" includes such collection, processing and use of timely information in which the economy dominates, and the military and political components add it. Economic intelligence is carried out by the state by various methods in its own interests, which is and is justified by the highest economic security and the interests of the state. Methods can be conditionally divided into analytical and operational, the use of which is possible by the state at the expense of taxpayers.[6]

Thus, in modern conditions, research and analysis of the competitive environment are becoming especially important, since in the activities of enterprises, firms, companies, corporations, factors that enable them to respond flexibly, quickly and adequately to sudden changes in the macroeconomics are of particular importance. And this means that top management must constantly anticipate and make new decisions in accordance with changing conditions. But in this case it is impossible to plan the optimal solutions in advance.

Constant research and analysis of the competitive environment is very necessary for an enterprise in order to respond in a timely manner to changes in the macro environment in order to develop an optimal strategy for the development of the company.

References:

1. Kahaner L. Competitive Intelligence. - Simon & Shuster, 1997.
2. Meyer Herbert E. Real-World Intelligence. - Weidenfeld & Nicolson, 1987.
3. Doronin A.I. Business intelligence. - M.: Os-89, 2003.
4. Shaker Steven M., Gembicki Mark P. The WarRoom Guide to Competitive Intelligence. - McGraw-Hill, 1998.
5. <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-razvedka-kak-instrument-menedzhmenta>.
6. https://www.marketing.spb.ru/lib-research/competition_spy.htm.

Хуррамов Ортикжон Каюмович
Доцент кафедры "Экономика сферы услуг",
Бухарский государственный университет,
Узбекистан

**ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

Аннотация: В статье рассматривается цифровые технологии в повышении конкурентоспособности туристических услуг. В современном информационном обществе значение информации как товара возрастает. Это является следствием общего роста информационных потребностей и выражением развития индустрии информационных услуг. В результате использования информационных технологий безопасность и качество туристических услуг возрастают.

Ключевые слова: туризм, цифровые технологии, цифровой туризм, информационные и коммуникационные технологии, путешествия, информатизация, компьютеризация

Khurramov Ortikjon Kayumovich
associate professor,
Department of "Economics of services",
Bukhara State University,
Uzbekistan

**DIGITAL TECHNOLOGIES IN INCREASING COMPETITIVENESS OF TOURIST
SERVICES**

Abstract: The article considers digital technologies to increase the competitiveness of tourism services. In the modern information society, the value of information as a product grows. This is the result of the general growth of information needs and the expression of the development of the information services industry. As a result of the use of information technology, the safety and quality of tourism services will increase.

Keywords: tourism, digital technologies, digital tourism, information and communication technologies, travel, informatization, computerization

Туризм - это информационная деятельность. Есть несколько других отраслей, в которых сбор, обработка, применение и передача информации были бы столь же важны для повседневного функционирования, как и в индустрии туризма. Услуга в туризме не может быть выставлена и рассматриваться в торговой точке как потребительские или промышленные товары. Обычно его покупают заранее и вдали от места потребления.

Таким образом, туризм на рынке практически полностью зависит от изображений, описаний, средств коммуникации и передачи информации.

Можно выделить три характерные особенности туризма. Во-первых, это разнообразная и интегрированная торговля услугами. Во-вторых, это комплексный сервис, как с точки зрения производителя, так и потребителя.

Наконец, это информационный сервис. Поэтому туризм, как международный, так и внутренний, является сферой растущего применения информационных технологий.

Система информационных технологий, используемая в туризме, состоит из компьютерной системы бронирования, системы телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем для авиакомпаний, электронных денежных переводов, телефонных сетей, мобильной связи и т.д. Следует отметить, что эта технологическая система используется не турагентами, отелями или авиакомпаниями индивидуально, а всеми ими. Кроме того, использование системы информационных технологий каждым туристическим сегментом важно для всех остальных частей.

Например, внутренние системы управления гостиницей могут быть подключены к глобальным компьютерным сетям, которые, в свою очередь, обеспечивают основу для связи с системами бронирования гостиниц, к которым уже в противоположном направлении могут обращаться туристические агенты через свои компьютеры. Поэтому мы имеем дело с интегрированной системой информационных технологий, которая распространяется в сфере туризма. Из вышесказанного становится ясно, что в индустрии туризма не только компьютеры, телефоны или видеотерминалы распространяются сами по себе - здесь действует система взаимосвязанных компьютерных и коммуникационных технологий.

Кроме того, отдельные компоненты индустрии туризма тесно взаимосвязаны - в конце концов, многие туристические производители вертикально или горизонтально вовлечены в деятельность друг друга. Все это позволяет нам рассматривать туризм как высоко интегрированную услугу, что делает его еще более восприимчивым к применению информационных технологий в организации и управлении.

Поставщики туристических услуг используют ряд технологий связи, которые могут обеспечить прямое спутниковое покрытие международных событий, ведя бизнес посредством телеконференций с помощью мобильной связи. Для получения информации о месте проживания, его привлекательных особенностях, также необходимы различные видео инструменты.

Обеспечение высокого уровня сервиса в отеле в современных условиях невозможно без использования новых технологий.

Новая технология предусматривает автоматизацию многих гостиничных процессов, электронное бронирование, внедрение технологий, способствующих повышению качества обслуживания при одновременном сокращении персонала. Автоматизированные системы направлены на повышение производительности труда, повышение уровня знаний среди старших менеджеров. Сочетание профессий становится все более распространенным явлением, что влечет за собой растущую потребность в более фундаментальной подготовке персонала при подготовке его к нескольким профессиям.

Компьютеры широко используются в центральных центрах обработки данных отелей. С их помощью происходит управление бронированием, регистрация посетителей, раздача помещений, учет инвентаря и контроль за поставками продуктов питания.

Таблица 1

Преимущества цифровых технологий и онлайн-доставки для туристических предприятий

Составная часть	Выгода
Продвижение продукта	Прямая и косвенная реклама

Новые каналы продаж	Легкий доступ к потенциальным покупателям. Интернет-продажи и транзакции Возможность выхода на международный рынок
Прямые сбережения	Увеличение доли рынка товара / услуги Дешевое общение Экономия на общении Экономия на рекламе Повышение производительности
Бренд	Доставка товара Увеличение удовлетворенности клиентов
Технологическое и организационное обучение	Улучшение имиджа компании Создание современного имиджа компании
Отношения с клиентами	Получение ноу-хау при общении с другими через Интернет
Новые бизнес-модели	Формирование и расширение деловой сети Сравнительный анализ конкурентов Создание новых возможностей для бизнеса Своевременный доступ к информации с сайтов Повышение эффективности связи Повышение эффективности сбора информации Доступность экспертизы независимо от местоположения Улучшение обслуживания и поддержки от

Анализ существующего программного обеспечения для туристических предприятий показывает, что подавляющее большинство программ предоставляют возможность вводить, редактировать и хранить информацию о турах, отелях, клиентах, расписаниях транспортных средств и приложениях. Все без исключения позволяют печатать много разных документов - от анкет, ваучеров и списков туристов до описания отелей, туров и т. д. Большинство программных продуктов позволяют контролировать оплату туров, распечатывать платежные документы, вести учет мест в отеле и на транспорте. Одной из важных функций таких программ является также автоматический расчет стоимости туров с учетом индивидуальных и групповых скидок, комиссий, курсов валют и других факторов.

Использование компьютерных технологий в туристическом процессе повышает управляемость (ускоряет циклы контроля), обеспечивает рост интеллектуальных возможностей всей системы управления, повышает качество управления за счет системы использования банков данных, экспертных систем и прогнозных решений.

Таблица 2

Тенденции цифровых технологий в сфере туризм

Этап 1. 1990-2000 гг.	Этап 2. 2000-2010 гг.	Этап 3. От 2010 г.
- Электронные кассовые аппараты - Мобильные телефоны - Электронная почта	- Смартфоны - Программы компьютерной графики - Компьютеризированные системы продажи билетов	- Виртуальная реальность - Мобильные приложения - Облачные вычисления и онлайн-хранилище данных - Социальные сети

<ul style="list-style-type: none"> - Интранет - Интернет-банкинг - Видео-конференция - Веб-сайты 	<ul style="list-style-type: none"> - Системы онлайн-бронирования - Системы бронирования клиентов <ul style="list-style-type: none"> - Рекламная рассылка - Отношения с клиентами 	<ul style="list-style-type: none"> - Google Аналитика - Веб 2.0 - Совместная онлайн-среда <ul style="list-style-type: none"> - Чат-боты - Блокчейн технологии
--	---	---

Успешное функционирование компании на рынке туристического бизнеса практически невозможно представить без использования современных информационных технологий. Специфика технологии разработки и внедрения туристских продуктов требует таких систем, которые бы предоставляли информацию о наличии транспортных средств и вариантах размещения туристов максимально быстро, обеспечивали бы быстрое резервирование и резервирование мест, а также автоматизировали решение проблемы. вспомогательные задачи при предоставлении туристических услуг (параллельная обработка документов, таких как билеты, счета и путеводители, предоставление расчетной и справочной информации и т. д.). Это достижимо благодаря широкому использованию в туризме современных компьютерных технологий для обработки и передачи информации.

В сфере менеджмента в туристическом бизнесе также произошли кардинальные изменения. Текущий уровень развития туристической индустрии и жесткая конкуренция в этой области придают особое значение информационным системам туристических агентств.

Современные компьютерные информационные технологии способны кардинально изменить методологические, информационные и технологические составляющие процессов управления и внедрить их на качественно новый, более эффективный уровень. Однако в настоящее время по-прежнему существует ряд объективных факторов, сдерживающих темпы их реализации, в том числе: экономическая нестабильность, нехватка управленческого персонала в области информационных технологий, нехватка специалистов в области информации.

Как показывает жизнь, роль информационных технологий в туризме велика, поскольку информация является объектом деятельности туристического агентства.

Результатом внедрения компьютерных информационных технологий является экономия времени для специалистов. Единственный способ получить ощутимый экономический эффект от экономии времени - это переориентировать это время на достижение конкретных целей этого подразделения, определенных общей стратегией компании.

Компьютерные информационные технологии будут быстро развиваться и дальше, что будет стимулировать развитие науки об экономических и управленческих информационных технологиях и приобретать все более важное значение как важнейший инструмент научного, технического и социально-экономического развития общества.

Список литературы

1. Navruz-zoda B. N., Khurramov O. K. The role of information technologies in digital tourism //International scientific review of the problems of economics, finance and management. – 2020. – С. 22-36.
2. Khurramov O. Peculiarities of using marketing tools in social media //Alatoo Academic Studies. – 2016. – №. 2. – С. 236.
3. Khurramov O. K. The convenience of electronic marketing in tourism industry //Теория и практика современной науки. – 2019. – №. 5. – С. 35-38.
4. Azimov O.Kh. Innovation technologies on the tourism //Academy. – 2020. – №. 3 (54).
5. Khurramov O. K., Voboqulov A. A. Digital tourism plays an important role in economic development //Наука-эффективный инструмент познания мира. – 2019. – С. 9-10.

6. Khurramov O. K. The role of the tourism sector in the digitalization of the service economy //Economics and Innovative Technologies. – 2020. – Т. 2020. – №. 1. – С. 6.
7. Ashurova M.Kh. The substantial economic benefits of tourism //Academy. – 2020. – №. 3 (54).
8. Khurramov O. K. The highlight priorities for the development of digital tourism in Uzbekistan //International scientific review of the problems and prospects of modern science and education. – 2020. – С. 61-62.
9. Аралбаева Г. Г. и др. Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования. – 2020.
10. Хуррамов О. К. Цифровой туризм и его значение в экономике Узбекистана //European research. – 2020. – №. 3. – С. 61.
11. Дилмонов К. Б. Важности интернета в сфере индустрии туризма //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 216-222.
12. Хуррамов О. К. Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 344-349.
13. Хидирова Г. Р. Новые технологии и инновации-важный фактор развития туризма в Узбекистане //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 469-471.
14. Хуррамов О. К. Особенности цифрового маркетинга в сфере туризм //Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования. – 2020. – С. 118-128.
15. Шарифова Ш. Ш. Возможности улучшения гостиничного сервиса //Economics. – 2020. – №. 2 (45).

**BDU “Xizmatlar sohasi iqtisodiyoti” kafedrası
tayanch doktoranti Ruziyeva Gulnoz.Fatillojevna**

MILLIY HUNARMANDCHILIK BIZNESINI TASHKIL ETISHDA RAQAMALSHTIRISHNING O`RNI

Annotatsiya: Maqolada mamlakatimiz turizm salohiyatini rivojlantirishda milliy hunarmandchilik sohasining (Buxoro viloyati miqyosida) o`rni, shu bilan birga sayyohlarni jalb etuvchi Buxoro shahrining tarixiy qismi (“Shahriston” bozori hududi)da ikki qavatli uylardan iborat hunarmandlar dahasi va yopiq bozor yaratilishi, unda an`anaviy ustaxonalar, milliy suvenirlar, zardo`zlik mahsulotlari, kitob, meva va sabzavot, shirinlik mahsulotlari sotiluvchi do`konlarning tashkil etilishi va bundan tashqari “Tabarruk Buxoro – muqaddas islom markazi” shiori ostida noyob shahar-muzey, sharq marvaridi sifatida targ`ib qilish va raqamli platformasini ishlab chiqishga alohida to`xtalib o`tilgan.

Kalit so`zlar: hunarmandchilik, raqamlashtirish, Buxoro kulolchiligi, zargaron, misgaron, kosagaron, sobungaron, charmgaron, holvapazon, so`fiyon, tagbandbafon, bo`yrabafon.

Аннотация: В статье рассматривается развитие национального кустарного промысла в Бухарской области, а также создание двухэтажного дома мастеров где планируется открытие традиционных мастерских, магазинов по продаже национальных сувениров, украшений, книг, фруктов и овощей, сладостей и других туристических товаров в исторической части Бухары (в районе рынка «Шахристан»). Было отмечено, что под девизом «Святая Бухара - центр священного ислама» планируется продвигать Бухару как уникальный город-музей, жемчужину Востока.

Ключевые слова: ремесла, бухарская керамика, ювелиры, медники, косагарон, собунгарон, чармгарон, холвапазон, софийон, тагбандбафон, боярабафон.

Abstract: The article discusses the development of national handicrafts in the Bukhara region, as well as the creation of a two-story house of craftsmen where it is planned to open traditional workshops, shops selling national souvenirs, jewelry, books, fruits and vegetables, sweets and other tourist goods in the historical part of Bukhara (in the market area "Shahristan"). It was noted that under the motto "Holy Bukhara - the center of sacred Islam" it is planned to promote Bukhara as a unique city-museum, the pearl of the East.

Keywords: crafts, Bukhara ceramics, jewelers, coppersmiths, kosagaron, sobungaron, charmgaron, holvapazon, sofiyon, tagbandbafon, boyarabafon.

O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishning asosiy vazifalaridan biri xorijiy turistlarni qadimiy tarixga ega bo‘lgan Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrisabz kabi shaharlarimizdagi tarixiy obidalar, me‘morchilik, diniy va madaniy yodgorliklar hamda respublikadagi boshqa diqqatga sazovor zamonaviy joylar bilan tanishtirish orqali ularga madaniy-ma‘rifiy ma‘lumotlar berishdir. Bundan tashqari, O‘zbekiston o‘zining hunarmandchilik namunalari bilan xorijiy sayyohlarni jalb qila olish imkoniyatiga ega.

Milliy hunarmandchilik sohasini shakllantirishda raqamlashtirish va elektron biznes bugungi kunda alohida o‘rin egallab kelmoqda. Raqamli iqtisodiyot rivojlanayotgan hozirgi davrda turizm sohasining har bir tarmog‘ini raqamlashtirishga alohida e‘tibor qaratilmoqda.

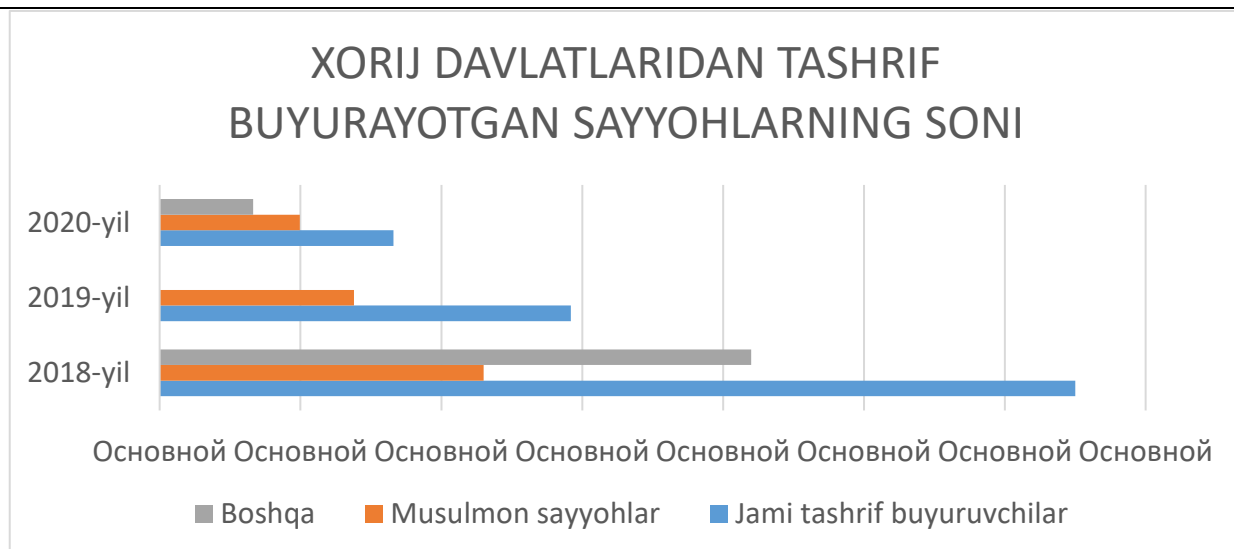
Raqamlashtirishda elektron biznesning 12 prinsipi mavjud bo‘lib, ularning har biri xizmat ko‘rsatish tarmog‘ida alohida ahamiyatlidir. Mazkur tarmoqlarning mohiyati va ularning hunarmandchilik rivojidagi o‘rni juda muhim. Quyidagi faoliyatlar va amalga oshirilayotgan o‘zgarishlar sohaning rivojlanishi uchun amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Joriy yilda turizmning alohida turlarini rivojlantirish maqsadida 50 ta turistik marshrut bo‘yicha qator ishlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, G‘ijduvon tumanining “Qo‘rg‘on” va “Chorsu” mahallalarida, Vobkent tumanining Shirin qishlog‘ida “Turizm qishlog‘i” va “Turizm mahallasi” tashkil etilmoqda. Umuman, viloyatdagi 28 ta turizm obyektida yondosh infratuzilma obyektlarini barpo etish, rekonstruksiya qilish, kengaytirish va modernizatsiyalash bo‘yicha jami 82 milliard 861,3 million so‘m qiymatdagi manzilli dastur ishlab chiqilgan.

Bundan tashqari, joriy yil yakuniga qadar viloyatda sayyohlar va mehmonlarni joylashtirish inshooti sonini 451 taga, turistik kompaniyalar sonini 130 taga yetkazish rejalashtirilgan. Buxoroning Islom Karimov ko‘chasida Gastronomik ko‘cha tashkil etiladi. Unda milliy, vegan, kosher va yevropa oshxonasiga xos taomlar tayyorlashga ixtisoslashgan 40 dan ortiq restoran faoliyatini yo‘lga qo‘yish, master-klass, teatrlashtirilgan konsert tomoshalari namoyishi uyushtiriladi.

Shu kunlarda viloyatda umumiy qiymati 847,9 milliard so‘m bo‘lgan turizm sohasiga oid 65 ta loyiha amalga oshirilmoqda. Bu loyihalarning aksariyati joylashtirish, umumiy ovqatlantirish, dam olish maskanlarini qurishga qaratilgan. Biroq turistik jozibadorlikni oshirishda hunarmandchilik sohasini rivojlantirish ham alohida o‘ringa ega bo‘lishi lozim nazarimda.

Bugungi kunda O‘zbekistonga ziyorat maqsadida uzoq xorij davlatlaridan tashrif buyurayotgan sayyohlarning sonida o‘shish kuzatilmoqda. Xususan, 2018 yilda uzoq xorij davlatlaridan **325 ming** nafar sayyoh tashrif buyurgan bo‘lib, ularning **35 foizi**, ya‘ni **115 ming** nafari musulmon sayyohlari hisoblanadi. 2020 yilda uzoq xorij mamlakatlaridan yurtimizga jami **83 ming** nafar sayyohlar tashrif buyurgan bo‘lib, bunda musulmon sayyohlarning soni **49 787 nafar (59 foiz)** ni tashkil qildi. (1-sxema)



1-sxema. Xorij davlatlaridan tashrif buyurayotgan sayyohlar soni

Manba: <http://www.review.uz/> ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Mazkur tashriflar sonining ijobiy o'sishi, o'z navbatida, turizm xizmatlari eksportining ortishiga olib keldi. 2016 yilning ko'rsatkichlari bilan taqqoslanganda 2019 yilda turizm xizmatlarining eksporti 3 baravarga oshib, 2019 yilda 1,3 mlrd. AQSH dollarini tashkil qildi. Tashrif buyurgan sayyohlar hunarmandchilik markazlari borasida ma'lumotga ega bo'lsalar, ularga mazkur obyektlar to'g'risidagi ma'lumotlar yetkazib berilsa, sohaning rivoji ortadi. Shuning uchun milliy hunarmandchilik markazlarini bir platformada jamlab raqamlashtirish g'oyasi ilgari surilmoqda.

Buxoro viloyati Vobkent tumaniga qarashli O'ba qishlog'ida yashovchi Kubaro Boboyeva ko'p yillardan buyon hunarmandchilikning kulolchilik yo'nalishi bo'yicha ijod qilib kelayaptilar. K. Boboyeva ko'plab shogirdlar tayyorlash bilan bir qatorida O'ba qishlog'idagi ko'pgina yoshlarni shu hunarga o'rgatib kelmoqdalar. K. Boboyeva ijodlariga mansub bo'lgan afsonaviy hayvonlar shakllari chiroyli ko'rinishga ega bo'lish bilan bir qatorda ular hushtak ham chaladilar. O'balik mashhur usta K. Boboyeva o'z ijod namunalari bilan ko'plab chet el ko'rgazmalarida ishtirok etganlar va sovrinli o'rinlarni egallaganlar.

Yana bir Buxorolik kulol – shoira, O'zbekiston Badiiy Akademiyasi a'zosi Zamira Jo'rayeva qator yillardan buyon kulolchilik bilan shug'ullanib kelmoqdalar. Usta Z. Jo'rayeva ham o'zining kulolchilik maktabini yaratgan bo'lib, u hozirgacha o'zi yaratgan 500 xildan ortiq kulolchilik mahsulotlarini tayyorlash mahoratini o'sib kelayotgan yosh avlod va farzandlariga o'rgatib kelmoqda. Kulol o'z asarlarida XVIII – XIX asrlarda yashagan o'zbek xalqining urf – odatlarini, yashash tarzini aks ettirgan. Bularga misol qilib, “Kashta tikayotgan ayol”, “Soch o'rayotgan qiz”, “Buxoro bozori”, “O'zbek madonnasi”, “Dehqon bobo”, “Alla aytayotgan ayol”, “Tandirda non yopayotgan ayol”, “Savdogar yigit”, “Cho'pon va uyur” kabi qator san'at asarlari bilan o'zbek xalqining hayotini talqin etishga harakat qilgan.

Zargarlik buyumlariga qiziquvchilar Buxoro, Samarqand, Xorazm, Toshkent hunarmandlarining san'atlaridan bahramand bo'lib kelishyapti. Buxoroda ijod qilib kelayotgan usta Alisher Haydarov yaratgan san'at asarlari butun dunyoga ma'lum va mashhurdir. Buxoroga kelgan zargarlik mahsulotlari bilan qiziqqan sayyohlar uning uyidagi ustaxonasiga ham tashrif buyurishadi. Tilla va kumushdan yasalgan bejirim buyumlar kishini hayratga soladi. Hozirgi kunga kelib usta XV – XVI asr zargarlik buyumlarini qayta jonlantirish, yo'qolib ketayotgan zargarlik buyumlarini qayta tiklash ishlari bilan astoyidil shug'ullanmoqda.

Misgar ustalar ko'pincha Buxoroning diqqatga sazovor joylarini mis tovoqqa uyib uning har bir detaligacha e'tibor berib, qalb qo'ridan joy berib yasashadi. Horijiy mehmonlar bunday yuksak san'at asarini yaratayotgan ustalarga qoyil qolmasdan ilojlari yo'q albatta. Oftobalar,

patnislar, piyolalar yasash shu darajada yuksalganki ularga qarab inson ko‘zlari quv naydi, qo‘l mehnati bilan yaratilgan go‘zallik kishiga huzur bag‘ishlaydi.

Bizga ma‘lumki Buxoroda qadimdan hunarmandlar alohida – alohida mahalla bo‘lib yashashgan. Zargarlar – zargaron, misgarlar - misgaron, kosagaron, sobungaron, charmgaron, holvapazon, so‘fiyon, tagbandbafon, bo‘yrabafon va hokazo mahallalari bo‘lgan. Ular turmush va savdo uchun kerakli mahsulotlarni o‘z qo‘l mehnatlariga tayangan holda yaratganlar.

Buxoro hunarmandchiligi ming yilliklarga borib taqaladi. Hunarmandchilikni inson yaratgan mo‘jizasi degan bo‘lardim. Hunarmandchilik hayotning bir bo‘lagi bo‘lib, insonlar shug‘ullanadigan kundalik turmush tarziga aylanib qolgan. Milliy hunarmandchiligimizda qanchadan qancha o‘zgarishlar bo‘lib o‘tgan. Masalan biror bir hunarmandchilik turini oladigan bo‘lsak ular avval soda ko‘rinishda bo‘lib vaqt o‘tishi bilan mukammallashib borgan.

Avloddan-avlodga o‘tib kelayotgan har bir hunarmandlarning mahorati o‘ziga xosdir. Masalan, pichoqchilikda Chust, Qo‘qon va Buxoroga yetadigani yo‘q. Chust pichoqlari turli maqsadlarga yo‘naltirilgan bo‘lib, ular uy – ro‘zg‘or va sovg‘a uchun mo‘ljallangan. Ular o‘ta pishiq metaldan tayyorlanib 2500 C⁰ darajagacha qizdirilib ishlov beriladi. Bu kasb ham juda nozik bo‘lib qizib turgan xanjar, yoki pichoq bo‘lsin uni suvga ikkinchi marotaba tiqib olishda juda mohirlikni talab qiladi, chunki ular ikkinchi marta suvga solinganida metal meyoriga keladi va juda sifatli bo‘ladi. Ozgina beparvolik uni mo‘rt bo‘lib qolishiga sabab bo‘lishi mumkin.

Buxoroda ma‘lum va mashhur usta Shokir Kamolov temirchilik bilan uzoq yillardan buyon oilaviy shug‘ullanib kelishmoqda. Temirchilik ustaxonasi muzey sifatida ham turistlar uchun xizmat qiladi. Ular yasashgan qaychilar laylakga, turli xil qushlar shakliga o‘xshab ketadi, bu ham ustaning mohirligini ko‘rsatib turadi. Bir parcha metaldan tayyorlangan geometrik shakllar yasash va unga ishlov berish juda qiyin, bu esa xorijiy mehmonlarning e‘tiborini tortadi. Ular uchun hunarmandchilik mahsulotlarining qanday uslublarda yasalishi, nimalar ishlatilishi barcha uchun qiziq.

Yuqorida zikr etib kelingan ustalarning hunarmandchilik sir asrorlarini yo‘qotmasdan, unutmagan, eng asosiysi yashirmagan kelajak avlodga, farzand-nabiralarga, shogirdlariga o‘rgatib kelishmoqdalar.

Milliy turizm jozibadorligini shakllantirishda hunarmandchilikning alohida o‘rni bor. Yuqorida nomlari va faoliyatlari zikr etilgan ustalar, ularning mehnat faoliyatlari borasida nafaqat xorijiy sayyohlar balki mahalliy aholi uchun ham ma‘lumotlar juda kam o‘rganilgan. Ko‘pchilik hunarmandchilik san‘ati namoyondalari o‘zlarining mahallalari, hudud va regionlari miqyosida ma‘lum va mashhur, biroq Respublika miqyosida ularning san‘atlarini tanitish bizning asosiy maqsadimizdir. Bu orqali biz mamlakatga xorijiy, mahalliy sayyohlar oqimini oshirishga va shu orqali iqtisodga salmoqli daromad olib kelishga erishishimiz mumkin.

Bugungi kunda O‘zbekistonning har bir regionlarida milliy “Hunar-zar” hunarmandchilik markazlarini yaratish va brendini ishlab chiqish orqali turizm jozibadorligini yanada oshirishga erishishimiz mumkin. Misol sifatida, nomi zikr etilgan hunarmandlar:

- K.Boboyeva va Z.Jo‘rayevalarning yashash hududlarida “O‘zbek kulolchilik san‘ati” nomli markazlari;
- Alisher Haydarovning “Zargarlik guzari” nomli markazi;
 - Shokir Kamolovning “Temirchilik ustaxonasi” nomli markazini tashkil qilish va u yerda ustalarning ishlari amaliy jihatdan ko‘rsatilishini tashkillashtirish bilan birga, tashrif buyurgan sayyohlar tomonidan ishlarni bajarib ko‘rish imkoniyatlarini yaratish orqali hunarmandchilik sohasini yanada rivojlantirish bilan birga dunyoga tanitish mumkin. Bundan tashqari yaratilgan bir qator markazlar to‘g‘risida kelgan sayyoh ma‘lumotlarni olishga qulay bo‘lishi uchun raqamli xaritalarni yaratish va yaratilishi rejalashtirilayotgan mobil ilovaga joylashtirish orqali milliy hunarmandchilikning turizm sohasidagi ulushini oshirish mumkin.

Yuqorida zikr etilgan markaz va maktablar faoliyatini rivojlantirishga yuqori turuvchi mas‘ul tashkilotlar hisobidan qurish, ta‘mirlash va asbob uskunalar uchun mablag‘ ajratilsa, shu maktab – markazlarda yoshlar hunar o‘rganishi tashkillashtirishi lozim. Bu bilan bizning yoshlarimizning ish bilan taminlanishi va o‘z – o‘zi bilan roqabatni vujudga keltiradi va

hunarmandchilik yuksaladi.

Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, har yili “Hunarmand” uyushmasi tomonidan hunarmand ustalar faoliyati o`rganilgan holda qayd etib boriladi. Biroq mahalliy aholi va xorijiy sayyohlarni hunarmandlar ishlari bilan tanishtirish darajasi yuqori emas. Buning uchun esa joylarda “Hunar zar” markazlarini tashkil qilish hamda, xorijiy sayyohlarning sayohlik xaritasiga milliy hunarmandchilikni kiritish maqsadga muvofiq bo`ladi. Yaratilishi rejalashtirilayotgan platforma ham kelgusida nafaqat xorijdan keladigan sayohlar, balki mahalliy sayyohlar uchun qulay axborot manbai, shu bilan birga, faoliyat olib borayotgan hunarmandlar uchun mo`may daromad turi bo`lib qolsa ajabamas. Bu orqali yuqoridagi ko`rsatkichlar bundanda salmoqli bo`lishiga ishonamiz.

Bundan tashqari turizmدا reklamaning o`rni beqiyos. Turistik reklamalarga qaratilayotgan e`tiborning kuchayishi foydaning oshishiga doimiy turtki bo`laveradi. Shu sababdan turistik firma marketologlari zimmasiga reklamani boshqarishda ancha mushkul vazifalar qo`yilgan. Turistik reklamani boshqarishda rivojlangan mamlakatlar tajribalarini O`zbekistonda joriy etish lozim. ning nazariy asoslari. Jahon sayyohlik tashkilotining ma`lumotlariga qaraganda, har yili o`rtacha 1,3 mlrd.ga yaqinroq kishi sayohatga chiqadi. Vaholonki, bundan 10 yil muqaddam ro`yxatga olingan turistlar soni 585 mln. nafarni tashkil etgan, xolos. Mazkur soha jadal rivojlanishining ko`plab omillari bor, albatta. Ular ichida eng asosiysi — bu dunyoni bilish, tarbiya va sog`lomlashtirishni o`zida mujassamlashtirganidir. Qolaversa, u bunday xizmatlarni tashkil etuvchilarga katta daromad olish imkonini beradi. Hozirgi vaqtda dunyo turizmining jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 10 foiz, xizmatlar eksportida 30 foiz, savdo hajmida 6 foizga yetgani, mehnatga layoqatli aholining 8 foizi shu jabhada mehnat qilayotgani buning yaqqol dalilidir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati:

1. O`zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining Yuridik shaxs tashkil etmasdan oilaviy tadbirkorlikni hamda hunarmandchilik faoliyatini rivojlantirish va kengaytirish chora-tadbirlari to`g`risidagi 17.10.2017 dagi № 216 PF-5242-son farmoni
2. Sh.M.Mirziyoyev O`zbekiston Respublikasining Prezidenti farmoni “O`zbekiston Respublikasi sayyohlik sohasini rivojlantirishni tezlashtirish chora-tadbirlari to`g`risida” 2016 y
3. Do`stov U.N. Turizm xizmatining huquqiy tartibga solinishi. Toshkent, 2004.
4. Qlichyev U.A. O`zbekistonda milliy hunarmandchilikning rivojlanishi (1991–2006 yy.): Tarix fan. nom. ... dis. avtoref. Toshkent, 2010.
5. O`zbekiston Respublikasi Xalq ustalari, hunarmandlari “Hunarmand”uyushmasi materiallari. Toshkent, 2008.
6. Milliy hunarmandchilik brendini yaratishning turizmni rivojlantirishdagi iqtisodiy ahamiyati. Xorazm ma`nun akademiyasining ilmiy jurnali. –Xorazm, 2020.
7. <http://www.review.uz/>
8. <https://lex.uz/docs/1502754>
9. <https://www.google.ru/>

**3-SHO‘BA:
RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI
QO‘LLAB-QUVVATLASHNING
TASHKILY VA IQTISODIY
MEXANIZMLARI**

профессор А.А.Маматов
Ўзбекистон Республикаси
Жамоат хавфсизлиги университети
391-ўқув гуруҳи курсанти Мухтаров Ж.М.
391-ўқув гуруҳи курсанти Бегдуллаев Ш.К.

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ ТАРМОҚЛИ ТУЗИЛМАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ ОШИРИШ ОМИЛИ СИФАТИДА

Аннотация: Мақолада Ўзбекистон Республикасини Рақамли иқтисодиётга ўтиш даврида тармоқли тузилмаларнинг моҳияти, уларни фаолияти ва иқтисодиётни рақобатбардошлигини оширишдаги ўрни ёритилган.

Калит сўзлар: Рақамли иқтисодиёт, тармоқли тузилма, бозор тузилмаси, инновацион тузилма, интеграцион тармоқли тузилма, рақобатбардошлик, технология, блокчейн технологиялар.

Аннотация: в статье рассматривается сущность сетевых структур в период перехода Республики Узбекистан к цифровой экономике, их деятельность и роль в повышении конкурентоспособности экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, сетевая структура, структура рынка, инновационная структура, интеграционные сетевые структуры, конкурентоспособность, технология, блокчейн-технология.

Annotation : in this article , the role of increasing comparability of economy , their activity and aspect of type structure in the period of passing numerical economy in the republic of Uzbekistan have been showed.

Key words: numerical economy, type structure, structural marketing, innovative structure, structural integration, comparability, technology, bloc chain technology.

Ўзбекистонни рақамли иқтисодиётга ўтиш даврида бутун миллий иқтисодиётда такрор ишлаб чиқариш жараёни трансформацияси юз бермоқда, бу хўжалик юритишнинг янги турларига ўтиш долзарблигини белгилайди ва улар доирасида хўжалик юритувчи субъектларнинг самарали ўзаро муносабатлари амалга оширилади. Иқтисодий фаолиятнинг тубдан янги шакллари юқори фан сиғимли технологияларни ишлаб чиқиш ва тарқатиш, билимга муҳтож маҳсулотлар бозорларини жадал ривожлантириш, инновацион циклини қисқартириш ва инновацион фаолиятни жадаллаштиришга қаратилган.

"Тармоқли тузилма" тушунчаси 1990-йилларда чет эллик тадқиқотчилар томонидан илмий муомалага киритилган. Бу тушунчанинг ўзаро боғлиқлиги тармоқ тузилишининг моҳиятини аниқлашга доир ёндашувларнинг хилма-хиллигини белгилайди. Тармоқли тузилма - ўзининг ресурс салоҳиятидан энг юқори даражада самарали фойдаланиш учун муайян интеграцион муносабатлар билан боғлиқ бўлган, узоқ муддатли ягона мақсадлар билан бошқарилади. Вазиятли етакчилик ва тўғридан-тўғри коммуникацион каналларига эга бўлган, келишилган ва қабул қилинган ягона норма ва ҳуқуқлар билан фаолият юритувчи бир ва турли хил мустақил иқтисодий субъектлар мажмуи¹ деб таърифлаш мумкин.

Тармоқли тузилмалар аънавий тузилмаларга нисбатан фаолият юритишнинг деярли барча асосий базавий тамойиллари билан фарқланади. Тармоқли тузилмаларни иерархик ва бозор тузилмаларидан фарқловчи энг муҳим белгилари куйидаги жадвалда келтирилган. Ҳозирги кунда классик ҳисобланган тармоқли тузилманинг биринчи таснифи Р. Майлз ва Ч Сноу томонидан таклиф қилинган².

¹ Сетевое взаимодействие как ключевой фактор развития интеграции науки, образования и бизнеса / Г.С. Султанов [и др.] // Фундаментальные исследования. - 2016. - № 9 (ч. 1). - С.199.

² Miles R. E. Network organization: New concepts for the new forms / R. E. Miles, C. C. Snow // California Management Review. -1986. - Vol. 28, № 2. - P. 62-73.

Улар тармоқни уч: ички, барқарор ва динамик турларга бўлади. Ички тармоқли тузилма унинг бир қатор бўлимларини бизнеснинг алоҳида турларига бўлади ва улар бош офис билан мустақил бозор субъектлари сифатида ҳамкорлигини ташкил қилади. Барқарор тармоқли тузилма - бу тармоқли ташкилотнинг тури бўлиб, компания бир неча асосий фаолият турлари бўйича ихтисослашади, қўшимча ва ёрдамчи фаолият турлари аутсорсингга юкланади. Динамик тармоқли тузилманинг хусусияти шундан иборатки унинг асосий фаолият турлари тўлалигича аутсорсингга юкланади бироқ асосий бизнесни юритиш ваколатини (масалан, янги технологияга) эга бўлишни ўзида қолдиради.

1-жадвал

Тармоқли ва анъанавий таркибий тузилмаларнинг қиёсий тавсифи¹

Фаолият қилиш тамойиллари	Бозор тузилмалари	Иерархик тузилмалар	Тармоқли тузилмалар
Шаклланиш асослари	Товар-пул муносабатлари	Ресурслар тақсмоти устидан назорат	Ахборот – коммуникация технологиялари
Мувофиқлаштириш механизмлари	«Кўринмас қўл»	Юқори турувчи ҳокимият	Тармоқли субъектлар манфаатлари
Ахборотни алмашув даражаси	Фақатгина баҳо аспекти доирасида	Бир томонлама алмашув	Чекланмаган коммуникация
Иқтисодий мухитга ахборотни кириш имконияти	қуйи	ўртача	юқори
Иштирокчилар ўртасидаги алоқалар тавсифи	Бозорнинг турига қараб горизонтал ва вертикал боғлиқлик	Субординацион	Горизонтал
Ҳамкорликдаги фаолият юритиш сабаблари	Иқтисодий манфаатга мослиги	Директивлик	Манфаатларни оптималлаштириш
Ҳамкорликнинг давомийлиги	Фақатгина шартнома даврида	Бозор тузилмаларига нисбатан узок муддат	Тармоқ иштирокчилари ўртасидаги узок муддатли алоқа

Тармоқли тузилмаларни тармоқни шакллантиришнинг мақсадли хусусияти нуқтаи назаридан "фан-таълим-ишлаб чиқариш" тизими доирасида кўриб чиқиш таълим, илмий ва инновацион, инфратузилма ва интеграцион тармоқли тузилмаларни белгилаш учун асос бўлиб хизмат қилади². Таълим лойиҳаларини биргаликда амалга оширувчи ташкилотлар мажмуи томонидан шакллантирилган таълим тармоқли тузилмаси ҳам йирик илмий марказлар, иқтисодиётнинг реал сектори билан ўзаро ҳамкорликни қуришга қаратилган. Бундай тармоқли тузилма ўзаро алоқаларнинг асосий шакли сифатида бизнес жамоаларининг консорциуми ва кластерли олий таълим муассасалари, академик институтлар ва бирлашмалар кенг тарқалган³.

¹ Муаллиф тадқиқотлари асосида тузилган

² Шевашкевич Д.С. Формирование сетевых инновационных структур как условие перехода к новым технологическим укладам // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. -2013. - № 2. - С. 156-158.

³ Парфенова С.Л. Сетевая модель организации научной деятельности // Наука. Инновации. Образование. - 2014. - № 16. -

Илмий-инновацион тармоқли тузилманинг асосий мақсади илмий билимларни бозорда маълум бир маҳсулотга айлантиришдан иборат бўлиб, унинг устувор йўналишларига истеъмолчига йўналтирилганлик ва ишлаб чиқариш рақобатбардошлигини ошириш киради. Бу турдаги тармоқли тузилманинг асосий вазифалари: фан ва бизнес ўртасидаги ўзаро янги ҳамкорлик моделларини шакллантириш, фанлараро илмий тадқиқотлар ўтказиш, ишлаб чиқариш ва технологик базасини ривожлантириш, талаб даражасидаги кадрлар таъминоти, юқори технологияли бизнесни улушини ошириш, иқтисодиётнинг юқори технологияли тармоқларни кластерлаш ва х.к.. Илмий-инновацион тармоқли тузилмаларни шакллантириш иқтисодиётнинг асосий базавий таркибий тузилмавий параметрларини такомиллаштириш, стратегик муҳим тармоқларнинг рақобатбардошлиги ва макроиқтисодий барқарорлигини таъминлаш истиқболлари очилади¹.

Интеграцион тармоқли тузилмалар фан, таълим ва ишлаб чиқариш ўртасидаги интеграцион алоқаларни қуриш учун алоҳида аҳамиятга эга бўлиб унинг иштирокчиларнинг фаолияти: фундаментал тадқиқотлар - ИТТКИ – тажриба ишлаб чиқариш - оммавий ишлаб чиқариш – сотиш каби тўлиқ инновацион циклни қамраб олишга қаратилган².

"Илмий, таълим тузилмалари ва бизнеснинг самарали ўзаро ҳамкорлигини таъминлаш учун тармоқли иштирокчилар ўртасида ахборот оқимларини такомиллаштириш ва жараённинг барча иштирокчилари учун тадқиқот ва ривожланиш натижаларига очиқ бўлиши зарур. Бироқ, бу ҳолда, тармоқли иштирокчилар ўртасида бири-бирига нисбатан оппортунистик хатти-ҳаракатлар пайдо бўлиш хавфи мавжуд бўлиб, уларни фақат ҳамкорлар зиммасига олган ҳақиқий ва процессуал мажбуриятлар асосида хал этиш мумкин.

Интеграцион тармоқли тузилманинг пировард мақсади янги маҳсулот платформаси ва янги билимларни ишлаб чиқиш асосида янги маҳсулотни ишлаб чиқаришни жадаллаштириш билан бозорда инновацияларни жорий этиш орқали тижоратлаштириш натижасини олишдан иборат. Тармоқли ўзаро ҳамкорлик тамойили асосида янги технологик инқилобнинг асосий хусусиятларидан бири бўлган платформали қарорлар қабул қилишга ўтиш амалга оширилади. Платформали қарорлар деб рақамли платформалар тушунилади. Уларга:

- технологик қарорлар (маълумотларни дастурий интеграциялаш механизми);
- хўжалик муносабатларни ташкил этиш механизмлари (алоҳида ёрдамчи воситаларни етказиб берувчиларни асосий компания– платформери атрофида концентрациялашувини ўз зиммасига олган бизнес модел);
- хўжалик юритувчи субъектларнинг ўзаро ҳамкорлиги учун очиқ инфратузилма.

Платформали тузилмалар учун маълум бир саноат ва хизмат кўрсатиш тармоқларига тегишли эмаслиги билан ажралиб туради. Платформа ичида ҳамкорлик вертикал ва горизонтал интеграция орқали амалга оширилади, платформани ишлаб чиқувчилар ундан фойдаланувчиларига товар ёки хизматларни ишлаб чиқаришдан ва унга сервис хизмат кўрсатишгача бўлган мажмуали хизматларни тавсия этади. Платформалар ташқи фойдаланувчилар учун очиқ бўлган экотизимлар доирасида фаолият кўрсатади, субъектлар ўртасидаги муносабатлар ягона стандартлар тизими орқали тартибга солинади. Дастлаб, ҳар қандай платформанинг таркибий тузилишида якуний маҳсулот қийматида юқори технология улуши билан тавсифланади ва платформаларни ривожлантиришда унинг улушини камайтиришда асосий ҳаракатлантирувчи механизми ҳисобланади.

Меҳнат унумдорлигини ва самарадорлигини ошириш платформа қарорларини муваффақиятли амалга оширишнинг натижасидир .

Рақамли иқтисодиёт платформалари биринчидан тармоқ ёки саноатнинг кўплаб катнашчилари учун юқори даражада қулай ўзаро алоқалар яратиши кўзда тутилган. Ҳозирги кунда тўлалигича қарор топган оммавий платформаларга мисол келтириш қийин, лекин келажак айнан шундай ечимлар ортидадир. Google, FaceBook, Apple ва Alibaba Group компаниялари ушбу ғояни амалга оширишга энг яқин, кўплаб йирик компаниялар бундай платформаларни яқин вақтларда яратишни режалаштирган.

Иккинчидан, янада муҳимроғи, рақамли иқтисодиёт платформалари тўлақонли (end-to-end) бизнес-жараёнларни автоматлаштириши лозим.

Рақамли иқтисодиётнинг тўлиқ платформаси уч қисмдан иборат: истеъмолчи экотизимлари, ишлаб чиқарувчи экотизимлари ва коммуникатив ўзак. Истеъмолчи экотизими функцияси - платформадан фойдаланувчининг барча эҳтиёжлари ва муҳтожликларини қондириш, унинг қулайлигини ва функционаллигини жалб қилишдир. Ишлаб чиқарувчи экотизим функцияси - бизнес юритишни енгиллаштириш ва унга кириш бўсағасини пасайтирган ҳолда ёрдамчи функциялар бажаришни таъминлаши лозим. Платформа асоси истеъмолчилар ва ишлаб чиқарувчиларнинг ўзаро алоқалари бўйича функцияни ҳам амалга ошириб, зарурий технологик базис ва инфратузилма эҳтиёжларини таъминлайди¹.

Учала таркибий қисм бир-биридан мустақил равишда мавжуд бўлиши мумкин ва бунга муваффақиятли мисолларни келтириб ўтиш мумкин: истеъмолчи экотизими сифатида ижтимоий тармоқлар, Alibaba Group - биринчи навбатда, ишлаб чиқарувчи экотизими ҳисобланади (қолган 2 та таркибий қисм унчалик ривожланмаган), Uber - экотизимларсиз платформа ўзагининг коммуникатив ўзагига ёрқин мисолдир. Бирок учала таркибий қисмни битта модель доирасидар бирлаштириш сезиларли даражада синергетик самара олишга имкон беради. Alibaba Group - электрон тижорат тармоқлари инфратузилмасини кўллаб-қувватлайдиган, кидирув сервислари, тўлов тизими, логистика ва ахборот сервислари, маркетинг сервислари, катнашчиларни ички техник кўллаб-қувватлаш хизматлари ва ҳ.к.ни ўз ичига оладиган сервислар экотизимини ташкил қиладиган компания.

Ўзбекистон Республикасида тармоқли тузилманинг самарали фаолият кўрсатиши учун инфратузилма муҳити бир қатор талабларга жавоб бериши зарур:

1. Оммавий интернетга уланиш, "катта маълумотлар"ни қайта ишлаш ва сақлаш қобилияти. "Gartner" тадқиқот компаниясининг ҳисоб-китобларига кўра, 2017-йилда Интернетга уланган қурилмалар сони 8,4 млрдни ташкил этди, бу 2016-йилга нисбатан 31% га кўпдир, 2021-йилга келиб эса 24,4 млрдга ошиши башорат қилинган². Ахборот-коммуникация инфратузилмасининг ҳар кунлик тарқалиши давлат, бизнес ва аҳоли учун ягона рақамли маконни яратади. Интернетга уланган қурилмалар сони кўпайгани сари катта маълумотларни қайта ишлаш ва сақлаш учун замонавий стандартларга жавоб берадиган технологияларга эҳтиёж сезилмоқда. Бу жисмоний инфратузилмани англатади-маълумотлар марказлари, шунингдек маълумотларнинг ҳаётий айланиш циклини таъминлайди ва архив маълумотларни сақлаш ва маълумотларни ўзгармаслиги учун мажбуриятларни ўз зиммасига олади.

2. Ахборот хавфсизлигини таъминлаш, рискларни бошқариш, ички ва ташқи ахборот таҳдидларидан ҳимоя қилиш. Ахборот тизимларининг заифлиги глобал муаммо бўлиб, шахсий маълумотлар, корхоналар, жамият ва умуман давлатни ҳимоя қилиш

¹ Джуманиязов Ш.Р. Рақамли иқтисодиёт инфратузилмаси. Рақамли иқтисодиёт: иқтисодий ривожланиш тенденцияларини моделлаштириш ва замонавий ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш истиқболлари: Республика илмий-амалий анжумани илмий мақолалари ва маърузалари тўплами. -Т.: ТДИУ, 2019 – Б.216.

² IoT devices will outnumber the world's population this year for the first time [Electronic resource]. - URL: <https://www.zdnet.com/>(дата обращения 10.07.2017).

зарурлигини назарда тутади. Киберҳавфсизликка қарши курашиш учун миллий киберҳавфсизлик тизимини яратиш, давлат ва бизнеснинг биргаликдаги саъй-ҳаракатларини интеграция қилиш керак¹.

3. Ахборот тизимларининг миллий ва халқаро даражадаги интеграцияси. Турли хил маълумотлар тизимларининг интеграцияси ягона рақамли маконни яратади ва синергетик самарага эришишга олиб келади. Миллий даражадаги ягона ахборот тизими шаҳар ресурсларини, хусусан, ёқилғи-энергетика, сув, транспорт ва бошқаларни бошқариш сифатини яхшилаш, аҳолига давлат хизматлари кўрсатиш, давлат харидлари шаффофлигини таъминлаш имконини беради. «Блокчейн» технологиялари (маълумотларнинг тақсимланган реестри технологиялари), «сунъий ақл», суперкомпьютерлар имкониятларидан фойдаланиш, шунингдек, крипто-активлар бўйича фаолият жаҳоннинг кўплаб мамлакатларида рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йўналишларидан бири ҳисобланади. «Блокчейн» технологиялари нафақат иқтисодиётнинг кўплаб секторларига, балки давлат бошқаруви тизими ва бошқа жамоатчилик муносабатларига аста-секин жорий этилмоқда².

4. Иқтисодиётнинг очиклиги, ресурслар ва технологиялардан тенг ва эркин фойдаланиш. Ахборот-коммуникация технологиялари воситачилик функциясини бартараф этишга қаратилган бўлиб, уларни тарқатиш ахборотларнинг очиклигисиз ва эркин фойдаланишсиз мумкин эмас.

Юқори фан сиғимли технологияларнинг иқтисодиётдаги таркибий тузилмавий такомиллаштиришларга таъсирини ўрганиш асосида тадқиқот ишида таклиф этилган ёндашув доирасида тармоқли тузилмаларининг ўрни қуйидагича тавсифланади.

Биринчидан, тармоқ доирасидан ташқарида тармоқли тузилмаларнинг динамизми, мослашувчанлиги ва ривожланиши юқори фан сиғимли технология тамойилларига жавоб берадиган хусусияти бўлиб ва унинг иқтисодий тизимни ташкил этишнинг бошқа шакллари ва нисбатан афзаллигини номоён этади.

Иккинчидан, тармоқли тузилма юқори фан сиғимли технологиянинг янги турдаги таркибий қайта қуришга таъсири механизмларидан бири бўлган иқтисодий муносабатларни такомиллаштириш шакли сифатида қаралади.

Учинчидан, тармоқли тузилма ишлаб чиқарувчи кучлар ва инвестиция оқимлари жойлаштиришдаги ўзгаришларнинг номоён бўлиш шакли бўлиб, у географик ва тармоқ тамойиллари билан эмас, балки технологик самарадорликнинг синергетик таъсирини максималлаштириш билан белгиланади.

Тўртинчидан, бу таъкидлаб ўтилган ялпи жараёнлар, янги турдаги таркибий ўзгаришлар генерациясини ҳосил қилиш шарт-шароитлар яратади ва унинг тизимли омили бўлиб юқори фан сиғимли технологиялар ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси миллий иқтисодиётида тармоқли таркибий тузилмаларининг муваффақиятли фаолияти учун бизнинг фикримизча, бир қатор омиллар зарур: таълим, илмий-тадқиқот, лойиҳа ва муҳандислик муассасалари, юқори фан сиғимли sanoat корхоналари, давлат иштироки, норматив-ҳуқуқий база, инфратузилманинг мавжудлиги. Фундаментал ва амалий тадқиқотларнинг "критик массаси", ҳамда, фанлараро тавсифдаги тадқиқотлар, таркибий такомиллаштириш учун етарли салоҳиятни шакллантиради. Иқтисодий фаолиятнинг барча субъектлари ўзаро ҳамкорликнинг самарали шакли бу тармоқли тузилма бўлиб у илмий билимларни бозорда аниқ маҳсулотга трансформациялаш учун яққол салоҳиятга эгадир.

Хулоса сифатида, таркибий тузилманинг тармоқли тури юқори фан сиғимли технологияларнинг диффузияси шароитида тармоқ турига нисбатан самаралироқ деб тан олинishi мумкин ва унинг ҳукмронлиги илғор ривожланган мамлакатларда янги турдаги

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Рақамли Ўзбекистон - 2030" стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида"¹ ги 2020 йил 5 октябрдаги ПФ 6079- сон фармони.

² Мўминова Э.А. Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантиришда "блокчейн" технологияларининг ўрни ва аҳамияти. "Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. № 2, март-апрель, 2019 йил

таркибий такомиллаштиришларга туртки бермоқда. Тармоқли тузилмалар фаолияти бир томондан Ўзбекистон иқтисодиётдаги таркибий номунатосибликларни ва макроиқтисодий нисбатлардаги оғишларни бартараф этишда жуда муҳим бўлиб, иккинчи томондан, ривожланган бозор тизимлари учун жуда муҳимдир.

**Махмудов Мираббос Фазлидинович,
Ўзбекистон Республикаси Иқтисодий тараққиёт ва камбағалликни
кискартириш вазирлиги ҳузуридаги Прогнозлаштириш ва макроиқтисодий
тадқиқотлар институти докторанти,
Хақимов Зиёдулла Аҳмадович, Тошкент давлат иқтисодиёт университети
Тармоқлар иқтисодиёти кафедраси докторанти**

САНОАТ КЛАСТЕРЛАРИ ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ДРАЙВЕРИ СИФАТИДА

Аннотация. Мақолада кластерларнинг инновацион иқтисодиётни шакллантиришдаги роли ва аҳамияти очиқ берилган. Саноат кластерларининг “Саноат 4.0”га трансформациясининг асосий стратегик йўналишлар аниқланган. Саноат кластерлари “Саноат 4.0” ўтиш шароитида асосий инновацион ҳаб вазифасини бажариши асослаб берилган.

Калит сўзлар: кластер, саноат кластерлари, саноат 4.0, патент, трансформация, агрегация, инновация, фан, таълим, тадқиқотлар.

Ўзбекистонда ҳам саноат кластерларини шакллантиришга юқори даражада аҳамият қаратилмоқда. Мамлакатда 2017-2021 йиллар давомида айнан кластерлар фаолиятини ташкил этиш ва унинг инфратузилмасини яратиш, моддий техник базасини кучайтириши, имтиёзлар тақдим этишга қаратилган жами 50 дан ортиқ Ўзбекистон республикаси Президенти ва Вазирлар маҳкамасининг фармон ва қарорлари ҳамда меърий ҳужжатлар қабул қилинди. 2017 йилдан кейинги даврда кластерлаш амалиёти иқтисодиётнинг деярли барча тармоқларида жорий этила бошланди. Жумладан, саноат, агросаноат, фармацевтика, қишлоқ хўжалиги машинасозлиги, кимё каби тармоқларда кластер тизими жорий этилди. Бундай вазиятда саноат кластерларини “Саноат 4.0”га мослашувчан стратегик йўналишларни белгилаш долзарб вазифалардан биридир.

XXI аср “Саноат 4.0” асри, чунки у юқоридаги хусусиятларни ўзида мужассам этган ва замонавий глобал иқтисодиётнинг барча долзарб тенденцияларига мос келади. Жаҳонда кичик корхоналар агрегацияси ташкил этиш орқали глобал миқёсда рақобатбардошликни таъминлашнинг замонавий стратегик йўналиш сифатида кластерлар кенг қўлланила бошланган. Анъанавий ишлаб чиқаришнинг рақамли трансформацияси ва “Саноат 4.0”нинг марказий нуқтаси сифатида саноат кластерларининг пайдо бўлиши инновацияларнинг мисли кўринмаган даражада ўсишига туртки бўлди.

Жаҳон иқтисодиётидаги сўнги инқирози “Coved-19” вирусининг бутун дунё бўйлаб тарқалиши оқибати бўлди. Икки инқироз давридаги инновацион тенденцияларини солиштириш натижалари ўзига хос ўхшашликларни намоён этди. 2019 йилда талабномалар сони 4,8 фоизга камайган бўлса, 2020 йилда ҳам пасайиш кузатилган.

Кластерлаш концепциянинг асосий жиҳати шундаки, агар маълум географик ҳудудда етарли ресурслар, билим ва малакалар тўпланган бўлса, бу маълум бир иқтисодий фаолиятнинг бошқа жойларига нисбатан барқарор рақобатдош устунликни беришидир.

Саноат кластери концепцияси XX асрнинг охири ва XXI асрнинг бошларида барча мамлакатлар маҳаллий саноатини бошқаришнинг энг замонавий концепцияси сифатида майдонга чиқди. Асосий эътибор минтақавий ривожлантириш мақсадларига, жумладан бандлик, рақобатда устунлик ва қўшилган қиймат яратишга юқори даражада аҳамият қаратилди. Кластерлар асосий бизнес самарадорлиги ва минтақавий ривожланишга доимо

эриши мумкин эмаслиги ҳам илмий тадқиқотларда асосланганлигига қарамай[1][2][3], сиёсатчилар ва тадқиқотлар орасида кластер тушунчаси ўзининг машхурлигини сақлаб қолди[4].

Йиллар давомида кластерлар тушунчаси агломерациянинг турли даражаларини, жумладан маҳаллий ишлаб чиқариш тизимларидан тортиб саноат хабларигача ривожланди. Аммо кластерларнинг жаҳон миқёсида қабул қилинган таърифи ҳалигача илмий жихатдан асосланмаган. Бунинг асосий сабаби кластерларнинг маълум концепцияси шаклланмаганлиги ва умумий методологик асосларининг яратилмаганлиги ҳамда таърифларнинг қийинлигидир. Айнан мана шу ноаниқлик кластер концепциясини турли иқтисодий тармоқларга татбиқ этишга имкон берсада, сиёсатни тўғри йўлга қўйишга имкон бермайди[5].

Кластерларни тўртинчи саноат инқилобига ёрдам берувчи восита сифатида кўриб чиқиш борасида Götz ва Jankowska[6] тадқиқот олиб борган. Саноат 4.0 анъанавий тармоқларнинг кучли томонларини илғор интернет технологиялари билан бирлаштиради. Саноат 4.0 виртуализация, марказсизлаштириш ва тармоқлар ташкил этиш орқали ишлаб чиқариш ландшафтларини ўзгартиришни талаб этади.[7] У тўлиқ интеграциялашган ва ақлли вертуал муҳитнинг пайдо бўлишини назарда тутди. Саноат 4.0 классик тармоқларнинг кучли томонларини илғор интернет технологиялари билан боғлайди ва ишлаб чиқариш вақтини қисқартириб, самарадорликни оширади.[8]

Рақамлаштириш ва кластерлар ўртасидаги муносабатларга оид тадқиқотлар Christopherson S, Kitson M. [9] томонидан ўрганилган. Мақолада тўртинчи саноат инқилоби даврида кластерлар хорижий шўъба корхоналар учун қандай жозибадор бўлиши мумкинлигини кўриб чиқади.

Юқоридагилардан келиб чиққанда кластерни бошқаришнинг асосий муаммоси иштирокчи корхоналар, шунингдек, бутун географик минтақага фойда келтириши учун инновациялардан қандай фойдаланиш лозимлигидир. Кластер оддий иқтисодий агломерациядан инновацион агентга айланар экан, ривожланиш учун ушбу салоҳиятдан фойдаланиш йўлларига эътибор қаратиш зарур. Албатта, бундай имкониятдан фойдаланиш кластер тузилмалари ва унинг иштирокчилари фаолиятига боғлиқ. Умуман олганда кластерлар инновация яратувчиларми ёки уни тарқатувчиларми? Ушбу саволга аниқ жавоб берувчи эмпирик тадқиқотларда асосли жавоб топилмаган.[10]

Жаҳон интеллектуал мулк ташкилоти 2017 йилда қўйилган саволга муаммони аниқлашда фойдаланиш мумкун бўлган статистикани эълон қилган. Бу дунёнинг энг яхши 100 та инновацион кластерларини аниқлайдиган тадқиқотлар жамланмасидир. Натижаларга кўра, энг яхши 100 та кластер 2011-2015 йилларда барча Ҳалқаро патет тизими (РСТ) аризаларининг 59,0 фоизи тўғри келган. Унда “Токуо–Ҳокоһама” кластери кенг фарқ билан биринчи ўринни эгаллаган,[11] 2020 йилда ҳам ўзининг пазицияни сақлаб қолган.[11]Ҳалқаро патент ташкилоти маълумотлари инновацияларни маҳаллийлаштириш бўйича аниқ маълумотларни тақдим этсада, улар асосан технологик инновацияларни қамраб олганлиги сабабли, истиқболли стратегик мақсадларни белгилашга имкон бермайди. Бундай инновациялар Саноат 4.0 даври учун характерлидир, аммо шунга қарамай, кластерлар томонидан ўзлаштирилган патентлардан фойдаланиш бўйича аниқ ҳолатни белгилаб бера олмайди.

Яна бир асосий тадқиқотда Бутунжаҳон интеллектуал мулк ташкилотининг (БИМТ) 2017 йилги ҳисоботида¹ тақдим этилган эмпирик маълумотлари саноат кластерлари ҳақида янги тушунчаларни ишлаб чиқиш ва халқаро миқёсдаги уларнинг асосий хусусиятларини ва ривожланишнинг кейинги тўлқинлари ҳақида маълумотлар тақдим этади. Глобал инновация индекси маълумотлари инновацион фаолият географик кластерларда тўпланишини асослади.² Умуман олиганда муваффақиятли инновацион кластерлар миллий инновациялар самарадорлиги учун зарурдир. Саноат кластерларини

¹ WIPO. The Global Innovation Index 2017: Innovation feeding the world. Fontainebleau, France; 2017.

² WIPO. The Global Innovation Index 2017: Innovation feeding the world. Fontainebleau, France; 2017. Preface (V).

нафақат иқтисодий агломерация сифатида, балки Саноат 4.0 да инновация яратувчи драйверлар сифатида миллий иқтисодий ривожлантиради ва технологик трансформацияни тезлаштиради.

Берггуйст ва бошқалар 2011-2015-йилларда умумий патент ҳамкорлик кооперация шартномалари (ПКШ) аризалари асосида турли иқтисодий географияга эга бўлган мамлакатларда инновацион кластерларни аниқлаш учун “DBSCAN” алгоритмини таклиф этган. Муаллифлар 13 км (радиус) ва 2000 (маълумотлар нуқталарининг минимал сони) асосий зичлик параметрлари бўйича қарор қабул қилдилар, бу эса ҳар квадрат километрга тахминан 5 та инновация яратувчилари тўғри келжи. Ушбу параметр қийматлари билан 25 мамлакатда 162 та кластер аниқланган. 2011-2015 йиллар давомида 23 мамлакатни ифодаловчи ва 2011-2015 йиллар давомида патент ҳамкорлик шартномалари (ПХШ) аризаларининг 60 фоизини ташкил этувчи 100 та энг яхши халқаро кластерлар аниқланган.

ТОП-50 кластерларнинг 2015-2019 йиллар давомида патент аризалари бўйича қўшган умумий ҳиссаси аниқ қайд этилган. Натижаларга кўра, Япониянинг “Токуо–Ҳокоһама” кластери тадқиқ этилган йиллар давомида 116794 та кооперация шартномалари билан энг юқори ўринни эгаллаб турибти, шунингдек, жами шартномалардаги улуши 10,8 фоизни ташкил этган. 2014–2018 йиллар билан таққослаганда, 2015–2019 йилларда 50 та энг яхши кластерлар ичида шартномалар бўйича ўсишга эришган кластерлар Qingdao (+46.8%), Suzhou (+35.2%) ва Hangzhou (+34.7%). Хитой кластерларига тўғри келган.

Энг муҳим натижалар сифатида қуйидагиларни эътироф этиш мумкин: рақамли коммуникация соҳасидаги инновациялар ТОП-20 кластерларининг 8 тасида энг юқори улушга эга бўлган, жумладан “San Diego, CA” кластерида 33,5 %, “Shenzhen–Hong Kong–Guangzhou” кластерида 28.5 фоиз, “Seoul” кластерида 17,2 фоиз, “San Jose–San Francisco, CA” кластерида 11,2 фоиз, “Beijing” кластерида 21,1 фоиз, “Shanghai” кластерида 19,2 фоиз, “Seattle, WA” кластерида 13,2 фоиз, “Munich” кластерида 12,6 фоизни ташкил этган. Компютер технологиялари соҳаси бўйича патент шартномаларининг 40,1 фоизи “Seattle, WA” кластери ҳиссасига тўғри келган.¹

Таҳлил натижаларидан кўриниб турибдики, кластерлар Саноат 4.0 ривожланишига таъсир қиладиган асосий хаб вазифасини ўтайди. Улар нафақат университет, илмий, илмий-тадқиқот институтлари ёки юқори малакали ишчи кучи каби маълум билим атрибутларига эга бўлибгина қолмай, балки ҳамкорликда инновациларни ривожлантириш, тарқатиш ва тўплаш механизмларини ҳам таъминлайди. Чунки, “Саноат 4.0”нинг асосий компоненти бўлган инновацилар айнан кластерлар томонидан яратилади ва тарқалади.

Тўртинчи саноат инқилобига муваффақиятли ўтиш кластерларга хос бўлган шарт-шароитларни талаб қилади, чунки ҳар бир кластерда ўзаро ишонч, умумий меъёрлар ва кадриятлар мавжуд. Саноат 4.0 учун илмий-тадқиқот, ишлаб чиқариш, логистика ва маркетингга асосланган АТ инфратузилмасининг агломерациясининг вертуал концентрацияси шаклланади. Шунинг учун кластерларни рақамли трансформацияга ва тўртинчи саноат инқилобини амалга оширишга қаратилган замонавий саноат сиёсатининг энг муҳим таркибий қисми сифатида қаралиши лозим.

Хулоса қилиганда кластерларни ривожланишининг асосий стратегик йўналиши сифатида рақамли трансформацияни амалга ошириш имконини берувчи инновациялардан фойдаланишга асосий эътибор қаратилиши лозим. Шунингдек, таълим муассасаалри саноат кластерлари билан яқиндан ҳамкорлик қилишлари керак. Тайёрланаётган кадрлар кластерларнинг малака талабларига тўлиқ мос келишлари лозим.

Фойдаланилган адабиётлар

1) European Patent Office. European patent filings annual report. Munich, Germany; 2017.

¹ Source: WIPO Statistics Database, March 2021.

- 2) Temouri Y. The cluster scoreboard: Measuring the performance of local business clusters in the knowledge economy. LEED Working Paper 2012/13, Paris, France; 2012.;
- 3) Yoon D. The regional-innovation cluster policy for R&D efficiency and the creative economy: With focus on Daedeok Innopolis. J Sci Technol Policy Manag 2017 ;8(2):206-226.;
- 4) Akhmadovich, Khakimov Ziyodulla. "Synergy Effect Textile Clusters of Uzbekistan." Asian Journal of Technology & Management Research [ISSN: 2249-0892] 9.1 (2019);
- 5) Ergashxodjaeva, S. J., et al. "Evaluation of textile and clothing industry clustering capabilities in Uzbekistan: based on model of M. Porter." Int J Econ Manag Sci 7.439 (2018);
- 6) Götz, M., & Jankowska, B. (2017). Clusters and industry 4.0: Do they fit together? European Planning Studies, 25(9), 1633-1653. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1327037>
- 8) Brettel, M., Friederichsen, N., Keller, M., & Rosenberg, M. (2014). How virtualization, decentralization and network building change the manufacturing landscape: An industry 4.0 perspective. International Journal of Mechanical, Aerospace, Industrial, Mechatronic and Manufacturing Engineering, 8(1), 37-44
- 9) Christopherson S, Kitson M., Michie J. Innovation, Networks and knowledge exchange. Cambridge J Reg Econ Soc 2008;1:165-173.
- 10) Ferreira MP, Sierra FR, Costa BK, Maccari EA, Couto HR. Impact of the types of clusters on the innovation output and the appropriation of rents from innovation. J Technol Manag Innov 2012;7(4):70-80.
- 11) Patent Cooperation Treaty Yearly Review 2021. The International Patent System. © WIPO, First published 2021. ISBN: 978-92-805-3261-6; Patent Cooperation Treaty Yearly Review 2021. The International Patent System. © WIPO. First published 2021; WIPO. The Global Innovation Index 2017: Innovation feeding the world. Fontainebleau, France; 2017.

Мирсодиқов Абдулла Турсуналиевич
Фаргона давлат университети таянч докторанти

ҚУРИЛИШ СОҲАСИ КЛАСТЕРЛАРИДА ЛОГИСТИК ЖАРАЁНЛАРНИ БОШҚАРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Қурилиш соҳасида фаолият кўрсатувчи қурилиш корхоналари ва уларга турли асосий ва қўшимча хизматлар кўрсатувчи тизимлар фаолиятини кластерли ёндашув асосида ташкил этиш ва бошқаришда логистик жараёнларни кластернинг моддий оқим жараёнларини самарали назорат қилишнинг ягона тизимига интеграция қилиш соҳа корхоналари бирлашмаларининг иқтисодий самарадорлигини оширишнинг истикболли йўналишларидан ҳисобланади.

Калит сўзлар: кластер, логистика, логистик бошқариш, қурилиш соҳаси логистикаси

Abstract: One of the promising areas for increasing the economic efficiency of business associations is the integration of logistics processes into a single system of effective control of material flow processes in the cluster in the organization and management of construction companies and systems providing them with various basic and additional services.

Key Words: cluster, logistics, logistics management, construction industry logistics

Кластер фаолиятида иштирок этувчи бир неча ҳамкорлар, бизнес муҳити элементларини ўз ичига олган логистик занжирлар таркибидаги бизнес-жараёнларни бошқариш ташкилий ҳамкорлик асосида ҳал этиладиган асосий масалалардан биридир. Ушбу турдаги ҳамкорликнинг афзалликлари қуйидагилардан иборат

- барча даражадаги иштирокчиларнинг яқин ҳамкорлиги;

- ҳамкорлик доирасида ходимлар ва раҳбарларнинг кластерга нисбатан ижобий муносабати;

- умумий мақсад ва вазифалар ҳамда бизнес маданияти;

Кластер тузилмаларида муносабатлар нафақат логистика занжирларининг санокли иштирокчилари ўртасида, балки бир вақтнинг ўзида бутун гуруҳда қурилади, бу эса бошқарув функцияларини бир мувофиқлаштириш алоқаси доирасида интеграция қилиш ва бирлаштириш жараёнини янада мураккаб ва кўп қиррали қилади.

Тизимнинг бирлаштириш хусусияти кластер учун энг муҳим жиҳат ҳисобланиб, ушбу хусусиятнинг даражаси кластерни шакллантирувчи ва мустаҳкамлигини таъминловчи омилларнинг мавжудлиги ва ҳажми билан белгиланади.

Худудий кластер логистик бошқарув тизимини ривожлантириш доирасида ташкилий, иқтисодий, ахборот-таҳлилий ва интеграция функцияларини бажарадиган ҳамда кластерларда субпудрат алоқалари ривожланишини таъминлайдиган мувофиқлаштирувчи тузилмани шакллантириш, таъминот занжирларини лойиҳалаш ва кластер лойиҳаларини амалга ошириш самарадорлигига эътиборни ҳисобга олган ҳолда логистик бизнес жараёнларни оптималлаштиришни назорат қилиш ва бошқариш керак.

Кластер тузилмаларида иштирокчилар фаолиятини мувофиқлаштиришда кластер тузилмасида бошқарув ва фаолиятни мувофиқлаштириш, кластер иштирокчилари ўз бизнес функцияларининг бир қисмини унга ўтказганда, транзакцион харажатларни камайтиришга имкон берувчи фокус компанияни яратиш мақсадга мувофиқдир.

Кластер таркибидаги асосий фокус корхона қурилиш корхонаси бўлса, кластернинг фаолият самарадорлигини таъминловчи тузилма сифатида мувофиқлаштирувчи логистик гуруҳ фаолият олиб боради. Чунки мувофиқлаштирувчи логистик гуруҳ фаолиятсиз фокус корхона зарурий таъминот занжирини шакллантира олмайди ва бу ўз-ўзидан фокус компаниянинг буюртмаларни белгиланган сифатда, муддатда ва қийматда бажариш имкониятини қисқартиради. Шу нуқтаи назардан қурилиш кластерларининг асосий таркибий тузилмаларидан бири мувофиқлаштирувчи логистик гуруҳ ҳисобланади. Мувофиқлаштирувчи логистик гуруҳ уни юқори бўғин бошқарувчиси ҳамда гуруҳнинг мутахассисларидан ташкил топиб, гуруҳнинг асосий вазифаси логистик бизнес жараёнларни оптимал даражада мувофиқлаштиришдан иборат (1-расм).

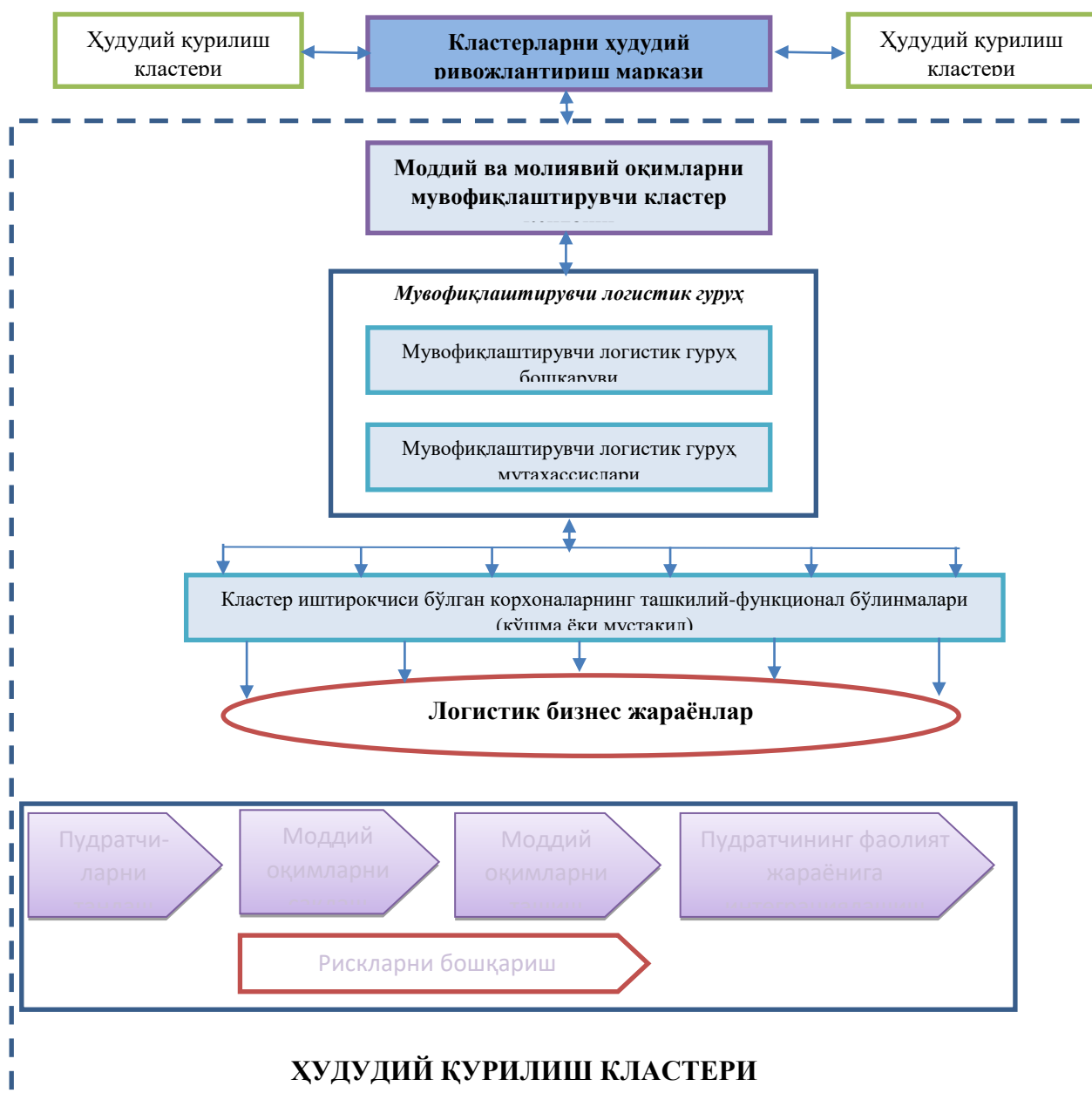
Кластерларда логистик фаолият бошқарувини таъминлаш мақсадида кластерларни худудий ривожлантириш марказлари фаолиятини икки асосий логистик таъминот йўналишида олиб бориши лозим:

- логистик бизнес жараёнларни оптималлаштиришнинг ахборот таъминоти жараёни;

- кластер фаолияти доирасида таъминот занжирларини бошқариш жараёни.

Кластер тузилмаларининг муваффақиятли ички ва ташқи ривожланиш тажрибаси таркибий тузилмада махсус бошқарув элементи (логистик бошқарув ядроси)ни шакллантириш зарурлигини талаб қилишини кўрсатади, ушбу бошқарув элементи ва қурилиш кластерининг моддий, молиявий ва ахборот оқимлари ҳаракатини мувофиқлаштиради. Бошқарув ядроси ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар, бизнес-инкубаторлар, бизнес уюшмалари, молиявий инвесторлар, ресурсларни етказиб берувчилар, турли даражадаги давлат идоралари ўртасидаги алоқаларда логистика ўзаро таъсир тизимини шакллантириш, кластер таъминот занжирларини оптимал ишлашини таъминлайди.

Ушбу бошқарув органи узлуксиз ишлаш мақсадида, шу билан бирга, кластер доирасида алоҳида лойиҳани амалга ошириш учун тузилиши ва моддий ва молиявий оқимларни мувофиқлаштирувчи кластер кенгашига бўйсунishi мумкин. Шу билан бирга, логистик бизнес жараёнлар бошқаруви бирлаштирилиб, қурилиш кластерида иштирок этадиган корхоналарнинг самарали ишлашини таъминлайдиган логистик жараёнларни оптималлаштириш имкониятлари кенгайди. Мувофиқлаштирувчи орган кластерда иштирокчиларининг энг малакали кадрларини ўзида бирлаштиради.



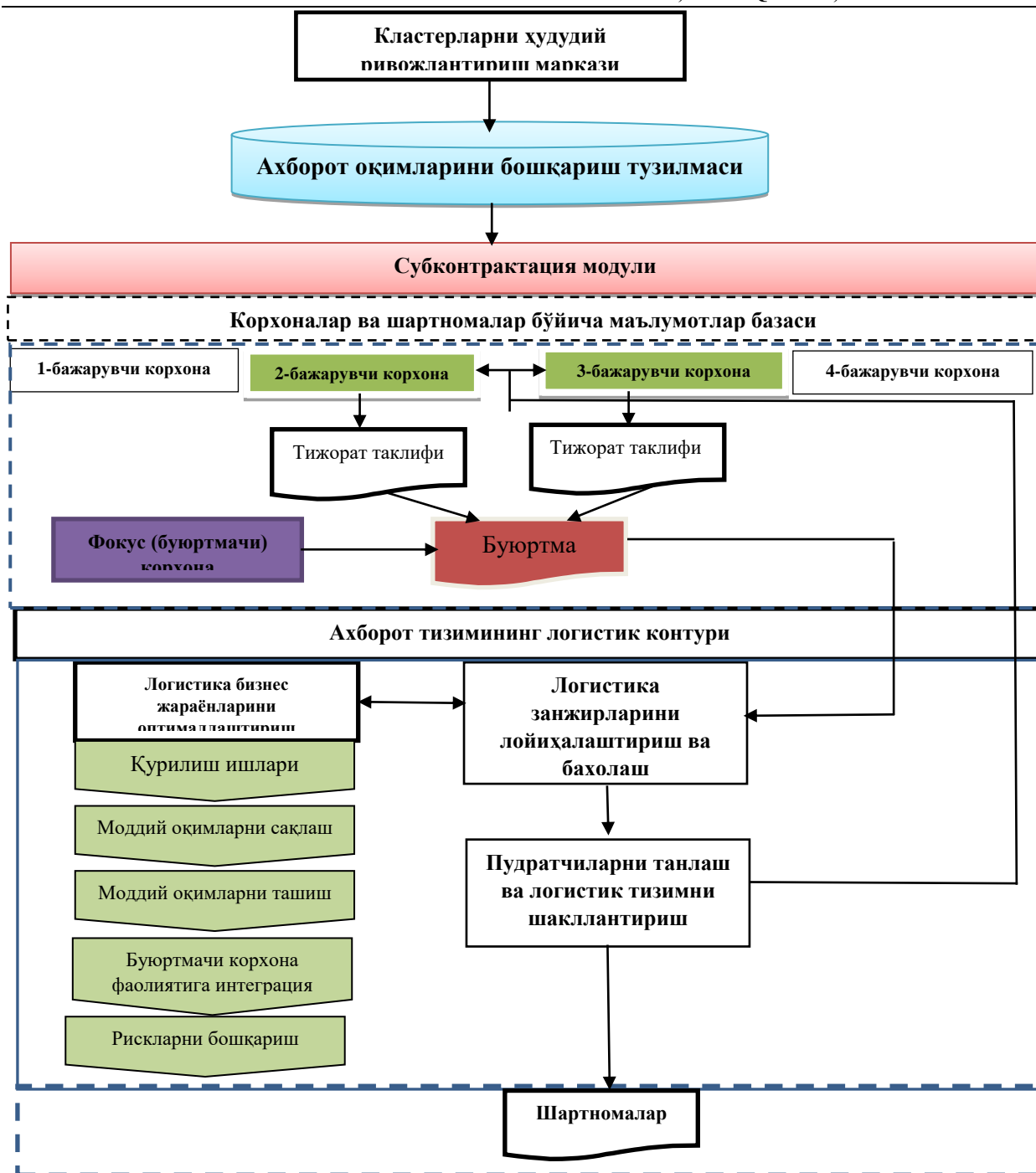
1-расм. Логистик бизнес жараёнларни оптималлаштириш доирасида кластер иштирокчиларининг ташкилий алоқалари йўналишлари¹

Бундай қўшма логистик хизмат турларидан бири мувофиқлаштирувчи логистик гуруҳ бўлиши мумкин. Уни яратишнинг асосий вазифаси – логистика интеграцияси тамойиллари асосида, шу жумладан субпудрат шартлари асосида таъминот занжирларини шакллантириш, кластерда иштирок этадиган корхоналар фаолиятини назорат қилишдан иборат.

Кўриб ўтилган ташкилий тузилма қурилиш соҳаси логистик занжирларининг умумий алоқаларини ўз ичига олса–да, ушбу тузилмада логистик оқимларнинг ҳаракати бўйича ахборот оқимларини мувофиқлаштириш ўз аксини топмаган. Шу сабабли кластерлашган шаклдаги логистик тузилмалар фаолиятида ахборот оқими ҳаракати тузилмасини ҳам ҳисобга олиш лозим.

Худудларда қурилиш кластерлари таркибидаги логистик тузилмалар фаолиятида ахборот оқими ҳаракатини мувофиқлаштиришда логистик бизнес жараёнлари таркибида ягона ахборот базаси негизида фаолият олиб борувчи ахборот оқимларини бошқариш тузилмасини ташкил этиш таклиф этилади.

¹ Муаллиф тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилган.



2-расм. Қурилиш кластерида логистик бизнес жараёнлар субконтракциясини оптималлаштиришнинг ахборот таъминоти тизими¹

Таклиф этилаётган ташкилий тузилма ва логистик жараёнларни оптималлаштиришни таъминловчи ахборот таъминоти тизимининг интеграцияси қурилиш кластерларидаги логистик бизнес жараёнларини бошқаришнинг интегралланган ташкилий-иқтисодий механизмини яратиш имконини беради.

¹ Муаллиф тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилган.

Quvonchbek Mustafoyev
Head of the department for the development of fuel,
energy and chemical industry
Ministry of Economic Development and Poverty
Reduction of the Republic of Uzbekistan
qmustafoev@mineconomy.uz

TRANSFORMATION OF THE FUEL INDUSTRY IN THE DIGITAL ECONOMY

Annotasiya. Mazkur maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsiyalar, innovatsion faoliyat, milliy innovatsion tizimni modernizatsiya qilish jarayoni, yoqilg‘i sanoatidagi transformatsiyalarni rivojlantirish borasida amalga oshirilgan ishlar haqida ma’lumotlar berilgan.

Kalit so‘zlar: Raqamli iqtisodiyot, innovatsiyalar, innovatsion faoliyat, xususiy investorlar, milliy innovatsion tizim, transformatsiya, yoqilg‘i sanoati transformatsiyasi, elektromobillar.

Аннотация. В данной статье представлена информация об инновациях в цифровой экономике, инновационной деятельности, процессе модернизации национальной инновационной системы, развитии преобразований в топливной отрасли.

Ключевые слова: Цифровая экономика, инновации, инновационная деятельность, частные инвесторы, национальная инновационная система, трансформация, трансформация топливной отрасли, электромобили.

Annotation. This article provides information about innovations in the digital economy, innovation activities, the process of modernizing the national innovation system, and the development of reforms in the fuel industry.

Key words: Digital economy, innovation, innovation activity, private investors, national innovation system, transformation, transformation of the fuel industry, electric car.

“Innovation plays an important role in the economic development of any country. They also contribute to the solution of a variety of issues, including the possibility of integrating citizens into various sectors of the economy and the social stability of society in the face of various adverse events and challenges, including during the period of economic recovery after the pandemic. A new World Bank-supported project will help the government develop a national innovation system capable of operating in a market economy. It promotes cooperation between the state, research organizations and the private sector in the field of research and commercialization of scientific and innovative products and services.”¹

A new World Bank-supported project will help the government develop a national innovation system capable of operating in a market economy. It promotes cooperation between the state, research organizations and the private sector in the field of research and commercialization of scientific and innovative products and services.

Of course, if a country wants to be in the first place, it must solve the problems that hinder the development of successful innovations.

First, businesses need to attract private investors whose main focus is innovation. He is engaged in the private sector of the economy with public investment activities around the world. However, in our country, most of the research costs are covered by the state.

Secondly, it is necessary to increase the salaries of scientists and inventors, as well as to increase the prestige of this field of activity. Due to low salaries in this area, personnel leave the country, where the work of researchers is many times greater. In addition, there is an “emigration” of employees without leaving the country, foreign companies create innovations in our country, conduct research for foreign clients, in connection with which the results of this work become the property of another state employer. And without qualified personnel in our country it is impossible to rise to the top and compete with the leading forces.

¹ <https://uzreport.news/economy/jahon-banki-ozbekistonning-ilmiy-tadqiqot-va-innovatsiyalarni-tijoratlashtirishga-yo-nalti>

The Board of Executive Directors of the World Bank allocated \$50 million for the implementation of the project “Modernization of the National Innovation System in Uzbekistan.”

Uzbekistan strives to introduce innovative ideas, products, processes and developments into various spheres of life and sees them as the driving force of its economic growth. The country aims to be among the top 50 countries in the world by 2030 in the Global Innovation Index. These plans are important given the severe impact of the COVID-19 pandemic on the country's population and economy.

Along with the market reforms launched several years ago, the government has also begun to modernize the scientific and innovative potential of the country. In September 2018, the Innovative Development Strategy for 2019-2021 was adopted. Its objectives are to strengthen the scientific potential and effectiveness of research and development, create mechanisms for integrating education, science and entrepreneurship for the wide introduction of the results of research, development and technology (research), as well as increasing public and private sector investment in innovation and research.

As a result, gross domestic spending on research is expected to quadruple, meaning spending will rise from 0.2 percent of GDP in 2018 to 0.8 percent of GDP in 2021.

President Shavkat Mirziyoyev announced the nationwide Green Space project. The project plans to plant 200 million trees and shrubs per year.¹

In this regard, the implementation of reforms in our country, especially in the fuel industry, is proceeding in accordance with the Green Space and Green Zone programs. The result of this transformation is the efficient use of biofuels, the dissemination of information about it among the population, the main goal of our current study.

The process of using biofuel as a substitute for biofuel in our country, which does not harm the environment, is carried out in stages. Since we do not produce electromobiles, electromobiles are imported.

In the first 5 months of 2021, imports of electromobiles amounted to 4,6 million US dollars spent.²

According to the State Statistics Committee, the regions that imported electromobiles in January-May 2021:

- Tashkent city - 195 units.
- Tashkent region - 3 units.
- Ferghana region - 2 units.
- Samarkand region - 2 units.
- Andijan region - 2 units.
- Syrdarya region - 1 unit.

Number of imported electromobiles in recent years:

- In 2018 - 13 units.
- In 2019 - 39 units.
- In 2020 - 131 units.

In January-May 2021, \$4,6 million was spent on imported electromobiles. 65 electromobiles delivered to Uzbekistan in April.

In January-April 2021, 156 electromobiles were imported to Uzbekistan. This is 138 more than in the same period last year.

In April 2021, 65 electromobiles were imported.

In January-April 2021, Uzbekistan mainly imported electromobiles from the following countries.³

- China - 119 units.

¹ <https://xs.uz/uz/post/prezident-shavkat-mirziyoev-yashil-makon-umummillij-lojihasini-elon-qildi>

² <https://stat.uz/uz/>

³ <https://stat.uz/uz/>

- Turkey - 24 units.
- Korea - 4 units.
- USA - 4 units.
- Germany - 3 units.
- Lithuania - 1 unit.
- Spain - 1 unit.

Regions that imported electromobiles in January-April 2021:

- Tashkent city - 150 units.
- Samarkand region - 2 units.
- Andijan region - 2 units.
- Tashkent region - 1 unit.
- Syrdarya region - 1 unit.

Number of imported electromobiles in recent years:

- In 2018 - 13 units.
- In 2019 - 39 units.
- In 2020 - 131 units.

In January-April 2021, \$3,4 million was spent on imported electromobiles.

On the streets of Islam Karimov, Gijduvan and Ibn Sino in Bukhara, CITY PETROL LLC will open a network of filling stations for innovative vehicles based on advanced Russian technologies, which was organized one of the first in the country in Bukhara.

As part of the \$240,000 project, the company aims to provide low-quality and affordable fuel to the city's population under the CITY PETROL brand and provide employment for 12 people.

In conclusion, it is advisable to use the individual stages in the transformation process.

1. Awareness.
2. Culture.
3. Organization.
4. Methodology.
5. Model.
6. Focus on the business.

Preferences

1. <https://uzreport.news/economy/jahon-banki-ozbekistonning-ilmiy-tadqiqot-va-innovatsiyalarni-tijoratlashtirishga-yo-nalti>
2. <https://xs.uz/uz/post/prezident-shavkat-mirziyoev-yashil-makon-umummillij-lojijasini-elon-qildi>
3. <https://stat.uz/uz/>
4. Lin B., Ouyang X. A revisit of fossil-fuel subsidies in China: challenges and opportunities for energy price reform //Energy Conversion and Management. – 2014. – T. 82. – C. 124-134.
5. Whitley S., Van Der Burg L. Fossil fuel subsidy reform: From rhetoric to reality //New Climate Economy, London and Washington, DC. Available at <http://newclimateeconomy.report/misc/working-papers>. All rights reserved New Climate Economy c/o World Resources Institute. – 2015. – T. 10. – C. 3.
6. Parfenova O. Transformatsiya sotsial'nogo obsluzhivaniya pozhilykh v regional'nom kontekste sovremennoy Rossii [Transformation of Social Services for the Elderly in the Regional Context of Modern Russia] //Zhurnal Issledovaniy Sotsial'noi Politiki. – 2018. – C. 165-186.
7. Lukyanova E. A. Identichnost i transformatsiya sovremennogo prava [Identity and transformation of modern law] //Comparative Constitutional. – 2020. – C. 130-147.

Chulliyev Suhrob Rabbonaqlovich,
Navoi State Pedagogical Institute, (Navoi, Uzbekistan)
Senior teacher, independent researcher

THE ROLE OF VENTURE CAPITAL ON THE DIGITAL ECONOMY

ABSTRACT: This article highlights the role and importance of venture capital in the digital economy. In addition, the rapid growth of new industries such as personal computers, nanotechnology, hi-tech and biotechnology has been largely driven by venture capital.

Keywords: venture, venture capital, digital economy, venture firm, venture business.

АННОТАЦИЯ: В этой статье подчеркивается роль и значение венчурного капитала в цифровой экономике. Кроме того, быстрый рост новых отраслей, таких как персональные компьютеры, нанотехнологии, высокие технологии и биотехнологии, во многом обусловлен венчурным капиталом.

Ключевые слова: венчурный капитал, венчурный капитал, цифровая экономика, венчурная фирма, венчурный бизнес.

ANNOTATSIIYA: Ushbu maqola venchur kapitalining raqamli iqtisodiyotdagi o‘rni va ahamiyatini ko‘rsatib beradi. Bundan tashqari, shaxsiy kompyuterlar, nanotexnologiyalar, yuqori texnologiyalar va biotexnologiyalar kabi yangi tarmoqlarning jadal rivojlanishi asosan venchur kapitali hisobiga to‘g‘ri kelgan.

Kalit so‘zlar: venchur, venchur kapital, raqamli iqtisodiyot, venchur firma, venchur biznes.

Today, the role of the digital economy in the world and its development trends are growing. For example, the change in the volume of data flow was 100 gigabytes per day of global traffic based on the Internet Protocol (IP) in 1992, while in 2019 this figure exceeded 89,000 Gb per second.

Given that these data relate to the initial stage of development of the digital economy, it is not difficult to imagine the pace of its development. According to forecasts, by 2022 the volume of global IP-traffic will reach 150,700 Gb per second, which will be due to the increase in the number of new users on the Internet and the further expansion of the Internet. By 2025, the share of the global digital economy in GDP could reach 24.3% to \$ 23 trillion. In Uzbekistan, this figure should reach 30% by 2030.

Today, in the age of computerization and high technology, the digital economy is affecting every aspect of our lives: health, education, internet banking, government. According to the Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan "On measures for the widespread introduction of digital economy and e-government" dated April 28, 2020, PP-4699, it is planned to double the share of digital economy in GDP by 2023.

President of the Republic of Uzbekistan Sh.M. As Mirziyoyev stated in his Address to the Oliy Majlis on January 24, 2020: ... we know very well that the formation of a digital economy requires the necessary infrastructure, a lot of money and manpower. But no matter how difficult it is, if we do not start this work today, when will we start ?! It will be too late tomorrow. Therefore, the active transition to the digital economy will be one of our top priorities for the next 5 years. Digital technologies increase the quality of products and services and reduce unnecessary costs. Most importantly, raising digital literacy in rural areas will increase employment (without excessive costs) and drastically reduce poverty.

The current giants of the information technology business, which is an integral part of the digital economy, DEC, Apple Computers, Compaq, Sun Microsystems, Microsoft, Lotus, Intel, Facebook (Meta), Amazon have achieved their current position in many respects due to venture capital investment. In addition, the rapid growth of new industries such as personal computers, nanotechnology, hi-tech and biotechnology has been largely driven by venture capital. [2, 8]

According to academician of Uzbekistan Gulyamov S.S. the digital economy is the collection of large amounts of data (BIG DATA) over the Internet and mobile technologies and

their processing using digital technologies to increase the efficiency of business models based on the creation of new laws and knowledge and meet the needs of consumers. [7]

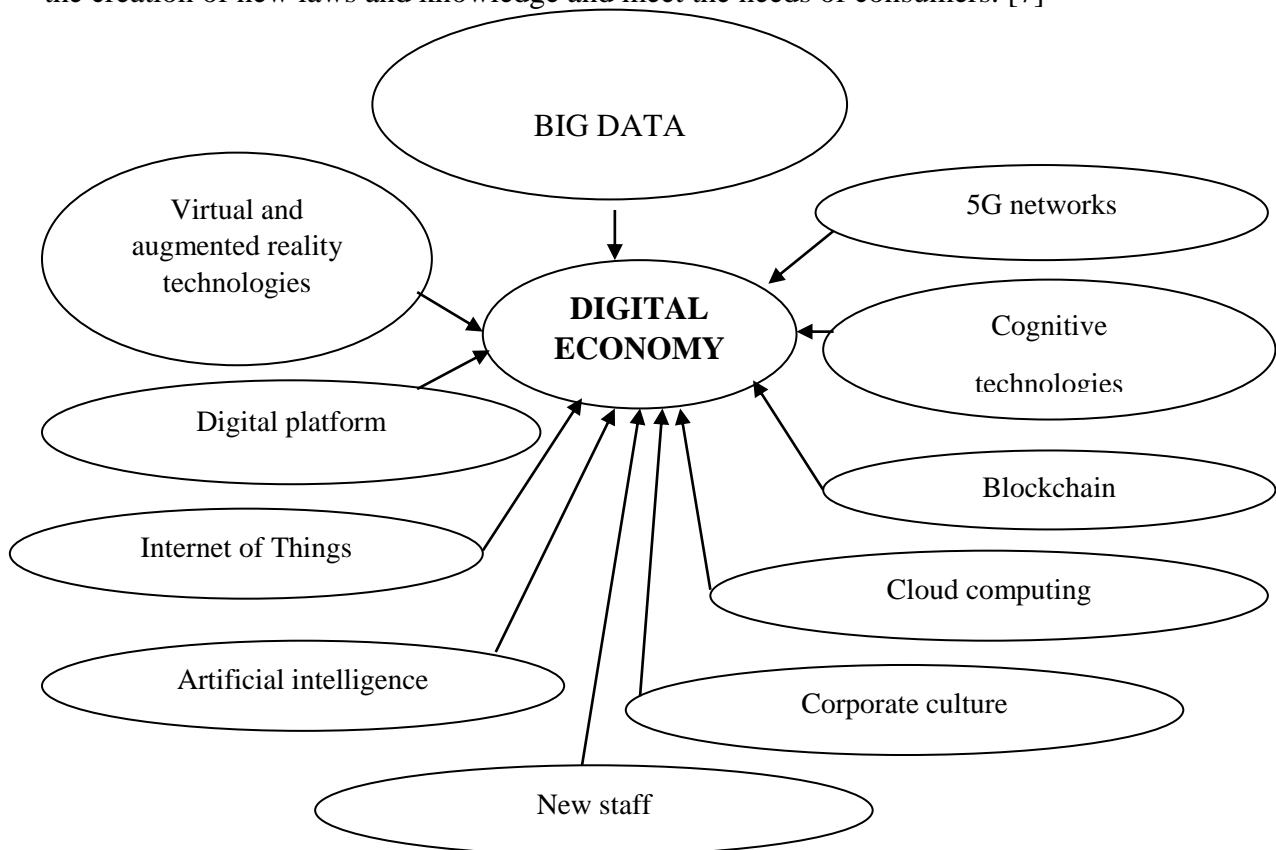


Figure 1. Structure of digital economy. [7]

An integral component of the concept of venture capital is risk. The risk is directly related to the expected return on venture capital. The more risk a venture capitalist takes on financing an innovative project, the more he expects to make a profit as a result of its successful implementation. A distinctive feature of venture capital in the implementation of an investment project is the principle of "high risk - high return." This distinguishes it from bank financing and strategic financing.[9]

By the UzVCA (Uzbekistan venture capital association) venture capital firms are professional, institutional managers of risk capital that enable and support the most innovative and promising companies. Venture capital supports new ideas that:

- Could not be financed with traditional bank financing;
- Threaten established products and services in a corporation or industry;
- Typically require five to eight years to reach maturity. [11]

The use of venture capital to finance innovation is beneficial for innovative firms, but the technical innovation and technological efficiency of the products produced does not always guarantee the success of small innovative firms financed by risk capital. Only 20 percent of such firms benefit the risky capitalists, 40 percent make losses, and the rest barely cover the money spent on them.

Venture business originated in the United States in the 1950s and later spread to other countries. The venture business is a part of the direct investment network that focuses on equity. [3]

Venture business is a specific form of investment process in which financial resources are financed in the form of investment in the securities of enterprises with the potential for rapid development. This type of business is more suitable for funding research in science and high technology. However, the fact that the results of this study are not guaranteed to be positive suggests a high risk. Experience has shown that venture capitalists try to invest their capital

mainly in the securities of joint-stock companies. Investment funds are provided in the form of commercial loans for up to 7 years.

The following are some of the most common types of investment applications available today: [4]

1. Seed is a business idea that needs to be funded for further research.
2. Start up is a new, young company with a short history in the market. It is necessary to invest in such enterprises to carry out research work.
3. Early stage - an enterprise in which the first samples of the finished product are available, and funds are required for the stage of commercialization of these products.
4. Expansion is an enterprise that needs additional funding to expand its operations. These companies can use the investment funds to expand their activities, including production, sales or services, additional marketing research, expansion of charter capital or working capital.

Venture firms in the digital economy are formed on the basis of agreements between a number of legal entities and individuals, or on the basis of bank loans, or on the basis of funds of banks and large companies. The following conditions must be met in order to establish a venture firm:

- The basic idea of creating an innovative innovation - a new technology, invention, production process, service, programming, creation of Internet resources, 3D, 4D technology, intelligent systems, etc .;
- the desire of society at the global, national, regional or enterprise level for the realization of this idea;
- there is a demand for products or services in the domestic and foreign markets as a result of the implementation of this idea;
- the existence of a real entrepreneur who can create and manage a new company at risk based on this idea;
- the possibility of finding the necessary amount of "risky" capital to finance this venture firm. [8]

Venture capital firms can operate in two different organizational forms. One is an independent venture capital firm and the other is a venture capital firm. When choosing a project to create a new product or service, two things must be taken into account: first, the goals and objectives of the project do not coincide with the traditional activities of the parent company - that is, the main goal of the internal venture - new profits is to find and apply it to the company's activities. Second, when selecting new ideas, the economic benefits that can be derived from them must be large enough to not only justify the costs but also the benefits.

The importance of venture business in the digital economy is as follows:

- Venture business leads to the formation of enterprises adapted to a new innovative lifestyle, influences the traditional system of scientific research and leads to modern positive changes in the production process of the country;
- Increases the demand for highly qualified specialists, engineers and scientists;
- allows the economy to achieve technical and technological re-equipment of traditional industries;
- serves as a model for large enterprises, organizations and corporations to change their structure, activities and goals in line with modern requirements.

REFERENCES:

1. Gompers Paul and Josh Lerner (2001). The Venture Capital Revolution. Journal of Economic Perspectives, 15 (2): 145-168.DOI: 10.1257/jep.15.2.145
2. Ammosov Yu.P. Venture Capitalism: From Origins to the Present. St. Petersburg: RAWI, 2004.- 372 p.
3. Fedotov M.A.[HTML] Venture investment as a fundamental factor in innovative development. // The Age of Globalization, 2010 - cyberleninka.ru. (date of treatment 5.12.2021)

4. Abdullaev O.M., Fattakhov A.A., Axmedov K. Digital economy. Tashkent: "LESSON PRESS" Publishing house, 2020. - 686 p. Study guide. P. 518, 520-521, 530-531, 624-625.
5. Gulyamov S.S., Ayupov R.H., Abdullaev O.M., Baltabaeva G.R. Blockchain technologies in the digital economy. T.: TMI, Economics and Finance Publishing House, 2019, P. 225-227.
6. Gulyamov S.S., R. X.Ergashev., Xamraeva S.N., M.Abdullaev. Digital economy. TDIU.Qar.MII, 2020y, P 365.
7. Fundamentals of Digital Economy and Programming: Annotated Dictionary / T.Z. Teshaboev, S.S. Gulyamov, O'.T. Xayitmatov, R.X. Ayupov; - T.:"Economy-Finance", 2021. – P 260 .
8. Sadikova R.A. O'zbekistonda venchur biznesini rivojlantirishning innovatsion loyihalarni takomillashtirishdagi ahamiyati.// Iqtisodiyot va moliya №8, 2011.
9. Rabbonaqlovich, C. S. (2020). Advantages and distinctive features of venture capital. *SAARJ Journal on Banking & Insurance Research*, 9(3), 17-22.
10. <https://uzvca.uz/>

**Жалилов Жамшид Ғанижонович,
Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)
Тошкент давлат иқтисодиёт университети**

САНОАТ КОРХОНАЛАРИНИ ТРАНСФОРМАЦИЯ ҚИЛИШ СОҲАСИДАГИ ИСЛОҲОТЛАРНИНГ АСОСИЙ ЙўНАЛИШЛАРИ

Аннотация. Мақолада саноат корхоналарини трансформация қилиш соҳасидаги иқтисодий ислоҳотларнинг асосий йўналишлари келтирилган. Етакчи саноат тармоқларини трансформациялаш жараёнларида амалга ошириши лозим бўлган вазифалар ва уларнинг ижросини таъминлаш йўллари ёритиб берилган.

Аннотация. В статье проведено основные направления экономических реформ в сфере трансформации промышленных предприятий. Освещены нужные задачи и пути их использования в процессах проведения трансформации ведущих промышленных предприятиях.

Annotation. The article presents the main directions of economic reforms in the field of transformation of industrial enterprises. The necessary tasks and ways of their use in the processes of carrying out the transformation of leading industrial enterprises are highlighted.

2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясининг 22-мақсади сифатида “Мамлакатимизда миллий иқтисодиёт барқарорлигини таъминлаш ва ялпи ички маҳсулотда саноатнинг улушини оширишга қаратилган саноат сиёсатини давом эттириб, саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмини 1,4 бараварга ошириш”¹ белгиланди. Шунингдек, мазкур мақсад доирасида саноатнинг етакчи тармоқлари ва иқтисодиётни янада либераллаштириш ҳамда трансформация жараёнларини яқунлаш вазифалари қўйилди.

Республика иқтисодиётида таркибий ўзгаришларни амалга оширишда давлат компанияларини трансформация қилишнинг аҳамияти катта бўлиб, Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 29 декабрдаги Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномасида “иқтисодиётда таркибий ўзгаришларни амалга оширишда давлат компанияларини трансформация қилишни жадаллаштириш керак”²лиги таъкидланганди.

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

² Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. 29.12.2020 й.

Иқтисодиётда давлат иштирокини камайтириш, хусусий мулкнинг устувор мавқеини янада кучайтиришга қаратилган институционал ва таркибий ислохотлар Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли Фармони билан тасдиқланган “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”нинг қабул қилиниши билан жадал тусга кирди. Ҳаракатлар стратегиясида “давлат мулкни хусусийлаштиришни янада кенгайтириш ва унинг тартиб-тамойилларини соддалаштириш, хўжалик юритувчи субъектларнинг устав жамғармаларида давлат иштирокини камайтириш, давлат мулки хусусийлаштирилган объектлар базасида хусусий тадбиркорликни ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш, фойдаланилмаётган давлат мулки объектларини, жумладан, “ноль” харид қиймати бўйича сотиш жараёнларини янада соддалаштириш” каби муҳим вазифаларни амалга ошириш белгилаб берилди.

Давлат улуши мавжуд бўлган корхоналарни трансформация қилиш Янги Ўзбекистонни барпо қилишга қаратилган ислохотлар даврида жадал тусга кирганлигини қайд этиш жоиз. Иқтисодиётда давлат иштирокини янада қисқартириш, фонд бозорини ривожлантириш ва соғлом рақобат муҳитини яратиш, фаол инвестиция сиёсатини олиб бориш жамият ва давлат фаолиятининг барча соҳаларини жадал ва барқарор ривожлантириш учун асос ҳисобланади. Шу билан бирга, давлат активларини бошқаришда тизимли муаммолар тўпланиб келди, жумладан:

биринчидан, устав капиталида давлат улуши бўлган корхоналарнинг кундалик хўжалик фаолиятига давлат органлари аралашувининг юқори даражадалиги, бозор тенденцияларига мослашувчанлик ва сезувчанликнинг йўқлиги, давлат иштирокидаги корхоналарнинг солиқ ва божхона, шу жумладан яқка тартибдаги хусусиятга эга бўлган имтиёзларга ҳаддан ташқари боғлиқлиги;

иккинчидан, стратегик режалаштириш, хавф-хатарларни таҳлил қилиш ва бошқариш тизимининг йўқлиги, шу жумладан ишлаб чиқаришнинг паст техник даражаси, кўплаб ихтисосликка кирмайдиган активлар мавжудлиги, молиявий ресурсларнинг ишлаб чиқаришга тааллуқли бўлмаган мақсадларга йўналтирилиши сабабли давлат иштирокидаги корхоналарнинг инвестициявий жозибадорлиги пастлиги;

учинчидан, давлат активларини ҳисобга олишнинг тартибли тизими йўқлиги, хусусийлаштириш жараёнларини бошқариш самарадорлигининг пастлиги, фаолият кўрсатмаётган корхоналар ва бўш ётган объектларнинг ишлаб чиқариш фаолиятини тиклаш учун институционал салоҳиятнинг сустлиги.

Илғор хорижий тажрибани инобатга олган ҳолда, устав капиталида давлат улуши мавжуд бўлган корхоналарни трансформация қилиш жараёнлари билан биргаликда улар фаолият юритадиган соҳада бозор муносабатлари тамойилларига тўлиқ ўтиш, рақобат муҳитини шакллантириш ҳамда хусусий секторни жалб қилиш бўйича чора-тадбирларни ишлаб чиқиш, бозор ва савдо комплексларини замонавий кўринишга келтириш, санитария-гигиена талаблари даражасида сақлаш, бозор фаолияти учун зарур инфратузилмани шакллантириш бугунги кунда ҳал этилиши талаб қилинадиган муҳим вазифалардан саналади.

Сўнгги йилларда мамлакатимизда қулай инвестициявий муҳитни яратиш, хусусий мулк эгаларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш юзасидан тизимли ислохотлар амалга оширилганлигига қарамай, давлат улуши сақланиб қолаётган айрим тармоқлар ва йирик корхоналарда бозор механизмларига ўтишнинг кечикаётганлиги янги турдаги рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш, илғор технологияларни жорий этиш, меҳнат унумдорлигини ошириш, хусусий капитални фаол жалб қилган ҳолда янги иш ўринлари яратишга тўсқинлик қилмоқда.

Давлат иштирокидаги корхоналарда истеъмолчига йўналтирилган замонавий бошқарув усуллари, очиқлик, шаффофлик ва бозор тамойилларини жадал жорий этиш, таннархни пасайтириш орқали даромадларни ошириш, ислохотлар жараёнида хусусий

капитал иштироки учун кенгроқ имкониятлар яратиш, иқтисодиётда давлат иштирокини қисқартириш ва рақобат муҳитини янада яхшилаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 27 октябрдаги ПФ-6096-сонли “Давлат иштирокидаги корхоналарни ислоҳ қилишни жадаллаштириш ҳамда давлат активларини хусусийлаштиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармони қабул қилинди ва у давлат иштирокидаги корхоналарни хусусийлаштириш ва трансформациялашнинг янги даврини бошлаб берди. Унга кўра:

32 та йирик давлат корхоналари ва хўжалик бирлашмалари трансформация қилинади;

39 та давлат иштирокидаги корхоналарда корпоратив бошқарув ва молиявий аудит жорий этилиши орқали уларнинг операцион самарадорлиги оширилади;

62 та корхоналарнинг давлат акция пакетлари (улушлари) хусусийлаштиришдан олдин тайёрлаш ва инвестициявий жозибадорлигини ошириш орқали оммавий савдоларда тўлиқлигича сотилади;

479 та корхоналарнинг давлат акция пакетлари (улушлари) тўлиғича оммавий савдолар орқали хусусий секторга сотилади;

15 та давлат кўчмас мулки объектлари хусусий секторга сотилади.

Юқорида келтирилган Фармонда белгиланган вазифаларни амалга ошириш учун Молия вазирлиги марказий аппарати тузилмасида “Давлат иштирокидаги йирик корхоналарни трансформация қилиш департаменти” ташкил этилди. Департаментнинг асосий вазифалари этиб трансформация қилинадиган давлат иштирокидаги корхоналарда қуйидагиларни амалга ошириш белгиланди:

Молия вазирлиги томонидан давлат номидан акциядор (иштирокчи, мулкдор) ваколатлари ва функцияларини амалга оширишни ташкил этиш;

молиявий ҳисоботларни халқаро молиявий ҳисоботлар стандартлари (IFRS) асосида тайёрлаш ҳамда халқаро кредит рейтингларини олиш графигини Вазирлар Маҳкамасига тасдиқлаш учун киритиш;

қадар ҳар бир корхона учун нуфузли халқаро консалтинг ташкилотларини танлов асосида жалб қилган ҳолда молиявий соғломлаштириш, операцион самарадорликни ошириш ҳамда ўрта ва узоқ муддатли ривожланиш стратегияларини ишлаб чиқиш;

харидлар ва бошқарув тизимларини аудитдан ўтказиш ҳамда “мувофиқлик тизими” (комплаенс) ва коррупцияга қарши хизматларни шакллантиришни назарда тутадиган замонавий корпоратив бошқарув тизимини жорий этиш;

кузатув кенгашларига ва корхоналар бошқарувига халқаро танлов асосида чет эллик соҳа мутахассисларини (жумладан, ватандошларни) фаол жалб этиш орқали кузатув кенгашлари таркибининг камида 30 фоизини ва корхона бошқарувининг камида 3 нафар раҳбар ходимини малакали халқаро мутахассислар билан тўлдириш.

Мазкур Фармоннинг ижросига кўра:

давлат акция пакетлари (улушлари) тўлиғича оммавий савдолар орқали хусусий секторга сотиладиган корхоналар соф активларининг давлат акция пакетлари (улушлари)га нисбатан пропорционал қиймати 100 млн. сўмдан ошмаса, уларни истисно тариқасида, соф активларининг пропорционал улушига тенг (соф активлари устав капиталидан кам бўлганда номинал) қийматда оммавий савдоларга қўйиб бориш имконияти яратилди;

давлат акция пакетлари (улушлари) битта лот асосида савдога чиқарилади;

соф активларининг пропорционал улушига тенг (соф активлари устав капиталидан кам бўлганда номинал) қийматда оммавий савдоларга чиқарилган қиймати 100 млн. сўмдан ошмаган давлат акция пакетлари (улушлари) уч ой давомида сотилмаган тақдирда, улушлар “1 сўм” бошланғич нархда, акция пакетлари “1 та акция — 1 сўмдан битта лот” тамойили асосида қайта савдога чиқарилади (*Маълумот учун: амалиётда давлат активлари 5 ойгача савдода турганидан сўнг дастлабки нархнинг 50 фоизигача*

пасайганидан сўнг сотилиши кузатилмоқда. Мазкур ислоҳат натижасида давлат активларини тезкорлик билан сотилиши таъминланади);

давлат объектларини “ноль” харид қийматида сотиш амалиёти бекор қилинади ва улар ўз ваколати доирасида Қорақалпоғистон Республикаси Жўқорғи Кенгеси ва халқ депутатлари вилоятлар Кенгашига, Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши Раиси ва вилоятлар ҳокимлари ҳамда Давлат мулкани сотишда тендер савдоларини ўтказиш бўйича давлат комиссиясининг қарорларига асосан инвестиция ҳамда ижтимоий мажбуриятлар асосида “1 сўм” бошланғич қийматда оммавий савдоларга чиқарилади;

давлат унитар корхоналари хўжалик жамиятларига ўзгартирилган ҳолда уларнинг давлат акция пакети (улуши) сотилади (давлат унитар корхоналарини хўжалик жамиятларига ўзгартиришда уларнинг устав капитали хатлов ва баҳолаш ўтказмаган ҳолда солиқ органларига топширилган охириги бухгалтерия баланси маълумотлари асосида соф активлари қийматида, соф активлари манфий бўлган тақдирда, корхона устав капитали миқдорида белгиланади).

Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси ва халқига Мурожаатномасида белгиланган вазифаларни амалга ошириш доирасида Давлат активларини бошқариш агентлиги томонидан 83 та йирик ва жозибador давлат активларини тезкорлик билан савдога чиқариш ва салоҳиятли инвесторларга сотиш ишлари амалга оширилмоқда, жумладан:

“Coca-cola Ichimligi Uzbekiston” МЧЖ ҚК устав капиталидаги 57,1 фоиз давлат улушини ошқоралик ва шаффофлик асосида сотиш жараёни амалга оширилди;

“Ўзбекэнерго” АЖ маъмурий биноси “E-ijro aukcion” электрон савдо майдончаси орқали танлов савдосига чиқарилди;

“Фарғонаазот” АЖ ва “Деҳқонобод калий заводи” АЖ назорат акция пакетларини салоҳиятли инвесторларга сотиш бўйича қадар танлов амалга оширилди.

шу билан бирга, 12 та алкоголь маҳсулотларини ишлаб чиқариш корхоналари, 2 та нефт ва газ тармоғи корхоналари, шунингдек 22 та бошқа йирик корхона ажратиб олинган.

Ўзбекистон Республикаси Президенти ва Ҳукумати томонидан қабул қилинган хусусийлаштиришга оид қарорлар доирасида Давлат активларини бошқариш агентлиги томонидан 216 та йирик ва жозибador давлат активларини хусусийлаштириш бўйича чоралар кўрилмоқда. 2021 йил давомида жами 5,6 трлн. сўмлик 1319 та давлат активларини оммавий савдоларга чиқарилади шундан камида 1162 тасини (90 фоиз) сотишга эришилади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномасида таъкидлаганидек, “Жорий йилдан барча давлат корхоналарини ислоҳ қилиш дастури амалга оширилмоқда. “Навоий кон-металлургия комбинати”, “Ўзбекнефтгаз”, “Ўзбекгидроэнерго”, “Ўзавтосаноат” халқаро молия бозорига чиқиб, давлат кафолатисиз маблағ жалб қилиш имкониятига эга бўлади. Тан олиш керак, мутахассисларнинг билим ва малакаси, йирик корхоналарнинг техник имкониятлари уларни мустақил трансформация қилиш учун етарли эмас. Шунинг учун электр энергетикаси, нефть-газ ва кимё саноати, машинасозликдаги йирик корхоналар ҳамда тижорат банкларини ислоҳ қилишга Жаҳон банки, Европа тикланиш ва тараққиёт банки, Осие тараққиёт банки ҳамда MacKenzie, Boston Consulting Group, Rothschild каби халқаро тан олинган компаниялар жалб этилди. Умуман олганда, давлат улуши бўлган корхоналар сони келгуси икки йилда камида 3 баробар қисқартирилади”¹.

Давлат активлари ва корхоналарининг катта қисмини хусусийлаштириш, қолганларини трансформациялаш, уларда замонавий корпоратив бошқарув ҳамда комплаенс назорат тизимларини жорий этишга қаратилган бу чора-тадбирлар истиқболда

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлиси ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. 29.12.2020 й.

уларнинг самарадорлигини ошириш ва бозор тамойилларини жорий этишга кенг имкон яратади.

Ибрагимов Ганижон Гайратович,
таянч докторант,
Тошкент давлат иқтисодиёт университети

ОЗИҚ-ОВҚАТ САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАРАЁНЛАРИНИ АМАЛГА ОШИРИШНИНГ МУҲИМ ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация. Мақолада озиқ-овқат саноати корхоналарида трансформация жараёнларини амалга оширишнинг асосий йўналишлари кўрсатиб берилган, бу борада амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларнинг баъзи муҳим жиҳатлари ёритилган.

Аннотация. В статье показаны основные направления осуществления процессов трансформации в предприятиях пищевой промышленности, освещены некоторые важные аспекты проводимых экономических реформ в этой сфере.

Annotation. The article shows the main directions for the implementation of transformation processes in food industry enterprises, highlights some of the important aspects of ongoing economic reforms in this area.

Жаҳондаги кўпгина давлатларда озиқ-овқат саноатининг аҳамияти унинг янги иш ўринларини яратиш ва кўшимча даромад манбалари пайдо қилиш бўйича катта салоҳиятга эга эканлиги билан баҳоланади. Ўтиш даври иқтисодиётида бўлган мамлакатларда иқтисодий фаол аҳолининг 60 фоизи қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишловчи кичик корхоналарда фаолият юритади. Ривожланган давлатларда қайта ишловчи саноат, хусусан, озиқ-овқат саноати инновация ва билимларни янги комбинациясидан фойдаланиш имкониятининг юқорилиги билан изоҳланади. Бу эса мазкур тармоқда меҳнат унумдорлиги ва ишлаб чиқаришнинг ўсишига олиб келади, натижасида иқтисодий ўсиш таъминланади. Тадқиқотларга кўра, меҳнатга ҳақ тўлаш даражасининг ортиши индустриаллаштириш йўлидаги трансформация жараёнлари билан бевосита боғлиқ бўлиб, у ишловчиларнинг даромадлари ўсишига катта ёрдам беради¹. Шу жиҳатдан бугунги кунда жаҳонда мураккаб таъминот занжирларига боғлиқ озиқ-овқат саноатини самарали ривожлантириш ва унда трансформация жараёнларини амалга ошириш орқали самарадорликни ошириш масалаларига жиддий эътибор берилмоқда.

2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясининг 22-мақсади сифатида “Мамлакатимизда миллий иқтисодиёт барқарорлигини таъминлаш ва ялпи ички маҳсулотда саноатнинг улушини оширишга қаратилган саноат сиёсатини давом эттириб, саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажмини 1,4 бараварга ошириш”² белгиланди. Шунингдек, мазкур мақсад доирасида саноатнинг етакчи тармоқлари ва иқтисодиётни янада либераллаштириш ҳамда трансформация жараёнларини яқунлаш вазифалари қўйилди. Кейинги йилларда Ўзбекистон аҳолисини сифатли озиқ-овқат маҳсулотларига бўлган талабини тўла қондириш ва озиқ-овқат саноатини самарали ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Озиқ-овқат саноатида хом ашё базасини жадал ривожлантириш асосида юқори қўшилган қийматга эга бўлган сифатли рақобатдош озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш ва маҳсулот турларини кенгайтириш чора-тадбирлари амалга оширилмоқда. Ҳозирги кунда озиқ-овқат саноатини трансформациялаш ва унинг

¹ Industrial Development Report 2016. Sustaining Employment Growth: The Role of Manufacturing and Structural Change. Vienna, Austria. 2013. <http://www.unido.org>.

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60-сон Фармони.

самарадорлигини ошириш билан боғлиқ масалаларни назарий ва услубий жиҳатдан чуқур ўрганиш ва бу бўйича илмий тадқиқотларни чуқурлаштириш долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

Бугунги кунда озиқ-овқат саноати тармоғининг олдида турган долзарб вазифаларидан бири тармоқда трансформациялаш жараёнларини амалга ошириш орқали корхоналар фаолиятини ривожлантириш ва ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш ҳисобланади. Таъкидлаш жоиз, озиқ-овқат саноати корхоналарининг тез суръатларда ривожланишини таъминламасдан барқарор иқтисодий ўсишга эришиш ва ижтимоий соҳа муаммоларини ҳал этиш жуда қийин бўлади.

Трансформация сўзи латинча Transformatio – ўзгартириш, қайта ташкил этиш маъносини билдириб:

1) таркиб, шакл ва услубларни қайта ташкил этиш, фаолиятнинг мақсадли йўналишини ўзгартириш;

2) айлантиришнинг усулларида бири, халқаро ҳуқуқ нормаларини ички давлат ҳуқуқи нормаларига қайта ташкил қилиш маъноларини англатади.¹

Трансформация бўйича тажриба босқичма-босқич шаклланиб боради ва натижада йилдан-йилга трансформация жараёнларининг чуқурлашиб бориши корхоналарининг тез суръатлар билан ривожланишини таъминлайди ҳамда ижтимоий соҳа билан боғлиқ муаммоларини ҳал этишда муҳим роль ўйнайди. Озиқ-овқат саноати корхоналарида қўллаш мумкин бўлган трансформация турлари ва уларнинг мазмуни 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал

Озиқ-овқат саноати корхоналарида қўлланиладиган трансформация турлари ва уларнинг мазмуни²

Трансформация турлари	Мазмуни
технологик трансформация	маҳаллий хом ашёдан ярим тайёр маҳсулотларни, шу жумладан органик синтез ва нанотехнологиялар орқали ишлаб чиқаришнинг янги қувватлари негизида хом ашёдан тайёр маҳсулотгача бўлган кўп поғонали қўшилган қиймат занжирларини яратиш. Бунда, қайта ишланмаган хом ашё ресурсларини мамлакат ҳудудида чуқур қайта ишлашни ташкил этиш орқали уларни хом ашё сифатида экспорт қилинишини босқичма-босқич қисқартириш
хўжалик муносабатлари тизимини трансформацияси	қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқарувчилар билан озиқ-овқат саноати корхоналари ўртасидаги муносабатлар соҳасида давлат томонидан аралашувга чек қўйиш ва эскича режа-тақсимлаш тизимидан батамом воз кечиш
мулкӣ муносабатлар тизимини трансформацияси	соҳада янги ишлаб чиқариш қувватларини яратишга хусусий капитални, шу жумладан хорижий инвестицияларни жалб қилиш орқали корхоналарда давлат улушини кескин камайтириш ва озиқ-овқат саноати корхоналарини хусусийлаштириш, шунингдек, корхоналар фаолиятига давлат ҳокимияти органлари аралашуви олдини олиш
рақамли трансформация	молиявий, моддий ва кадрларга оид ресурслар ҳаракатини бошқариш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни маркировкалаш, молиявий ҳисоботларнинг халқаро стандартлари асосида бухгалтерия ҳисобини юритиш тизимларини жорий этиш учун соҳага замонавий дастурий таъминот тизимларини татбиқ этиш
илм-фан ва ишлаб	инновация жараёнларини ташкил этиш, замонавий технологияларни

¹ http://www.dic.academic.ru/dic.nsf/_economic_law/16427/Трансформация.

² Муллиф томонидан ишлаб чиқилган

чиқариш ўртасидаги муносабатлар трансформацияси	трансфер қилиш бўйича илғор хорижий тажрибалар асосида фан ва ишлаб чиқариш ўртасидаги ўзаро ҳамкорликнинг янги тизимини йўлга қўйиш
кадрлар тайёрлаш тизимининг трансформацияси	соҳада кадрлар тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини тубдан такомиллаштириш, шунингдек, мавжуд ва янги барпо этиладиган ишлаб чиқариш қувватларини юқори малакали маҳаллий ва хорижий мутахассислар билан таъминлаш

Ҳозирги кунда озиқ-овқат саноати корхоналарида трансформация жараёнларини амалга оширишда технологик трансформация, хўжалик муносабатлари тизими трансформацияси, мулкӣ муносабатлар тизими трансформацияси, рақамли трансформация каби трансформациялаш турларини амалга ошириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Бизнинг фикримизча, озиқ-овқат саноатини трансформациялаш, юқори технологияли қайта ишлаш тармоқларини, аввало, маҳаллий хомашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш асосида юқори қўшимча қийматли тайёр маҳсулотларни ишлаб чиқариш бўйича жадал ривожлантиришга қаратилган сифат жиҳатидан янги босқичга ўтказиш орқали тармоқни янада модернизация ва диверсификация қилиш, озиқ-овқат саноати тармоқларининг иқтисодий самарадорлигини ошириш ҳамда маҳсулот ва хизматлар бозорида монополияни босқичма-босқич камайтириш, принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш, ички ва ташқи бозорда миллий озиқ-овқат маҳсулотларининг рақобатбардошлигини ошириш ҳозирги кундаги ислохотларнинг энг муҳим устувор вазифалари ҳисобланади.

Озиқ-овқат саноатида трансформация жараёнларини амалга оширишда, хусусан, янги ишлаб чиқариш қувватларини яратишда асосан хусусий, шу жумладан хорижий инвесторлар ва технологик шерикларни жалб қилишни назарда тутувчи “Озиқ-овқат саноатида технологик кластерларни яратиш бўйича очиқ ҳамкорлик дастури”ни ишлаб чиқиш муҳим ҳисобланади.

Давлат улуши бўлган озиқ-овқат саноати корхоналарини трансформация қилишнинг 3 хил варианты ва улар олиб келиши мумкин бўлган натижалар куйидагилардан иборат:

1. Улгуржи хусусийлаштириш:
оммавий хусусийлаштириш сотилаётган активлар максимал қийматини таъминламайди;

мулк исталмаган инвесторларга ўтказилишига имкон яратади;
иқтисодиётнинг муҳим соҳаларида шок ҳодисаларга олиб келади.

2. Давлат мулкни сақлаб қолиш:
ривожланиш бошида қўшимча инвестиция манбаларини жалб этишга имкон бермайди;
хусусий халқаро инвестициялар кириб келишига тўсқинлик қилади;
самарасиз корхоналарни тўлиқ молиялаштиришни талаб қилади.

3. Босқичма-босқич тўлиқ хусусийлаштириш:
инвесторларга иқтисодиётга давлат аралашувининг камайиши ҳақида сигнал жўнатади;

активнинг сотилган акциялар пакети учун “адолатли” қийматни олишга имконият беради;

самарасиз активлардан шокли ҳодисаларсиз қутулишга имкон беради;
эҳтимолий исталмаган инвесторларнинг бозорга киришини чеклаш;
стратегик активларнинг самарадорлигини ошириш ва бозор нархини оширишга имконият беради.

Озиқ-овқат саноати корхоналарида трансформация жараёнларини амалга оширишда давлат корхоналарининг трансформация дастури ишлаб чиқилган. Давлат

корхоналарининг трансформацияси дастури – бу озиқ-овқат саноати корхоналарининг ишлаб чиқариш, харид қилиш, сотиш ва инвестициявий фаолияти самарадорлигини оширишга, улар республика аҳолиси ва саноатига кўрсатадиган хизматлари ва ишлаб чиқарадиган маҳсулотлари сифатини оширишга қаратилган тадбирлар мажмуидир. Давлат корхоналарининг трансформацияси дастури охирида давлат ташкилотларини халқаро бозорда рақобатбардош бўлишига олиб келадиган замонавий корпоратив бошқарув тизимини яратишга ва маълумотлар шаффоф бўлишига олиб келади.

Трансформация дастурининг мақсади давлат корхоналарини Республиканинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши ролидаги локомотивга айлана олиш имконияти бўлган самарадорлик лидерларига ва ўзига жалб эта оладиган иш берувчиларга айлантириш, халқаро бозор рақобатига бардош бериш, мамлакат ривожланиши учун стратегик аҳамиятга эга бўлган миллий активларни ривожлантириш ҳисобланади.

Озиқ-овқат саноати корхоналарида қуйидаги ҳолатлар кузатилса трансформация жараёнлари амалга оширилади:

маҳсулотлар ва хизматларнинг паст сифати паст бўлса;

маҳсулотнинг нархи юқори бўлса, халқаро компаниялар билан солиштирганда фойда нормалари кам бўлса;

либерализация потенциали бўлган соҳаларда профилга тегишли бўлмаган активлар мавжуд бўлса;

мавжуд фаолиятни ва инвестицияларни молиялаштириш учун пул маблағларининг етишмаслиги кузатилса;

кадрлар билан боғлиқ муаммолар мавжуд бўлса, рақобатбардош бўлмаган ойлик маошлар юқори тоифали ходимларни ишда ушлаб қолишда муаммолар туғдирса;

молиявий-хўжалик фаолияти давлат, жамоатчилик ва қизиқиши бўлган инвесторлар учун шаффоф бўлмаса;

корпоратив бошқарув тизими замонавий стандартларга мос бўлмаса ва бошқалар.

Шунингдек, корхонани трансформация дастурига киритиш учун соҳанинг мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишидаги аҳамияти ва мазкур корхонанинг шу соҳани ривожлантиришдаги ролига асосий эътибор қаратилади.

Трансформация механизмлари лойиҳавий бошқарувнинг замонавий услубларига асосланади. Лойиҳа бошқаруви миллий агентлиги таркибида лойиҳа офислари ташкил этилади ва уларнинг ҳар бири битта давлат корхонасининг трансформация дастури учун жавобгар бўлади. Бунда трансформация жараёнлари амалга ошириладиган корхоналарнинг лойиҳа бошқаруви миллий агентлиги томонидан ҳар томонлама чуқур текширилади.

Озиқ-овқат саноатида трансформациялаш жараёнларини амалга ошириш ишчи гуруҳни ташкил этиш орқали амалга оширилади. Ишчи гуруҳнинг асосий вазифалари сифатида қуйидагилар белгиланган:

лойиҳавий таклифларни ва ҳудудларда қуриладиган объектлар, шу жумладан муҳандислик-коммуникация ва ишлаб чиқариш инфратузилмаси объектлари рўйхатини кўриб чиқиб, молиялаштириш манбаларини аниқлаш;

объектларда қурилиш жараёнларини назорат қилиш ва юзага келадиган масалаларни тезкор ҳал этиш;

қурилишнинг ўз вақтида молиялаштирилиши ва ажратилган маблағлардан самарали фойдаланилишини таъминлаш устидан назоратни ташкил этиш ва бошқалар.

Давлат иштирокидаги корхоналарни бошқариш ва ислоҳ қилиш стратегиясини озиқ-овқат саноати корхоналари фаолитига жорий этиш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш орқали қуйидаги натижаларга эришилди:

давлат иштирокидаги озиқ-овқат саноати корхоналарини трансформаци қилишнинг норматив-ҳуқуқий базасини такомиллаштирилди;

давлат иштирокидаги озиқ-овқат саноати корхоналарини кескин қисқартириш чора-тадбирлари белгиланди;

озик-овқат саноати корхоналари фаолиятини тўлиқ бозор механизмларига ўтказиш чора-тадбирлари ишлаб чиқилди;

озик-овқат саноати корхоналарида корпоратив бошқарувнинг замонавий услубларини жорий этиш механизмлари таклиф этилди;

озик-овқат саноати корхоналаринг фаолиятида шаффофлик ва маълумотни ошкор қилиш тизими жорий этилди.

Умуман, юқорида келтирилган йўналишлар бўйича озиқ-овқат саноати корхоналарида трансформация жараёнлари амалга оширилса, у мазкур тармоқ корхоналарида иқтисодий самарадорлик ошишини таъминлайди.

**Паязов Мурод Максудович-и.ф.н., доц.
Фаргона политехника институти докторанти**

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАЛАРИНИНГ РАҚАМЛИ ТРАНСФОРМАЦИЯСИ: ТЕНДЕНЦИЯЛАР, БОШҚАРУВ, СТРАТЕГИЯЛАР

Аннотация: Мазкур мақолда хизматлар соҳаси ҳамда хизматлар бозорининг Ўзбекистондаги ҳолати, хизматлар тўғрисидаги олимлармиз фиклари, хизматлар соҳасини трансформация қилишда нималарга аҳамият бериш, хизматлар трансформациясида рақамли экотизимга ўтиш, рақамли етукликни баҳолаш тизимини жорий этиш орқали хизматлар соҳасининг истеъмолчилар билан алоқаси ҳамда ички имкониятларини доимий мониторингни таъминлаш масалалари ёритилган.

Калит сўзлар: Рақамли экотизим, трансформация, бизнес-модел, рақамли етуклик, ERP, MRP, CRM, BPR, TQM, ISO.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ УСЛУГ: ТЕНДЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ, СТРАТЕГИИ

Аннотация: В данной статье рассмотрено состояние сферы услуг и рынка услуг в Узбекистане, взгляды наших ученых на услуги, на что обратить внимание при трансформации услуг, переход к цифровой экосистеме при трансформации услуг, внедрение цифровой система оценки зрелости.

Ключевые слова: Цифровая экосистема, трансформация, бизнес-модель, цифровая зрелость, ERP, MRP, CRM, BPR, TQM, ISO.

DIGITAL TRANSFORMATION OF SERVICES: TENDENCIES, MANAGEMENT, STRATEGIES

Abstract: This article discusses the state of the services sector and services market in Uzbekistan, the views of our scientists on services, what to pay attention to in the transformation of services, the transition to a digital ecosystem in the transformation of services, the introduction of digital maturity assessment system.

Keywords: Digital ecosystem, transformation, business model, digital maturity, ERP, MRP, CRM, BPR, TQM, ISO.

“Хизматлар соҳаси ривожланган замонавий инфратузилмага эга постиндустриал иқтисодий жамиятда ҳос. Айнан ривожланган давлатларда иш билан банд бўлганларнинг 60 фоизидан ортиқроғи хизмат кўрсатиш соҳаларида банд”¹. Хизматлар соҳаси ҳар бир тармоқ фаолиятини самарадорлигини таъминлашда юксак интеллект, замонавий маҳорат талаб қиладиган кичик бўғин, лекин глобалл муаммоларни ҳал қилишда асосий занжир вазифасини ҳам ўтайди. Жаҳон мамлакатларида хизматлар соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши ўртача 61 фоизни ташкил этди. Мамлакатимизда бу кўрсаткич 36

¹ https://ru.wikipedia.org/wiki/сфера_услуг

фоиздир. Лекин 86 фоиз қўшимча қиймат шу соҳада яратилади.¹ “Замоनावий шароитда хизмат кўрсатиш соҳасини ўрганиш приципиал аҳамиятга эга”². Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев: “Вилоят, туман ва шаҳар ҳокими ўз худудида хизматлар соҳасини ривожлантириш дастурини тузиб, сўзсиз амалга ошириши керак. Бу борада намунавий лойиҳалар ишлаб чиқиб, молиялаштиришга кўмаклашиш учун тижорат банклари ҳудудларга бириктирилди. Барча туманлар кесимида аниқ вазифаларни ўз ичига олган ҳукумат қарори қабул қилиш зарур”³ лиги тўғрисида кўрсатмалар берди. Ўзбекистонда хизматлар соҳасини ривожлантириш учун имкониятлар, шарт-шароитлар етарлича, бироқ ривожланиш босқичи жуда секин бормоқда. Бунга сабаб бўлаётган бир қанча омиллар мавжуд бўлиб, уларнинг энг асосийлари хизматлар соҳасини жаҳон андозаларига мос бўлган йўналишлари ҳали Ўзбекистонга кириб келмаганлигидир, ҳамда мавжуд соҳаларда хизматларни бошқарув механизмлари етарлича ишлаб чиқилмаган.

Энг асосий муаммолардан бири хизматлар соҳасида хизматлар бозорини етарли даражада ривожланиши учун бошқарув механизмларини замоनावийлаштиришда зарур бўлган бир қанча ишлар борлигидадир.

Бугунги кунда профессионал, молиявий, тиббий таълим, рекреацион ва бошқа хизматлар баъзи ҳолларда жой ва вақт бўйича барқарор бўлиб қолмоқда, бошқаларида улар реал вақт режимида масофадан, шу жумладан маконда узатилади. Ушбу ҳолат кўплаб янги хизмат турларининг фарқланиши билан бир қаторда ўтмишда иқтисодиётни ва биринчи навбатда хизмат кўрсатиш соҳасини таснифлашда илмий адабиётлар ва давлат нашрларидаги сезиларли тафовутни кучайтиради, агентликлар, халқаро ташкилотлар ва бошқалар бу масала бўйича қизгин баҳс-мунозаларга сабаб бўлди⁴. И.Н.Буценко, А.Л.Торноруцкаялар: “Хизматлар бозорига қуйидаги факторлар таъсир ўтказди: Моддий ишлаб чиқариш соҳасидаги илмий-техника тараққиёти, халқаро меҳнат тақсимоти, ижтимоий-иқтисодий эҳтиёжларнинг чуқурлашуви”⁵ – дейди.

Мустақиллик йилларида Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳаси жадал ривожланди. 1990-2019-йилларда Ўзбекистон ялпи ички маҳсулотига 1990-хизмат кўрсатиш соҳаларининг улуши 33,8 фоиздан 35,65 фоизга, хизмат кўрсатиш билан банд аҳолининг умумий иш билан банд бўлганлар сонидagi улуши 35,6 фоиздан 50,5 фоизга ошди⁶.

Хизматлар соҳасига алоҳида эътиборни қаратган давлатлар иқтисодиётида ушбу соҳадан тушаётган даромадлар ҳам салмоқли ҳиссага эга бўла бошлади. Хизматлар соҳасидан тушаётган даромадлар мамлакатлар ЯИМсининг 4/3 қисмидан ошиб кетди. Бундай давлатларга Люксембург (85%), Франция (77%), АҚШ (76%), Бельгия (75%), Буюк Британия (75%) киради. ЯИМнинг 50 фоизидан кўпроқ қисми хизматлар соҳасидан ташкил топган давлатларига Фарбий Европа ва Шимолий Америка ҳамда айрим Жанубий-Шарқий Осиё, масалан Гонконг (90%), Сингапур (69%) давлатларини киритиш мумкин.

Глобллашиб борётган иқтисодиётда хизматлар соҳаси бозори такомиллаштиришни талаб қилмоқда. Халқ учун, истеъмолчи учун содда ва фойдаланиш учун қулай масофавий ҳамда замоनावий хизмат турларини йўлга қўйишни талаб қилмоқда. Чунки пандемия шароитида дунё давлатлари иқтисодиётида иқтисодий трансформациялаш жараёнлари кетмоқда. Айниқса пандемия шароитида рақамли технологиялардан кенг фойдаланилган ҳолда хизмат кўрсатиш бугунинг долзарб муаммоларидан бири бўлиб келмоқда.

Гап рақамли трансформация ҳақида кетганида, биз компаниянинг ўзини рақамли экотизимга ўтиш жараёнини назарда тутамиз. Масалан, ИТ-ғизими орқали сиз мижозингиз билан доимий алоқда бўлишингиз, шу асосида ички бизнес

¹ <http://uza.uz/posts/189356>

² А.С.Запесоцкий. Экономика и управления в сфере услуг: Современное состояние и перспективы развития. –СПб, “СПбГУП”, 2019, -Б. 10-12.

³ <http://uza.uz/posts/189356>

⁴Л.С. Демидова В.Б. Кондратьев. Услуги в современной экономике. – М.: ИМЭМО РАН, 2010. – с. 342

⁵ Буценко И.Н., Торноруцкая А.Л. *Мировой рынок услуг: сущность, особенности, отраслевая структура* // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. с.10-14.

⁶<https://e-cis.info/news/566/96226/>.

имкониятларингизни таҳлил қилишингиз ва шунга мос равишда хизматларни оптималлаштиришингиз мумкин бўлади. Бу ўз навбатида рискларни, ортиқча вақт йўқотишларни, кераксиз ҳаражатларни камайтиради. Қайси соҳа ёки тармоқ рақамли трансформацияга тезроқ ўтса вақтдан, рақобатдан ютади. Шунинг учун биз қуйидаги олимларимиз фикрига қўшамиз. А.П.Румянцев, Ю.О.Коваленколар: “Хизматлар бозорида бозор қонуниятлари билан тартибга солинадиган харидор ва сотувчилар манфаатларининг кесишувидир”¹ –деб ёзади. Т.Д.Бурменко: “Хизматлар бозори - ишлаб чиқарувчилар хизмат кўрсатувчи, истеъмолчи пул эгаларидир ва улар талаб ва таклифнинг боғланиши натижасида вужудга келадиган иқтисодий муносабатларнинг йиғиндисидир”² -деб таъриф берадилар. Бу йўналишда бир қатор олимлар томонидан улкан ишлар қилинди, жумладан: Ф. Котлер, К. Лавлок, Ж.Ф.Лиотар, Э.Тоффлер, Р.И.Цвылев, Д.Белл, О.Н.Балаева, Т.Д.Бурменко, С. Губанов, Л. Демидова, И.И.Дюмулен, В.Л.Иноземцев, В.Д.Маркова, М.Д.Предводителева, Ю.В.Пискулов, П.В.Савченко, В.Н.Соловьев, Е.С.Шленскова ва бошқалар илмий тадқиқот ишлари олиб бордилар. Юқоридаги муаллифларнинг ишларида хизмат кўрсатиш соҳаси макориктисодиёт нуқтаи назаридан мустақил равишда умумий иқтисодий самарани шакллантириш мумкин бўлган алоҳида тармоқ сифатида ёки хизматларнинг айрим турларининг тор тармоқли ёндошуви нуқтаи назаридан кўриб чиқилади. Бугунги кунга, рақамли иқтисодиёт даврига келанимизда қарашларимизни хизматлар соҳасини бевосита рақамли трансформациялашга қаратишимиз лозим бўлади.

Ҳар қандай соҳа истеъмолчи билан тўқнаш келади, унинг манфатларига хизмат қилиш учун истеъмолчи ва харидор ўртасидаги келишув асосида ўз маҳсулотни ўтказди. Мана шу ўринда ҳам компания ҳар қандай фаолият тури билан шуғулланмасин рақамлик етуклик даражасига эришиши лозим бўлади. Рақамли етуклик ўзи нима деган саволга жавоб берадиган бўлсак. Аввалом бор ҳар бир корхона ходими ИТ технологияни мустаҳкам ўзлаштирган бўлиши лозим. Бусиз мақсадга эришиб бўлмайди. Шундан сўнг биз бизнесни лойиҳалаштиришимиз керак.

Ҳозирда бизнесни лойиҳалаштиришни қуйидаги ERP, MRP, CRM тизимлардан бирортасини жорий этмасдан тасаввур қилиб бўлмайди.

ERP сўз қисқартмаси инглизча Enterprise Resource Planing Sistem сўзларинг бош ҳарфидан олинган бўлиб: “Корхона ресурсларини режалаштириш тизими” деган маънони билдиради. Дейлик, бир корхона қандайдир маҳсулот ишлаб чиқаришда корхона ичидаги бир қанча бўлимларни, цехлар ва бошқа корxonани ташкил этувчи қисмларининг иштирокини талаб қилади. Яъни корхона бўлимларининг функциялари ва бошқа имкониятларини ИТ технологияси, биринчи навбатда компьютер тизимида орқали шакллантириш зарурати туғилади. Айнан шу тизим орқали корхонадаги ҳақиқий вазиятни кузатиш ва бошқариш мумкин. Масалан, омборхонага хом-ашё келтирилмаса корхона маълум муддатдан сўнг ишлашдан, маҳсулот ишлаб чиқаришдан тўхтаб қолади. Бу эса корхона учун катта зиёндир. Айнан шундай ҳолатларда ERP тизимлар ёрдамга келади. Ушбу тизимга корxonанинг ҳар бир бўлими уланади ва бу тизим ёрдамида корхона бўлимлари орасида доимий маълумот алмашинуви жараёни содир бўлади.

MRP (manufacturing resource planning) инглизча сўздан олинган бўлиб — ишлаб чиқариш захираларини режалаштириш деган маънони билдиради.

CRM (Customer Relationship Management) – бу истеъмолчилар билан алоқаларни бошқариш тизими. Ушбу тизим орқали истеъмолчилар билан мулоқот қилиш имкони бўлиб ўзаро алоқларнинг давомийлигини таъминлашда, кўрсатилаётган хизматларнинг самарадорлигини оширишда аҳамиятга эгадир. Албатта программа Excel варианты кўринади, лекин мижозни фамилияси исми шарфнинг устига босилганида мижоз билан

¹ Румянцев А.П. Мировной рынок услуг : учебное пособие. /А.П.Румянцев. Ю.О.Коваленко.-К.:Центр учебной литературы. 2006.-с.456

² Бурменко Т.Д. Сфера услуг в современном обществе: Экономика, менеджмент, маркетинг. Курс лекции [Электронные ресурсы]: (Бурменко Т.Д., Данилко Н.Н., Туренко Т.А.)

барча алоқалар хронологиясини кўриш мумкин. Бунда миждозга кўрсатилган биринчи хизматдан, биринчи телефон кўнғироғидан бошлаб харидлар тарихи ва бошқа керакли маълумотларни топиш мумкин бўлади. GRM программасига топшириқ бериб эслатиш программасини ҳам ишга солиш мумкин. Программа ўзи миждоз билан боғланади, унга буюртмаси тўғрисидаги маълумот, учрашиш вақти тўғрисидаги керакли маълумотларни смс хабарномаси орқали етказди. Сотиш, хужжатлаштириш, онлайн ҳисобот ва бошқа турли хизмат турларни сунъий интеллект сифатида автоматик бажаради.

Бизнесни АКТ асосида такомиллаштиришда эса BPR (Business process reengineering)- бизнес жараёнларини қайта оптимал ташкил этиш; TQM (Total quality management)- сифатни умумий бошқариш; ISO (international Organization for Standardization)-халқаро сифатга мос келадиган сифатни бошқариш тизимлари асосида қандай усулларни қўллаш билан хизматлар бозорида мувоффақиятли фаолият кўрсатиш учун хизматларнинг рақамли трансформациясини амалга ошириш учун бизнес-жараёнлар моделини яратиш лозим бўлади. Бунинг учун ҳар қандай компания рақамли етуклик даражасига эришиши лозимдир. Аввалом бор зарур бўлган технология, рақамли бизнес тизимини тўлиқ равишда руйҳатини тузиб олишимиз ва тўлиқ тайёргарлик даражасини 100 фоиз деб оламиз. Даража аниқ бўлгач унга етишиш учун қилиниши лозим бўлган ишларни режалаштираемиз. Бунинг натижасида хизматлар соҳасининг тўлиқ рақамли трансформациялаш даражасини аниқлаш имкониятини, кўрсатилаётган хизматнинг бозордаги рақобатбардошлик ўлчовининг қиёсий таҳлилига эга бўламиз. Ўлчов аниқ бўлгач камчиликлар бартараф қилина бошлайди. Хизматлар соҳаси тизимли ҳолатда бозорга мослашиш учун етарли технологик имкониятларини сарҳисоби асосида технологик таъминланганлик даражасини белгилайди. Рақамли етукликни баҳолаш орқали тизим трансформацияга тайёрми ёки йўқлиги аниқланади. Бизнес рақамли трансформацияга қанчалик яхши тайёрланса, операцион тизимга янги замонавий рақамли хизматларни ишга тушириш шунчалик осон бўлади. Рақамли хизматларнинг тўлиқ трансформацияланиши истеъмолчиларга хизматларни истеъмолчига яқинлаштириш олиб боради. Иккинчидан ташкилот ҳам ўз ички имкониятларини мониторинг қилиб боради. Рақамли доимий мониторингнинг мавжудлиги ортиқча текшириш, анализ қилиш вақт йўқотишларни қисқартиради. Муаммоларни ҳал қилиш юзасидан оператив зарурий чора-тадбирларни вақтида кўради.

Албатта рақамли трансформацияга ўтиш учун биринчи навбатда ИТ инфратузилмасини жорий қилиш, ходимларни ўқитиш, қайта тайёрлаш, малакасини ошириш ишларни амалга ошириш учун вақт ва сармоя киритиш учун стратегик режа талаб этилади. Ушбу режани амалга оширишда рақамли технологиялар билан ишловчи малакали мутахассислар, айниқса ИТ соҳасида программистлар етишмайди. Бозор эса тор доирадаги мутахассисларни тайёрлайди. Соҳани трансформациялаш нафақат қиммат шу билан бирга қийин кечувчи жараёндир. Ушбу жарённинг, рақамли трансформацияга ўтиш учун мактаб прорграммалари, мактабгача таълим дастурлари, лицей, касбхунар таълим, олий таълим, олий таълимдан кейинги таълим, малака оширишдаги таълим модулларни қйта бир кўриб чиқиш ва замонга мослаштириш керак бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 16 июндаги “Хизматлар соҳасини қўллаб –қувватлаш чора тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4752-сонли қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 14 декабрь куни хизматлар соҳасини ривожлантириш бўйича амалга оширилаётган ишлар натижадорлиги ҳамда келгусидаги устувор вазифалар муҳокамаси юзасидан видеоселектр йиғилиши.
3. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 26 февралдаги “2016-2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида”ги 55-сонли қарори.//www.lex.uz

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 11 майдаги “Хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш тўғрисида”ги ПҚ-5113-сонли қарори.
5. Achilov, A. N., Payazov, M. M., Akbarov, Z. N., & Madaminov, O. B. (2020). Issues to improving the social situation of the population of the republic of Uzbekistan and the qualitative organization of municipal services. ISJ Theoretical & Applied Science, 05 (85), 708-713. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/jcr.05.85.128>
6. М.Паязов "Инновационная политика как основная задача современной экономики". Ж: "Актуальная наука" № 3 [март,2019]. С 59-61. https://e64f9e97-223d-468f-a5fd-e095d169621a.filesusr.com/ugd/c22b2f_f65d49bd129a465cb1c0f059ec526c74.pdf
7. Г.Хонкелдиева. “Приоритетные направления развития региональной инновационной экономики республики Узбекистан”. Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 ноября 2017 г. https://apni.ru/media/Sb_k-4-30.11.17.pdf#page=125.
8. А.С.Запесоцкий. Экономика и управления в сфере услуг: Современное состояние и перспективы развития. –СПб, “СПбГУП”, 2019, -Б. 10-12.
9. Л.С. Демидова В.Б. Кондратьев. Услуги в современной экономике. – М.: ИМЭМО РАН, 2010. – с. 342.
10. Буценко И.Н., Тарноруцкая, А.Л. *Мировой рынок услуг: сущность, особенности, отраслевая структура // Экономика и бизнес: теория и практика.* 2017. с.10-14.

**И.ф.н. Алимжанов Нодир Хамидуллаевич,
“UZBEKINVEST” ЭИСК АЖ
Бухоро вилоят филиали директори**

РАҚАМЛИ ТРАНСФОРМАЦИЯ ШАРОИТИДА ЭЛЕКТРОН ТУРДАГИ СУҒУРТА ХИЗМАТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Бу мақолада COVID-19 коронавирус пандемиясининг Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётига салбий таъсири ортидан миллий суғурта бозорида юзага келган вазият илмий-амалий жиҳатдан тадқиқ этилган. Суғурта бозори фаолиятини ривожлантириш ва рақамлаштириш доирасида “UZBEKINVEST” экспорт-импорт суғурта компанияси томонидан миқозларга электрон суғурта хизматларини кўрсатиш, электрон полисларни расмийлаштириш, чоп этиш, шунингдек замонавий бозордаги суғурта компаниялари фаолиятини тубдан ўзгартириб, уларни миқозларга кўрсатиладиган хизматларни интернет тармоғи орқали етказишга йўналтириш бўйича чора-тадбирлар кўриш илмий таҳлили ёритиб берилган.

Калит сўзлар: суғурта, суғута полиси, трансформация, веб-сайтга ташриф буюрувчилар, «Суғурта мактаби», суғуртада Интернет (IT) концепцияси, электрон турдаги суғурта хизматлари, суғурта агенти.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ СТРАХОВЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

**к.э.н., Алимджанов Нодир Хамидуллаевич,
руководитель компании «Узбекинвест ЭИДСАК»**

Аннотация: В данной статье рассматривается ситуация на национальном страховом рынке после негативного влияния пандемии коронавируса COVID-19 на экономику Республики Узбекистан. Экспортно-импортная страховая компания «UZBEKINVEST» в рамках развития и цифровизации страхового рынка предприняла меры по кардинальному изменению деятельности страховых компаний на современном рынке и обеспечению их интернет-услугами, освещен научный анализ принятых мер.

Ключевые слова: страхование, страховой полис, трансформация, посетители сайта, «Школа страхования», концепция Интернета(ИТ) в страховании, электронный вид страховых услуг, страховой агент.

IMPROVEMENT OF ELECTRONIC INSURANCE SERVICES IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

**Candidate of Economics, Alimjanov Nodir Khamidullaevich,
Head of the company "Uzbekinvest EIDIAC"**

Annotation: This article examines the situation in the national insurance market following the negative impact of the COVID-19 coronavirus pandemic on the economy of the Republic of Uzbekistan. As part of the development and digitization of the insurance market, UZBEKINVEST Export-Import Insurance Company has taken measures to radically change the activities of insurance companies in the modern market and provide them with Internet services. The scientific analysis of the measures taken is illuminated.

Keywords: insurance, insurance policy, transformation, website visitors, "School of Insurance", the concept of Internet(IT) in insurance, electronic type insurance services, insurance agent.

Рақамли трансформация шароитида суғурта бозорини янгилаш, инновацион ривожланиш ғояларини излаш, суғурта маҳсулотларини такомиллаштириш бўйича янги қарашлар технологиялар даврида жуда долзарб мавзу бўлиб ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 19 мартдаги “Коронавирус пандемияси ва глобал инкироз ҳолатларининг иқтисодиёт тармоқларига салбий таъсирини юмшатиш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5969-сон Фармонида асосан коронавирус инфекцияси тарқалишига қарши курашиш ва бошқа глобал хавф-хатарлар даврида макроиқтисодий барқарорликни, иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларининг узлуксиз ишлашини таъминлаш, ташқи иқтисодий фаолиятни рағбатлантириш, аҳолини самарали ижтимоий қўллаб-қувватлаш, мамлакат аҳолиси даромадлари кескин пасайиб кетишининг олдини олиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ҳузурида юридик шахс ташкил этмаган ҳолда 10 трлн.сўм миқдоридаги инкирозга қарши курашиш жамғармаси ташкил этилди.¹

COVID-19 коронавирус пандемияси дунёнинг аксарият мамлакатларида кузатилгани каби Ўзбекистон иқтисодиётига ҳам сезиларли салбий таъсир кўрсатди. Ушбу вируснинг аҳоли ўртасида кенг тарқалишини олдини олиш мақсадида Ўзбекистон ҳукумати томонидан қатъий карантин чораларининг белгиланиши кўплаб йирик ва кичик корхоналар фаолиятининг вақтинча тўхтаб қолишига ёхуд чекланган шароитда фаолият юритишига сабаб бўлмоқда. Айтарли барча давлат ташкилотлари, мулкчилик шаклидан қатъий назар барча корхона ва ташкилотлар масофавий иш режимига ўтказилди. Пандемия туфайли ишсизлик даражаси ошди ва аҳоли даромадлари нисбатан камайди. коронавирус пандемияси дунёнинг аксарият мамлакатларида кузатилгани каби Ўзбекистон иқтисодиётига ҳам сезиларли салбий таъсир кўрсатди. Ушбу вируснинг аҳоли ўртасида кенг тарқалишини олдини олиш мақсадида Ўзбекистон ҳукумати томонидан қатъий карантин чораларининг белгиланиши кўплаб йирик ва кичик корхоналар фаолиятининг вақтинча тўхтаб қолишига ёхуд чекланган шароитда фаолият юритишига сабаб бўлмоқда. Айтарли барча давлат ташкилотлари, мулкчилик шаклидан қатъий назар барча корхона ва ташкилотлар масофавий иш режимига ўтказилди. Пандемия туфайли ишсизлик даражаси ошди ва аҳоли даромадлари нисбатан камайди.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 19 мартдаги “Коронавирус пандемияси ва глобал инкироз ҳолатларининг иқтисодиёт тармоқларига салбий таъсирини юмшатиш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5969-сон Фармони

Айтиш жоизки, COVID-19 пандемияси билан боғлиқ янги хавф-хатарлар янги каналлар талаб қиладиган янги маҳсулот ва хизматларни шаклланишига олиб келди, бу эса замонавий бозордаги суғурта компаниялари фаолиятини тубдан ўзгартириб, уларни миждозларга кўрсатиладиган хизматларни интернет тармоғи орқали етказишга йўналтирди.

Аввало рақамли иқтисодиёт сўзига таъриф берадиган бўлсак, рақамли иқтисодиёт бу иқтисодий-ижтимоий ва маданий алоқаларни рақамли технологияларни қўллаш асосида амалга ошириш тизимидир. Ҳозирги даврни ҳеч иккиланмасдан ахборот технологиялар асри деб айтишимиз мумкин, шундай экан, бугунги кунда инсоният тараққий этиши кўп жиҳатдан ахборот технологияларининг ривожланиш шиддатларига бевосита боғлиқ бўлиб қолган десак адашмаймиз. Зеро ўз ҳаётимизни ҳам ҳозирда замонавий технологияларсиз ҳатто рақамли иқтисодиётсиз тасаввур ҳам эта олмаймиз.

Рақамли иқтисодиёт - бу иқтисодий, ижтимоий ва маданий алоқаларни рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда амалга ошириш тизими бўлиб, бунга авваламбор онлайн-хизматлар, масофавий таълим, электрон тўловлар, товар ва хизматларнинг интернет-савдоси мисол бўла олади.

Президентимизнинг миллий суғурта бозорининг жадал ривожланишини таъминлаш, истеъмолчиларнинг суғурта бозорига бўлган ишончини ошириш, шунингдек, 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Ёшларни қўллаб-қувватлаш ва аҳоли саломатлигини мустаҳкамлаш йили»да амалга оширишга оид дастурида бир қанча вазифалар белгилаб берилди. Шунга мувофиқ:

2022 йил 1 июлдан бошлаб:

- суғуртанинг барча турларини (классларини) электрон шаклда амалга оширишга рухсат берилади;
- барча суғурта турлари бўйича суғурта полислари Молия вазирлиги ҳузуридаги Суғурта бозорини ривожлантириш агентлиги Суғурта тўловларини кафолатлаш жамғармаси билан биргаликда юритадиган ягона автоматлаштирилган ахборот тизимида рўйхатга олинади;
- 2023 йил 1 январдан бошлаб мажбурий суғуртанинг барча турлари бўйича суғурта полисларини қоғоз бланкаларда расмийлаштириш амалиёти бекор қилинади.
- жисмоний шахсларнинг узоқ муддатли ҳаёт суғуртаси шартномаси бўйича йўналтирган маблағлари ҳамда уларга тўланган суғурта тўлови (суғурта товони) Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодексига асосан солиққа тортилмаслиги маълумот учун қабул қилинсин.
- 2022 йил 1 январдан 2025 йил 1 январга қадар ҳаёт суғуртаси соҳасида фаолият юритаётган суғурта ташкилотларининг мазкур фаолияти қисми учун ҳисобланадиган фойда солиғи бўйича белгиланган солиқ ставкаси 50 фоизга камайтирилади;
- суғурта шартномаларини ягона ахборот тизими орқали расмийлаштириш суғурта ташкилотлари учун мажбурий ҳисобланади.¹

Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» 2019 йил 2 августдаги ПҚ-4412-сон қарори ижросини таъминлаш, шунингдек, замонавий ахборот технологияларидан кенг фойдаланиш, суғурта хизматларининг электрон турларини фаол жорий этиш ва ривожлантириш мақсадида Вазирлар Маҳкамаси қарор қилади:²

- Вазирлар Маҳкамасининг «Транспорт воситалари эгаларининг фуқаролик жавобгарлигини мажбурий суғурта қилишни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2019 йил 16 мартдаги 222-сон қарори ижросини таъминлаш мақсадида онлайн

¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори суғурта бозорини рақамлаштириш ва ҳаёт суғуртаси соҳасини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида

²Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарори электрон турдаги суғурта хизматларини кўрсатиш тартибини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида

тартибида фаолият юритувчи тегишли вазирлик ва идораларнинг ахборот тизимлари, жисмоний ва юридик шахсларнинг марказий маълумотлар базаси билан интеграциялашган транспорт воситалари эгаларининг фуқаролик жавобгарлигини мажбурий суғурта қилиш бўйича ягона ахборот тизими (кейинги ўринларда-ягона ахборот тизими) жорий этилгани маълумот учун қабул қилинсин.

- Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги, Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги ва Суғурта тўловларини кафолатлаш жамғармасининг электрон турдаги суғурта хизматларини (кейинги ўринларда-Е-полис) ягона ахборот тизими таркибида амалга ошириш ҳақидаги таклифларига розилик берилсин.

Ушбу қарорига асосан компания ходимларининг билим ва касбий маҳоратини ошириш мақсадида «Uzbekinvest суғурта мактаби» ташкил этилди. «Суғурта мактаби» дорасида компаниянинг суғурта соҳасига қўйилаётган вазифалар:

- бозордаги кучли рақобат шароитида компания ходимларини ўқитиш;
- уларга замонавий билимларни бериш ҳамда узлуксиз равишда касб малакасини ошириб бориш;
- барча ходимларини ўқитиш ва малакасини ошириш учун ноёб Moodle.uzbekinvest.uz ахборот платформаси ишлаб чиқилди. Ушбу платформа ёрдамида онлайн тарзда суғурта маҳсулотларини сотиш бўйича билимларни олиш ва суғурта агенти фаолиятини ўрганиш мумкин.

Мижозларга электрон турдаги суғурта хизматлари кўрсатишга қўйидагилар киради:

- муайян суғурта маҳсулотини танлаш (суғурта хизмати);
- суғурта қоидалари билан танишиш ва бу фактнинг қонуний аҳамиятга эга бўлган тасдиқланиши;
- зарур ҳужжатларни рўйхатдан ўтказиш (суғурта учун ариза, анкета ва бошқалар);
- суғурта полисини расмийлаштириш учун зарур бўлган ҳужжатларни тақдим этиш, масалан, автомашинани рўйхатдан ўтказиш гувоҳномасининг нусхасини юбориш ва бошқалар;
- суғурта хизмати нархининг ҳисоб-китобини олиш (калькуляторда ёки андеррайтор жараёнида);
- суғурта мукофотини (ёки биринчи суғурта мукофотини) тўлаш;
- суғурта полисини (суғурта шартномасини) олиш;
- суғурта шартномасига ўзгартиришлар киритиш;
- суғурта ҳодисаси тўғрисида ариза бериш;
- суғурта тўловини олиш.

Электрон турдаги суғурта хизматларининг ижобий томонлари қўйидагилар киради:

- интернет фойдаланувчилари ва онлайн тижорат оператсиялари билан шуғулланувчи шахслар сонининг кўпайиши;
- суғурталовчи ва суғурталанувчининг интернет тармоғи орқали ўзаро муносабатларини тартибга солувчи қонунчилик нормаларининг пайдо бўлиши;
- суғурта хизматларини онлайн сотиш ва суғурта ҳодисаларини Интернет орқали ҳал қилишнинг юқори рентабеллиги;
- суғуртада Интернет (ИТ) концепциясини ишлаб чиқиш;
- суғурталовчилар томонидан суғурта хизматларини хусусийлаштириш, уларни таклиф қилиш ва йўқотишларни қоплашга қаратилган.

Электрон турдаги суғурта хизматларининг ижобий томонлари қўйидагилар киради:

- суғурта фирибгарлигининг юқори даражаси;
- онлайн суғурта оператсияларининг кибержиноятларга потентсиал таъсири;
- суғурталовчиларнинг юқори рентабеллик даражаси туфайли онлайн суғуртанинг ҳайдовчиси бўлиши мумкин бўлган оммавий суғурта турларига қизиқиш билдирмаслиги;

- суғурта муассасаларига ишончининг умумий паст даражаси ва суғурта маданияти.

Ўзбекистон охириги 4 йилда ўз фаолиятида ахборот технологияларини жорий этишга алоҳида эътибор қаратмоқда. Бугунги кунда, энг замонавий ахборот технологияларидан фойдаланган ҳолда «Uzbekinvest» суғурта компаниясининг барча бизнес жараёнлари автоматлаштирилди, жумладан, расмийлаштирилган шартномаларни ҳисобга олиш тизими, суғурта полисларини сотувини ҳисобга олиш тизими, кадрлар ҳисоби, иш юритиш тизими, суғурта даволарни кўриб чиқиш тизими, бухгалтерия ҳисоби, агентлик тармоғини бошқариш тизими ва аналитик воситалар ишлаб чиқилди. Ҳозирги кунда компаниянинг фаолият юритаётган онлайн суғурта қилиш имкониятини берувчи insurance.uz интернет дўкони ҳар томонлама такомиллашган.

Биринчи навбатда «Uzbekinvest» IT мутахассислари веб саҳифани интернет фойдаланувчилари учун қулай ҳамда техник томонидан мукамал бўлган платформада қайта жорий қилинди. Саҳифада фақат аҳоли орасида қизиқиш катта бўлган суғурта хизматлари қолдирилди. Бунинг натижасида интернет дўкон ишлаш тезлиги ошди, қидирув тизимларидаги ўрни кўтарилди ва энг асосийси фойдаланувчиларнинг сони кўпайди.

1-жадвал

Суғурта бозорини рақамлаштиришнинг асосий йўналишлари таснифи

Йўналишлар	Аниқликлар	Қўлланиши кўзда тутилган рақамли технологиялар	Фойдаланувчилар учун устунликлар
Интернетлаштириш	Суғурта компаниялари бизнес-жараёнларида интернет хизматларидан кенг фойдаланиш	Янги технологиялар; симсиз алоқа технологиялари; булутли технологиялар	Ташқи фойдаланувчилар; суғурталанувчилар; ички фойдаланувчилар; ходимлар; суғурта агентлари.
Индивидуаллаштириш	Суғурта бўйича индивидуал таклифларини (суғурта тарифлари, хатарлари ва б.) ишлаб чиқиш	Катта маълумотлар, янги ишлаб чиқариш технологиялари, симсиз алоқа технологиялари	Потенциал суғурталанувчилар
Рақамлаштириш	Суғурталовчиларнинг бизнес жараёнларида рақамлар технологияларидан кенг фойдаланиш	Янги ишлаб чиқариш технологиялари, симсиз алоқа технологиялари	Ходимлар ва суғурталанувчилар

1-жадвал орқали кўришимиз мумкинки суғурталовчи бизнес жараёнларида рақамли технологияларнинг 3 босқичи келтирилган. Интернетлаштириш - бунга мисол сифатида суғурта компаниялари томонидан суғурта полисларини реализация қилишда хизматларни онлайн амалга ошириш. Компания учун катта имкониятлар яратади, харажатларни тежашга имкон яратади. Индивидуаллаштириш босқичида ҳар бир йўналиш бўйича алоҳида ёндашув амалга оширилади. Рақамлаштириш жараёнида йиғилган тажриба асосида соҳани маълум бир тизимга солиш, маълумотлар базасини шакллантириш, суғурта компаниялари фаолияти устидан улар сотаётган суғурта маҳсулотлар устидан назоратни амалга ошириш имконияти туғилади.

Маркетологлар интернет дўконини жозибадор ва қулайроқ қилиш учун сайт интерфейси устида тадқиқотлар олиб бориб суғурта маҳсулотлари учун алоҳида сурат ва расмлар тайёрланди, ҳар бир хизмат учун тушунарли маълумотлар жойлаштирилди, полис нарҳини ҳисоблашга ёрдам берувчи калькулятор оптималлаштирилди.

Веб-сайтга ташриф буюрувчилар динамикаси бўйича 2020-йилда компания insurance.uz интернет дўконига 131375 нафар фойдаланувчи интернетга ташриф буюриб, 2019-йилда бу кўрсаткич 52536га тенг бўлган, ўсиш 250 фоизни ташкил қилди.

Компания томонидан Андроид ва ИОС операцион тизимларида ишловчи смартфонлар учун ишлаб чиқилган Uzbekinvest мобил иловаси орқали нафақат суғурта хизматларини харид қилиш, балки, суғурта ҳодисаси ҳақида хабар бериш, полисларни амал қилиш муддатини узайтириш, шахсий кабинет орқали полисларни бошқариш каби функциялар мавжуд. Бугунги кунда Uzbekinvest мобил иловасида 20 мингга яқин смартфон эгалари фойдаланишмоқда.

Ўтган йили давомида интернет-дўкон орқали 13 083 та суғурта полислари онлайн расмийлаштирилди, келиб тушган суғурта муқофотлари ҳажми 1,3 млрд. сўмдан ортиқ бўлди. Бундай юқори натижаларга эришишга юқорида кўрсатилган чора-тадбирларни амалга оширилиши сабаб бўлди.

Суғурта агентлар фаолиятини ривожлантириш ва рақамлаштириш доирасида Uzbekinvest компанияси ҳужжатларини автоматик равишда сканерлаш, полисларни расмийлаштириш, чоп этиш, шунингдек агентнинг мобил қурилмасидан ҳужжатларни шакллантириш каби функцияларга эга замонавий мобил иловаси ишлаб чиқилди.

Uzbekinvest компаниясининг инфорацион технологиялар соҳасидаги яқин келажакдаги мақсади ва вазифалари миқозларга кўрсатиладиган сервис сифатини янада ривожлантириш ва такомиллаштиришга, сотиш каналларини кўпайтиришга ва тез ўзгарувчан бозорда рақобатдошликни таъминлашга қаратилган.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 19 мартдаги “Коронавирус пандемияси ва глобал инқироз ҳолатларининг иқтисодий тармоқларига салбий таъсирини юмшатиш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5969-сон Фармони
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 августдаги «Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-4412-сон қарорида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарори электрон турдаги суғурта хизматларини кўрсатиш тартибини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида
3. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Ёшларни қўллаб-қувватлаш ва аҳоли саломатлигини мустаҳкамлаш йили»да амалга оширишга оид давлат дастурида “Суғурта бозорини рақамлаштириш ва ҳаёт суғуртаси соҳасини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида
4. Uzbekinvest суғурта компанияси Йиллик ҳисоботи-2020

Курбанов Фируз Голибович
Базовый докторант Бухарского государственного университета

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ – ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ МУЗЕЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с коммуникационной системой музейных услуг и перспективные аспекты развития коммуникации в данной сфере на базе широкого применения цифровой технологии.

Abstract. The present article deals with problems related to communication system of museum services, and discusses perspective aspects in the development of communication in this sphere on the basis of widespread digital technology implementation.

Ключевые слова. Музей, музейные услуги, музейная аудитория, коммуникация, цифровые технологии

Key words. Museum, museum services, museum audience, communication, digital technologies.

Развитие музейных услуг, как особая сфера приложения труда и духовного воспитания людей имеет важное значение. Место музея в социокультурном пространстве общества определяется естественным желанием человека к изучению своего духовного и материального мира, а также стремлением в приобщении к общечеловеческим духовным и культурным ценностям. В этой связи очень велика роль музея, как хранителя культурных и исторических ценностей общества.

Музей коммуницирует со своей аудиторией посредством своих коллекций, выстраивая как бы, культурный диалог сквозь историческую ретроспективу. Роль и миссия музея в социокультурном пространстве общества как производителя и распространителя культурного контента весьма велика. Однако нельзя представить себе эффективное выполнение данной миссии без правильно подобранной стратегии в коммуникации музея при общении со своей аудиторией.

В музейном пространстве коммуникация это процесс диалога между музейными сотрудниками, экспозициями и посетителями. В наше время во всех сферах общественной жизни, в частности в музейном пространстве все шире углубляются элементы цифровых технологий и такие понятия, как коммуникация становятся определяющими в деятельности многих культурных учреждений. А вопросы открытости и доступности наряду с привлекательностью музея для широкой аудитории формирует основную организационно - экономическую политику данного социального института. В этой связи становится актуальным высказывание директора “Британского музея” Д. М. Вилсона: «Музей это, совокупность экспонатов, которые он хранит. Первая задача музейного директора, заботиться об этих экспонатах Вторая задача сделать эти экспонаты доступными для любого, кто хочет их увидеть».¹

Говоря о важности коммуникации в общении музея со своей аудиторией, стоило бы отметить несколько важных изменений, которые произошли в деятельности данного культурного учреждения.

- Произошло серьезное смещение фокуса основного внимания музея, изначально оно было приковано к музейным коллекциям, в настоящее время - сконцентрировано на работе со своей аудиторией.² Поэтому рост эффективности музейных услуг во многом определяется увеличением посетителей музея. В связи с этим дальнейший рост музейной аудитории ставит задачу увеличения охвата данной аудитории. В решение данной непростой задачи огромная роль отводится широкому применению цифровых технологий в системе музейных услуг.

В свете вышеизложенного, для музея стало очень важным пересмотреть и усовершенствовать свою модель коммуникации с обществом. Так как, именно коммуникация становится основным инструментом воздействия в привлечении новых посетителей и в сохранении численности постоянной музейной аудитории. В последнее время в музейной среде все чаще стали использоваться такие понятия как «клиентонаправленность» и ориентированность на посетителей. Вопрос «ориентированности на своих посетителей» в свою очередь стал своего рода «камнем преткновения», породивший большое количество полемики среди музейных

¹ Wilson David M. What Do We Need Money For? in T. Ambrose (ed.), Money, Money, Money, and Museums, Edinburgh (Scottish Museums Council). 1991

² Kenneth Hudson, ‘The Museum Refuses to Stand Still’, Museum International, No. 197, January - March, 1998, p. 43

специалистов.¹ За последнее время было написано большое количество научных трудов, которые выступают за и против идеи «полной ориентированности музеев на своих посетителей» и как следствие, активного использования инноваций и цифровых технологий. Тем не менее, большое количество ведущих мировых музеев делают ставку именно на активное использование цифровых технологий в музейном пространстве. Вопрос преобразования и обновления музейных услуг как концептуально, так и организационно давно стоит на повестке дня.

В современном мире глобальных цифровых технологий, когда потребитель хорошо проинформирован, а «клиентонаправленность» становится основным требованием в сфере культурных услуг, музейные услуги, чтобы сохранить свою привлекательность и конкурентоспособность делают ставку на «впечатления».

Термин «экономика впечатлений» был введен в научный обиход Джеймс Гилмором и Джозеф Пайном в 1998 году.² Уже двадцать с лишним лет специалисты по музейному менеджменту и музейному маркетингу пытаются направить все свои усилия по преобразованию и обновлению музейных услуг в русло данной экономики. Ключевым фактором и средством постоянного предложения новых привлекательных впечатлений и сохранения конкурентоспособности в «экономике впечатлений» на растущем и все более разнообразном глобальном рынке услуг являются инновации и ставка на широкое использование цифровых технологий.

Потенциал использования цифровых технологий в музеях Узбекистана крайне высок, но он не используется в полной мере. В большинстве музеев Республики Узбекистан по сей день, основная ставка делается на традиционную коммуникацию, которая, как правило, начинается с момента, когда посетитель приходит в музей и при этом практически не уделяется внимание (или уделяется в меньшей степени) этапу пробуждения интереса и дальнейшего приобщения посетителя к регулярному посещению музея.

Мировые музеи проделали большую работу на этом поприще, проводя активную пропаганду посещения музея и пытаясь привлечь внимание представителей разных социальных групп общества, организовывая разные культурные мероприятия и освещая всю эту деятельность при помощи современных цифровых технологий.

Мы можем рассмотреть наиболее популярные среди музеев виды цифровых услуг, которые существенно облегчают музейную коммуникацию и делают музей более открытым и доступным для своей аудитории.

В практике осуществление следующих элементов информационных технологий:

- Услуги электронных касс для приобретения электронных билетов на разнообразные музейные услуги;
- Оцифровка музейных коллекций и использование цифровых музейных каталогов;
- Использование больших информационных баз, отражающих подробные сведения о музейных коллекциях и музейной деятельности;
- Представленность музеев в различных социальных сетях и в интернете;
- Все возможные гаджеты и технологии (аудиогиды, радиогиды, touchscreen, qr code, виртуальный музей и т.д.), диверсифицирующие и улучшающие качество музейных услуг;
- 3D технологии и услуги виртуального музея повышают качество и охват музейных услуг. Так же применение информационных технологий способствует доступности музейных экспонатов и снижает коммуникационные издержки музейных услуг.

Следует отметить, что наряду с другими музеями Республики, Бухарский государственный музей заповедник также пытается активно использовать цифровые

¹ Camarero Carmen , Garrido María José, Vicente Eva. Achieving effective visitor orientation in European museums. Innovation versus custodial. Journal of Cultural Heritage. 16. 2015 P. 228 – 235

² Rentschler, Ruth and Gilmore, Audrey. 2002, Museums: discovering services marketing, International journal of arts management, vol. 5, no. 1, Fall, pp. 62-72.

технологии в своей деятельности. Наличие музейной Веб-страницы и присутствие музея во всех популярных социальных сетях помогает освещать музейную деятельность. Активное использование «аудиогидов», к примеру, существенно увеличило количество потребления этой музейной услуги. А создание национального электронного каталога экспонатов музеев Республики открывает для всех желающих доступ к уникальным памятникам истории и культуры. Но при этом существует и целый ряд задач и проблем, которые не дают в полной мере реализовать потенциал использования цифровых технологий в Бухарском музее:

- отсутствие единой стратегии по внедрению, использованию и техническому обслуживанию цифровых технологий в музеях Бухары и как следствие слабая интерактивность и обновляемость этих услуг;

- акцент на классический облик музейной экспозиции, как следствие, слабая представленность в залах музея 3D, touch screen и qr code технологий;

- использование не в полной мере потенциала социальных сетей, как инструмента коммуникации для привлечения посетителей в музей;

- отсутствие стратегии по созданию «постоянной» аудитории музея и как следствие, отсутствие механизмов поощрения посетителей, посещающих музей на постоянной основе.

С учетом вышеизложенного Бухарскому музею следует более четко сформулировать основные направления в стратегии коммуникации со своей аудиторией с акцентом на использование огромного потенциала цифровых технологий. Стоит также еще раз пересмотреть, с учетом изучения мнения посетителей, механизмы внедрения инновационных услуг, повышающих эффективность и интерактивность музейной услуги в целом. А также увеличить степень персонализации постоянных посетителей музея и разработать механизмы поощрения таких посетителей.

Правильное и своевременное использование цифровых технологий в музейном пространстве значительно повышает эффективность музейной услуги и создает возможность выбора формата коммуникации, который будет удобен для того или иного музейного посетителя. Инновационные цифровые технологии в свою очередь повышают интерактивность музейной экспозиции, тем самым привлекая внимание посетителей.

В заключении следует подчеркнуть, что использование цифровых технологий в системе музейных услуг оправдало и зарекомендовало себя, как практичный и действенный инструмент коммуникации музея со своей аудиторией. Углубление цифровых информационных технологий в музейном пространстве обеспечит расширение музейной аудитории в стране.

Список литературы

1. Camarero Carmen, Garrido María José, Vicente Eva. Achieving effective visitor orientation in European museums. Innovation versus custodial. Journal of Cultural Heritage. 16. 2015 P. 228 – 235
2. Kenneth Hudson, ‘The Museum Refuses to Stand Still’, Museum International, No. 197, January - March, 1998, p. 43
3. Wilson David M. What Do We Need Money For? in T. Ambrose (ed.), Money, Money, Money, and Museums, Edinburgh (Scottish Museums Council). 1991
4. Rentschler, Ruth and Gilmore, Audrey. 2002, Museums: discovering services marketing, International journal of arts management, vol. 5, no. 1, Fall, pp. 62-72.

Рустамов Нарзилло Истамович,
Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)
Тошкент давлат иқтисодиёт университети

ИҚТИСОДИЁТ ТАРМОҚЛАРИНИ ТРАНСФОРМАЦИЯЛАШГА ДОИР НАЗАРИЙ ҚАРАШЛАР ВА УЛАРНИНГ ИЛМИЙ АСОСЛАРИ

Аннотация. Мақолада трансформация тушунчасининг мазмуни ва моҳити, унинг илмий асослари ва асосий йўналишлари келтирилган. Трансформацияга доир дунё олимларининг илмий қарашлари ва асосий ғоялари ёритилган.

Аннотация. В статье проведено сущность и значения понятия трансформации, её научные основы и основные направления. Освещено научные взгляды и основные идеи мировых ученых о трансформации.

Annotation. The article contains the essence and meanings of the concept of transformation, its scientific foundations and main directions. The scientific views and main ideas of world scientists about transformation are covered.

Иқтисодиётда таркибий ўзгаришларни амалга ошириш жараёнида давлат корхоналарини трансформация қилиш қилиш бугунги кундаги долзарб вазифалардан бири ҳисобланади. Саноат тармоқларини трансформациялаш, юқори технологияли қайта ишлаш тармоқларини, энг аввало, маҳаллий хом ашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш асосида юқори кўшимча қийматли тайёр маҳсулотларни ишлаб чиқариш бўйича жадал ривожлантиришга қаратилган сифат жиҳатидан янги босқичга ўтказиш орқали янада модернизация ва диверсификация қилиш, принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш, ички ва ташқи бозорда миллий товарлар рақобатбардошлигини таъминлаш ҳам мазкур йўналишнинг энг муҳим ва устувор вазифаларидир. Саноат тармоқларида трансформациялаш жараёнларини амалга оширишда “трансформация” тушунчаси ва унинг илмий асосларини ўрганиш муҳим ҳисобланади.

“Трансформация” атамаси иқтисодий тизимдаги туб ўзгаришларнинг сифат хусусиятларини баҳолаш зарурати туфайли вужудга келган бўлиб, у қайтариб бўлмайдиган ва келажак моделини шакллантириш йўлида янги сифат босқичларига ўтиш ҳолатини ифодалайди. Бу ҳолатда революцион жараёнга хос бўлган сакрашлар рўй беради. У ҳар доим бир хил кўринишга эга бўлмайди, лекин кўпинча бу жараён туб ислохотлар ёки инқилобий ўзгаришлар рўй беришини назарда тутаяди, уни нафақат бурилиш жараёни, балки ўтиш концепциясига мос келадиган босқичма-босқич эволюцион ривожланиш жараёнларининг тўхташи сифатида ҳам кўриб чиқилиш керак.

Иқтисодий адабиётларда трансформация турли талқинларда кўриб чиқилган. Таърифга эътибор қаратадиган бўлсак, “трансформация - бу иқтисодий фаолиятнинг тузилма, шакл ва усулларини қайта шакллантириш, унинг мақсад йўналишларини ўзгартиришдир”[1], демак бу ерда трансформация эволюцион тизимда революцион характердаги сифат ўзгаришларини амалга оширишни англатади. Лотин тилидан таржима қилинганда “трансформация” атамаси қайта шакллантириш, ўзгартириш деган маъноларни англатади. Шунинингдек, бу тушунча иқтисодий тизимда сифат жиҳатидан ўзгаришлар ва ривожланиш содир бўладиган жараёнларни бирлаштириши керак. Тизимдаги сифат ўзгаришлари унинг тузилишини ўзгартириш билан бир вақтда содир бўганлиги сабабли, унинг асосини тизим тузилишининг ўзгариши ташкил этиб, у иқтисодий фаолиятнинг шакллари ва усуллари ўзгаришига олиб келади. Иқтисодий фаолиятнинг мақсадли йўналишларини ўзгартириш уни мослаштиришга олиб келиши ёки уни сақлаб қолиши мумкин.

Трансформация - бу иқтисодий тизимнинг маълум параметрлари, жумладан, ўзгаришлар жараёнининг йўналиши, суръати, интенсивлиги, давомийлиги ва бошқа

хусусиятларининг қандайдир ўзгариши билан тавсифланган ҳаракатдир. Бу ҳаракат шакли, тизимнинг маълум вақтдаги ва иқтисодий макондаги ҳаракатининг маълум бир сифат жиҳати ҳисобланади.

“Трансформация” категориясини олимлар турли талқинларда ўрганганлар. Масалан, неоинституционализм илмий мактабининг олимлари “трансформация” категориясини иқтисодий тартиблар нуқтаи-назаридан изоҳлайдилар. Уларни баъзилари “трансформация” категориясини тизимнинг тузилиши, тартибдаги ўзгаришлар натижасида иқтисодий тизимнинг тубдан ўзгариши деб тушунишади, бошқалари буни “тартибни ташкил этувчи алоҳида белгиларни ҳам бошқалари билан алмаштириш” деб ҳисоблайдилар. Унда эски тартиб (унинг алоҳида соҳаси) янгиси билан алмаштирилади” [2].

Шунинг учун “жамиятнинг глобал трансформацияси” тушунчасидан фойдаланган Э.Тоффлернинг[3] фикрига мурожаат қилинади. У жамиятнинг ўзгаришини баҳолашга глобал нуқтаи-назардан ёндашади, трансформация орқали жамият ривожланишидаги муҳим сифат ўзгаришларини тушунади, уларнинг ҳар бири жамият ривожланишининг олдинги йўналишини давоми эмас, балки унинг тубдан ўзгаришини, ҳатто олдинги ҳолатини инкор этиши мумкинлигини ҳам эътироф этади. Ҳаракатнинг бу тури иқтисодий тизимларга хосдир. Шунинг учун трансформация жараёни тизимларни сифат жиҳатдан ўзгартириш жараёнининг чуқурлиги нуқтаи-назаридан ҳам тавсифланади. Э.Тоффлернинг эътирофга кўра, “Бу бир иқтисодий тартибнинг таркибий хусусиятларини бошқа тартибнинг ўхшаш хусусиятлари билан алмаштириш жараёни, бунинг натижасида бутун иқтисодий тизим тубдан ўзгаради. Айрим давлатлар ва мамлакатларда иқтисодий тартибдаги ўзгаришлар турли сабабларга кўра рўй бериши мумкин: кетма-кет эволюция жараёнлари (эндоген трансформация) ёки инсонларнинг онгли ҳаракатлари (экзоген трансформация) натижаси бўлиши мумкин”.

Иқтисодчи олим Б.Шаванс “трансформация сиёсий режим, мулкчилик шакллари, мувофиқлаштириш механизмлари каби аниқ шакллардаги туб ўзгаришларни ўз ичига олади”, деб таъкидлайди[4]. Унинг илмий ишларида юқоридаги ҳолатларда трансформация дискрет жараён сифатида қаралади.

Россиялик олим В.Н. Кириченконинг[5] фикрига кўра, трансформация биринчидан, ижтимоий-иқтисодий тизимлар ёки уларнинг алоҳида бўлимларидаги ўзгаришлар давомийлигидан келиб чиқади, бунда “горизонтал” ривожланиш (асосан тизимнинг миқдорий жиҳатлари ўзгариши) ва “вертикал” (асосан сифат хусусиятлари ўзгаришлар) ривожланиш бир-биридан фарқланади. Иккинчидан, бу жараённинг объектив ва субъектив томонлари мавжуд: бу жараённинг объективлиги “сиёсат билан белгиланадиган субъектив фаолият билан рағбатлантирилади ҳамда мустақамланади”. Горизонтал тарзда содир бўладиган ўзгаришларни В.Н. Кириченко модернизация ва иқтисодий тизимни такомиллаштириш, вертикал ўзгаришларни трансформация деб атайти. Бундан ташқари, трансформация бутун тизимда ҳам, унинг айрим қисмларидаги “элемент”ларда ҳам сифат жиҳатидан ўзгаришларга имкон беради. В.Н. Кириченконинг сўзларига кўра, трансформация - бу ривожланишнинг маълум бир босқичи, тизимнинг тубдан ўзгаришини ифодалайдиган сакраш жараёнидир. Сакрашдан олдин содир бўладиган барча миқдорий ўзгаришлар горизонтал ривожланиш, яъни тизимни модернизация қилишдир. Шундай қилиб, трансформация иқтисодий тизимдаги сифат (тизимнинг ҳатто бир қисми ўзгариши натижасида юзага келадиган) ўзгаришларнинг дискрет жараёнидир. Бу талқинда “трансформация” атамаси, биз билганимиздек, миқдорий ва сифат ўзгаришларининг турли даврларига бўлинган ҳолда унга ўтишга тайёргарликнинг бутун жараёнини ўз ичига олмайди, трансформация тизимнинг ўзини ўзгартириш жараёни эмас, балки фақат олдинги ўзгаришларнинг натижаси, трансформация рўй берадиган объектив ҳолатдир.

Э.Г. Юдиннинг фикрига кўра, “ҳаракат”, “фаолият”, “ривожланиш” ва “трансформация” категориялари бир-биридан ажратгандан сўнг, иқтисодий тизимларнинг тегишли жараёнларининг қонуниятлари ҳақида тасаввурга эга бўлиш керак. Фалсафада

тизимнинг ҳаракат қонунлари одатда икки гуруҳга бўлинади: 1) тизимнинг мавжудлиги ва фаолият кўрсатиш қонуниятлари (тизимнинг сифатини, тузилиши ва яхлитлигини сақлаш қонунлари), 2) тизимнинг ривожланиш (сифат ўзгариши) қонунлари [6].

Иқтисодий тизимларнинг фаолият кўрсатиш қонуниятлари уларнинг бир сифатда ҳаракат қилиш қонуниятлари, яъни оддий такрор ишлаб чиқариш, мувозанатни сақлаш ва иқтисодий тизимнинг барқарорлиги қонунларидир. Улар тизим элементларининг (ишлаб чиқариш муносабатларининг) ички ва ташқи алоқаларини, барқарорлик шароитида миллий иқтисодиётнинг яхлит ягона объект сифатида сақланиш шартлари ва механизмини тавсифлайди. Тизимнинг ривожланиш қонуниятлари - бу тизимнинг умумий тузилиши доирасидаги динамикаси қонуниятларидир. Улар тизимнинг ўзгармас муҳим хусусиятлари доирасида тизимдаги ўзгаришларнинг кетма-кетлиги, тезлиги ва йўналишини ифодалайди. Улар умумий тенденцияларни, иқтисодий тизимларнинг ўзига хос хусусиятларини (табiiй-иқлим, ишлаб чиқариш ва иқтисодий) тавсифлайди; уларнинг тузилмасидаги ўзгаришлар, унинг сифат жиҳатидан такомиллашишига олиб келадиган, тизимнинг ривожланишнинг янги, юқори даражасига ўтиши ёки тубдан ўзгариши, бу ўзгаришларнинг кетма-кетлиги, тизимнинг ривожланиш йўналиши ва тезлигини ифодалайди.

Трансформация жараёни тизимни сифат жиҳатидан ўзгартиришнинг доимий жараёни, мамлакатларнинг иқтисодий ривожланиш босқичларидаги ўзгаришлар, ривожланиш босқичлари бўлганлиги сабабли, у оддий ўзгариш механизмини ва бир босқичдан иккинчисига ўтиш механизмини ўз ичига олиши керак. Демак, трансформация жараёнлари иқтисодий тизимнинг бир босқичдан иккинчисига ўтиш қонуниятлари: ривожланиш қонуниятлари ва уларнинг ўзгаришидир.

Трансформация жараёнларининг ўзига хослиги уларнинг умумий қонуниятларини аниқлаш имконини бериши ҳисобланади.

1. Беқарорлик. Неоклассик назария концепцияси барқарорлик тамойилига асосланади, у иқтисодиётнинг барқарор ҳолати мувозанатини назарда тутади. Бу ҳолат унинг етуклик босқичига мос келади. Трансформация жараёнлари иқтисодий тизимнинг яхлитлиги ҳолатини бузади, уни аралаш тизимга айлантиради, бу ерда эски ва пайдо бўлаётган янги тизим элементлари бир вақтда амал қилади. Неоклассик нуқтаи назардан, аралаш иқтисодиёт кўпинча мувозанат ҳолатини сақлаб қолиш қобилиятини йўқотмайдиган бозор иқтисодиётининг ривожланаётган шакли сифатида қаралади. Бирок, бошқа илмий мактаб ва йўналишлар вакилларининг фикрига кўра, аралаш иқтисодиёт турли хил сифатдаги иқтисодиётдир, у биринчи навбатда инқирозли ва иждодий жараёнларнинг комбинацияси сифатида тушунилади. Шунинг учун уни тизимларнинг ўзгариши ёки цивилизация силжишларига хос бўлган тугалланмаган ҳолат деб ҳисоблаш керак.

2. Чизиқли кўринишга эга эмаслик. Ўтиш давридаги давлатларнинг трансформацион концепциясига кўра, сифат жиҳатидан тубдан ўзгаришлар ёки цивилизация силжишлар ролини ўйнайдиган трансформация жараёнлари секинлик билан рўй берадиган эволюцион ривожланишни тўхтатади. Бу жараён бўйича тадқиқот олиб борган олимлар ўзгариш қонуниятларидаги бифуркация (кескин ўзгарадиган) нуқталарига эътибор қаратадилар. Бу ерда кўп ўқли ўзгаришлар ва муқобил ривожланиш йўллариининг пайдо бўлишини кўриш мумкин. Д.Белл томонидан кашф этилган бу тенденция К.Маркснинг бир чизиқли детерминизм назариясини сезиларли даражада бойитади ва чуқурлаштиради. У ўзининг хулосаларини ҳисобга олган ҳолда, кўп чизиқли детерминизм трансформациянинг кўп ўқли тамойилини назарда тутади, бу эса детерминант сифатида муҳим мустақил аҳамиятга эга бўлган технология, мулк, сиёсат, маданият каби асосий ривожланиш омилларининг муҳим ролини назарда тутади.

3. Ўтиш босқичидалик. Ўтиш босқичи махсус қарама-қаршиликлар даври бўлади, у эски ва янги ҳодисалар ўртасидаги курашдан иборат бўлади. Бу янги элементларнинг “эски”лар устидан “ғалаба қозониши” вақти билан белгиланади, бу эса аралаш ўтиш ва

беқарор ҳолатнинг хусусияти касб этадиган янги, органик барқарор тизимга айланишини билдиради. Бу даврда ҳар бир давлатнинг жаҳон таснифидаги мавқеига қараб миллий хўжаликларда турли йўллар билан сингадиган янги сифатнинг ривожланиш тенденциялари вужудга келади.

4. Глобаллик. Трансформация жараёни ривожланишнинг янги сифат босқичига ўтиш билан яқунланади, бу эртами-кечми барча мамлакатларга таъсир қилади. Одатда ривожланган мамлакатлардан бошланади ва глобал даражада тарқалиб, барча мамлакатларга ёйилади.

Трансформация жараёнларини амалга оширишда трансформация харажатлари тушунчаси ҳам қўлланилади. Иқтисодиётда трансакция харажатларини микродаражада таҳлил қилишда Коуз–Уильямсон[7] ёндашуви трансакцион ёндашув [8] деб юритилса, макродаражада Норт ёндашуви трансформацион ёндашув деб юритилади.

Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, дастлаб трансформация харажатларини ўрганиш ишлаб чиқариш назарияси доирасида олиб борилган ва харажатларнинг ушбу тури кўпинча ишлаб чиқариш харажатлари – материални жисмоний ўзгартириш, бунинг натижасида муайян қийматга эга бўлган маҳсулот олинадиган жараёнидаги харажатларга тенглаштирилган. Ушбу харажатларга нафақат материалга ишлов бериш харажатлари, балки ишлаб чиқариш жараёнини режалаштириш ва мувофиқлаштириш билан боғлиқ харажатлар ҳам киритилган[9].

Трансформацион ёндашувга мувофиқ жамиятдаги эски расмий ва норасмий қоидаларнинг тугатилишига ва янгиларининг белгиланишига олиб келувчи ўзгаришлар трансформация харажатларининг ортишига сабаб бўлади.

Умуман олганда, Республикамизда амалга оширилган мулкни давлат тасарруфидан чиқариш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, суд-ҳуқуқ тизимини ўзгартириш, янги қонунчилик тизимини барпо этиш, бозор тизимларини шакллантириш ва бошқа ташкилий тузилмаларни ташкил этиш билан боғлиқ жараёнлар трансформацион жараёнларга киради ва уларнинг самарадорлигини ошириш мамлакатимиз иқтисодиёти келажакда барқарор ривожланишига ёрдам беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М., 1997.
2. Платонова Е. Экономические системы и их трансформация // Мировая экономика и международные отношения. 1998. № 7.
3. Тоффлер Э. Третья волна / пер. с англ. М., 2002.
4. Шаванс Б. Эволюционный путь от социализма // Вопросы экономики. 1999. № 6.
5. Кириченко В. Рыночная трансформация экономики: теория и опыт // Российский экономический журнал. 2000. № 11-12.
6. Юдин Э.Г. Системный подход и принцип деятельности. М., 1998 г.
7. Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М.: Дело ЛТД, 1993. – 8-9 б.
8. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, “отношенческая контрактация” – СПб.: Лениздат, CEV Press, 1966.–с. 640-641.
9. Олейник А.Н. Институциональная экономика: Учебно-методическое пособие. М., 2008 г.

**4-SHO‘BA:
MINTAQAVIY VA TARMOQ
IQTISODIYOTINING
INNOVATSION RIVOJLANISH
MUAMMOLARI VA
ISTIQBOLLARI**

Ивлиева О.В.
доктор географических наук,
профессор кафедры туризма,
Высшей школы бизнеса,
Южного федерального университета

ИНФОРМАЦИОННАЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ РАЗДЕЛОВ «ТУРИЗМ» НА ТУРИСТСКИХ САЙТАХ СУБЪЕКТОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

Аннотация. Развитие туристической индустрии в регионах Северного Кавказа является исключительно важной задачей для России. Северный Кавказ обладает исключительно огромным количеством разнообразных природных, этнографических и антропогенных ресурсов. Разработка путей совершенствования использования интернет-технологий в сфере туризма представляет большой интерес, как для отдельных туристских предприятий, так и для туристской отрасли в целом, способствуя повышению привлекательности туризма в регионе. Анализ информационных сайтов посвященных туризму Северного Кавказа показал, что базы данных туристических сайтов содержат большой блок информации описывающей основные достопримечательности региона, дают подробное описание природных и социально-экономических условий субъекта, сопровождаются эти разделы большим количеством фотографий. Значительно меньше внимания уделяется характеристике средств размещения и объектов питания. Характеристике транспортного обеспечения деятельности туристической индустрии в регионе уделяется недостаточное внимание.

Annotation. The development of the tourism industry in the regions of the North Caucasus is an extremely important task for Russia. The North Caucasus has an exceptionally huge number of diverse natural, ethnographic and anthropogenic resources. The development of ways to improve the use of Internet technologies in the field of tourism is of great interest, both for individual tourism enterprises and for the tourism industry as a whole, contributing to increasing the attractiveness of tourism in the region. Analysis of information sites dedicated to tourism in the North Caucasus showed that the databases of tourist sites contain a large block of information describing the main attractions of the region, give a detailed description of the natural and socio-economic conditions of the subject, accompanied by a large number of photos. Much less attention is paid to the characteristics of accommodation facilities and catering facilities. Insufficient attention is paid to the characteristics of transport support for the activities of the tourism industry in the region.

Ключевые слова. Интернет-технологии, сетевое пространство, туристско-рекреационная деятельность, базы данных туристических сайтов, транспортное обеспечение.

Keywords. Internet technologies, network space, tourist and recreational activities, databases of tourist sites, transport support.

В настоящее время туризм обладает большой экономической значимостью и может служить источником дополнительных инвестиций для регионов. Развитие туристической индустрии в регионах Северного Кавказа является исключительно актуальной задачей для страны. Территории субъектов Северного Кавказа обладают огромными природными и историко-культурными ресурсами, использование которых позволяет развивать самые разнообразные направления туристическо-рекреационной деятельности и удовлетворять постоянно растущий спрос на внутренний туризм в России. Туризм может стать отраслью специализации для этих регионов, обеспечивая социально-экономическое развитие, рост регионального дохода, увеличение количества рабочих мест и т.д.

Перспективность развития туристско-рекреационной сферы регионов Северного Кавказа, устойчивое развитие туристско-рекреационного комплекса на инновационной

основе, основные современные тенденции и перспективы развития индустрии туризма в округе хорошо обоснованы в целом ряде источников. [1,2,3,4]

Северный Кавказ обладает исключительно огромным количеством разнообразных природно- климатических, этнографических и антропогенных ресурсов, способных удовлетворить интересы и вкусы самых взыскательных туристов. Из 150 курортов страны, большинство курортов климатического, бальнеологического профиля страны расположено на Северном Кавказе. Это: курортная зона Кавказских Минеральных Вод (включает в себя такие курортные города, как Ессентуки, Железноводск, Кисловодск и Пятигорск), Кабардино-Балкарская республика (обладает крупнейшими базами горного туризма, альпинизма, курорт Нальчик-Всероссийская здравница), Карачаево-Черкесская республика (горнолыжный курорт-Домбай, Теберда, Архыз), республика Северная Осетия-Алания (на территории локализованы все 6 бальнеологических групп общепринятой классификации минеральных вод), республики Дагестан (Дербент), Ингушетия, Чеченская республика (на территории которых расположено большое количество архитектурных и исторических памятников). Красивые горные пейзажи округов привлекают российских и зарубежных путешественников и спортсменов.

Разработка путей совершенствования использования интернет-технологий в сфере туризма представляет большой интерес, как для отдельных туристских предприятий, так и для туристской отрасли России в целом, способствуя повышению привлекательности туризма в регионе. В целом ряде работ рассмотрены аспекты влияния интернет-технологий на сферу туризма. Особое внимание уделяется интернет-ресурсам которые продвигают и увеличивают популярность самостоятельного туризма. [5]Ряд работ посвящены использованию удобных сервисов для самостоятельного бронирования туристских услуг и самостоятельной организации путешествий.[6,7,8]

Сегодня новые информационные технологии успешно используются во всех регионах России, в том числе и на Северном Кавказе. Сегодня на сайтах администраций всех субъектов имеется информация, характеризующая в той или иной степени туристские ресурсы территории. Анализ информационных сайтов посвященных туризму показал, что базы данных туристических ресурсов республик в большей части структурированы и включают в себя следующие блоки: природный, историко-культурный, сервисный, рекреационный, событийный, этнический. Анализировалось следующее содержание сайтов: физико-географическое и социально-экономическое описание региона, описание средств размещения в субъекте, транспортного обеспечения, организации обеспечивающих питание, описание достопримечательностей и наличие схем маршрутов, фотографий. В каждом субъекте Северного Кавказа было проанализировано по 10 самых популярных сайтов, это сайты Федерального агентства по туризму в регионе, туристических клубов, туроператоров и туристских агентств и компаний, гостиниц, общественных организаций и др. Для анализа информации были выбраны различные поисковые системы (Yandex, Google, Bing и др.) и сайты посвященные туризму с общепринятыми поисковыми запросами.

Наибольшее количество информации для туристов содержит официальный туристический портал Краснодарского края (kurortkuban.ru). На сайте представлена информация, как для туристов, так и для сотрудников туристской сферы. Представлена информация о законодательной деятельности департамента в области туризма, последние новости туристской сферы, дано описание видов туризма, развитых в регионе, информация по деятельности операторов и турагентов. Веб-сайт организован иерархически. Приводится информация по всем районам региона. (Абинский район, Анапа, Апшеронский район, Геленджик, Горячий Ключ и др.). Дается краткая характеристика района. На сайте можно получить информацию о видах отдыха на данной территории, познакомиться с перечнем достопримечательностей, с их фотографиями, узнать необходимые телефоны, список гостиниц.

За счет приведенных карт-планов каждого района и края в целом можно без труда ориентироваться находить основные туристские достопримечательности. Оформление сайта выполнено очень качественно и наглядно. На портале имеется телефон федеральной службы поддержки туристов края, что непосредственно является большим подспорьем для пользователя-путешественника. Отдельным баннером выведена ссылка на «реестр санаторно-курортного комплекса края» (объекты туристского показа, турфирмы, реестр аттестованных экскурсоводов, реестр автомобильных кемпингов, реестр пляжей, реестр санаторно-курортных предприятий, реестр малых средств размещения).

Организовано голосование за выбор лучшего курортного района. Создана «виртуальная приемная», которая позволяет подавать обращения в адрес руководителя департамента комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края, а также отслеживать ход их рассмотрения и исполнения выданных по данному обращению поручений. Сайт представлен на русском и английском языках.

На официальном туристском портале Ставропольского края (туристическое Ставрополье - stavtourism.ru) размещена достаточно подробная информация о крае (история края, история КМВ). Дается также детальная характеристика районов, наглядная карта-схема района, с нанесенными туристическими центрами региона, информация о населенном пункте, его достопримечательностях, количестве жителей, приводится краткая историческая справка, погода. [9]

Описание курортов дается отдельно. Приводится список курортов и поисковая система объектов: 1-города-курорты, 2-санатории, 3-турфирмы, 4-экскурсионные бюро, 5-экскурсии. Подробно описаны основные экскурсии по краю, которые часто сопровождаются легендами региона.

Крайне интересно представлена на сайте возможность «планирования отдыха» в крае. Можно автоматически рассчитать какие экскурсии вам можно посетить за период вашего нахождения на территории края. Также выбор экскурсий привязан не только ко времени, но и к вашему географическому размещению. Детально описаны все виды туризма, получившие развитие на данной территории (деловой туризм, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, религиозный, экологический туризм, охота и рыбалка). Описание достопримечательностей сгруппировано тематически. Например, характеристика природных объектов территории включает описание лесов, гор, скал, холмов, рек, озёр, водохранилищ. В разделе паломничество дается характеристика церквей, храмов, монастырей, святых источников. Информация о культурных и архитектурных объектах также дается по разделам: музеи, галереи, театры, филармонии, памятники, мемориалы, памятники культуры, исторические места. Приведен на сайте «календарь туристских событий года». Размещена «фотогалерея».

Очень развернуто и подробно на сайте дается информация в разделе «Транспорт и размещение». Дается расписание автобусов, самолётов, поездов. Дается ссылка на расписание, есть возможность самому рассчитать транспортные расходы и просчитать маршрут. Дается подробный перечень гостиниц края по каждому населенному пункту. Есть возможность он-лайн бронирования в гостиницах и санаториях региона. Приведен реестр туроператоров, гостиниц, ресторанов и кафе, кинотеатров, ночных клубов и др. К сожалению, отсутствует англоязычная версия сайта.

На официальном сайте туризма Ростовской области (dontourism.ru) подробно дана природная и экономико-географическая характеристика Донского края. Также приводится история области, характеристика городов и районов, населения. Приводится большое количество картографического материала: Ростовская область на карте мира, Ростовская область на карте России, карта Ростовской области, схемы соседних регионов, приведен расчет расстояний между населенными пунктами. Представлены туристские маршруты по области, описана туристская инфраструктура, достопримечательности, «видеогид» представляет видеoinформацию о регионах и достопримечательностях области. [10]

Регулярно на сайте вывешиваются новости о туристских мероприятиях в регионе: выставки, конгрессы, событийные мероприятия и т.д. Представлены все виды туризма: познавательный, событийный, конгрессно-выставочный, детский, промышленный, сельский, этнографический, водный, экологический, социальный, конный. Приведены реестры объектов туристической индустрии: гостиницы, санаторно-курортные комплексы, турфирмы, музеи.

Есть возможность в разделе «Обратная связь» в режиме он-лайн задать любой вопрос о туризме в регионе. Также существует раздел «Вопрос - ответ» с перечнем наиболее часто задаваемых вопросов и ответов на них. Проводится опрос посетителей сайта. Например: какие мероприятия Вы предпочитаете? Ответы: художественные выставки, животный мир, музыкальные представления. Сайт представлен на двух языках (русском и английском.)

Сайт Республики Адыгея посвященный туризму (adyghea.ru) включает 22 раздела [11]. Раздел «Новости» информации не содержит, да и ряд разделов находятся в стадии доработки. Достаточно подробно дана характеристика особо охраняемых природных территорий. Приведена карта ООПТ Адыгеи, дана общая информация о «Кавказском биосферном заповеднике (географическое положение, характеристика рельефа и климата территории, краткая информация о видовом составе флоры и фауны), информация о существующих заказниках и местах их нахождения, полный перечень памятников природы. Дается характеристика основных археологических памятников федерального и регионального значений, описание музеев, галерей, ансамблей, оркестров и театров республики, виды регионального туризма (экологический туризм, спортивный и экстремальный туризм, религиозный и паломнический туризм, лечебно-оздоровительный туризм) и районы, рекомендуемые для данного отдыха. Приводится фотогалерея основных туристских объектов.

Сайт Чеченской республики «[Visitchechnya](http://Visitchechnya.ru)» – рассказывает о популярных местах отдыха, приводится текстовая информация о особенностях региона, отдельными ссылками даются характеристики популярных видов туризма (экстремальный, культурно-оздоровительный, активный, горный туризм), описаны лучшие направления туристских маршрутов, приводится событийный календарь, есть информация – где остановиться и как добраться, карты, путеводители, маршруты и где купить экскурсии, популярные сувениры. [12]

Очень хорошо освещено транспортное обеспечение республики (представлена форма поиска с возможностью выбора авиа, железнодорожного или автобусного вида транспорта прибытия в Грозный с интересующими датами). При описании транспортного обеспечения представлена карта региона. В настоящий момент в республике разработано около 20 экскурсионных маршрутов по самым известным достопримечательностям. Как показал анализ популярных интернет источников, практически на всех сайтах представлена краткая информация – где остановиться и как добраться, карты, путеводители, маршруты и экскурсии. Все ссылки оснащены функцией активной гиперссылки с дополнительной информацией. Популярные сувениры представлены с описанием, ценами и фотографиями.

Сайты туристической индустрии Дагестана и Кабардино-Балкарии в оценке их информационной в основном отражают описание региона и фотографии достопримечательностей, очень редко (2-3 сайта) характеризуют систему размещения и питания и ни один сайт не содержит информацию о транспортном обеспечении. В республике Дагестан стоит отметить сайт russia.travel [13]. В данном источнике в полном объеме представлена информация о туризме в республике. При открытии сайта предстает красивая фотография природы Дагестана, дается краткая информация о регионе с активной ссылкой на подробную характеристику, приводится путеводитель по туризму с фотографиями и активными ссылками, перейдя по которым можно ознакомиться с информацией по

направлениям: святыни и храмы, культура, природа, традиции, приводится карта региона и т.д. Однако не приводится информация о размещении и питании.

На сайте Кабардино-Балкарской республики (pravitelstvokbr.ru) есть ссылка «социально- общественная сфера» в неё включена вкладка «туризм» [14]. В которой выделяются разделы: виды отдыха, туристские маршруты и экскурсии, турбазы, базы отдыха, гостиницы и пансионаты, санаторно-курортные учреждения. Но, ни одна из этих вкладок, к сожалению не работает. Раздел находится в разработке. Лишь раздел главной страницы сайта « О Кабардино-Балкарской республике» содержит общие сведения о регионе, карту республики, короткую историю края, информацию о знаменательных событиях.

Туристские сайты республик Ингушетии и Северная Осетия-Алания имеют описание природных и социально-экономических особенностей республик, их достопримечательностей и фотографий уникальных экскурсионных объектов содержатся на 8 сайтах, достаточно подробную характеристику объектов размещения имеют лишь менее половины сайтов – 4, описание объектов питания – 3, транспортное обеспечение характеризует лишь один сайт. Республики позиционируются как важные туристические центры на Северном Кавказе. Большую часть Северной Осетии занимают горные цепи Кавказа, во главе с прославленным Казбеком. Территория изобилует монастырями, древними поселениями, бальнеологическими и курортами, такими как, «Осетия», «Тамиск», «Урсдон» и др. Однако содержание материалов на сайтах требует более полного описания перечисленных объектов и наличия справочной информацией. Зачастую на сайтах отсутствует информация об объектах питания, размещения и транспортном обслуживании. На главной странице сайта Северная Осетия (Алания) (rso-a.ru) в разделе «о республике» есть вкладка «туризм и курорты» где дается краткая информация о курортах: Цейское ущелье, Дигорское ущелье, Курорт Кармадон, Курорт Тамисе и Урсдон. Иной информации для туристов на сайте не представлено.

Из 70 анализируемых сайтов туриндустрии субъектов, стоит отметить наличие на большинстве из них общей информации о регионах (25%), наиболее полной информации о достопримечательностях на 24% сайтов, обеспеченность сайтов (24%) фотографиями туристских объектов, рисунками, схемами маршрутов из которых складывается представление о туризме рассматриваемого региона. Характеристику средств размещения отражают лишь 14% сайтов, характеристику объектов питания только 7% сайтов, наименьшее число сайтов (6%) содержат информацию о транспортном обеспечении [15].

Таким образом, практически все сайты, отражающие туристский образ территории хорошо описывают основные достопримечательности региона, дают подробное описание природных и социально-экономических условий субъекта, сопровождая эти разделы большим количеством фотографий. Значительно меньше внимания уделяется характеристике средств размещения и объектов питания. Характеристике транспортного обеспечения в республиках на сайтах, посвященных деятельности туриндустрии в регионе уделяется недостаточное внимание, Карачаево-Черкессия и Дагестан, практически не имеют данной информации для туристов. Отсутствует информация на сайтах как добраться в республику, каким видом транспорта воспользоваться при посещении достопримечательностей, не перечислены виды доступного транспорта и возможность передвижения как внутри республики, так и за ее пределы, между туристическими объектами внутри субъекта.

Выводы

В целом, необходимо отметить, что наиболее полную информацию для туристов имеют сайты Краснодарского, Ставропольского краев и Ростовская область. На административных сайтах большинства субъектов Северного Кавказа практически не представлена информация о законодательной деятельности департаментов в области туризма, не всегда освещены последние новости туристской сферы, не всегда хорошо

представлена информация по деятельности туроператоров и турагентов, информационных центров, нет характеристики туристических объектов по отдельно взятым районам.

Из всех регионов Северо-Кавказского федерального округа только 2 сайта содержат самую полную информацию о регионе, в Ставропольском крае это сайт «Отдыхай на Ставрополье» и сайт Чеченской республики «Visitchechnya». Сайт «Отдыхай на Ставрополье» изобилует большим количеством фотографий достопримечательностей, описанием всех развивающихся в регионе видов туризма. Также на сайте дано подробное описание бальнеологических и оздоровительных курортов Кавказских Минеральных вод, дается календарь мероприятий региона, приводится интерактивная карта по каждому административному округу края и аналитическая информация, приводятся характеристики самых популярных достопримечательностей, перечисляются санаторно-курортные учреждения, дается топ гостиниц, также есть активные ссылки на транспортное обеспечение и питание.

Самой недостающей информацией на большинстве сайтов является – транспортное обеспечение: нет информации, как добраться до региона, виды доступного транспорта и какие возможности передвижения внутри республики или между туристическими объектами внутри определенного субъекта. Особое значение, стоило бы уделить культурным особенностям регионов, включая символику – герб, флаг, карту региона, национальным обычаям и традициям, народным промыслам в республиках Северного Кавказа.

Хотелось бы отметить, что не всегда в электронном пространстве самым популярным сайтом являлся официальный сайт Федерального агентства по туризму субъекта. Практически все сайты Федерального агентства по туризму содержат текстовые блоки с общей информацией о регионе и туризме в нем, фотографии административных объектов, природных объектов и исторических мест региона. Но в настоящий момент данные сайты можно было бы модернизировать и добавить полную описательную характеристику достопримечательностей, добавить новые дизайнерские визуальные образы и поднять эту информацию в первый ряд в поисковой системе. Это позволит сократить поиски необходимой информации и улучшит общее впечатление о туристических образах в регионах. Также практически на всех сайтах нет информации о мерах безопасности в горной местности, телефонов и адресов медицинских учреждений, спасательных служб, МЧС.

Все больше и больше выбор туристом путешествия базируется на информации, полученной из интернета: об интересном объекте, об условиях проживания, транспортной доступности и.др. Отдыхающие хотят увидеть что-то интересное, редкое, уникальное, удивительное. Поэтому при формировании массивов информации о туристических возможностях территории нужно как можно тщательнее подбирать информацию, всесторонне и детально характеризуя объекты, снабжая информацию картографическим материалом, фото – и видео сопровождением.

Список литературы

1. Ершова Е.Ю., Огаркова И.В., Ершов Ю.В. Тенденции развития индустрии туризма в Северо - Кавказском федеральном округе//Региональные проблемы преобразования экономики. 2018. № 5. С. 36-42
2. Павленко И.А., Афаунова М.К. Современное состояние туристско-рекреационной деятельности в СКФО// сборник статей XXI Международной научно-практической конференции: в 2 ч. 2019. С. 28-30
3. Чупрова Д.Б., Крылова Л.В. Проблемы развития туризма в Северо-Кавказском федеральном округе//Сервис в России и за рубежом. 2016. Т10 №8(69). С.50-57
4. Ивлиева О.В. Современная динамика развития туристской отрасли в Северо-Кавказском федеральном округе// сборник статей Всероссийской научной конференции «Социальные, экономические, технологические и экологические аспекты устойчивого

развития регионов России». Сочинский научно-исследовательский центр РАН, С.326-330.2018г

5. Паникарская Н.И., Стаценко А.А., Рубан Д.А. Туристический образ региона в сетевом пространстве: проблема качества информации// Ойкумена. Регионоведческие исследования. 20158. № 1(32). С. 80-92
6. Рябыйс Д. Влияние интернет-технологий на сферу туризма// Сборник материалов международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта. 2016. С. 93-96
7. Эшонкулов Х.И. Интернет-ресурсы в туризме// Вестник магистратуры. 2019. № 6-5 (93). С. 47-48
8. Планидин Е.С. Интернет-ресурсы в сфере индустрии туризма// сборник статей VIII международной студенческой научной конференции. Студенческий научный форум. 2016. С. 1-4
9. Relax in the Stavropol Territory [Electronic resource]: Tourist Information Center of the Stavropol Territory. / 2020. Access mode: <http://stavtourism.ru/> / (in Russ.)
10. Достопримечательности Ростовской области. Официальный портал туризма Ростовской области. 2022. Режим доступа: <https://dontourism.ru/texts.aspx?id=693>
11. Республика Адыгея. Туризм. Режим доступа: <http://www.adygheya.ru/about/information/turizm/>
12. Отдых в Чечне, экскурсии и туры в Чеченской республике. Режим доступа: <http://www.Visitchechnya>
13. Russiatravel[Электронный ресурс]: Национальный туристический портал. Министерство экономического развития РФ Федеральное агентство по туризму. / 2022. Режим доступа: <https://russia.travel/>
14. Министерство курортов и туризма Кабардино-Балкарии. Режим доступа: <https://old.pravitelstvo.kbr.ru/oigv/minturizm/>
15. Ивлиева О.В., Игнатченко О.С. Туристический образ Северо – Кавказского федерального округа в сетевом пространстве: качество информации// Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. Том 6 (72). № 2. 2020 г. С. 68–78.

Муталиева Л.М.

к.э.н., ассоциированный профессор
Заведующая кафедрой «Туризм»

Рахманов С.У.

Магистрант 1 курса ОП «Туризм»
ЕНУ им. Л.Н. Гумилева
Республика Казахстан

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ И ТАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В ОТЕЛЬНОМ БИЗНЕСЕ КАЗАХСТАНА

Аннотация: Были рассмотрены вопросы как улучшить деятельность контактного персонала, от которого зависит качество и конкурентоспособность предлагаемых услуг, а также основные тактические проблемы, возникающие при работе контактного персонала в гостиничном бизнесе.

Для увеличения эффективности гостиничного бизнеса, первоочередной задачи в тактическом плане, предложена оптимизация бизнес-процессов и детальное рассмотрение всех бизнес-процессов и их улучшение. Данные процессы являются операционными и решают тактические задачи, но они в гостиничном бизнесе одну из важнейших ролей и имеют высокую значимость. В статье предложены и описаны основные этапы, так как

управление персоналом – это непрерывный процесс, который позволяет более точно сформировать имидж гостиницы и повысить его конкурентоспособность на рынке

Annotation, The issues of how to improve the activities of contact personnel, on which the quality and competitiveness of the services offered depends, as well as the main tactical problems that arise when working with contact personnel in the hotel business were considered.

To increase the efficiency of the hotel business, a priority task in tactical terms, the optimization of business processes and a detailed review of all business processes and their improvement are proposed. These processes are operational and solve tactical tasks, but they play one of the most important roles in the hotel business and are of high importance. The article suggests and describes the main stages, since personnel management is a continuous process that allows you to more accurately form the image of the hotel and increase its competitiveness in the market.

Ключевые слова: кадровая политика, гостиничный бизнес, проблемы и рекомендации, эффективность, этапы, мотивация, управление персоналом.

Кадровая политика в отельном бизнесе зависит от множества факторов. К таким факторам можно отнести следующие:

- класс, статус, имидж отеля;
- месторасположение отеля и его позиционирование;
- целевая аудитория отеля;
- система менеджмента и уровень ее развития;
- отношение топ-менеджеров к кадрам отеля [1].

Стратегические и тактические проблемы и пути их решения в кадровой политики в отельном бизнесе Казахстана представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Рекомендации по формированию стратегических решений в гостиничном бизнесе города Астаны

Уровень	Проблемы	Стратегические решения
Стратегический уровень	Отсутствие четкого плана развития кадровой политики и программа приема на работу.	Мероприятия по модернизации путем разработки плана развития кадровой политики
	Отсутствие единых стандартов и критериев качества	Формирование системы классификации и ее развитие в соответствии с международными стандартами.
	Отсутствие стратегий развития кадров в отелях	Разработка поэтапной стратегии развития кадров, включающая не только функциональные обязанности, но и систему поощрения и мотивации

В целом предложенные мероприятия носят обобщенный характер, но определяют приоритеты развития кадровой политики в гостиничном бизнесе.

Задача отеля оперативно реагировать на изменения окружающей среды. Формирование единой кадровой политики, нацеленной на улучшение эффективности деятельности отеля. Поэтому в гостиницах Республики Казахстан решение операционных проблем являются наиболее значимыми.

Первоначально, определим, как улучшить деятельность контактного персонала, от которого зависит качество и конкурентоспособность предлагаемых услуг.

Основные тактические проблемы, возникающие при работе контактного персонала в гостиничном бизнесе:

- неравномерное распределение нагрузки персонала по сезонам и в течение дня;
- отсутствие четкого знания того, что важно клиенту, какие ключевые выгоды он ожидает при проживании в отеле.

С учетом разноплановой деятельности рассмотрим варианты решения проблем для разных структурных подразделений гостиницы (таблица 2).

Таблица 2 - Рекомендации по решению тактических проблем в кадровой политике деятельности гостиницы

Департаменты	Операционные проблемы	Рекомендации
Ресепшн (зона приема гостей)	Снижение скорости обслуживания в период пребывания одновременно большого количества гостей	В период повышенной загрузки задействовать персонал с отдела ask office (операционно-учетный отдел)
Подразделения фронт-офиса	Низкий уровень знания потребностей гостей	Для понимания потребностей гостей целесообразно разработать перечень вопросов, которые должны быть заданы, особенно важно для создание комфортных условий пребывания гостей.
Примечание - составлено автором на основании источников [2]		

При высокой загрузке в определенные часы и период пребывания нескольких гостей снижается скорость обслуживания. Для того, чтобы снизить период ожидания целесообразно в период повышенной нагрузки задействовать персонал из бэк-офиса для оформления гостей. Взаимозаменяемость персонала в гостиничном бизнесе- это необходимое условие, т.к. важным условием является предоставление своевременно услуг в полном объеме [2].

Следует отметить, что для достижения успеха отелю, необходимо учитывать 4 основных элементов рыночной среды, на которые делают акцент Vlado Galicic Slobodan Ivanovic (University of Rijeka, Croatia) [3]. В общем, они выделили 4 составляющие, которые назвали как 4 «С».

Первый элемент – клиенты, которые составляют основу бизнеса и от степени удовлетворенности зависит успех гостиницы.

Второй элемент – конкуренция. Конкуренты с одной стороны оказывают давление на бизнес, но с другой стороны способствуют развитию и улучшению бизнес-процессов и расширению предложения.

Третий фактор – это стоимость на гостиничные услуги. Оптимизация затрат и минимизация цены не в ущерб качеству услуг – это основная задача ценой политики, сформировать правильную структуру расходов.

4. Изменения – как в динамике меняется бизнес, а также, какие тенденции наблюдаются во внешней среде. Изменения носят глобальный характер, и они обусловлены демографическим, политическим, технологическим развитием, а также изучение изменения системы ценностей.

Первый этап в реформировании операционных процессов – это разработка стандартов доведенных до автоматизма. Для понимания потребностей гостей целесообразно разработать перечень вопросов, которые должны быть им заданы, особенно важно по комфортности условий пребывания гостей. Одновременно с этим, персонал отеля должен выявить какие вопросы и проблемы больше всего интересуют посетителей. С этой целью контактный персонал постоянно проводит мониторинг,

отрабатывает стандартный перечень ответов на возникающие у гостей вопросы. Данные ответы должны быть доведены до всех сотрудников отеля, и они должны исходить из единой стратегии.

Данные мероприятия с одной стороны помогут выявить основные предпочтения гостей, с другой стороны позволят сформировать стандартные необходимые условия и процедуры для улучшения сервиса.

Последовательность операционных бизнес процессов имеет следующий алгоритм:

1. Бронирование номера.
2. Встреча в аэропорту и трансфер.
3. Период ожидания в очереди перед регистрацией.
4. Длительность регистрации и оформления гостя.
5. Культура обслуживания гостя.
6. Сопровождение гостя в номер.
7. Презентация номера.

Рассмотрев процесс управления персоналом как одну из важных составляющих улучшения сервиса, возникает необходимость выявления реперных (важных) точек при предоставлении гостиничных услуг. В целях обеспечения сбалансированности показателей качества услуг, выявляются те аспекты, которые оказывают значительное влияние на развитие бизнеса. Основные реперные точки, представляют собой процессы, по которым оценивается гостиничный бизнес и они представлены на рисунке 1.

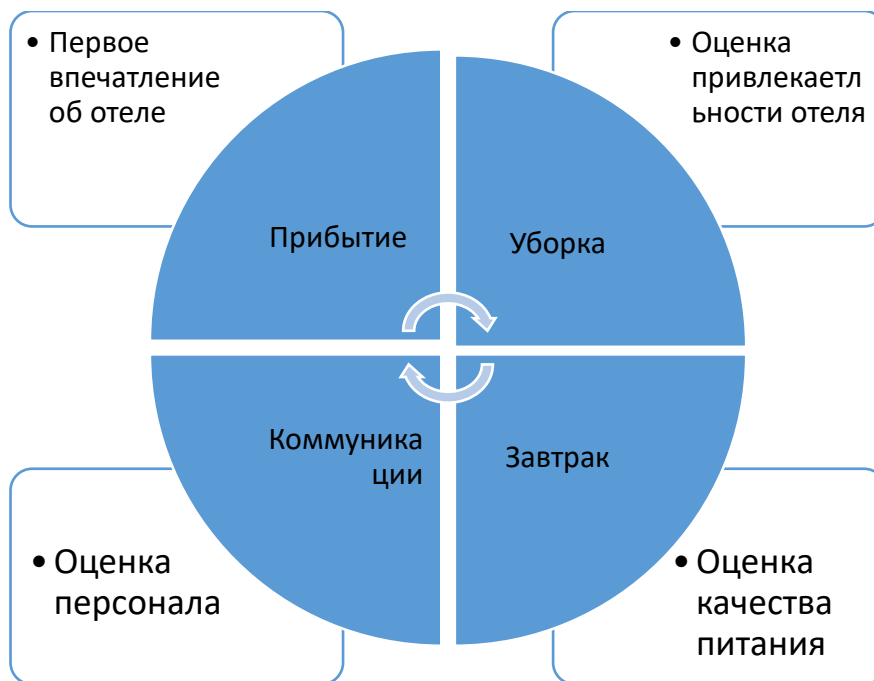


Рисунок 1 – Основные реперные точки в отеле [3]

Данные реперные точки определены для того, чтобы понимать на какие бизнес-процессы обратить особое внимание, а также какие показатели являются определяющими в каждой рассматриваемой точке.

В ходе исследования для увеличения эффективности гостиничного бизнеса предложена оптимизация бизнес-процессов. Детальное рассмотрение всех бизнес-процессов и их улучшение должна быть первоочередной задачей в тактическом плане. До того как в отеле начинается процесс контроля и оценки определяем стандартные бизнес-технологии, которые учитываются, анализируются и в конечном итоге оптимизируются с учетом проведенного анализа. Данные процессы являются операционными и решают

тактические задачи, но они в гостиничном бизнесе играют одну из важнейших ролей и имеют высокую значимость.

Первый этап – это прибытие гостя, часто он является определяющим при формировании мнения посетителя об отеле. Возникает потребность в сокращении времени оформления гостей и здесь основным ресурсом становится возможность привлечение дополнительно персонала в случае если сотрудники фронт-офиса не успевают оформить гостей.

При осуществлении процесса уборки в номере, есть определенный перечень операционных процессов, которые должны контролировать и анализировать менеджеры и супервайзеры.

Первый этап пошаговой процесс уборки номера. В целом можно отметить, что расписанный пошаговый процесс уборки номера упрощает процесс контроля и дает возможность выборочно провести аудит, чтобы понять, где есть слабые места при подготовке номера к заселению.

Второй этап данного процесса – получение горничными чистящих материалов. Остаются значимыми не только вопросы затрат на данные материалы, но особенно остро вопросы их качества и экологичности.

Третий этап – формирование стандартных дотаций в номере, т.е. какие атрибуты являются необходимыми и более значимыми для гостей, должен быть постоянный мониторинг – отношение их к тем предметам которые бесплатно включены в стоимость номера. Гости могут относиться к атрибутам номера положительно и нейтрально. Те предметы и принадлежности номера, в которых большая часть гостей не нуждается, могут быть изъяты и станут резервом снижения затрат.

Четвертый этап – обновления статуса номера, переход его из статуса «занятого» в «свободный». После того как гость выехал и номер освободился, осуществляется последовательная цепочка: уборка номера, проверка его готовности супервайзером, готовность номера к следующей продаже.

Следующим важным подразделением отеля является хаускипинг (хозяйственный отдел). Для того чтобы определить как повысить качество работы любого отдела, необходимо определить реперные точки, которые определяют успех деятельности персонала

С этой целью определим алгоритм деятельности персонала хаускипинга:

- проверка готовности номера супервайзером;
- предоставление чистящих материалов;
- процедура входа в номер;
- общение с гостями;
- обновление.

Сравнительно новой, но уже достаточно популярной технологией оценки эффективности деятельности предприятий является Система Сбалансированных Показателей (Balanced Scorecard, BSC), которую в том или ином виде уже используют предприятия разных отраслей, в том числе и предприятия гостиничного хозяйства и, прежде всего, международные гостиничные сети.

Применение сбалансированной системы показателей возможно как средство наглядного представления стратегии, а также для перевода стратегии в конкретные действия; как система управления по взаимосвязанным целям; система многосторонней оценки деятельности по ключевым показателям; как основа для построения эффективной системы мотивации персонала; как средство повышения устойчивости рыночных позиций и стоимости предприятия; средство создания команд единомышленников в бизнесе [4].

Использование данной системы невозможно без отработанных операционных процессов и сформированной эффективной системы контроля.

Качество подготовки номера к приему гостей одно из важных операционных задач. Учитывая то, что процесс подготовки номера включает множество элементов,

целесообразно составить проверочный документ для супервайзеров, который состоит в среднем из 100-120 пунктов. В контролирующем документе включены проверочные тесты по готовности номера к приему гостей.

В данные проверочные тесты включаются такие пункты, как чистота под кроватью, заправка кровати, наличие пульта, его готовность, чистота двери и оборудования и т.д.

В связи с тем, что данная работа является трудоемкой, необходим выборочный контроль двух-трех комнат. Разработанные проверочные тесты, каждый из которых имеет весовой коэффициент с учетом степени значимости, позволяют рассчитать уровень подготовки номера в количественных показателях и определить общий балл по проверенной комнате. Просчитанный общий балл присваивается горничной, которая готовила номер к заселению и выполняет мотивационную функцию. Между результатами проверки и материальным вознаграждением формируются зависимость. Горничная мотивирована на получение максимального балла, т.к. уровень зарплаты зависит от итоговой оценки. Чем ниже балл, тем ниже уровень зарплаты горничной, чем выше балл, тем наоборот.

Предложенная система не только позволяет стимулировать работу горничных, но и дает возможности отелям выявить слабые зоны, узкие места.

В целом, управление персоналом – это непрерывный процесс, который позволяет более точно сформировать имидж гостиницы и повысить его конкурентоспособность на рынке.

Литература

1. Иванов П.В. Менеджмент и управление персоналом в гостиничном деле. - М.: Издательство «Феникс», 2021. – 396 с.
2. Управление персоналом. Harvard Business Review. - М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2020. – 396 с.
3. Иванов В.В., Волков А.Б. Гостиничный менеджмент. – М.: Издательство «Инфра-М», 2010. – 556 с.
4. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе: учеб. пособие для вузов / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. – 2-е изд., доп. и перераб. – Ростов н/Д: МарТ: Феникс, 2010.

Бухарский государственный университет,
(PhD) Доцент Хидирова Г.Р. и
магистр 1-курса Касимова Ш.М.

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В БУХАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Annotasiya. Ushbu maqolada turistik resurlar, Buxoro viloyatining turistik salohiyati, Buxoro viloyatida turizm sohasini tashkil etish va rivojlantirish uchun amalga oshirilgan va amalga oshirilishi kutilayotgan natijalari hamda kelgusidagi rejalashtirilgan ishlari haqidagi hisobot ma'lumotlari yoritib berilgan.

Kalit so'zlar: Turistik resurs, sayyohlik resurslari, “ochiqlik siyosati”, Buxoro viloyatidagi joylashtirish vositalari, Buxoro viloyatining turizm salohiyati, turizm biznesi, Buxoroda o'zlashtirilgan yangi turizm yo'nalishlari.

Аннотация. В данной статье описаны туристские ресурсы, туристический потенциал Бухарской области, результаты проделанной, планируемой и планируемой работы по организации и развитию туризма в Бухарской области, а также планы на будущее.

Ключевые слова: Туристический ресурс, туристические ресурсы, «политика открытости», размещение в Бухарской области, туристический потенциал Бухарской области, туристический бизнес, новые туристические направления в Бухаре.

Annotation. This article describes the tourism resources, the tourism potential of the Bukhara region, the results of the work done, planned and planned work on the organization and development of tourism in the Bukhara region, as well as plans for the future.

Keywords: Tourist resource, tourist resources, "openness policy", accommodation in the Bukhara region, tourism potential of the Bukhara region, tourism business, new tourist destinations in Bukhara.

«Каждая страна имеет свои, порой уникальные, туристические ресурсы, которые имеют большое значение для туристов. Они по своей экономической природе делают ту или иную страну более или менее привлекательной для туристов и составляют основу туристической ренты. Так, в Европе Италия, Франция, Испания, Великобритания, Греция, Швейцария являются самыми богатыми по туристским ресурсам странами, лидирующими на протяжении многих лет по количеству ежегодно принимаемых туристов. Однако в этих странах основная масса туристических ресурсов сосредоточена в отдельных городах и поселках, где сосредоточен основной поток въезжающих туристов. Эти города и поселки принято называть туристическими центрами».¹

Диверсификация туристических продуктов и услуг, направленных на различные сегменты туристического рынка страны, дальнейшее повышение их конкурентоспособности, создание приемлемой и благоприятной среды внутреннего и международного туристского туризма, расширение транспортных маршрутов, повышение качества транспортных услуг, продвижение туристских продуктов, а также ряд решений, принятых для укрепления имиджа нашей страны как безопасного места для путешествий и отдыха.

Разработан список стран, которые с 1 января 2020 года введут 30-дневный безвизовый режим для своих граждан. Сформирована рабочая группа для изучения состояния автомобильных дорог и придорожной инфраструктуры вдоль Узбекской туристической магистрали.

В результате реализации «политики открытости» нашей страны количество стран для безвизового въезда в Узбекистан граждан иностранных государств увеличилось с 9 до 90. В прошлом году в Бухарской области были проведены масштабные реформы для развития туристической отрасли. Всего в 2017 году для обслуживания иностранных и отечественных туристов насчитывалось 114 объектов размещения.

Предоставляемые в нашей стране туристические услуги создают дополнительные удобства для потребителей, обеспечивают привлекательность и престижность услуг. Испокон веков наша страна поражала иностранных туристов своей древностью и обилием святынь. Ежегодно нашу страну посещают около двух миллионов туристов из 70 стран мира. Для них наиболее популярным остается культурно-исторический туризм. Кроме того, важным фактором привлечения туристов в нашу страну является тот факт, что более 500 действующих туристических компаний последовательно работают на более чем 110 международных маршрутах.

Таблица 1

Занятость в сфере туризма на 2020 год

Туристические сети	Численность работников в юридических лицах, чел.			Фактически отработанное время, человеко-часы
	Всего:	Мужчины	Женщины	
1. Услуги по размещению посетителей	54 536	36 178	18 358	92 990 367
2. Услуги общественного питания	66 646	40 902	25 744	110 249 174

¹ <https://btet.ru/uz/road-trip/turisticheskaya-zona-turistskie-zony-i-raiony-zachem-nuzhny-zony/>

3. Железнодорожные пассажирские перевозки	5 273	3 891	1 382	10 605 518
4. Услуги наземного пассажирского транспорта	70 919	66 083	4 836	116 974 245
5. Пассажирские авиаперевозки	1 040	310	730	1 412 903
6. Услуги по аренде автомобилей	1 788	1 460	328	2 887 043
7. Услуги туристических агентств и другие услуги по бронированию	3 192	1 866	1 326	5 223 752
8. Услуги в сфере культуры	11 042	5 873	5 169	21 140 898
9. Спортивно-развлекательные услуги	16 028	11 050	4 978	28 143 138
Всего:	230 464	167 613	62 851	389 627 038

Анализ статистических данных об уровне занятости в сфере туризма в нашей стране за 2020 год выглядит следующим образом. Численность занятых в сфере туризма изменилась следующим образом. Доля мужчин в сфере услуг по размещению составила 66,3%, а доля женщин – 27,5%. Доля мужчин в сфере общественного питания составила 61,4%, а доля женщин – 38,6%. Доля мужчин на железнодорожном пассажирском транспорте составила 73,8 %, а доля женщин – 26,2 %. Доля мужчин в наземных пассажирских перевозках составила 93,2%, а доля женщин – 6,8%. Доля мужчин в авиапассажирских перевозках составила 29,8 %, а доля женщин – 70,2 %. Доля мужчин в сфере услуг по аренде автомобилей составила 81,6%, а доля женщин – 18,3%.

Доля мужчин в услугах турагентств и других службах бронирования составила 58,4%, а доля женщин – 41,5%. Доля мужчин в культурном обслуживании составила 53,2%, а доля женщин - 46,8%. Доля мужчин в сфере спортивно-досуговых услуг составила 69,9%, а доля женщин – 31,1%.

Несмотря на то, что наша страна богата культурно-историческими, туристическими и природными ресурсами, она не в состоянии эффективно их использовать. В частности, экономико-географическое положение Бухарской области показывает, что слава святых и пророков, живших в городе, уступает только Мекке Медине. Это сказывается на количестве туристов, посещающих их мусульманские страны. Однако отсутствие туристической инфраструктуры в регионе вызывает ряд неудобств для туристов.

Таблица 2

Объекты размещения в Бухарской области¹ (по состоянию на 2021 год)

Инструменты размещения	Количество	Количество комнат	Количество мест
Отель и средства размещения	408	4252	9879
Отель	160	3130	6586
Семейные гостевые дома	198	685	1866
Хостелы	50	437	1427

В Бухарской области проведен ряд работ в сфере паломнического туризма. В частности, по инициативе Президента 21-23 февраля 2019 года в Бухаре состоялся I Международный форум «Паломнический туризм».

¹ <https://stat.uz/uz/default/choraklik-natijalar/9388-2021>

В мероприятии приняли участие более 130 гостей из 34 стран мира, в том числе представители ведущих международных организаций исламского мира, туристических ассоциаций, компаний в сфере паломнического туризма и религиоведы.¹

Форум широко освещался более чем 20 местными ОАВ из более чем 20 стран из 14 стран. В завершение мероприятия была принята Бухарская декларация о признании Узбекистана одним из центров паломнического туризма.

Несмотря на условия пандемии, за счет льгот, созданных государством в туристическом бизнесе, за счет запуска в 2021 году 78 новых больших и малых гостиниц (724 номера, 1919 мест), их общее количество увеличится до 415 (4463 залы, 10323 места). Крупных гостиниц 163 (3320 номеров, 6974 места), семейных гостевых домов - 197 (682 номера, 1837 мест), общежитий - 52 (429 номеров, 1456 мест) и мотелей 1 (29 номеров, 51 место).

Аналогичные туроператоры (121 (2 новых), гиды (252 (41 новых)), рестораны для туристов (90 (3 новых), туристические автобусы и микроавтобусы (281), туристическая дорога. Значительный рост количества показателей (128 новых (5 новых), туристических информационных центров - 26 (5 новых). В 2021 году количество туристов, посетивших Бухару, достигло 2,2 млн человек, а количество иностранных туристов превысило 48,9 тыс. человек. Этот показатель почти в 8 раз превышает уровень 2020 года по внутреннему туризму и в 3,5 раза превышает количество иностранных туристов.

Для справки, из 79,4 млрд сумов кредитов, предоставленных 30 субъектам хозяйствования области (25 из Бухары), 18,6 млрд сумов подлежат возврату в соответствии с принятым Постановлением ПФ-6002.

78 предприятий получили налоговых льгот на сумму 1,2 млрд сумов, 27 предпринимателей (в том числе 3 туроператора получили 41 млн сумов, 24 гостиницы получили 1 млрд 604 млн сумов) и кредитов на сумму 1,6 млрд сумов. на 2 туристские организации и 5 экскурсоводов выделено 35 млн сумов).

SWOT-анализ туристических возможностей Бухарской области



¹ file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Turistik%20oqim.pdf

Несмотря на то, что внутренние услуги в Узбекистане весьма конкурентоспособны по цене, стоимость авиабилетов остается для иностранных туристов на 30-50% дороже, чем по другим маршрутам, что сдерживает резкий рост турпотоков. Основная причина этого в том, что «Узбекистон хаво йуллари» является монополистом на рынке авиаперевозок страны.

В заключение, на основании вышеизложенной информации, мы оценили туристический потенциал Бухарской области.

Считаем целесообразным осуществить следующие мероприятия в сфере туризма в Бухарской области в 2022-2026 годах.

1. По направлению внутреннего туризма «Путешествуй по Узбекистану!» организация массовых программ, таких как

2. Улучшение работы гостиниц, семейных гостевых домов и общежитий за счет увеличения количества дополнительных гостиниц и средств размещения в 2022-2026 гг.

3. Пересмотреть и переобучить деятельность дополнительных операторов, туристических агентств и сопровождающих переводчиков в 2022-2026 гг.

4. Организация новых перспективных рейсов с авиакомпаниями Турции, ОАЭ, Саудовской Аравии, Малайзии, России, Индонезии, Пакистана, Индии.

5. В целях увеличения доходов населения области и продления пребывания туристов в области создать на базе махаллей в некоторых районах специальные районы, такие как «Туристический микрорайон», «Туристический поселок», «Туристическая улица». Каждый из этих проектов создаст новые рабочие места за счет туризма, торговли, семейных гостевых домов и других дополнительных услуг.

6. Широкое вовлечение местного населения и граждан стран СНГ в лечебно-реабилитационные учреждения области.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРЫ

1. <https://btet.ru/uz/road-trip/turisticheskaya-zona-turistskie-zony-i-raiony-zachem-nuzhny-zony/>
2. <https://stat.uz/uz/default/choraklik-natijalar/9388-2021>
3. <file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Turistik%20oqim.pdf>
4. Khidirova G. The importance of the region's socio-economic potential of the tourism market //Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR). – 2018. – Т. 7. – №. 11. – С. 160-168.
5. Khidirova G. The methods of identify impact of leading idustry on social-economical development //International Finance and Accounting. – 2018. – Т. 2018. – №. 4. – С. 15.
6. Khidirova G. The world experiance of providing economical development in the region //International Finance and Accounting. – 2018. – Т. 2018. – №. 5. – С. 11.
7. Khidirova G. R. et al. The SWOT analysis of eco-tourism in Bukhara region and suggestions for its improvement (in the example of “Jayran” eco-centre) //The Third International Conference on Economic Sciences. – 2014. – С. 82-87.
8. Хидирова Г. Р. Новые технологии и инновации-важный фактор развития туризма в Узбекистане //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 469-471.
9. Хидирова Г. Р. Потенциал и пути развития международного экотуризма в Бухарском регионе Узбекистана //Современные инновации. – 2016. – №. 8 (10). – С. 41-43.
10. Хидирова Г. Р. Потенциал и пути развития международного экотуризма в Бухарском регионе Узбекистана //Современные инновации. – 2016. – №. 8 (10). – С. 41-43.

Таджиева Сайёра Ураловна
доцент кафедры Экономика сферы сервиса
Бухарского государственного университета
Акрамова Насибабону Абдурахмоновна
Магистр 1-курса по направлению “Туризм”
Бухарского государственного университета

РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В РАЗВИТИИ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: Развитие информационных технологий становится одним из важнейших факторов в жизни современного общества. Также в условиях урбанизации наиболее актуальными в обеспечении устойчивого экономического развития страны стали вопросы высокоэффективного использования туристических возможностей. Государством уделяется пристальное внимание проведению активной политики в области развития сети интернет в туризме, принятию нормативных правовых актов и целевых региональных программ по формированию правовых основ современного цивилизованного туристического рынка, модернизации туризма. инфраструктура. В статье рассматривается роль Интернета в развитии устойчивого туризма в Республике Узбекистан.

Abstract: The development of information technology is becoming one of the most important factors in the life of modern society. Also, in the context of urbanization, the issues of highly efficient use of tourism opportunities have become the most relevant in ensuring the sustainable economic development of the country. The state pays close attention to the implementation of an active policy in the development of the Internet in tourism, the adoption of regulatory legal acts and targeted regional programs for the formation of the legal foundations of the modern civilized tourism market, the modernization of tourism. infrastructure. The article discusses the role of the Internet in the development of sustainable tourism in the Republic of Uzbekistan.

Ключевые слова: Информационные технологии, устойчивое туризм, развитие, государственные стимулы для туризма.

Keyword: information technology, sustainable tourism, development, government incentives for tourism.

Туризм является одной из стремительно растущих отраслей мировой экономики и важным источником валютных поступлений, рабочих мест и тесно связан с социальным, экономическим и экологическим благополучием многих развивающихся стран. Всем давно известно, что существует тесная связь между туризмом и окружающей средой, но является ли эта связь устойчивой в долгосрочной перспективе? Если мы хотим иметь туристические направления, которые могут процветать от туризма, нам нужно идти в ногу со временем. Необходимость информационных технологий всё отчетливее ощущают все отрасли. Туриндустрия – не исключение. В частности, к развитию в этом направлении отрасли толкают сами потребители.

Широкое распространение информационных технологий преобразует современную действительность, приводит к существенным изменениям в правовой, политической, экономической, социальной и культурной сферах – становлению «информационного общества». Эксперты в области туризма подтверждают, что технологии играют решающую роль не только в возрождении, но и в росте индустрии туризма. С точки зрения спроса, внедрение технологий позволяют туристам узнавать, настраивать и покупать туристические продукты и услуги до, во время и после каждого путешествия. Широкое использование технологий способствовало увеличению доступа к информации. В свою очередь, обилие доступной информации радикально изменило поведение и повысило ожидания туристов. Технический прогресс играет решающую роль в конкурентоспособности туристических организаций и маршрутов, а также в создании

ресурсов для разработки, обработки и распространения предложений туристических продуктов по всему миру. Быстрое развитие технологических возможностей в сочетании с сокращением затрат на информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) и повышением эффективности, удобства использования и взаимосвязанности устройств и приложений способствуют огромным улучшениям в деятельности туристической индустрии. По мере роста глобальной тенденции к более независимым путешествиям растет спрос на гибкие индивидуальные туристические возможности, которые просто невозможны без широкого использования технологий.

Внедрение технологии возможно только при наличии компонентов технологической экосистемы – оборудования, программного обеспечения, обслуживания и технической поддержки. Страна, которая отстаёт в готовности к информационно-коммуникационным технологиям, может быстро перейти напрямую к самым передовым технологиям, обойдя болезненный путь перехода от устаревших и старых технологий к новым.

Преимущества использования технологий и лучших мировых практик универсальны, если они работали где-то еще, они также будут работать и в регионе Узбекистана. Однако страна находится на разных этапах развития ИКТ, и поэтому их способность к внедрению и освоению для внедрения новейших технологий ограничивается наличием на местах базовой инфраструктуры ИКТ (мобильной связи и подключения к Интернету), и компаний, оказывающих услуги ИТ-поддержки, которые могут предоставить необходимую техническую поддержку для установки, обслуживания и устранения неполадок различных технологических решений. Чем лучше страна справится с этими двумя критериями, тем более сложные приложения сможет внедрить.

Узбекистан, уникальная центрально-азиатская страна, известная эко туристическими маршрутами, восточным гостеприимством, богатой историей, традициями и культурой. Страна находится на историческом Шелковом пути, и у неё большой потенциал в области внедрения технологий в развитие туризма. Цифровизация, отсутствие эмоций и интерактивного взаимодействия позволили понять ценность путешествия на природе. В этом Узбекистан с историческими памятниками архитектуры, может многое предложить для путешественников. Запуск целевых кампаний в социальных сетях для продвижения направлений и тематических кругов (например, экологический туризм, оздоровительный, приключенческий и религиозный туризм) также может помочь популяризовать туризм. Кроме того, запуск специальной общенациональной программы по ликвидации цифровой неграмотности и легкому внедрению технологий с участием различных заинтересованных сторон; внедрение обязательных руководящих принципов с помощью технологических решений; инвестиции на разработку доступных пакетов программного обеспечения для работы туристических предприятий; разработка централизованной системы электронных платежей для удобства посетителей при оплате туристических продуктов и услуг даже от малых предприятий; разработка и внедрение программы развития навыков в области ИКТ для всех заинтересованных сторон в сфере туризма для облегчения внедрения технологий также помогут для более плавного внедрения технологий в туристической индустрии.

В Узбекистане указом Президента Шавката Мирзиёева от 5 октября 2020 года утверждены Стратегия страны «Цифровой Узбекистан – 2030» и «Дорожная карта» по ее реализации. С 1 августа 2021 года все обязательные государственные платежи, в том числе пошлины, сборы и пени, будут осуществляться в режиме онлайн по этому документу. В рамках стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» в различных сферах социально-экономического развития будет автоматически внедрено более 400 информационных систем, электронных сервисов и других программных продуктов.

Также в соответствии с настоящей Стратегией широкое внедрение цифровых технологий в сфере телекоммуникаций, государственных услуг, реального сектора экономики, здравоохранения, государственного кадастра и других сферах, утверждение программы «Цифровой Узбекистан – 2030»; совершенствование технической инфраструктуры электронного правительства; развитие человеческого капитала и

совершенствование системы подготовки и переподготовки кадров; цифровизация государственных услуг и развитие информационной экосистемы; обеспечение открытости и прозрачности деятельности государственных органов и организаций, повышение уровня электронного участия населения; обеспечение информационной безопасности, защита информационных ресурсов и систем; создание единого компетентного органа в сфере цифровой экономики и электронного правительства, а также введение должности заместителя руководителя по цифровым технологиям и электронному правительству в Правительстве, министерствах и ведомствах, органах местного самоуправления.

Реализация и дальнейшее совершенствование комплексной стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» – это, прежде всего, сильная и совершенная организация внедрения инновационных идей, технологий и бизнеса в тесном сотрудничестве государственных органов и бизнеса, способствует формированию нормативно-правовой базы.

Население Узбекистана до сих пор испытывает трудности с подключением к глобальной сети. Около трети населения до сих пор не имеет доступа к Интернету. При этом почти 50% граждан страны проживает в сельской местности. По состоянию на март 2020 года страна занимает 128-е место в мире по скорости мобильного интернета и 95-е место по определенной грамотности в области широкополосного доступа.

Пандемия дала возможность осуществить крупную трансформацию туристического сектора и начать необходимые реформы и изменения для повышения операционной эффективности, производительности, прибыльности и, прежде всего, устойчивости сектора. Правительства в регионах ЦА и туристические органы государственного сектора могут использовать эту возможность для внедрения новых политик и правил, а также для обеспечения столь необходимых стимулов для роста и модернизации сектора.

Учитывая влияние пандемии на туристический сектор, политикам в регионе необходимо определить и принять стратегии смягчения последствий для минимизации воздействия в регионе. Новые технологии обладают значительным потенциалом для смягчения воздействия пандемии на уверенность и доверие потребителей, а также для продвижения безопасных туристических направлений в краткосрочных и среднесрочных сценариях в регионе.

Пандемия не вечна. Пришло самое время подготовиться к открытию туристических сезонов. Министерства культуры и спорта Республики Узбекистан делает всё возможное, чтобы с открытием границ иностранные туристы искали на карте мирового туризма такую страну, как Узбекистан, и знали точный ответ на вопрос «Куда поехать?» 2020 год был сложным для всех стран и для Республики Узбекистан в том числе. Пандемия коронавируса оказала большое влияние на экономику страны и, особенно, на отрасль туризма. Во многих странах на долю туризма приходилось от одной пятой части до половины валового национального продукта. В сфере туризма было занято 60% всей рабочей силы в мире.

Отрасль туризма в нашей стране определена как перспективное направление развития не сырьевого сектора экономики и включена в число национальных приоритетных кластеров. Принятая Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019 — 2025 годах ставит целью достижение в целях формирования благоприятных условий и предпосылок для развития туризма, прежде всего в частном секторе, повышения конкурентоспособности и качества предоставляемых услуг, активного и комплексного продвижения национального туристского продукта на мировых рынках и реализации.

Подводя итог можно отметить следующее, проводимая по продвижению и развитию туристского потенциала, дала свои плоды. Принятые меры позволили переосмыслить подходы в организации мероприятий по продвижению страны на внутреннем и зарубежном рынках, качественно реализовать ситуативный маркетинг и заложить основу устойчивого развития туризма для дальнейшей цифровизации туристской отрасли страны.

Интернет - самая полезная технология для развития устойчивого туризма современности, которая помогает нам не только для привлечения потенциальных иностранных туристов, но и для поддержания потребности в туризме для местных. Интернет играет очень важную роль в туризме.

По мере роста индустрии туризма также возрастает конкуренция между туристическими направлениями. Создание бренда территории даст Узбекистану возможность сформировать уникальный образ и выделить себя из множества других. Одним из эффективных каналов коммуникации, используемых для продвижения городов и привлечения туристов, является интернет, а из инструментов веб-сайт. Основные задачи создания веб-сайта, бренда городов состоят в создании позитивного имиджа, повышении узнаваемости туристического направления, эффективном продвижении туристического продукта, а также в привлечении туристов.

Список литературы:

1. Development of tourism in Uzbekistan: an overview of the tourism industry for 2016-2020 URL:<https://review.uz/en/post/razvitie-turizma-v-uzbekistane-obzor-turotrasli-za-2016-2020-gg>
2. Digitalization and tourism. Possibilities without limits URL: <https://apgazeta.kz/2018/09/14/cifrovizaciya-i-turizm-vozmozhnosti-bez-granic/>
3. Implementation of new digital tools at the service of the tourism eco-system URL:<https://www.gov.uz>
4. Institute for Forecasting and Macroeconomic Research. Increasing the role of tourism as an important sector of the economy of Uzbekistan. URL: <https://ifmr.uz/publications/articles-and-abstracts/tourism>
5. Leveraging the Role of Technology in Promoting Safe Tourism Destinations in CAREC
6. Nailya Muradovna Ibragimova **PhD**, Institute for Forecasting and Macroeconomic Research, Research Center for Poverty Reduction and Welfare of the UK Population, Project Manager
7. The Central Asia Regional Economic Cooperation (CAREC) *Tourism Strategy 2030*
8. Tourism in Uzbekistan in numbers URL:<https://uzbekistan.travel/ru/o/turizm-v-uzbekistane-v-cifrah/>
9. UN General Assembly adopts special resolution “Sustainable Tourism and Sustainable Development in Central Asia” URL: <https://uzdaily.uz/en/post/53803>

B.R. Zharkenov, A.H. Mukanov – 1st year doctoral student of the Eurasian National University named after L.N. Gumilyov, Scientific adviser - Ph.D., associate professor L.M. Mutaliyeva Nur-Sultan, Kazakhstan

FORMATION OF A TOURIST BRAND IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Аннотация. В статье проанализированы и рассмотрены возможности формирования туристского бренда страны в современном мире и создания туристского бренда Казахстана. Выявлены сдерживающие факторы создания туристского бренда и рассмотрены пути их решения. Создание казахстанского туристского бренда позволит увеличить поток туристов на внутреннем и международном рынках путем создания регионального туристского бренда, продвигая туристскую привлекательность своего региона на современном рынке конкурентов.

Ключевые слова: туризм, туристический бренд, политика бренда, национальный бренд.

Annotation. The article analyzes and considers the possibilities of forming a tourist brand of the country in the modern world and creating a tourist brand of Kazakhstan. The constraining factors of creating a tourist brand are identified and ways to solve them are considered. The creation of the Kazakhstan tourist brand will increase the flow of tourists in the domestic and international markets by creating a regional tourist brand, promoting the tourist attractiveness of its region in the modern market of competitors.

Keywords: tourism, tourism brand, brand policy, national brand.

With the development of the tourism market, a significant factor in the formation of consumer preferences is the presence (or absence) of a tourist service of a name (trademark) known in the consumer environment. A trademark involves the implementation of a certain philosophy of introducing a given name using activities in the field of a complex marketing communications that send information to the target group of consumers that is adequate to consumer expectations, preferences and social attitudes [1].

A brand is a technology for creating and promoting a certain visual image, name, manufacturer's data about its service. The brand is aimed at:

formation of consumer identification of services with a trademark, among other offers in the tourism market;

the possibility of creating segments of the consumer market loyal to the brand that are not capable of rationally perceiving and evaluating competing offers;

the ability to expand the range of services offered, included in a common brand (having a similar trademark), while endowing them with competitive advantages characteristic of the entire brand;

a promising opportunity to move away from price competition and move to a higher level - competition between brands;

strengthening the corporate image and market positions;

a real reduction in the cost of marketing and promotion of new services, if they are included in already known to a wide range of consumers brand [2].

The spread of the use of brands in tourism at the end of the twentieth century is explained by:

depersonalization of tourism services. Tour operators, when promoting tours, do not have the opportunity to demonstrate the value of the trips they offer. Until now, the only ways to visualize the tourism product have remained and remain either the possibilities of resort areas (types of resorts, hotels, nature), or the happy faces of rested people;

growth of competition in the tourism market, accompanied by a transition from price competition to rivalry in the field of quality of tourism services provided. In today's tourism market, a tour operator with a competitive brand (or brands) is clearly more powerful than one with a truly stronger destination position or market opportunity;

the need for constant modification of tours (as a result of growing competition in the tourism market). Developing a new tour or modifying an existing one always requires huge expenses for their promotion. However, the use of brand building technologies can significantly reduce these costs by including novelty tours in the product line of a well-known brand, which inspires confidence in the novelty tour and draws the attention of consumers to it;

strengthening the role of agent networks. The agencies themselves are much more interested in selling tours that are part of well-known and popular brands among consumers. No Kazakh travel agency will refuse to sell tours that «will bear» the trademark of a well-known Kazakh or foreign tour operator;

finally, the use of brands in tourism today is the foundation of its well-being tomorrow. Trademarks are much more durable than the tour operator itself, they are less exposed to negative exogenous factors and remain in the public consciousness for a long time.

Obviously, investments in a tourist brand in cases where elementary problems with providing comfortable living conditions for the population, as well as favorable business conditions for entrepreneurs, are unlikely to be profitable. However, for many Kazakhstani territories, regions and cities, the moment when it is necessary to implement integrated marketing and branding programs has already arrived.

Currently, the following trends in the field of branding in tourism are highlighted. First of all, marketing and branding are becoming the most important components of the socio-economic, political and international policy of state and territorial authorities, especially for countries that are actively operating in the global tourism market. This fact is reflected not only in the fact that urban marketing agencies or tourism offices are being created everywhere, but also in the fact that new positions are being created - brand managers of countries (for example, in the USA). In addition, there has been a significant increase in territory branding budgets, especially for countries that have direct competitors in the territory market. The growth of the mutual influence of the images (brands) of the territories and the goods produced on them, which creates a systemic synergistic effect in the form of an increase in economic stability and long-term market competitiveness of both, as well as an increase in the influence of the design of the territory brand on its attractiveness, are important trends in the development of the phenomenon of territorial branding.

At the same time, branding in tourism requires the active introduction of its visual component, which is determined by the existence of an emotionally attractive symbol (logo) that reflects its style, atmosphere and mood.

Kazakhstan, having significant potential for the development of the most important industry, started its creation relatively recently, having lost both time and large resources available in the country. As is known, there are many unique nature reserves and national parks, over 9 000 archaeological and historical monuments, hundreds of health-improving institutions on the territory of the state. Specialists pay special attention to the northern part of the Great Silk Road. Many years ago, the cities of Otrar, Sairam, Syganak, Sauran, Turkestan provided the functions of trade centers. Historians note such historical monuments as the mausoleum of Khoja Ahmed Yasawi dating back to the end of the 15th - the beginning of the 16th century, the construction of Aisha-Bibi and Babaji-Khatun (X-XII centuries), the mausoleums of Karakhan and Daudbek and other sacred places that open up new regions for tourists [3].

Other regions of Kazakhstan also have the largest cultural monuments. So, in the Akmola region there are the famous resort «Burabay», such well-known natural complexes as «Zerenda», «Sandyktau», «Ermentau», Korgalzhinsky reserve.

Today, there are 11 national parks on the territory of Kazakhstan.

In table 1, national parks are arranged in chronological order of their organization.

There are 74 travel companies operating on the territory of the Borovoye resort, which annually participate in international Kazakhstan tourist exhibitions in the cities of Almaty and Astana. Every year, more than a million people, during the summer months - over 500 thousand, including 70% - Kazakhstanis, 10-15% - Russian citizens, 5-6% - foreigners from far abroad come to these places to rest. 13–15 foreign delegations arrive annually. The Kazakh leadership of the industry periodically organizes information tours [4].

Table 1

National parks of Kazakhstan in chronological order of their organization

№	Name	Creation year	Area, ha	Region
1	Bayanaul State National Natural Park	1985	68 453	The Pavlodar region
2	Ile-Alatau State National Natural Park	1996	199 703	The Almaty region
3	State National Natural Park	1996	161 153	The Almaty region

	«Altyn-Emel»			
4	State National Natural Park «Kokshetau»	1996	182 076	The Akmola region and North Kazakhstan region
5	Karkaraly State National Natural Park	1998	112 120	The Karaganda region
6	«Burabay» State National Natural Park	2000	83 511	The Akmola region
7	Katon-Karagai State National Natural Park	2001	643 477	The East Kazakhstan region
8	Charyn State National Natural Park	2004	127 050	The Almaty region
9	Sairam-Ugam State National Natural Park	2006	149 053	The South Kazakhstan region
10	State National Natural Park «Kolsai Lakes»	2007	161 045	The Almaty region
11	Zhongar-Alatau State National Natural Park	2010	356 022	The Almaty region
a	State National Natural Park «Buiratau»	planned	125 300	The Akmola region and Karaganda region
б	Tarbagatai State National Natural Park	planned	144 672	The East Kazakhstan region
Source: Data [4]				

Building a brand of the country and creating its positive image is the strongest tool for increasing the attractiveness of the goods of the producing country, as the brand contributes to high profits and ensures the long-term development of the country. One of the main features of a brand is the presence of a stable large number of loyal consumers. Therefore, a branded country not only attracts tourists, its national business and products receive strong competitive support. In this regard, for Kazakhstan, the priority is to intensify work on the formation of a positive tourist image of the country.

Creating a positive image and brand of the country is a necessary condition for the successful integration of the state into the world community [5].

But, unfortunately, today the image of Kazakhstan does not correspond to the new prevailing realities and, therefore, does not have the desired effect on a significant flow of foreign tourists.

At present, the formation of the country branding of Kazakhstan in the eyes of the foreign public is associated with certain difficulties, which include the following.

It should be noted that every year Kazakhstan becomes more and more recognizable for new tourists from countries that generate the main tourist flows to the republic. Here, the role of the annual Kazakhstan International Tourism Fair - KITF in Almaty, included in the calendar of events of the World Tourism Organization (UNWTO), as well as the annual International Tourism Exhibition «Astana Leisure», the main task of which is to attract tourist flow to the central and northern regions of the country and form the image of the capital - Astana, as a city of the III millennium. The holding of such events makes a significant contribution to the establishment of partnerships between all participants in the tourism market and has real prospects for becoming the largest tourism forum in the Central Asian region.

It is also important to note that participation in international tourism exhibitions is the main event aimed at shaping and strengthening the tourism image of Kazakhstan, promoting the domestic tourism product on the world market and increasing the flow of foreign tourists to the country. In addition, international tourism exhibitions are a real mechanism to assist Kazakhstani tourism organizations in creating favorable conditions for establishing partnerships and concluding mutually beneficial contracts.

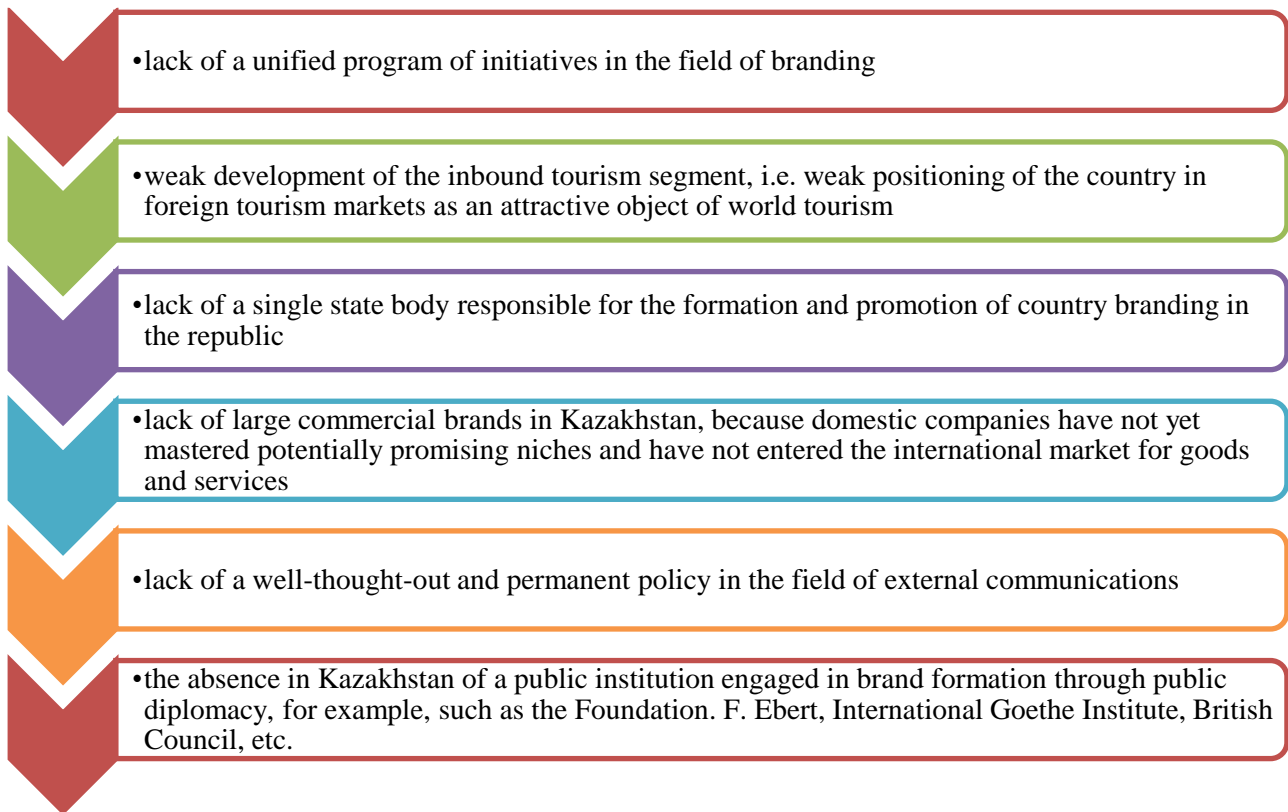


Figure 1. Problems in the formation of country branding in Kazakhstan
(Note - compiled by the author)

It is important to note that it is not necessary to have a long experience in building the image of a particular state. It is quite realistic for a country to form its own brand in a relatively short period of time, if there is a clear strategy for how to do this, and the necessary funds are allocated for this purpose. For example, Croatia, despite its reputation spoiled by political conflicts of the 90s of the last century, managed to become a desirable place for recreation and business, thanks to the chosen strategy to develop the tourism sector with all its might [6].

In general, the study and systematization of the information presented in the analytical materials of foreign authors make it possible to form the basic foundations, in the context of which the country branding of Kazakhstan should be created:

- stability in all spheres of socio-political life, the stability of the domestic system of power and administration, the predictability of Kazakhstan and its openness, which contributes to the formation of only those ideas that correspond to reality;

- the attractiveness of the economic system for external investors, associated not only with the improvement of state mechanisms for ensuring their rights and guarantees on the territory of Kazakhstan, but also with the correct introduction of information to potential investors and focusing their attention on the objective advantages of working with Kazakhstan;

- transparency of Kazakhstani society, which is characterized by the preservation and strengthening of interethnic peace, interfaith harmony of society, the desire for a dialogue of cultures and religions [7].

At the same time, I would like to note that one of the important aspects of tourism development is event tourism, which, among other things, allows our state to present not only the tourism potential of Kazakhstan, but also its history, culture, natural and climatic features, as well as a high level of economic and political development. At the same time, one can trace the core values that are automatically incorporated into the creation of the brand of Kazakhstan.

The formation of the brand of Kazakhstan should be based on the national color of the Kazakh people, and therefore, it is necessary to carry out systematic work to revive folk crafts

and the unique culture of nomads. Currently, there are 286 representatives in Kazakhstan who are engaged in national crafts and arts and crafts. Often, it is the work of these craftsmen and artisans that attracts foreign tourists who are interested in national culture. In addition, the souvenirs they produce are a good promotional tool for Kazakhstan abroad. Therefore, it is on the basis of national characteristics and original culture, peacefulness and hospitality of our people that it is necessary to build a brand that distinguishes Kazakhstan from all other countries of the world [6].

The national brand gives impetus to the development of each cluster and the necessary elasticity for a positive perception of the consumer, while maintaining the image gained over the years. The national brand, as a tool, maximizes the use of natural, human, financial, innovative and integration potential.

Thus, taking into account the above factors, the formation of the country branding of Kazakhstan in the global dimension seems to be a problem for both the state and society. Its solution requires the modeling of several of the most effective concepts of the country and their further evaluation in order to determine the optimal ones corresponding to national interests.

The prospects for the formation of country branding in Kazakhstan have quite favorable conditions. Among them, it is advisable to single out the historical uniqueness, multinationality, originality and peacefulness of the Kazakh people, modern world-class achievements, on which the image that characterizes Kazakhstan in the eyes of the world community should be built.

Literature

- 1 Ushakov D.S. National tourism industry: problems of development. Moscow, 2010. – p. 362.
- 2 Zhukova M.A. Tourism industry: organization management. - M.: Finance and statistics, 2011. – p. 420.
- 3 Zhansagimova A.E. Forecasting the development of tourism business in the Republic of Kazakhstan // [Electronic resource]. Access mode: // <http://repository.enu.kz>.
- 4 Vakhitova D. Development of tourist infrastructure in the regions //Expert Kazakhstan. - 2014. - No.7. - p.15-16.
- 5 Official site of the Committee on Statistics of the Republic of Kazakhstan [Electronic resource]. Access mode: <http://www.stat.kz>.
- 6 Ibraev, K. Kazakhstan is practically unknown in the world as a tourist destination // Panorama - 2013, No. 18. – p.36-39.
- 7 Mamyshv Zh. For a breakthrough in tourism, preferences are needed ... [Electronic resource] / - Access mode: <http://www.kursiv.kz>.

**Axmatova Mohigul Ergash qizi-tayanch doktorant,
Buxoro davlat universiteti**

TURIZMDA TRANSPORT XIZMATLARINI OPTIMALLASHTIRISH CHORA TADBIRLARI

Annotatsiya: *Ushbu maqolada turizmni rivojlantirish transport xizmatlari bilan bog'liqligi tahlil qilingan, turistik sayohat uchun joy tanlashda transport infratuzilmasi va transport vositalari sifatining ahamiyati tahlil qilingan. O'zbekistonda turizmning barqaror rivojlanishi uchun transport shakllari tahlil qilingan va transportning ayrim shakllari haqida qisqacha ma'lumot beradilar.*

Kalit so'zlar: *transport xizmati, transport turlari, yer usti transporti, havo transport, daryo va dengiz transporti.*

Аннотация: *в данной статье анализируется взаимосвязь развития туризма с транспортными услугами, анализируется значение транспортной инфраструктуры и качества транспортных средств при выборе места туристического путешествия.*

Проанализированы виды транспорта для устойчивого развития туризма в Узбекистане и кратко дана информация о некоторых видах транспорта.

Ключевые слова: транспортное обслуживание, виды транспорта, наземный транспорт, воздушный транспорт, речной и морской транспорт.

Abstract: *this article analyzes the relationship of tourism development with transport services, analyzes the importance of transport infrastructure and vehicle quality in the selection of places for tourist travel. Transport modes for the sustainable development of tourism in Uzbekistan are analyzed and briefly provide information on some modes of transport.*

Keywords: *transport service, modes of transport, land transport, air transport, river and sea transport.*

Kirish qismi. Ma'lumki, mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishida uning qon tomiri bo'lgan transport tizimi juda muhim ahamiyatga ega bo'lib, jamiyat taraqqiyotining hozirgi bosqichida iqtisodiyot nafaqat ishlab chiqarish, balki minglab xizmat turlarini mujassamlashtirgan sohalar majmuiga aylanib bormoqda.

Sayohat qilish vaqt va makon bo'yicha harakatlanish, tegishli maqsadlar va qolish muddati bilan belgilanadi. Turar joyni o'zgartirmasdan turib, turizm haqida gapirishdan ma'no yo'q. Turistik resurslar ma'lum hududlar bilan bog'langan va ularning mashhurligi va foydalanish darajasi bunday hududlarning transport imkoniyatlari bilan belgilanadi.

Asosiy qismi: Turistlarga transport xizmatini ko'rsatish - bu turizmni rivojlantirishning yetakchi omilidir. Barcha turistik xizmatlar tizimidagi transport xizmatining hissasi 40% dan ortiq qismini tashkil qilar edi. Transport sayohatlari turizm turlarining mustaqil ko'rinishi sifatida ham qabul qilinadi. Sayyohlik agentliklar sayohatni tashkil qilish uchun turli xil transport turlaridan foydalanadilar. Butun dunyoda transport xizmatlarining umumiy massasida asosiy ulush havo transportiga to'g'ri keladi.

Transport vositalari nafaqat sayohatchilarni tashish, shuningdek, turar joy vazifasini ham bajaradi: masalan (bir kechada) - kruiz kemalari, turistik poezdlar, avtobuslar va boshqalar.

Transport xizmatlari quyidagicha guruhlangan.

1. Yer usti transporti turlari :

- hayvonlarning yordami bilan harakat qilish
- inson kuchi yordamida harakat va tashish
- temir yo'l transporti
- havo kemasi
- avtomobil transporti

2. Havo transport turlari :

- vertolyotlar;
- sharlar va dirijabllar, planerlar va deltplanlar, parashyutlar;
- kosmik transport vositalari.
- kichik samolyotlar, gidrosamolyotlar, keng fyuzelyajli samolyotlar, tovushdan tez laynerlar;

3. Daryo va dengiz transportida tashish :

- sallar va eshkak eshuvchi qayiqalar;
- mexanik haydovchiga ega kichik flotning qayiqalari va kemalari;
- daryo va dengiz kemalari;
- havo kemasi;
- suv osti kemalari.

Turistik sayohatni tashkil etish uchun transport vositalarini tanlashda ularning mashhurlik darajasi, transport tizimining rivojlanganlik holati, sayohatning turi, marshrutning uzunligi, aholi farovonligi, milliy urf-odatlar va boshqa omillar bilan o'zaro bo'g'liq.

Asosan sayohatlarini amalga oshirishda transport vositalarining mashhurligi yuqori qulaylikdagi avtomobil va havo transportiga qaratilgan. So'nggi yillarda temir yo'l transportining mashhurligi sezilarli darajada oshdi.

Transport sayohatlari bir qator asosiy belgilariga ko'ra tasniflanadi: marshrut turi, foydalaniladigan transport turi, sayohat davomiyligi, mavsumiylik va boshqa omillar.

1. **Yo'nalish turi:** temir yo'l; avtobus; aviatsiya; dengiz; daryo; birlashtirilgan; boshqa turlari.

2. **Transport turi:** poyezdlar; avtobuslar; samolyotlar va vertolyotlar; kemalar, paromlar, yaxtalar, qayiqlar va boshqa suv kemalari; velosipedlar va mototsikllar; sharlar va deltplanlar.

3. **Sayohat davomiyligi:** qisqa muddatli; "hafta oxiri" yozing; ko'p kunlik.

4. **Harakatning mavsumiyliigi:** yil davomida; mavsumiy; bir marta.

UNWTO tomonidan ishlab chiqilgan Turizm statistikasi bo'yicha tavsiyalarga muvofiq transport vositalarining quyidagi tasnifi taklif etiladi ^[2]:

1. **Havo transporti:** rejali reyslar; rejadan tashqari parvozlar; boshqa havo transporti.

2. **Suv transporti:** yo'lovchi liniyalari va paromlar; Kruizlar; boshqa turlari.

3. **Quruqlik transporti:** temir yo'l transporti; shahar va shaharlararo avtobuslar; sakkiz kishigacha bo'lgan shaxsiy avtomobillar; transport vositalarini ijaraga olish; boshqa quruqlikdagi transport vositalari.

Turist sayohatini rejalashtirishda sayohat manziliga yetkazish tezligi, sayohatning qulayligi, narxi, bagajni tashish imkoniyati va uning og'irligi, yo'lda to'xtash imkoniyati, noqulay ekologik omillar va xavfsizlik mavjudligini inobatga olgan holda tashkillashtiradi.

Havo transporti jahon transportining eng jadal rivojlanayotgan tarmog'idir. Xalqaro transport tarmog'i dunyoning 150 dan ortiq mamlakatlarini qamrab oladi. Samolyotlar dunyodagi eng qimmat transport turi hisoblanadi. Buning sababi quyidagilar bilan bog'liq:

- - Xalqaro bron qilish va bron qilish tarmoqlariga ega bo'lgan aviakompaniyalar sayyohlik agentliklariga samolyotda band qilingan har bir o'rin uchun ma'lum miqdorda to'lov amalga oshiriladi, bu esa ularni o'zlari havo transportini tanlashga imkon beradi.

- - uzoq masofaga sayohat qilishda aviatsiya eng tez va qulay transport turidir;

- - reyslarda xizmat ko'rsatish hozirgi vaqtda ko'pchilik turistlarning ehtiyojini qondiradi;

Hozir dunyoda 1300 dan ortiq aviakompaniyalar mavjud. Har yili o'rtacha 1,5 milliardga yaqin odam reyslarda tashiladi. Orasida Umumiy havo aloqalarini bugungi kunda 470 dan ortiq tashuvchi amalga oshirmoqda, ulardan 250 ga yaqini xalqaro muntazam reyslarni amalga oshiradi. Dunyoning 1000 dan ortiq aeroportlari xalqaro havo aloqalariga xizmat ko'rsatishda ishtirok etadi, ulardan 650 ga yaqini xalqaro muntazam havo tashishlariga xizmat qiladi.

Turizmning rivojlanishida ro'y bergan o'zgarishlar sayohatni tashkil etishda ham, transport xizmati ko'rsatish tizimida ham o'z ifodasini topib kelmoqda. Turistik oqimlarning massiv tabiati yangi ehtiyojlarni yuzaga kelishini, turistlarning o'z sayohatni tashkil etish motivlari, maqsadlariga yangicha munosabatini oldindan belgilab beradi.

Xulosa qismi. Turizmning klassik turlari bilan birga yangi turlari ham paydo bo'lib, turistik talabni sifat jihatidan yangi bosqichga ko'taradi, uning xizmatlariga yangi ehtiyojlarni qondirish uchun esa transport talab qiladi. Shuning uchun ham transport tashkilotlari moddiy-texnika bazasini miqdor va sifat jihatidan yaxshilash bilan birga o'z faoliyatida yangi talablar va tashkiliy o'zgarishlarni hisobga olishlari ham zarur. jumladan:

- ❖ Faoliyati faqat (yoki ko'p jihatdan) turistlarni tashishdan iborat bo'lgan mustaqil transport korxonalarini alohida tashkil etish;

- ❖ Turizm va transport korxonalari integratsiyasini amalga oshirish. Bu, ayniqsa, hozirda katta mehmonxona fondini nazorat qiluvchi eng yirik havo transporti firmalariga mos keladi;

- ❖ Turistlarning turistik zonada bo'lish mobaynida ularga transport xizmati ko'rsatish maqsadida o'z avtotransport vositalari parkini saqlash vazifasi yuklangan turistik korxonalar tarkibida ixtisoslashtirilgan bo'g'inni yaratish;

- ❖ Chet ellik va mahalliy sayyohlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq faoliyatni yuqori darajada muvofiqlashtirishga erishish uchun transport va turizm korxonalari o'rtasida mustahkam aloqalarni o'rnatish va qo'llab-quvvatlash.

❖ xalqaro turistik bozor konyunkturasi yoki turizmning mavsumiy tebranishlariga qarab transport korxonalari faoliyatini qayta tashkil etish va qayta qurishni amalga oshirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Kuskov A.S. (2008) Turizmда transport: darslik. - M.: KNORUS.
2. Uoker J.R. (1999) Mehmondo'stlikka kirish: darslik. / M.: UNITI.
3. Джураев, А. Т., Ахматова, М. Э., & Тешаева, М. Д. (2015). Современная характеристика типов экономических систем. *Молодой ученый*, (12), 409-413.
4. Dushanova, Y. F., & Radjabov, O. O. (2021). Importance and development of tourist clusters in Uzbekistan. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(5), 342-347.
5. Davronov, I. O. (2021). Economic Development Mechanisms of Innovative Services in Bukhara Hotels. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(6), 500-509.
6. Джураев, А. Т., & Ахматова, М. Э. (2015). Перспективы развития инфраструктуры туризма в Узбекистане. *Молодой ученый*, (10), 624-627.
7. Раджабов, О. О. (2021). ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ PR-PUBLIC RELATION (СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ) В ТУРИЗМЕ. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 106-117).
8. Davronov, I. O. (2021). Economic Importance of Innovative Technologies for Improving Hotel Services. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(3), 169-175.
9. Davronov, I. O., & Farmonov, E. A. (2019). The impact of Innovations in tourism and hospitality. *International Multilingual Journal of Science and Technology*, 4(9), 658-660.
10. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54)).
11. Olimovich, D. I. (2020). The impact of innovative technologies for improving economy of hotels. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 9(5), 194-201.
12. Oktyamovna, A. S., Atoevna, T. S., & Kodirovna, B. S. (2020). The role of animator to the development of tourism animation activities. *Academy*, (12 (63)).
13. Olimovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). The cost-effectiveness of improving the quality of hotel services. *Academy*, (4 (55)).
14. Atoevna, T. S., Kodirovna, B. S., & Oktyamovna, A. S. (2020). Features and methods of formation of the cost of tour packages. *Academy*, (12 (63)).
15. Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.
16. Kodirovna, B. S., Atoevna, T. S., & Oktyamovna, A. S. (2020). Main features of advertising in tourism. *Economics*, (4 (47)).
17. Kayumovich, K. O., Annamuradovna, F. S., Alimovich, F. E., Alisherovna, D. N., & Olimovich, D. I. (2020). Opportunity of digital marketing in tourism sphere. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(8).
18. Davronov, I. O. (2019). Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations. *Мировая наука*, (4), 508-510.
19. OLIMOVICH, D. I., BAXTIYOROVICH, T. M., & CHORIEVICH, B. A. Description of Technological Processes in Restaurant Services. *JournalNX*, 6(05), 248-252.
20. Махмудова, Н. У., & Ахматова, М. Э. (2016). Кредитная платёжная система как увеличивающий фактор туристического потока в туризме. *Молодой ученый*, (5), 367-370.

21. Radjabov, O., & Rajabova, M. (2021). CREATION OF FREE ECONOMIC ZONES IN BUKHARA: PROBLEMS AND SOLUTIONS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
22. Rozikov, H. H. (2021). THE ROLE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN IMPROVING THE QUALITY OF TRANSPORT SERVICES. *World Bulletin of Management and Law*, 3, 4-8.
23. Radjabov, O., & Dushanova, Y. (2021). Efficient Ways Of Using Public Relations Tools In Tourism. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
24. Sarvinoz, S. (2021). ЖОЙЛАШТИРИШ МУАССАСАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
25. Sharifovich, Y. K. (2021). Ways to Improve Information and Consulting Services in the Field of Tourism. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(2), 98-104.
26. Salimova, S. F. (2021). JOYLASHTIRISH VOSITALARIDA MARKETING FAOLIYATINING AHAMIYATI. *Scientific progress*, 1(6).
27. Юлдашев, К. Ш. (2021). СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 95-105).
28. Sarvinoz, S. (2021). THE IMPORTANCE OF MARKETING ACTIVITIES IN PLACEMENT TOOLS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
29. Olimovich, D. I., Bakhtiyorovich, T. M., & Salimovna, N. G. (2020). Improving of personnel training in hotel bussines. *Academy*, (2 (53)).
30. https://ozlib.com/895146/ekonomika/transportnye_uslugi_turizme
31. <http://jijiji.ru/transportnye-uslugi-v-turizme/>
32. <http://www.unwto.org/> - UNWTO Jahon sayyohlik tashkilotining sayti

Bozorova Sitora Kadirovna – lecturer, Bukhara state university
Odil Olimovich Radjabov- PhD researcher,
Valencia Polytechnic University

THE ROLE OF ADVERTISING IN THE MOVEMENT OF BUKHARA TOURISM DESTINATION

Annotatsiya: ushbu maqolada turistik yo'nalishlarni targ'ib qilishda reklamaning roli va uning samaradorligini aniqlash belgilangan. Maqolada asosan turistik yo'nalishdagi reklama turlari va ularning iqtisodiy ahamiyati tahlil qilinadi. Sayyohlik yo'nalishini targ'ib qilish kelajakda potentsial mijozlarni jalb qilish va o'zini reklama qilishda asosiy omil bo'ladi.

Kalit so'zlar: turizm, reklama, turizm reklamasi, turistik destinatsiya, reklama ta'siri, reklama turlari, Internet-marketing, SMM.

Аннотация: целью данной статьи является определение роли рекламы и ее эффективности в продвижении туристических дестинаций. В статье в основном анализируются виды рекламы в туристской дестинации и их экономическое значение. Продвижение туристического направления станет ключевым фактором привлечения потенциальных клиентов и продвижения себя в будущем.

Ключевые слова: туризм, реклама, туристическая реклама, туристическая дестинация, рекламный эффект, виды рекламы, интернет-маркетинг, SMM.

Abstract: the purpose of this article is to determine the role of advertising and its effectiveness in promoting tourism destinations. The article mainly analyzes the types of advertising in the tourist destination and their economic significance. Promoting a tourist

destination will be a key factor in attracting potential customers and promoting oneself in the future.

Key words: *tourism, advertising, tourism advertising, tourist destination, effect of advertising, types of advertising, Internet marketing, SMM.*

Introduction. One of the most essential components in the tourism industry's ability to attract travelers from both the local and worldwide markets is advertising. The tourist industry is in charge of promoting natural resources, culture, and heritage, among other things, so that every visitor can get the most out of their visit. Tourism advertising allows visitors to become acquainted with a location before ever visiting there.

A bad advertisement might cost you money in the tourist industry. Effective marketing does not guarantee success, but it certainly raises the likelihood of it.

Advertising serves three primary functions in the tourism industry:

- To provide travelers with information about a destination and everything they need to know about it.
- Convince tourists to visit a destination;
- Remind tourists of a destination and where to make all of their reservations.

The global travel market, like the advertising sector, is growing. Advertising initiatives to promote foreign tourist destinations are common in western countries. Many advertisers merely want to enhance their revenue by marketing their services, whether it is travel or hotel bookings. Few advertisers, on the other hand, feel compelled to engage with their target audience, which I believe is critical [33].

Main part. We live in a marketing and media – driven world. Any organization involved in the leisure and tourism business, arts centers, museums, sports clubs and small hotels to the largest theme parks, airlines and cruise companies, is interested in advertising. Many companies think that they should cut expenditure on advertising and redirect it into sales promotions, direct mail, public relations and other forms of marketing communications. Advertising is not an expensive but, rather, is a strategic activity that should be regarded as an investment in the product or brand.

The role of advertising in tourism increases the familiarity of the locality to tourists who are planning to organize a personalized leisure or business trip. The power of advertising provides basic facts about the tourism industry that can be offered by a certain community. This is in terms of their newly discovered natural resources that are safe and enjoyable to visit for several days. Advertisement transforms curiosity into an interest made by the potential tourists who will be visiting the area to spend leisure time with their family and friends. As a result, there will be an increase in tourism arrivals to the targeted locality where tourists can visit and explore for a certain period of time, the role of tourists enhances the tourism potential of the community to become competitive, driving an economic growth that generates new jobs for the residents and tourists who wants to stay longer in the community.

Given that tourism is an important aspect of any country's economy's infrastructure, its growth and development are critical. Advertising is a critical instrument in growing a country's tourism by attractively presenting the country's historical and cultural points of interest. Advertising has a critical role in growing this business, providing economic growth, direct and indirect employment, and, most significantly, a creative and innovative competition in the national and international travel industry. Importantly, for a successful tourist industry, travel agencies and government officials from the Ministries of Tourism and Business must work together to achieve these objectives [1].

For professional advantage, the tourism business must employ advertising as its principal tool. The cultural values of each country's tourism promotion are founded on the professionals' understanding of advertising and its values. Professional advertising can be viewed as a successful strategy for economic development both within and beyond a country. Each step of tourist advertising, including print, television, and radio stations, has a distinct impact on the

tourism business. The tourism sector of each country can generally be assessed based on its ability and plan, as well as the country's interest and need in the industry [2].

Advertisement in various media, including as newspapers, magazines, radio, television, posters, and brochures, plays a vital part in luring people to tourist resorts. Successful and long-term travel advertising and promotion, on the other hand, can help to reduce negative and unfavorable publicity while still maintaining a sense of perspective. As a result, ads have the potential to have an economic, social, and cultural influence. In terms of economics, it is usually assumed that advertisements have a positive impact on the economy by encouraging demand for goods and services [3].

Results and discussion

The role of advertising in tourism enhances the acquaintance of tourists who are planning a personal vacation or business trip. The power of advertising provides basic information about the tourism industry that can be offered by a particular community. This is in terms of their discovered natural resources, they are safe and a pleasure to visit for a few days. The ad turns the curiosity into the interest of potential tourists who visit the region to relax with family and friends. As a result, there will be an increase in tourist visits to the target area where tourists can visit and explore over a period of time, the role of tourists will increase the tourist potential of the community, leading to competitive, economic growth. new jobs for residents and tourists who want to stay in the community for a long time.

The advertisement allows tourists to share their thoughts about their recent trips to internationally and locally promoted areas of interest. The testimonies provided by the tourists reflect their general experience of visiting the area with friends or relatives. From a security standpoint, tourists can attest to the current situation in the area, such as traffic, criminal elements, and community honesty. If tourists protect the safety of the local community, it means that there is an optimistic tourism industry in the region that proves that locals and foreigners should not have to worry about their safety when visiting the region. Advertising contributes to the economic development of an interested society as small and medium enterprises begin to build their businesses to generate income and attract new jobs for the local population.

Advertising using social networks, which is a trend today. It is advisable to open accounts on Facebook, Instagram, Telegram, which are widely used around the world, to upload information, and to post videos on YouTube. 16.6% of visitors to Uzbekistan come to the country under the strong influence of social networks. Therefore, it is advisable to further develop the advertising sector of social networks. All social media has certain characteristics that determine their characteristics and uniqueness.

There are many types of advertising tools and their effectiveness varies from industry to industry. Determining which tools will benefit the most in the development of Bukhara's tourist destination is currently a challenge.

Conclusion

I have considered the effectiveness of the use of advertising in the promotion of Bukhara tourist destination, and below I offer my suggestions:

1. The use of social networks in the development of tourist destinations, as we now know the high levels of Internet advertising;
2. Opening and running channels on Facebook, Instagram, YouTube, Telegram;
3. The Bukhara regional department of the State Committee for Tourism Development should keep its pages on social networks in promoting the Bukhara tourist destination;
4. Coverage of tourist destinations with the help of bloggers

References:

1. Salehi, H., & Farahbakhsh, M. (2014). Tourism advertisement management and effective tools in tourism industry. *International Journal of Geography and Geology*, 3(10), 124-134.)
2. Ketabchi and M. Mohammad, 2004. Marketing of travel and tourism. Tehran: Feres.

3. ANITHA, G., & HM&CS, M. T. M. “The role of advertising in travel trade” Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities.2017
4. Гусев В.С. Аналитика веб-сайтов. Использование аналитических инструментов для продвижения в Интернет. - М.: «Диалектика», «Вильямс», 2013. - С.105-117.
5. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54))
6. Bozorova, S. K., & Abdukhalimov, M. A. (2021). FEATURES OF ONLINE ADVERTISING IN THE PROMOTION OF TRAVEL DESTINATIONS. In *EUROPEAN RESEARCH* (pp. 182-184).
7. Bozorova, S. K., Toyirova, S. A., Kodirovna–Lecturer, B. S., & Atoevna–Lecturer, T. S. (2021). Classification of traditional advertising in the promotion of tourist destinations. *Academy*, (4 (67)).
8. Davronov, I. O. (2019). Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations. *Мировая наука*, (4), 508-510.
9. Davronov, I. O. (2021). Economic Development Mechanisms of Innovative Services in Bukhara Hotels. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(6), 500-509.
10. Davronov, I. O. (2021). Economic Importance of Innovative Technologies for Improving Hotel Services. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 169-175.
11. Davronov, I. O. (2021). THE ECONOMIC IMPACT OF INNOVATIVE SERVICES IN THE HOTEL INDUSTRY. In *EUROPEAN RESEARCH: INNOVATION IN SCIENCE, EDUCATION AND TECHNOLOGY* (pp. 26-27).
12. Dushanova, Y. F., & Radjabov, O. O. (2021). Importance and development of tourist clusters in Uzbekistan. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(5), 342-347.
13. Farmanov, E. A., Kadirova, S. H., & Djurayeva, N. B. (2020). CENTRAL FEATURES OF HALAL TOURISM AND HALAL FOOD. *Academy*, (3), 43-45.
14. Kizi, S. S. F. (2021). The importance of marketing activities in placement tools. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(4), 693-699.
15. Kodirovna, B. S., Atoevna, T. S., & Oktyamovna, A. S. (2020). Main features of advertising in tourism. *Economics*, (4 (47)).
16. Nurov, Z. S., & Nurova, G. N. (2021, March). Conceptual framework for factors affecting the feasibility of the isi. In *E-Conference Globe* (pp. 276-280).
17. Nurov, Z. S., Khamroyeva, F. K., & Kadirova, D. R. (2021, March). Development of domestic tourism as a priority of the economy. In *E-Conference Globe* (pp. 271-275).
18. Nurov, Z., & Nurova, G. (2021). Results of ISI Implementation in Uzbekistan (in The Example of Uzbek Automotive Industry): Achievements and Negative Outcomes. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 214-225.
19. Olimovich, D. I. (2015). Tourism potential of Uzbekistan. *Lucrările Seminarului Geografic "Dimitrie Cantemir"*, 40, 125-130.
20. Oktyamovna, A. S., Atoevna, T. S., & Kodirovna, B. S. (2020). The role of animator to the development of tourism animation activities. *Academy*, (12 (63)).
21. OLIMOVICH, D. I., BAXTIYOROVICH, T. M., & CHORIEVICH, B. A. Description of Technological Processes in Restaurant Services. *JournalNX*, 6(05), 248-252.
22. Olimovich, D. I., Temirkulovich, U. J., & Bakhodirovna, M. M. (2020). Mechanisms of improving staff training. *Academy*, (2 (53)).
23. Radjabov, O., & Dushanova, Y. (2021). Efficient Ways Of Using Public Relations Tools In Tourism. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
24. Radjabov, O., & Rajabova, M. (2021). CREATION OF FREE ECONOMIC ZONES IN BUKHARA: PROBLEMS AND SOLUTIONS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).

25. Samatovich, R. S. (2021). Importance of Marketing in Tourism and Hotel Industry. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(2), 79-84.
26. Sarvinoz, S. (2021). THE IMPORTANCE OF MARKETING ACTIVITIES IN PLACEMENT TOOLS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
27. Sarvinoz, S. (2021). ЖОЙЛАШТИРИШ МУАССАСАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
28. Sharifovich, Y. K. (2021). Ways to Improve Information and Consulting Services in the Field of Tourism. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(2), 98-104.
29. Tadjieva, S. U., & Bozorova, S. K. (2020). STUDYING THE EFFECT OF ADVERTISING ON TOURISM. In *International scientific review of the problems of economics, finance and management* (pp. 47-54).
30. Бозорова, С. К. (2021). РОЛЬ РЕКЛАМЫ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 84-94).
31. Раджабов, О. О. (2021). ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ PR-PUBLIC RELATION (СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ) В ТУРИЗМЕ. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 106-117).
32. Юлдашев, К. Ш. (2021). СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 95-105).
33. <https://travel.earth/why-tourism-advertising-important>

*Istamkhuja Olimovich Davronov- PhD researcher,
Bukhara state university*

Ziyodulla Saymuradovich Nurov-PhD, Bukhara state university

Kamol Sharifovich Yuldashev- lecturer, Bukhara state university

Odil Olimovich Radjabov- PhD researcher, Valencia Polytechnic University

PRIORITIES FOR IMPROVING THE QUALITY OF HOTEL SERVICES THROUGH INNOVATIVE DEVELOPMENT

Annotatsiya: *ushbu maqolada asosan innovatsion rivojlantirish orqali mehmonxonda xizmatlar sifatini oshirishning ustuvor yo'nalishlari, mehmonxonalarda izmat ko'rsatish turlari va ularnirivojlantish, mehmonxonada sifatli xizmat ko'rsatish orqali potensial mijozlar oqimini ko'paytirish yo'llari ko'rsatib o'tilgan.*

Kalit so'zlar: *innovatsiya, mehmonxonona, xizmat ko'rsatish turlari, texnologik innovatsiyalar, samaradorlik, xizmatlar sifati.*

Аннотация: *В данной статье в основном показаны приоритеты повышения качества гостиничных услуг за счет инновационного развития, виды гостиничных услуг и их развитие, пути увеличения потока потенциальных клиентов за счет качественных гостиничных услуг.*

Ключевые слова: *инновации, гостиница, виды услуг, технологические инновации, эффективность, качество услуг.*

Abstract: *This article mainly shows the priorities for improving the quality of hotel services through innovative development, types of hotel services and their development, ways to increase the flow of potential customers through quality hotel services.*

Keywords: *innovation, hotel, types of services, technological innovations, efficiency, quality of services.*

Introduction. In the hotel services market, what the consumer understands by quality in the hotel business is important for the hospitality industry, and the consumer's personality plays a major role in a deeper understanding of the concept of 'quality'.

When evaluating the quality of hotel services, the consumer compares what is offered to what he wants to receive. The consumer's opinion of a service is influenced by his or her previous experience with similar services, understanding of the service, personal preferences, and the service provider's image. The service used is subject to selective, adaptive and impression-enhancing effects.

In the hotel industry, selective acceptance refers to how different customers react to the same service. It is determined by consumer behavior, interests, personal characteristics, knowledge, and the status of service use. Time of service (e.g., not noticing all the details in a hurry and taking a good look in a quiet situation), certain conditions (e.g., customers staying in resort hotels in bad weather, paying attention to room furniture and appliances) begin to pay attention to them, they become more interested in the quality of food, etc.) are situational features of service quality acceptance.

Main part. When using the service, quality acceptance can be in line with the desired results. If the supplied quality differs significantly from what was expected, the user adjusts it to its intended application. A contrast effect arises if the received service does not exactly match the expected result: the magnitude of the expected result increases the contrast impact.

When a user attempts to leverage the experience of friends, coworkers, or neighbors who are familiar with the service or its components, impressions are gained. As a result, happy feelings are reinforced while negative feelings are repressed, or conversely.

The model of guest perception of service quality mentioned above allows us to divide this idea into three parts: basic quality, necessary quality, and desirable quality are all terms that can be used to describe a product's quality.

As a guest, a key quality is the total of all the attributes that a service must have. The client does not feel compelled to address them with the maker, despite the fact that he or she hopes for the existence of this characteristic. The availability of clean sheets, pillowcases, and towels at the hotel; daily cleaning of the hotel room; the TV and other equipment in the room are guaranteed to work without damage; not making a mistake in the final calculation with the guest, and so on are examples of key qualities for hotel business services.

The sum of the service's technical and functional attributes is the required (anticipated) quality. They demonstrate how well the service adheres to the manufacturer's strategy. Typically, the service's required features are advertised and guaranteed by the manufacturer. Utilities (bathroom, shower, toilet), air conditioning, conference halls, conference rooms, and other technical characteristics of hotel services are examples. The hotel services must include the following functional features: ring service in rooms and floors, daily delivery of new newspapers and magazines, and so on.

When a customer receives a service, desired quality is the quality that they can only wish for. The intended quality indicators are distinguished by the fact that they should not be manufactured by the client. In most cases, the consumer does not expect these quality indicators, but he appreciates their presence in the service he is receiving. The provision of satellite and cable TV in the rooms; offering the customer a hair dryer, umbrella, makeup, etc. as a souvenir from the hotel; offering complimentary champagne for dinner, and so on are examples of desirable quality hotel services. If the intended quality service is supplied well, it might raise the customer's contentment with the services provided to him, hence growing the manufacturer's market sector.

The typology of service elements suggested by American scientists Kedott and Terjen is important in terms of consumer satisfaction. These researchers found four kinds of service aspects in a study of the demands that impact customers' purchasing decisions:

elements that leave dedication; critical elements; neutral elements; satisfactory elements; elements that abandon devotion

The hotel sector is built on critical factors. They are the most important factors that have a direct impact on customer behavior. These things should be available in the first place because they are based on consumer-required basic standards. Businesses must try their utmost to provide these characteristics of service if they wish to survive in a competitive climate. Hotel accommodations, public place cleanliness, safety, and healthy cuisine are only a few of them [1].

The operations of the company are unaffected by neutral elements. The color of the service uniform, the construction of the inside of the building, and the position of the car park are all examples of these features. Because these factors have a minor impact on consumer satisfaction, management does not need to pay them any attention.

The aspects of satisfaction can produce a positive impact on clients if the quality of services offered exceeds expectations. However, even if the customer's expectations aren't reached, the negative impression won't last. Night service at the hotel, free drinks at banquets on behalf of the director, and sending flowers to women at restaurants on behalf of the administration are just a few examples. Naturally, these features set the company apart from the competition. Free food, flowers, or chocolate are never turned down. Similarly, no one will complain if there are no such "surprises."

Elements of dedication are items that are not completed adequately and produce a bad client reaction. Customers will not have any problems if all of the pieces are completed appropriately. Inadequately picked or organized parking spaces that compel customers to drive long distances, the refusal to accept common credit cards, staff disdain, ashtrays that are filthy, and so on are examples of such factors.

The quality of service is a broad category that includes one of the most essential markers of a hotel's ability to function effectively, as well as an object of analysis, planning, and management.

Hotels utilized by a tiny segment of society are often thought to be of the best quality, regardless of their true cost; these are services that the population employs on a regular basis. In any case, the guest selects hotel services that best fit his expectations for excellence. The hotel business has the most chances to implement services that are:

- Able to fully satisfy the client's demands, based on their requests;
- Offers services at the best price-quality ratio;
- Implements a new level of quality, which becomes a key motivator for regular visits.

Two techniques to measuring service quality have been identified in interstate experience:

- The usable qualities of the service delivery process are assessed to define the quality of service;
- Defects in the customer service process are evaluated.

In conclusion, the use of innovations plays an important role in improving the quality of service in the hotel business. In order for hotels to find their place in today's competitive market, great attention must be paid to the quality of services [35].

References

1. Amriddinova R.S. (2008). "Mehmonxona servis xizmat", Ma'ruzalar matni, Samarkand.SamISI.
2. Olimovich, D. I. (2015). Tourism potential of Uzbekistan. *Lucrările Seminarului Geografic "Dimitrie Cantemir"*, 40, 125-130.
3. Dushanova, Y. F., & Radjabov, O. O. (2021). Importance and development of tourist clusters in Uzbekistan. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(5), 342-347.
4. Olimovich, D. I., Bakhtiyorovich, T. M., & Salimovna, N. G. (2020). Improving of personnel training in hotel bussines. *Academy*, (2 (53)).

5. Раджабов, О. О. (2021). ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ PR-PUBLIC RELATION (СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ) В ТУРИЗМЕ. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 106-117).
6. Nurov, Z., & Nurova, G. (2021). Results of ISI Implementation in Uzbekistan (in The Example of Uzbek Automotive Industry): Achievements and Negative Outcomes. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(3), 214-225.
7. Olimovich, D. I., Khabibovna, K. M., & Alimovich, F. E. (2020). Innovative ways of reducing tourism seasonality of tourist areas. *Достижения науки и образования*, (1 (55)).
8. Radjabov, O., & Rajabova, M. (2021). CREATION OF FREE ECONOMIC ZONES IN BUKHARA: PROBLEMS AND SOLUTIONS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
9. Olimovich, D. I., Kudratovna, F. S., & Sayfitdinovich, I. B. (2020). The importance of marketing analysis for predicting the prospects of restaurants in Bukhara hotels. *Economics*, (1 (44)).
10. Yavmutov, D. S., & Rakhimov, O. H. (2021). PILGRIMAGE TOURISM AND ITS PROSPECTS IN UZBEKISTAN. *Economics*, (1), 29-31.
11. Nurov, Z. S., & Nurova, G. N. (2021, March). Conceptual framework for factors affecting the feasibility of the isi. In *E-Conference Globe* (pp. 276-280).
12. Davronov, I. O. (2019). Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations. *Мировая наука*, (4), 508-510.
13. Olimovich, D. I., Temirkulovich, U. J., & Bakhodirovna, M. M. (2020). Mechanisms of improving staff training. *Academy*, (2 (53)).
14. Kayumovich, K. O., Annamuradovna, F. S., Alimovich, F. E., Alisherovna, D. N., & Olimovich, D. I. (2020). Opportunity of digital marketing in tourism sphere. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(8).
15. Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.
16. Radjabov, O., & Dushanova, Y. (2021). Efficient Ways Of Using Public Relations Tools In Tourism. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
17. Olimovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). The cost-effectiveness of improving the quality of hotel services. *Academy*, (4 (55)).
18. Shoimardonkulovich, Y. D., & Hamidovich, R. O. (2020). Elaboration of regional strategies for the development and improvement of land and water in agriculture. *Academy*, (2 (53)).
19. Nurov, Z. S., Khamroyeva, F. K., & Kadirova, D. R. (2021, March). Development of domestic tourism as a priority of the economy. In *E-Conference Globe* (pp. 271-275).
20. Davronov, I. O., & Ismatillayeva, S. S. (2019). The role of innovative technologies for improving economy of hotels.
21. Shoimardonkulovich, Y. D., & Hamidovich, R. O. (2021). PILGRIMAGE TOURISM AND ITS PROSPECTS IN UZBEKISTAN. *Economics*, (1 (48)), 29-31.
22. Olimovich, D. I. (2020). The impact of innovative technologies for improving economy of hotels. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 9(5), 194-201.
23. Golibovich, K. F. (2021). The Role of Digital Technologies in Enhancing Effectiveness of Museum Services. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(4), 307-312.
24. Olimovich, D. I. (2020). Role of investment in tourism development. *Academy*, (5 (56)).
25. Kayumovich, K. O., Alimovich, F. E., Khudoynazarovich, S. A., Shavkatovna, S. S., & Supiyevna, B. M. (2020). Opportunities of mobile marketing in tourism. *Journal of Critical Reviews*, 7(12), 94-98.
26. OLIMOVICH, D. I., BAXTIYOROVICH, T. M., & CHORIEVICH, B. A. Description of Technological Processes in Restaurant Services. *JournalNX*, 6(05), 248-252.

27. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54)).
28. Davronov, I. O., & Farmonov, E. A. (2019). The impact of Innovations in tourism and hospitality. *International Multilingual Journal of Science and Technology*, 4(9), 658-660.
29. Sharifovich, Y. K. (2021). Ways to Improve Information and Consulting Services in the Field of Tourism. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(2), 98-104.
30. Davronov, I. O. (2021). Economic Importance of Innovative Technologies for Improving Hotel Services. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 169-175.
31. Кадирова, Ш. Х., Фарманов, Э. А., & Пулатов, М. М. (2020). Важность внедрения новых транспортных маршрутов в развитии туризма. *Вопросы науки и образования*, (10 (94)).
32. Davronov, I. O. (2021). THE ECONOMIC IMPACT OF INNOVATIVE SERVICES IN THE HOTEL INDUSTRY. In *EUROPEAN RESEARCH: INNOVATION IN SCIENCE, EDUCATION AND TECHNOLOGY* (pp. 26-27).
33. Юлдашев, К. Ш. (2021). СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 95-105).
34. Davronov, I. O. (2021). Economic Development Mechanisms of Innovative Services in Bukhara Hotels. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(6), 500-509.
35. <http://tourfaq.net/hotel-business/osobennosti-kachestva-gostinichnyx-uslug/>

Hamroyev H.R.-Bux.DU, prof.

TURIZMNING AXLOQIY O'LCAMLARI

Annotatsiya: Maqolada hozirgi zamonda turizm juda murakkablashib ketganligi tufayli borgan sari ilmiy jihatdan chuqur tadqiqot qilishga muhtoj bo'layotganligi haqida fikr yuritiladi. Ijtimoiy fanlardan biri bo'lgan etika fani nuqtai nazaridan turizm qay tarzda tadqiq qilinayotganligi masalasi yoritiladi. Axloq nuqtai nazaridan keying yarim asr mobaynida jahonning yirik xalqaro tashkilotlari olib borayotgan faoliyat o'rganilib chiqilgan.

Kalitli so'zlar: axliq, axloqiy o'lchov, etik qoidalar, turizm, xalqaro turizm, turizm kodeksi.

Аннотация: В статье рассматривается необходимость более глубоких научных исследований в связи с возрастающей сложностью туризма на сегодняшний день. С точки зрения этики, одной из социальных наук, освещается вопрос о том, как изучается туризм. С этической точки зрения изучена деятельность крупнейших мировых международных организаций за последние полвека.

Ключевые слова: нравственность, этическое измерение, этические правила, туризм, международный туризм, туристический кодекс.

Abstract: The article discusses the need for deeper scientific research in connection with the increasing complexity of tourism today. From the point of view of ethics, one of the social sciences, the question of how tourism is being studied is highlighted. From an ethical point of view, the activities of the world's largest international organizations over the past half century have been studied.

Key words: morality, ethical dimension, ethical rules, tourism, international tourism, tourism code.

XX asrning ikkinchi yarmida dunyoda sayyohlar soni keskin oshdi: 1950-yildagi 25 milliondan 2001-yilda 693 millionga yetdi. 2019-yilda ularning soni 1.5 milliardga yetdi. Xalqaro

turizm iqtisodiyatning muhim sohasiga aylandi, u jahon eksporti va ahamiyati jihatidan neft va avtomobillar eksporti qatoriga chiqib oldi. Dunyo bo‘ylab juda katta turistik potentsial faoliyatga tortildi va turistik industriya shakllandi. Turizm yarim asr davomida shunday rivojlanib, murakkablashib ketdiki, raqobat esa shunchalik shiddatli bo‘lib ketdiki, ilmsiz g‘alaba qozonish borgan sari qiyin bo‘lib bordi. Bundan tashqari, 2020 yilda boshlangan karonavirus pandemiyasi turistik talabni bir necha baravarga kamytirib yubordi. Bu sharoitda yaqin kelajakda raqobat muhiti yanada ashshaddiy tus oladi. Raqobatda esa ilm ishlatib, oqilona taklif qiladiganlar yutadi.

XX asr boshlaridan turizm sohasida ilmiy tadqiqotlar ko‘paya boshladi. Turizmga uning iqtisodiy jihatlarini o‘rganishga olib kelgan “sayohat va dam olish sanoati” sifatidagi an’anaviy yondashuv asta-sekin yangi yo‘nalishlar bilan to‘ldirildi. Bu hodisa madaniy, sotsiologik, diniy, kommunikativ, estetik, shuningdek, axloqiy jihatdan tushunila boshlandi. Turizmga axloqiy o‘lchov haqida gap ketganda, quyidagi asosiy axloqiy tushunchalar – “yaxshi” va “yomonlik”, “burch”, “mas’uliyat”, “adolat”, “tanlash erkinligi” prizmasi orqali ko‘rib chiqila boshlandi.

Yangi integral bilimlar endilikda turizm etikasining paydo bo‘lishiga olib kelmoqda. Insonning noma’lum, g‘ayrioddiy narsalarni bilishga ehtiyoji bor.

Turizmning o‘rnatilgan qiyofasini etik jihatdan o‘zgartirish Jahon turizm konferentsiyasida (1980) qabul qilingan Jahon turizmi bo‘yicha Manila deklaratsiyasidan boshlandi. U turizm faoliyatini faqat tinchlik sharoitida rivojlanishi mumkinligini, shuningdek, xalqaro hamkorlik uchun ma’naviy asosga ega ekanligini ta’kidlaydi [6].

Turizm amaliyotida ma’naviy qadriyatlarining moddiy-texnikaviy xususiyatga ega bo‘lgan elementlardan ustunligini ta’kidlashga urg‘u berish BJTning keyingi me’yoriy hujjatlarining boshlang‘ich paradigmasiga aylanadi. Turizm bo‘yicha Butunjahon konferentsiyasida (1982) qabul qilingan Akapulko hujjatida turizmning yangi gumanitar o‘lchovlar kontseptsiyasida "dam olish huquqi mehnat qilish huquqining tabiiy davomi sifatida insonning baxtga bo‘lgan asosiy huquqidir" deb ko‘rsatildi [4]. Turizm kodeksi, Turizm Xartiyasi (1985-yilda Jahon sayyohlik tashkiloti Bosh Assambleyasining VI sessiyasida tasdiqlangan, (Sofiya), turizm bo‘yicha Gaaga deklaratsiyasi (Gaaga, 1989-yil) turizmni insonparvarlik o‘lchovlarida rivojlantirish qarashlaridan dalolat beradi va bunday kontseptsianing hayotiylikni tasdiqlovchi tezislariga qo‘shimcha ravishda, turizm faoliyatining salbiy oqibatlarini tushunish natijasi bo‘lgan ogohlantiruvchi va cheklovchi xarakterdagi bir qator qoidalarni e’lon qildi. Xususan, quyidagilar qayd etildi:

- turizm resurslarini muhofaza qilish va ko‘paytirish zarurat, chunki buzilmagan tabiiy, madaniy va insoniy muhit turizmni rivojlantirishning asosiy sharti hisoblanadi;
- sayyohlar va mahalliy aholi o‘rtasida turizmdan kelib chiqadigan tushunmovchiliklar (ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy), shuningdek, ularning xatti-harakati va ehtiyojlarining bir xilligi, kelajakda mahalliy aholining madaniy xilma-xilligi va o‘ziga xosligiga ta’sir qiladi;
- turistlarning tranzit va vaqtincha bo‘lish joylaridagi siyosiy, ijtimoiy, ma’naviy va diniy tartibga hurmat bilan munosabatda bo‘lishi;
- mahalliy aholining urf-odatlarini, e’tiqodlarini, xatti-harakatlariga bag‘rikenglik va tabiiy va madaniy merosga hurmat;
- turizmdan har qanday axloqsiz foydalanishning oldini olish;
- turistlarga (ayniqsa, keksalar, nogironlar, bolalar, yoshlar kabi toifalarga) munosib munosabatni kafolatlash.

Gaaga deklaratsiyasida parlamentlar, hukumatlar, davlat va xususiy tashkilotlar, turizm faoliyati uchun mas’ul bo‘lgan assotsiatsiyalar va muassasalar, turizm mutaxassislari, shuningdek, turistlarning o‘zlari o‘z faoliyatlarida ushbu tamoyillarga amal qilishga qat’iy chaqirdilar [2].

Turizm to‘g‘risidagi Bali deklaratsiyasi (1996) turizm bo‘sh vaqt va dam olishdan tashqarida bo‘lgan muhim insoniy ehtiyoj ekanligini tasdiqlab, uning insonparvarlik salohiyati haqidagi tushunchani kengaytirdi. Turizm etnik, irqiy va ijtimoiy-madaniy mansubligidan qat’i nazar, insonlar o‘rtasidagi munosabatlar sifatini oshirishga yordam berishi hamda o‘zaro

hamjihatlikni ta'minlash va xalqaro munosabatlarni yaxshilashga mo'ljallanganligi qayd etildi. Ushbu hujjatda turizm faoliyatining afzalliklari va kamchiliklari aniq ko'rsatilgan: "Turizm tabiat, din, madaniy qadriyatlar va urf-odatlarining xilma-xilligiga asoslanadi va shuning uchun ham ijobiy, ham salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin, shuning uchun muvozanatni saqlash kerak. Odamlar va ularning ijtimoiy va tabiiy muhiti o'rtasidagi munosabatlar, shuningdek, milliy o'z-o'zini anglashni rivojlantirish zarur" [1]. Bali deklaratsiyasida turizmni rivojlantirish mahalliy aholi farovonligini ta'minlash, odamlarning o'zaro tushunishini rivojlantirish, tabiat va atrof-muhitni muhofaza qilish, an'analar, ijtimoiy, madaniy va diniy qadriyatlarni asrab-avaylashga yo'naltirilishi zarurligi ta'kidlangan.

Monreal deklaratsiyasida turizmni barcha, shu jumladan oilalar, yoshlar va qariyalar uchun ham ochiq qilishga chaqirdi. Ularning fikricha, axloqiy talab tengsizlik va boshqa madaniyatlarni bilmaslik, moddiy va jismoniy cheklovlarga qarshi kurashdir. Ijtimoiy turizm maksimal foyda olish bilan cheklanib qolmasdan, eng ko'p odamlar uchun sayohat qilish imkoniyatini ta'minlashga intilganligi sababli, bu aholining madaniy darajasini oshirishga katta hissa qo'shadi [7].

Biroq, turizmning faol rivojlanishi bir qator salbiy oqibatlariga olib keldi, birinchi navbatda ijtimoiy. Turizmning ijtimoiy ta'siri bo'yicha Manila deklaratsiyasi (Manila, 1997) "turizm va tegishli faoliyat bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy yomonliklar va ekspluatatsiyani" yo'q qilish niyatini e'lon qiladi [6].

Turizm nafaqat madaniy, balki ekologik yo'qotishlarga ham olib kelishi, uning biologik xilma-xilligi va zaif ekotizimlarga (marjon riflari, arxeologik yodgorliklar, tog'lar, qirg'oqbo'yi va botqoq yerlar) ta'siri alohida tashvish uyg'otadi, shuningdek, turizmning rivojlanishini ham dolzarb ahamiyat kasb etishi ta'kidlandi. [6]. Ushbu hujjat turizmning global axloq kodeksini ishlab chiqish va qabul qilish zarurligini e'lon qildi (Santayago, 1999 yil 1 oktyabr), bu uning rivojlanishining aholi, turistik markazlar va sayyohlarning o'zlari uchun ijobiy natijalarini saqlab qolish va salbiy ta'sirlarni minimallashtirishga yordam beradi.

Turizmning global axloq kodeksi jahon turizmini barqaror rivojlantirish bo'yicha ko'rsatmalar to'plamini belgilab berdi. U avvalgi deklaratsiyalarning axloqiy yo'naltirilgan g'oyalari, shuningdek, hozirgi zamonning axloqiy ehtiyojlarini aks ettiruvchi hozirgi kasbiy kodekslar va axloqiy tafakkurga tayanadi. Axloq kodeksining markaziy toifasi mas'uliyatli turizm bo'lib, u bag'rikenglik va turli diniy, falsafiy va axloqiy asoslarni hurmat qilish kabi axloqiy qadriyatlarni tushunish va tarqatishga asoslangan bo'lishi kerak. Kodeks turistik yo'nalishlar, hukumatlar, turoperatorlar, sayyohlik agentliklari, ishchilar va sayohatchilar uchun bag'rikenglik va o'zaro hurmatga asoslangan hamkorlik qoidalarini belgilaydi [3].

Turizmning global axloq kodeksi turizm jarayoni ishtirokchilarini tabiiy va madaniy muhitni muhofaza qilishga majbur qiladi. U ma'lum tamoyillar va qoidalariga rioya qilgan holda turizm iqtisodiy manfaatlarni turizm faoliyatining salbiy ekologik oqibatlari bilan uyg'unlashtirishi, ularni minimallashtirish, turistlar oqimining atrof-muhitga ta'sirini kamaytirish, xalqaro almashinuvlarga ochiqlikni muvozanatlash va ijtimoiy-madaniy munosabatlarni himoya qilishi mumkin degan ishonchni ifodalaydi.

Hozirgi zamon turizm etikasining asosiy muammolari quyidagilardan iborat:

- ❖ Ijtimoiy turizmning ma'naviy ikkilanishi; tabiiy va tarixiy-madaniy ahamiyatga ega bo'lgan sayyohlik resurslariga egalik qiluvchi mahalliy aholi bilan ulardasn iqtisodiy manfaat ko'ruvchilar o'rtasidagi ziddiyat, qashshoqlik va boylikning notekis taqsimlanishi muammosi;
- ❖ turistik mahsulot va turistik faoliyat iste'molchisining qarama-qarshi manfaatlari;
- ❖ Insonni ekspluatatsiya qilishga qaratilgan turistik faoliyat turlarining mavjudligi, u insonning qadr-qimmatini va sha'nini kamsitadi.

Turistik sayohatlar jarayonida odam faqat ma'lum bir tabiiy yoki urbanizatsiyalashgan muhitda bo'lmaydi, u doimo atrof-muhit bilan aloqada bo'ladi. Bu aloqa nafaqat turizm industriyasini tashkil etish darajasiga, balki shaxsning o'ziga ham bog'liq. Turistik sayohat har doim ham odamlarning tabiatga munosabatini ijobiy belgilamaydi. Vaqtinchalik qolish ba'zan tabiiy muhitga beparvo munosabatda bo'lishga undaydi. Turizm korxonalarini har doim ham

chiqindilarni yo'q qilishni ta'minlamaydi, bu esa atrof-muhitga bosimni oshiradi. Binobarin, ijtimoiy turizmni axloqiy baholash ekologik muammolar bilan uzviy bog'liqdir.

Tabiatdan oqilona foydalanish muammolarini mahalliy darajada, bir mintaqa yoki mamlakat miqyosida hal qilish mumkin emas. Inson manfaatlari insoniyat miqyosiga yetib boradi. Individual ongda postindustrial davr odamlari o'z ehtiyojlari haqida o'ylash, insoniyat manfaatlarini e'tiborsiz qoldirib bo'lmasligini tushinishlari kerak.

Ijtimoiy turizmning kamchiliklari standartlashtirish bo'lib, u taklif etilayotgan turistik xizmatlarga (sifatli namunalar joriy etilganda, shartnoma tuzilganda ijobiy jarayon bo'lishi mumkin) va turistlarga tegishli bo'lib, unga nisbatan standartlashtirish (yangi turistik yo'nalishlar, shakllar mavzusida namoyon bo'ladi), "inson individualligini qashshoqlashtiradi, uni o'ziga xoslikdan, o'ziga xoslikdan mahrum qiladi" [9].

Turizm etikasini axloqiy nazariya va turizm amaliyoti yoqasida shakllangan nazariy bilimlarning yangi turi sifatida qurish fundamental asoslarni ishlab chiqishni taqozo etadi. Turizm etikasiga nazariy bilimlar tizimining umumiy klassik tamoyillariga asoslangan nazariy hodisa sifatida hamda insonning amaliy faoliyatining bir turi sifatida qarash mumkin, uning asoslari insonparvarlik, bag'rikenglik va baynalmilalizmdir.

Turistik faoliyatni bolalar va yoshlarning bo'sh vaqtini o'tkazish usuli deb hisoblash mumkin. Bu sizga virtual emas, balki haqiqiy o'lchamlarida aniqlashga, uni tuzatishga, hayot ko'rsatmalarini qayta ko'rib chiqishga va baxt fenomeni haqida fikr yuritishga imkon beradi.

Turizmni yolg'izlik, zamonaviy jamiyatga munosabat muammosini yengish vositalaridan biri deb hisoblash mumkin. O'tmishdagi hayot tarzidan dalolat beruvchi tarixiy-madaniy yodgorliklarni nafaqat iqtisodiy, balki ekzistensial nuqtai nazardan ham hisobga olgan holda, inson umuminsoniy miqyosda o'zining insoniyatga daxldorligini his qiladi, o'zining kommunikativ ehtiyojlarini amalga oshiradi.

Zamonaviy insoniyat, birinchi navbatda, siyosiy va iqtisodiy muammolarga (ishlab chiqarish hajmlarining ko'payishi, modernizatsiya, yangi texnologiyalarni izlash va boshqalar) qaratilgan bo'lsa-da, axloqiy sohada sodir bo'layotgan metamorfazalar juda xavflidir. Shu nuqtai nazardan, turizmni axloqiy me'yorlarni saqlashning muhim vositasi sifatida ko'rish kqraq.

Axloqiy masalalarning dolzarbligi axloqiy bilimlarning rivojlanish qonuniyatlari bilan ham, inson ongining cheksiz kuchi va oldindan aytib bo'lmaydiganligi bilan ham oldindan belgilanadi. Binobarin, axloq inson mohiyatining dastlabki belgisi emas, balki tsivilizatsiya mavjudligining zaruriy shartidir. Shuning uchun etika inson faoliyatining barcha turlarida, shu jumladan turizm biznesida ham axloqiy komponentni o'zida aks ettiruvchi "me'mor"ga aylanishi lozim.

Adabiyotlar ro'yxati

1. Балийская декларация по туризму (24 – 27 сентября 1996 г.). 2002.
2. «Гаагская декларация по туризму» Гаага, март-апрель 1989. - <https://e-cis.info/cooperation/3029/77713/>
3. «Глобальный кодекс этики туризма» Принят в 1999 г. На XXIII сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации.- <http://eurasiatourism.org/1034/index.phtml>.
4. Документ Акапулько. Акапулько (Мексика), 21-27 августа 1982 г.
5. Малахов В. А. Этика: Курс лекций: учеб, пособие. / В. А. Малахов. – М., 2004. 324с.
6. «Манильская декларация по мировому туризму» Манила, 27 сентябрь 1980 год.- <https://docs.cntd.ru/document/901813698>.
7. Монреальская декларация «К гуманному и социальному видению туризма» 2002 г.
8. Капто А. С. Профессиональная этика / А. С. Капто. – М.; Ростов н/Д: СКАГС, 2006. 437с.
9. Пазенок В. С. Альтернативный туризм: концепция и практика / В. С. Пазенок // Гостиничный и ресторанный бизнес. - 2005. - № 4. 5-11с.
10. Пазенок В. С. Туризмология. Теоретический образ / В. С. Пазенок. – М., 2012. 421с.

11. Туризмология: концептуальные основы теории туризма: - учеб. изд. - М.: КУТЭП, 2008. 378с.
12. Федорченко В.К. Теоретико-методологические основы туризмологии как науки о туризме // Вопросы туризмоведения: федеральный образовательный и научно-практический журнал. 2013. №4. С.14.
13. Федорченко В.К. Туризмология как наука. Основные парадигмы теории туризма 4 Вестник РМАТ № 2(8). 2013. С.3-11.
14. Философия туризма: учеб, пособие. / Под ред. В. С. Пазенко, В. К. Федорченко. - М.: Кондор, 2004. 372с.
15. Философские очерки туризма: науч.- учеб. Изд. / под ред. д-ра филос. наук, проф., чл.-корр. НАН Украины В. С. Пазенко. – К., 2005.
16. Франжиалли Ф. Туризм: философия и концепция развития/Ф. Франжиалли // Философские очерки туризма. – М., 2005. С.2-9.
17. «Хартия туризма» Одобрено в 1985 г. На VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации.- <https://docs.cntd.ru/document/901756802>.
18. Эскина Г. Свободное время как фактор развития личности/Г. Эскина // Молодежь в современном мире: нравственно-эстетические и культурологические измерения - М.: МИЛП, 2001. С.32-41

Bukhara State University
Navruz-zoda L.B.,
Senior lecturer of the Department of
Service Sector Economy
Negmurodova Sh.,
Student of Bukhara State University

THE ROLE OF CULTURE AND ARTS IN SOCIETY AND THE DEVELOPMENT OF MANAGERIAL SKILLS OF LEADERS IN THIS FIELD

Annotatsiya: Maqolada, madaniyat va san’at sohasining jamiyatdagi o’rni, O’zbekiston respublikasi Prezidentining shu borada bildirgan fikrlari bayon qilingan. Madaniyat va san’at sohasining rivojlanishi mamlakatni faqatgina ijtimoiy tomondan emas, balki iqtisodiy-siyosiy jihatdan yuksaltirishi haqida fikr yuritilgan. 2021-yil davomida moddiy madaniy meros obyektlari, muzey, sport majmualari va boshqa namoyish obyektlarida amalga oshirilgan qator chora tadbirlar qisqacha tahlil qilingan. Madaniyat sohasida ishlaydigan rahbarlarning menejerlik qobiliyatini shakllantirish bilan bir qatorda menejerlik faoliyatiga qo’yilgan talablar, ularning qanday qobiliyatlarga ega bo’lishi yoritilgan.

Kalit so’zlar: Madaniyat va san’at sohasi, jamiyat, madaniy meros, madaniyat, ma’naviy ehtiyoj, menejer, madaniyat uylari faollari, faol ijtimoiy shaxs.

Аннотация: В статье описывается роль культуры и искусства в жизни общества, а также взгляды Президента Республики Узбекистан по этому поводу. Выдвинута мысль о том, что культура и искусство поднимет страну не только в социальном, но и в экономическом и политическом плане. Дан краткий анализ ряда мероприятий, проведенных в 2021 году на объектах материального культурного наследия, музеях, спортивных комплексах и других выставочных объектах. Наряду с формированием управленческих качеств руководителей, работающих в сфере культуры, сформулированы требования к управленческой деятельности.

Ключевые слова: сфера культуры и искусства, общество, культурное наследие, культура, духовные потребности, менеджер, активисты домов культуры, активная общественная личность.

Annotation: The article describes the role of culture and art in society, the statement of the President of the Republic of Uzbekistan was issued for this purpose. And also the development of culture in the field of art is thought to raise the country not only socially, but also economically and politically. A brief analysis of a number of activities carried out in 2021 at the objects of tangible cultural heritage, museums, sports complexes and other exhibition facilities. In addition to shaping the managerial skills of leaders working in the field of culture, the requirements for managerial activities, what abilities they have are explained.

Keywords: Culture and arts, society, cultural heritage, culture, spiritual need, manager, activists of houses of culture, active social figure.

When thinking about the role of culture and art in society, first of all, we must look for the answer to this question: "What can culture and art give to society?".

In this regard, our President during his visit of to Chinaz district of Tashkent region mentioned: Every home, every street must have a culture. As our people say, waiting for others make everything ready doesn't work. We need to work together. If we want to change, we should all consciously change» these words mean that the future of a country with a civilized people will be even brighter.

From this point of view, the role of culture and art in society is very important.

In any country, no matter how rich its material resources, if every person, population, society does not have the spiritual and cultural understanding and skills, it will remain a socially "backward" state.

Personnel with cultural and educational knowledge in any sphere of the country's society are "active social figures". And society cannot develop without the movement of "active social figures" in it.

Only through the development of tourism infrastructure for cultural heritage sites and increased attention to cultural heritage sites, the field of culture and arts will make a significant contribution to the development of the country not only socially but also economically and politically.

It is well-known that everyone works in a certain way, either mentally or physically, to satisfy his needs. However, from a biological point of view, no human being can work continuously throughout his life, that is, the body needs to rest in its place. It should be noted that culture and art not only give a person a cultural holiday, but also contribute to his development as a full-fledged person, spiritually active and conscious development.

In order to further develop the field of "Culture and Arts" in the Republic of Uzbekistan, in accordance with the Presidential Decree No. PQ-5054 "On the organization of the Ministry of Tourism and Sports":

“The tasks and functions of the Ministry of Culture in the field of intangible cultural heritage with UNESCO and the development of museums and libraries have been transferred to the Ministry of Tourism and Sports and the Agency for Cultural Heritage, respectively.

Significant aspects of the decision are the followings (from the 2021/2022 academic year):

— Tashkent Institute of Architecture and Construction and Samarkand State Institute of Architecture and Construction, faculties for the preservation of cultural heritage;

— Opening of the Department of Preservation of Cultural Heritage in Bukhara College of Architecture and Construction.

Also, the establishment of a state unitary enterprise "Directorate for the organization and conduct of public events" under the Ministry of Tourism and Sports;

In 2021, the introduction of a single centralized electronic system for the installation of electronic payment, turnstiles (laser-sensing) and video recording devices, pre-purchase of tickets at the sites of tangible cultural heritage, museums, sports complexes and other exhibitions to be launched in Samarkand as a model by September 1, 2006;

In addition, issues such as the establishment of the Directorate for the Restoration of Cultural Heritage in the form of a state institution and its gradual establishment of regional

restoration centers in order to preserve and develop the long-established architectural schools in the regions were considered.

The adoption and implementation of such new resolutions and decrees will undoubtedly contribute to the development of the field of culture and arts.

It is known that the majority of the population also "melts" to go to the houses of culture in the area where they live in order to raise their spiritual awareness. This "laziness" will be squeezed out of the minds of the population, or society as a whole, of course, thanks to the selfless work of future cultural workers.

The adoption and implementation of such new resolutions and decrees will undoubtedly contribute to the development of the field of culture and arts.

Currently, there are a lot of specialists working in the Cultural Centers located in all regions, but they do not work in line with the times, do not renew themselves, or do not launch new innovative projects, although there are projects, but the investment in them and the lack of a sponsor are noticeable. All of this is creating obstacles in this area.

However, the Presidential Decree PF-6000 of May 26, 2020 "On further enhancing the role and influence of culture and art in public life" eliminates the existing shortcomings and obstacles in this area are of particular importance as an important document aimed at achieving.

Strengthening the role of culture and art in society in our country, inculcating the concept of "civilized life" in the public consciousness, promoting it, the question of the role of the field of "culture and art" in the education of promising individuals who have a future and benefit the society, first of all, requires the development of this field.. The development of culture and the arts, in turn, leads to many related services. Managers who can manage businesses that include such services will be needed.

In particular, the Department of Music Education of the Faculty of Art History of Bukhara State University specializes in the organization and management of cultural and art institutions. This direction has been operating at Bukhara State University since the 2019-2020 academic year, and in 2019-2020 academic year, 20 students were admitted to study under the admission quota.

In 2020-2021 academic year, this number has increased to 50 and 72 students are currently enrolled, including those admitted on a fee-for-service basis.

In the course of our discussion of the manager of culture and the arts, let us first define the term "manager".

Some sources describe it as "a manager who is a specially trained, qualified specialist with a deep knowledge of the secrets and rules of management." Managers are executives in organizations with certain powers in a market economy, manager must be a person who can meet several requirements.

Robin Thompson, content manager at Finnmark Sauna, describes it as following: “A manager needs to be able to solve common problems and be accountable for his or her actions.” Given that the manager is responsible not only for his actions, but also for the future of the organization which he manages, the personality of the "manager" must have special characteristics.

They are:- Flexibility, the ability of the manager to constantly adapt to innovations and any situation in the changing digital world;- Problem solving - anticipation of any problem and finding the necessary solutions;- Time management - accounting for how much time is needed for the task to be performed, efficient allocation of time;- Selection of employees with organizational skills and ensuring their effective work;

- Planning - as a strategic thinker to carry out all tasks according to the plan; - Leadership - working with and integrating people with different backgrounds; - Innovator - the ability to introduce new innovative ideas using information and communication technologies, which are being updated in the information age.

The activity of the manager of the cultural and educational sphere, like all spheres of human activity, has its own characteristics. One of the main tasks of a manager is to integrate his

activities with the tasks of everyday life and the period of independence. When he is separated from the problems of life, from the needs of the people, he becomes a dry gossip. The cultural manager is required to conduct regular research and always take a positive approach to work. Another of his main activities is educational activities. This activity differs from other educational activities in that it is conducted among people of different ages, professions, levels of education, interests and needs.

In our opinion, the professional activity of a manager is in its essence a socially useful activity aimed at the formation of a fully developed personality, cultural recreation of people, satisfaction of their needs, development of talents and abilities.

Kindness to the manager of the cultural sphere, who fully meets the above requirements and characteristics, to those who come to the cultural and educational institution to enrich their knowledge, develop their abilities in their spare time, as well as to meet their spiritual needs, care is also required.

In addition, it is important for the field manager to be aware of the innovations of the developing society and to use them effectively in his / her work, while fulfilling his / her duties.

Thus, the opportunities created in our country to raise the consciousness of our people, to further develop culture are invaluable. Therefore, we should be proud of the work that plays a key role in our society. It is the duty of every generation to selflessly serve for the further development of our culture.

After all, it can be seen that a highly cultured nation has a special place in the world community!

PREFERENCES

1. D.Sobirjonova., U.Boymatova, Mutaxassislikka kirish., O‘quv qo‘llanma. “Iqtisod-moliya”, Toshkent - 2005. 91 bet.
2. Bakhtiyorovna N. Z. L., Bakhtiyorovna N. Z. Z. Improvement of social prestige of entrepreneurial companies in Bukhara region //Academy. – 2020. – №. 3 (54).
3. Navruz-Zoda L. B., Navruz-Zoda Z. B. Developing business skills in the methodology of “Local Travel Agency” //Economics. – 2021. – №. 1. – C. 22-25.
4. Navruz-zoda L. B., Navruz-zoda Z. B. Improvement of social prestige of entrepreneurial companies in Bukhara region //Academy. – 2020. – №. 3. – C. 37-39.
5. Навруз-Зода Л. Б., Навруз-Зода З. Б. Повышение социального престижа предпринимательских фирм в Бухарской области //Вопросы науки и образования. – 2020. – №. 11 (95).
6. Навруззода Б. Н., Навруззода Л. Б. Предпринимательская концепция формирования и развития человеческого капитала //Современная наука. – 2014. – №. 1. – С. 21-25.
7. <https://review.uz/uz/post/prezident-chinozda-3-ming-nafar-xotin-qizni-ish-bilan-taminlash-boyicha-korsatma-berdi>
8. <https://lex.uz/docs/-4828880>
9. <https://uz.entwicklungsethnologie.org/great-management-skills-13833>

Jo`rayeva Zilola Turobovna
Buxoro davlat universiteti
Servis sohasi iqtisodiyoti kafedrasi
katta o‘qituvchisi

INSON KAPITALI VA UN DAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH OMILLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada inson kapitalining mohiyati, undan xizmat ko‘rsatish korxonalarida foydalanish xususiyatlari, samaradorligini oshirish borasidagi muammolar, ularni bartaraf etish imkoniyatlari borasidagi tavsiyalar to‘g‘risida ma’lumotlar berilgan.

Annotatsion. The article highlights the objective importance of human capital development in the context of digitalization of the economy. Specific features and factors of human capital development are studied. The article also outlines the priorities for human capital development.

Kalit soʻzlar: inson kapitali, intellektual kapital, mehnat kapitali, brend-kapital, kompetensiya, motivatsiya, ilgʻor texnika, natijadorlik, samaradorlik, menejment, gʻoyalar xavfsizligi.

Keywords: human capital, digital transformation, working capital, branding, motivation, cutting-edge technology, effectiveness, management, safety of ideas.

Bugungi kunda iqtisodiy jihatdan yetuk davlatlar iqtisodiyotining asosiy omili va harakatlantiruvchi sifatida inson kapitali xizmat qiladi. Inson kapitali milliy boylik tarkibida yetakchi oʻrinni egallaydi va bu koʻrsatkich rivojlangan davlatlarda 80 foizgacha ulushni tashkil etishi eʼtiborga molik masala hisoblanadi.

Xoʻjalik faoliyatining barcha sohalariga joriy etilishi inson kapitalining novatorlik turining mavjudligini talab qiladi va ishlab chiqarish jarayoniga yuqori kvalifikatsiyali, ijodkorlik xususiyatlariga ega boʻlgan, intensiv ilmiy –texnik tarkibiy oʻzgarishlar sharoitlarga operativ ravishda munosabat bildira oladigan va oʻz vaqtida samarali qaror qabul qila oladigan novator tipidagi insoniy resurslarining mavjudligini talab qiladi.

Jahon Bankining 2020 yil olib borilgan tadqiqotlari asosidagi maʼlumotlariga koʻra, zamonaviy iqtisodiy oʻsishning faqatgina 16 foizi jismoniy kapital rivojlanishidan, 20 %i –tabiiy kapitaldan, qolgan 64 foizi esa innovatsiyalar koʻrinishida targʻib qilinadigan insoniy kapitaldan bogʻliq ekan. Ekspertlarning xulosasiga koʻra, innovatsion tovar va xizmatlar jahon bozori anʼanaviy tovarlar bozoriga nisbatan 5 marta tezroq taraqqiy etmoqda. Ancha rivojlangan mamlakatlar yalpi milliy mahsulotining 40 foizigacha mahsulotlarni yangiliklarni samarali tizimlarini ishlatish oqibatida yaratiladi, biroq buning uchun yuqori kvalifikatsiyali mutaxassislarga ehtiyoj yuqori boʻladi.

Yuqoridagi maʼlumotlar bilan tanishar ekanmiz, haqli savol tugʻiladi, Xoʻsh, inson kapitali oʻzi nima va bu nazariya qachon yaratila boshlandi? Insoniy kapital nazariyasi 20-asr ikkinchi yarmidan ommalashdi. Tadqiqotchilar oʻz eʼtiborlarini insonning professional va sotsial qobiliyatlari, kvalifikatsiyasi va maʼlumotliligiga eʼtibor qarata boshladilar. Demak, inson kapitali nazariyasi yangi nazariya emas. Inson va uning qobiliyatlarining mamlakat taraqqiyotiga taʼsiri masalasi uch yuz yildan ortiq vaqt davomida koʻplab mahalliy va xorijiy olimlar tomonidan oʻrganib kelinmoqda. 20-asrda esa barcha gʻoyalar toʻliq nazariya sifatida shakllandilar. Inson kapitali nazariyasining asoschilari boʻlib Garri Bekker va Teodor Shuls hisoblanib, ular iqtisodiyot rivojiga qoʻshgan hissalar uchun Nobel mukofotiga sazovor boʻlishgan.

Inson kapitali boshqa har qanday kapital turi singari, jamgʻarilish qobiliyatiga egadir. Inson kapitali tamoyillari doirasida insonlar oʻzlariga investitsiyalarni yoʻllash yoʻli bilan oʻz qobiliyatlarini oshirib boradilar. Insonga kapital sarflarning oshirilishi inson kapitali sifatining oshishiga olib keladi, natijada esa uning daromadlari ham oshib boraveradi.

Inson kapitalining shakllanishi, saqlanishi va qoʻllanishiga turli biologik, , salomatlik, ijtimoiy, iqtisodiy, psixologik omillar taʼsir etadi.

Albatta, inson kapitalidan samarali foydalanish jarayonida shaxsning maʼlumotlilik darajasi oʻta muhim oʻrin tutadi. Korxonalar-tashkilotlarda mehnat unumdorligi va samaradorligi yuqori kvalifikatsiyali xodimlarning faoliyatidan bogʻliq boʻlsa-da, oliy maʼlumotlilik diplomining mavjudligi OTMni bitirgandan soʻng ish joyini egallashni kafolatlamaydi. Bu muammoni bartaraf etish uchun OTMgacha kasbiy yoʻnaltirish, oliy taʼlim sifatini oshirish tadbirlarini amalga oshirish lozim. Insonning oʻz-oʻzini rivojlantirishi uchun sharoit yaratish ilmiy-texnika sohasini taraqqiy ettirishda asosiy omillardan boʻlib, bu tushuncha yuqori ish haqidani ancha keng tushuncha hisoblanadi.

Inson kapitali alohida xususiyatlarga ega boʻlib, asosan investitsion resurslar oqimi va ular samaradorligi bilan baholanadi. Jumladan:

➤ investitsiyalar sababli inson kapitali daromadlarni yaratish va koʻpaytirishga qobil boʻladi, yani daromadlarning oshishiga taʼsir qiladi.

- U jamg‘arilish qobiliyatiga ega bo‘lib, tarbiya, ta‘lim, mehnat faoliyati va o‘z sog‘lig‘i haqida qayg‘urish jarayonida amalga oshiriladi.
- Inson kapitaliboshqa kapitallar singari jismoniy va ma‘naviy yemiriladi. Jismoniy yemirilish inson oranizmining qarish darajasi bilan, ma‘naviy yemirilish esa- olingan bilimlar va ma‘lumotning eskirish (ya‘ni qadrsizlanishi) darajasi bilan baholanadi..
- Ta‘lim olish va sport bilan shug‘ullanish uchun sarflar investitsiya hisoblanadi, chunki ular kelajakda inson kapitali egasining qobiliyatini va daromadlarini oshirishni kompensatsiyalaydi.
- Shuni qayd etish kerakki, inson kapitaliga investitsiyalar tavakkalligi juda yuqori darajada hisoblanadi, chunki inson kapitalining pirovard natijasini oldindan bilib yoki kutiladigan natijani kafolatlab bo‘lmaydi.

Insoniy kapital taraqqiyoti jarayoniga ancha samarali xarakter beruvchi omillardan biri- bu innovatsion taraqqiyot omili bo‘lib, u yangicha sharoitda ilmiy-texnik, ishlab chiqarish, moliyaviy va ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lgan faoliyatlar majmuasini, raqamli iqtisodiyot imkoniyatlarini qamrab oladi.

Dunyoda raqamli iqtisodiyotning o‘shish sur‘atlari deyarli 15 foizni tashkil etadi. Taraqqiy etgan davlatlarda raqamli iqtisodiyotning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi allaqachon 10 foizga yetgan bo‘lib, uni joriy qilinishidan katta foyda ko‘rishmoqda. Jumladan, AQSh yiliga 400 milliard AQSh dollaridan ko‘proq hajmdagi raqamli xizmatlarni eksport qilishga erishyapti. 2025 yilgacha AQSh sanoat sohasini raqamlashtirishdan qo‘shimcha 20 trln. dollar daromad olishi kutilmoqda. Yaponiya, Janubiy Koreya, Xitoy Xalq Respublikasi, G‘arbiy Yevropa davlatlari iqtisodiyoti AQShdan ortda qolayotgani yo‘q.

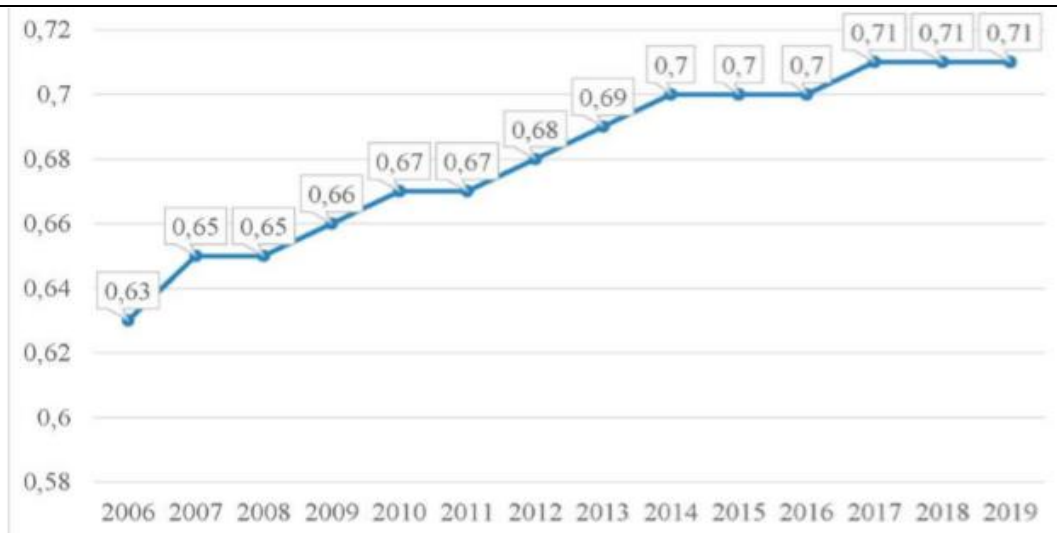
Raqamlashtirish ta‘lim, biznes va jamiyat sohaslarining texnologik, insoniy, innovatsion resurslarini birlashtiradi, integratsiya hamda sintez qiladi. Natijada, ta‘lim xizmatlarining innovatsion shakllari paydo bo‘ladi, ularni butun umri mobaynida o‘z inson kapitalini takomillashtirib, butun mehnat faoliyati davomida olish mumkin. Ekspertlarning baholashicha, ta‘lim bozorining raqamli qismi barqaror o‘shib borish bilan ifodalanadi va 2025 yilga kelib, o‘rtacha yillik 30 foizga o‘sganda qariyb 400 mlrd. dollarni tashkil etadi.

O‘zbekiston Respublikasida 2030 yilgacha yalpi ichki mahsulot hajmini ikki barobar oshirish belgilangan. Ushbu maqsadga erishishda raqamli iqtisodiyot mexanizmlariga muhim ahamiyat berilmoqda. “Raqamli O‘zbekiston – 2030” loyihasini amalga oshirish inson kapitalidan foydalanish muammosini hal etishga olib keladi va mamlakatimiz uchun raqamli kadrlar platformasini yaratish imkonini beradi. Oxirgi yillarda ishchi kuchi guruhi ham jadal o‘zgardi. 1990 yilda qishloq xo‘jaligi sektorida 40 % ish o‘rni to‘g‘ri kelgan bo‘lsa, 2020 yilga kelib bu ko‘rsatkich 28 % ga, mehnat resurslarining 46 %i xizmat ko‘rsatish sohasiga to‘g‘ri kelgan bo‘lsa, sanoat sohasi 26% ni tashkil qildi.¹

O‘zbekiston iqtisodiyoti kuchli transformatsiyani boshidan o‘tkazyapti, shu tufayli, mamlakatning raqobatbardoshligini oshirish va iqtisodiy o‘shishga ko‘maklashadigan yuqori malakali mutaxassislariga bo‘lgan talab ortib bormoqda. Iqtisodiyot jadal rivojlanib borayotgan XXI asrda, oliy ta‘lim tizimi zamonaviy malakaga ega ishchi kuchini yetkazib berishga tayyormi? degan savol tug‘iladi.

Ushbu ma‘lumotlardan ko‘rinib turganidek, mamlakatimizda 2006 yilda indeksning ahamiyati 0,63 ni tashkil etgan. Biroq, keyingi yillarda inson salohiyatining rivojlanish indeksining ortib borish tendensiyasi kuzatildi, jumladan 2019 yilda 0,71 ni tashkil etmoqda. Bu mamlakatimizda inson kapitali sifati oshganligi, O‘zbekiston Respublikasi bu borada 105-o‘rinni egallab, insoniy rivojlanish darajasi yuqori bo‘lgan mamlakatlar qatoriga kirganligidan dalolat beradi.

¹www.stat.uz O‘zbekiston Respublikasining statistik axborotnomasi.



2-rasm. O‘zbekistonda 2006-2019 yillarda inson kapitalining rivojlanish indeksi dinamikasi ¹

Olib borilgan tadqiqotlar natijasiga ko‘ra, O‘zbekiston oliy ma‘lumotli kadrlarning yetishmasligi bo‘yicha qiyinchiliklarni boshidan kechirmoqda. Shuningdek, mamlakatda faqatgina bazaviy ko‘nikmaga ega ishchilar soni haddan ortiq (o‘rta maxsus ta‘limga ega aholi). Tadqiqotlarda qayd etilishicha, firmalarning 73%i O‘zbekistonga tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun ishchilarning malakasi va ta‘limiy tayyorgarligi yetishmovchiligini katta to‘siq sifatida alohida ta‘kidlab o‘tganlar. Shuningdek, firmalarning uchdan bir qismidan ortig‘i ishchilarning malakasi o‘shish uchun juda jiddiy to‘siq bo‘layotganini qayd etishgan. Xuddi shu so‘rovnamaga ko‘ra, O‘zbekiston ish beruvchilari tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun 2-o‘rindagi to‘siq sifatida ishchilarning ta‘limi va malakasini qayd etib o‘tishgan, ishlab chiqarish korxonalaridagi ish beruvchilar OTM bitiruvchilarining bilim va malakasidan qoniqishmasligini ta‘kidlashgan. Sanoat korxonalarining deyarli 50% i oliy ma‘lumotli, malakali mutaxassislarni topishda qiyinchiliklar yuzaga kelayotganini ta‘kidlashmoqda va firmalarning uchdan bir qismi (33 %) bugungi kunda OTM bitiruvchilari malakasi 10 yil oldingidan ko‘ra yuqoriligiga ishonishadi.

Shuni alohida aytib o‘tish joizki, OTM bitiruvchilari ko‘pincha o‘z mutaxassisligi bo‘yicha ishlamaydi (masalan, Pedagogika oliy o‘quv yurtlari bitiruvchilari uchun mo‘ljallangan barcha lavozimlarning to‘rt dan uch qismi boshqa oliy o‘quv yurtlari bitiruvchilari tomonidan qabul qilinadi). Ta‘minotning past darajasi, ish beruvchilar va universitetlar o‘rtasidagi zaif munosabatlar iqtisodiyotning innovatsion qobiliyatiga texnologiyani moslashishiga to‘sqinlik qiladi. Shubhasiz, o‘zgaruvchan iqtisodiyotning ehtiyojlariga javob beradigan universitetlarni tayyorlashni takomillashtirish va universitet bitiruvchilari uchun talab va taklif o‘rtasidagi farqni bartaraf etish uchun hali ko‘p ish qilinishi lozim.

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda, quyidagilarni xulosa sifatida tavsiya etamiz:

1) O‘zbekiston Respublikasida inson kapitalidan samarali foydalanish imkoniyatlari mavjudligidan kelib chiqib, moddiy va nomoddiy ishlab chiqarish korxonalar va tashkilotlari sonini ko‘paytirish va asosan, yoshlarni ishga jalb qilish yo‘llarini izlab topish. Ustoz-shogird tizimida ishlovchi yoshi ulug‘ ishlovchilarga qo‘shimcha to‘lov tizimini joriy etish mexanizmini ishlab chiqish. Bunda yapon korxonalarining tajribasini o‘rganish tavsiya etiladi.

2) Oliy ta‘lim muassasalari sonini ko‘paytirish, ularni nafaqat viloyat markaziy shaharlarida, balki aholi zichligi yuqori bo‘lgan tumanlarda ham tashkil etish lozim. Talaba-yoshlarning ko‘payishi va o‘z navbatida o‘zlari yashaydigan hududlarda ularning ish bilan ta‘minlanish imkoniyatlari yuqori bo‘ladi.

¹ <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-indices-indicators-2018-statistical-update>

- 3) Muntazam tadqiqot o‘tkazish va uni oliy ma’lumotli boshqarish tizimiga integratsiyalashuvi orqali mehnat bozori bilan aloqalarni takomillashtirish, mahalliy va xorijiy sanoat bilan hamkorlikni rivojlantirish, ustuvor texnik mutaxassisliklarda laboratoriyalarni modernizatsiya qilish zarur.
- 4) Ta’lim va tibbiyot muassasalari kabi boshqa xizmat ko‘rsatish korxonalarida ham malaka oshirish va qayta tayyorlash kurslarini tashkil etish, xodimlarning o‘z ustida ishlash tizimini joriy etish lozimki, bu orqali ularning ish haqi va turmush farovonligi darajasini oshirilishiga erishish mumkin bo‘ladi.

Adabiyotlar:

1. Жўраева З.Т. Иқтисодиётни рақамлаштириш шароитида инсон капиталини бошқаришнинг айрим жиҳатлари. “Бизнес-эксперт” журнали 2021 йил 5-сон, 20-22-б.
3. Juraeva Z.T. The Importance And Specific Features Of The Use Of Human Capital In The Development Of The Tourism Industry. The American Journal of Management and Economics Innovations (ISSN – 2693-0811) **Published:** June 30, 2021 | **Pages:** 183-188 **Doi:** <https://doi.org/10.37547/tajmei/Volume03Issue06-27> IMPACT FACTOR 2021: 5. 562
4. <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-indices-indicators-2018-statistical-update>
5. <https://www.gazeta.uz/uz/2021/11/15/youth-employment/>

BSU master, Kamolov X.
Abdullayev A.J., PhD

THE ROLE OF DIVERSIFICATION IN THE WORLD ECONOMY

Summary. In this article, we have analyzed the diversification of products of enterprises and organizations in domestic and foreign trade.

Keywords: diversification, scientific and technological revolution, the struggle for high profits, the struggle for competition, not to lag behind in technical progress;

В данной статье мы проанализировали диверсификацию продукции предприятий и организаций во внутренней и внешней торговле.

Ключевые слова: диверсификация, научно-техническая революция, борьба за высокие прибыли, конкуренция, чтобы не отставать в техническом прогрессе;

Introduction. The process of diversification around the world began to develop in the mid-1950s. Initially, diversification in the United States, Japan, and Western Europe took place in industry, transportation, construction, and finance. Therefore, the nature of diversification is determined by the socio-economic factors of these countries, as well as the general factors that belong to other countries (scientific and technological revolution, the struggle for high profits, competition, not to lag behind in technical progress, etc.). In diversification, firms, especially monopolies, take on a multi-sectoral nature. They start out in high-income, fast-growing industries (such as electronics and chemistry). In addition to producing products, companies also begin to produce the raw materials needed for these products. They spend money on low-income sectors that save a lot of money. For example, U.S. corporations have been involved in services, construction, land sales, publishing, trade information, equipment rental, and more. “Diversification is the entry of an enterprise into new areas of production, in the process of which it introduces more effective management or introduces a new way of managing the enterprise”¹. Of course, the goal of diversification is to increase efficiency through the full use of resources.

Main part. I. Ansoff, a well-known scientist who focuses on this problem, explains diversification as follows: "Diversification is a term that refers to the process of redistributing

¹Акулич, И.Л. Маркетинг. Учебное пособие. / И.Л. Акулич, В.В. Тарелко – М.: Изд-во Современная школа, 2015. – 304 с

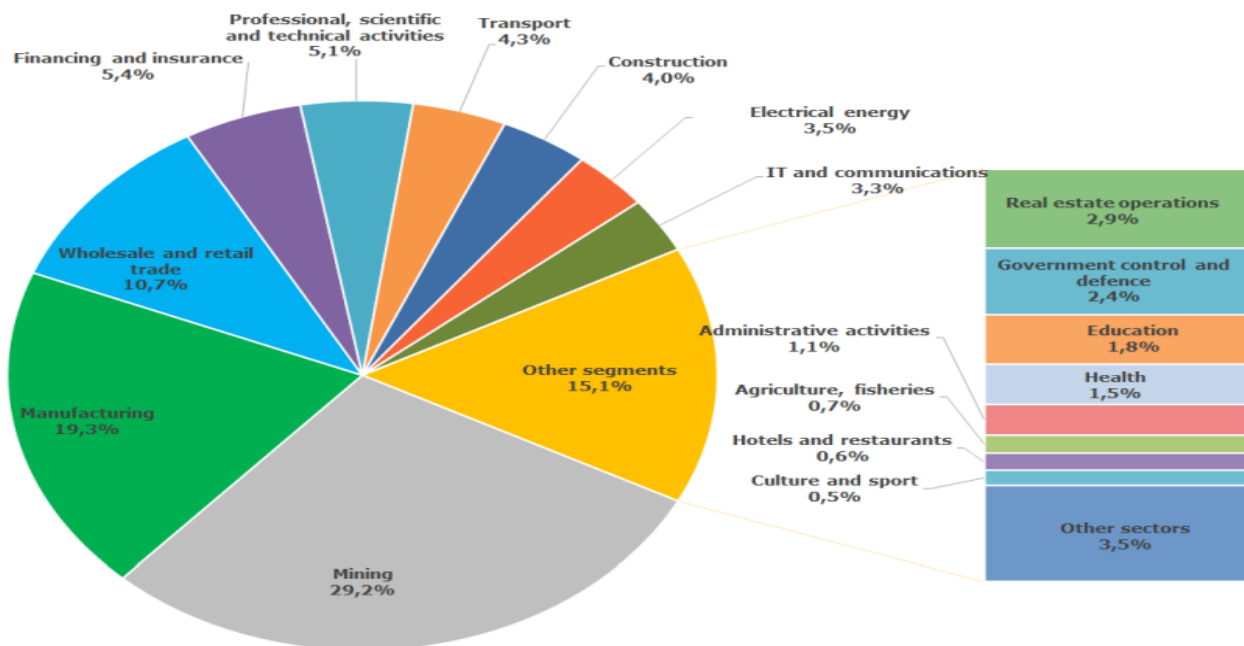
existing resources in an enterprise to other areas of activity that are different from their predecessors." We will supplement this comment with the following two comments. First, this process means that the company will move to new technologies, markets and networks that were previously unrelated, and the company's products (services) will be completely new. Second, diversification is related to the diversity of products produced by the enterprise, which increases the efficiency of its activities in the population, regardless of the product life cycle. Diversification covers only a wide range of opportunities, from a new area of domestic production ("narrow" diversification) to the penetration of other countries' industries ("broad" diversification)¹

In the process of analyzing the problem of diversification, it is expedient to distinguish two types: - Indirectly, the general factors are limited to the control of financial and commercial enterprises. This situation is typical for investment companies and production holding groups; - Occurs directly, when there are additional factors, such as technological know-how, marketing or a group of experts. On the basis of such a division, three processes (motives) of diversification can be distinguished;²

1. Substitution - such a process is used for a combination of products and markets that have lost their validity or are "spiritually" obsolete, or in a highly competitive environment;

2. Replenishment - this process is used for a saturated pre-created product-market combination that has reached maturity;

Insurance is a process that can be used to overcome situations where the market is likely to collapse or where the market is expected to be saturated. It can be done by allocating investments and risks to all sectors of the enterprise.



Horizontal diversification usually occurs when a company decides to expand its product range, taking into account the production cycle. For example, face cream manufacturers are starting to produce eye cream. Often a new product comes out under the same brand. The advantages of diversity are: 1. expansion of trade markets; 2. useful redistribution of free

¹ Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учеб.-метод. пособие / Л.И. Егоренков. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 301 с.

² Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учеб.-метод. пособие / Л.И. Егоренков. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 294 с.

resources; 3. reduce the risk of bankruptcy; 4. increase flexibility and adaptability; 5. full loading of the existing equipment of the enterprise;

There are also specific diversification strategies. The need to develop a diversification strategy arises when there are strong competitors for the enterprise, in the context of declining demand for existing products and declining profits. Such a strategy gives the company the necessary flexibility and the ability to adapt to constantly changing market conditions.

The diversification strategy is based on the idea of changing the four components of the enterprise: products, distribution channels, areas of activity, the company's position in the industry.

Before developing a strategy, potential innovation is analyzed in three ways: 1. costs associated with the implementation of a new project; 2. existing barriers / boundaries; 3. the amount of potential demand.

Only the additional effects that occur when implementing a diversification strategy can be taken into account. If more than one option is available, a strategy is selected based on the following criteria: - costs of strategy implementation are relatively low; - average or short term of payment;- Constantly growing demand for new products for the company. The strategy also depends in many ways on the type of diversification: 1. diversification that is difficult to implement and in many cases unrelated; 2. includes simpler and less hazardous types of related; In general, there are three types of diversification opportunities. First, each product produced by the enterprise must consist of functional components, parts and basic materials, and then they must form an integral whole. It is usually in the best interest of the company to obtain most of these materials from foreign markets. One well-known method of diversification is vertical diversification, which means expanding and diversifying components, components, and materials. Perhaps one of the most striking examples of vertical diversification is his own empire in the time of Henry Ford. At first glance, vertical diversification may not be consistent with the diversification interpretation. However, the existing tasks that these components and materials have to perform are very different from the final integrated product. In addition, the technology of creating and manufacturing these parts and materials may also differ from the technology of manufacturing the final product.

Conclusion. Thus, vertical diversification implies the development of new tasks, as well as the introduction of a new product into production. The vertical diversification strategy involves moving the company “up or down” along the production chain. In other words, the company moves from the production cycle to the pre-production stages or from the production cycle to the post-production stages. The vertical diversification strategy reduces the company's reliance on third-party decisions, prevents third-party super-profits, and closes all important processes within a single firm. An example of vertical integration is when a company stops selling its products by individual retailers and opens its own retail and wholesale store. Or the company buys a supplier of resources and raw materials to produce its products. Or the company will open an ancillary business that sells paints and building materials for major home renovations that provide the best prices and materials delivery process. Thus, vertical diversification implies the development of new tasks, as well as the introduction of a new product into production.

References

1. Акулич, И.Л. Маркетинг. Учебное пособие. / И.Л. Акулич, В.В. Тарелко – М.: Изд-во Современная школа, 2015. – 304 с
2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учеб.-метод. пособие / Л.И. Егоренков. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 301 с.
3. Kamolov X.Z. Technology of Production a New Type of Product in the Tourism//International Journal of Business, Technology, and Organizational Behavior (IJTOB) ISSN: 2775-4936 Vol. 1 No. 6, December 2021. P 477-483

Saidova F.K. Buxoro davlat universiteti,
Servis sohasi iqtisodiyoti kafedrası o'qituvchisi.
Rajabova M.A. Buxoro davlat universiteti,
Servis sohasi iqtisodiyoti kafedrası o'qituvchisi.

MINTAQALAR IQTISODIYOTINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Annotasiya. Mazkur maqolada innovatsiya tushunchasi, mintaqalar iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari, innovatsion rivojlanish jarayoni, innovatsion faoliyat tarkibi, Buxoro viloyatidagi innovatsion jarayonning statistik ma'lumotlariga oid tahlillar berilgan.

Kalit so'zlar: Innovatsiya, innovatsion faoliyat, investitsiya, innovatsion mahsulot, texnologik innovatsiyalar, marketing innovatsiyalar, tashkiliy innovatsiyalar, innovatsion xarajatlar

Аннотация. В данной статье проводится анализ понятия инновации, проблемы инновационного развития региональных экономик, процесс инновационного развития, структура инновационной деятельности, статистика инновационного процесса в Бухарской области.

Ключевые слова: Инновация, инновационная деятельность, инвестиции, инновационный продукт, технологическая инновация, маркетинговая инновация, организационная инновация, инновационная стоимость.

Annotation. This article analyzes the concept of innovation, the problems of innovative development of regional economies, the process of innovative development, the structure of innovation, statistics of the innovation process in the Bukhara region.

Key words: Innovation, innovation activity, investment, product innovation, technological innovation, marketing innovation, organizational innovation, innovation value.

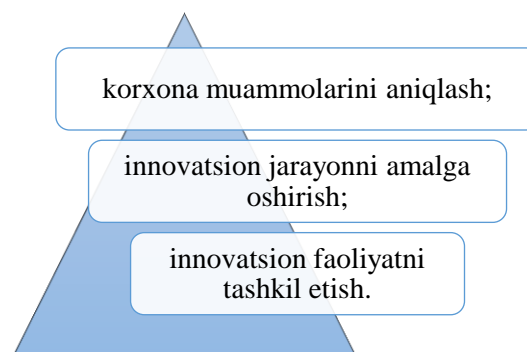
Inson har bir yangi narsadan qo'rqish bilan ajralib turadi. Bu ijtimoiy-psixologik beqarorlik kuzatilgan va yangisini joriy etish mavjud vaziyatga tahdid sifatida qabul qilingan o'tish davrida, ayniqsa inqirozli paytlarda ko'proq namoyon bo'ladi;

Oxirgi statistik ma'lumotlarga ko'ra, 1000 dan ortiq xodimga ega yirik korxonalar innovatsiyalar bo'yicha eng faol hisoblanadi. Buni yirik korxonalarning katta moliyaviy, ishlab chiqarish, insoniy va siyosiy resurslarga egaligi - o'z manfaatlarini himoya qilish qobiliyati bilan izohlash mumkin, bu esa ko'p jihatdan raqobat kurashidagi muvaffaqiyatni belgilaydi. Xorijiy kompaniyalar tajribasi ham yirik korxonalar va korporatsiyalar uchun innovatsion rivojlanish qulayroq ekanini ko'rsatadi.

Innovatsion faoliyat bu assortimentni kengaytirish va mahsulot sifatini oshirish, texnologiyani takomillashtirish va ishlab chiqarishni tashkil etish maqsadida yangiliklarni izlash va amalga oshirishga qaratilgan faoliyatdir.

1-diagramma

Innovatsion faoliyat tarkibi



Korxonaning innovatsion faoliyatining asosiy sharti shundaki, eskirgan, eskirgan, taraqqiyot yo'lidan orqada qolgan barcha resurslarni, shuningdek xatolar, nosozliklar va noto'g'ri hisob-kitoblarni hisobga olish kerak. Innovatsion g'oyalar tashqi va ichki manbalardan kelib chiqishi mumkin.

Innovatsiya deb yangi ko'rinishda mahsulot (tovar, ish, xizmat) yaratilishini yoki takomillashtirilishni, ishlab chiqarish jarayonining yangi ko'rinishi joriy qilinishini yoki ushbu jarayonning takomillashtirilishini, biznesni yuritishda yangi marketing yoki tashkiliy usullarning joriy qilinishini, ish o'rinlari tashkil etishni yoki tashqi aloqalar o'rnatilishini o'zida mujassamlashtirgan innovatsion faoliyatning yakuniy natijasi tushuniladi.

Buxoro viloyati misolida olib borgan izlanishlarimiz natijasiga ko'ra, 2019- yilda 172 ta korxonalar va tashkilotlar o'z kuchi bilan innovatsion mahsulotlar, ishlar, xizmatlar ishlab chiqargan. Shundan 168 tasi kichik korxonalar va mikrofirmalar faoliyatiga to'g'ri keladi.¹

1-jadval

Buxoro viloyatida o'zlashtirilgan innovatsion mahsulotlar

Ko'rsatkichlar	2019 yil, %
2019- yilda birinchi marta o'zlashtirgan	40,1
2017-2019- yillarda takomillashtirilgan	21,4
2017-2018- yillarda birinchi marta o'zlashtirgan	38,5

2-jadval

O'z kuchi bilan ishlab chiqarilgan innovatsion mahsulotlar, ishlar, xizmatlar hajmi (qqs va aktsizsiz) (mln. so'm)

Ko'rsatkichlar	2019 yil,
2019- yilda birinchi marta o'zlashtirgan	67206,9
2017-2019- yillarda takomillashtirilgan	137563,1
2017-2018- yillarda birinchi marta o'zlashtirgan	39439,0

3-jadval

2019- yilda moliyalashtirish manbalari va hududlar bo'yicha texnologik, marketing va tashkiliy innovatsiyalarga xarajatlar

Ko'rsatkichlar	2019 yil, %
Tashkilotning o'z mablag'lari	6,3
Chet el investitsiyalari	85,4
Tijorat banklarining kreditlari	8,3

Texnologik, marketing va tashkiliy innovatsiyalarga jami xarajatlar 315100,7 mln. so'mni tashkil etdi. Shundan 315062,3 mln. so'm texnologik innovatsiyalarga, 12,4 mln. so'm marketing innovatsiyalarga, 26,0 mln. so'm tashkiliy innovatsiyalarga qilingan xarajatlardir. Texnologik innovatsiya turlari bo'yicha xarajatlar 2 xil turda bo'lib, shundan 45920,1 mln. so'm mahsulotlar bo'yicha innovatsiyalarga, 269142,2 mln. so'm jarayonlar bo'yicha innovatsiyalarga to'g'ri keladi.

Buxoro viloyatida jami 49 ta tashkilotda innovatsiya joriy qilgan bo'lib, innovatsiyalar soni 175 tani tashkil qiladi. Tashkilotlar 173 ta innovatsiyani o'z kuchi bilan amalga oshirgan bo'lib, boshqa tashkilotlar bilan hamkorlikda 2 ta innovatsiya amalga oshirilgan.

2019 yilda O'zbekiston Respublikasida innovatsiyalarni joriy etgan korxonalar va tashkilotlar statistikasiga ko'ra, iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha innovatsiyalarni joriy etishda eng yuqori ulush ishlab chiqarish sanoatida kuzatilib, 51,9 % ni tashkil etmoqda.

Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, innovatsiyalarni joriy etishda eng yuqori ulushga ega bo'lgan sohalar:

- Ishlab chiqarish sanoati – 51,9 %

¹ Innovatsiya_2019_uz

- Qurilish – 6,5 %
- Qishloq o‘rmon va baliq xo‘jaligi – 2,7 %
- Axborot va aloqa – 2,4 %
- Ta‘lim – 1,1 %
- Boshqa faoliyat turlari – 35,4%

Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlariga ko‘ra, 2021 yilning 1 yanvar holatiga respublikamizda 4011 ta texnologik innovatsiyalar joriy qilingan.

Joriy qilingan texnologik innovatsiyalar tarkibida:

-mahsulotlar bo‘yicha innovatsiyalar soni – 3 017 ta

-jarayonlar bo‘yicha innovatsiyalar soni – 994 ta

Xulosa o‘rnida shuni aytish mumkinki, mamlakatimizda korxonalarining innovatsion rivojlanishi hozirda ko‘plab Evropa va Osiyo davlatlaridan orqada qolmoqda. Buning sababi juda ko‘p muammolar. Asosiy rivojlanish cheklovlari quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

1. Tadqiqot va ishlanmalar bilan shug‘ullanadigan xodimlar sonini qisqartirish. 2000 yildan 2019 yilgacha ushbu ko‘rsatkichning o‘sish sur‘ati 0,8 ni tashkil etdi va past ish haqi yosh mutaxassislarni jalb qilmaydi. Bu quyidagi muammoga olib keladi.

2. Xodimlarning chiqib ketishi. Mamlakatimizdan emigratsiya qilingan mutaxassislarning 40% dan ortig‘i yuqori malakali va iqtidorli kadrlardir. Rivojlangan mamlakatlardan kadrlar oqimi kuzatilmaganini ham ta‘kidlash joiz.

3. Moliyaviy faollikning pastligi, ya‘ni tijorat sektorida yangi bilimlarni olishga va ularni amaliyotda qo‘llashga qaratilgan faoliyatda. Ilmiy-tadqiqot xarajatlari asosan tadbirkorlar tomonidan "to‘lanadigan" ko‘plab mamlakatlardan farqli o‘laroq, mamlakatimizda iqtisodiyotning xususiy sektori xavfli va qimmat bo‘lgan texnologiyalarga qiziqmaydi. Tahlilchilarning fikricha, mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotdan ilmiy-tadqiqot ishlariga milliy xarajatlar bo‘yicha 72-o‘rinda. Etakchi o‘rinni egallagan Yaponiya bilan taqqoslaganda, mamlakatimizda xarajatlar ulushi besh baravar kam.

4. Intellektual mulk huquqlarining zaif himoyasi. 2015 yilda intellektual mulk huquqlarini himoya qilish bo‘yicha mamlakatlar reytingida mamlakatimiz Amerika va Evropa va Osiyoning aksariyat davlatlaridan keyin 81-o‘rinni egalladi va shu bilan birga Keniya, Mali, Misr va Senegal bilan bir qatorda.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. <https://erohovastitch.ru/uz/benefits-to-donors/ekonomicheskije-problemy-innovacionnogo-razvitiya-uspehi-sovremennogo-estestvoznaniya-problemy-i-tende.html>
2. Innovatsiya_2019_uz
3. SAIDOVA F. O‘ZBEKISTONDA INVESTITSION MUHIT: MUAMMO VA YECHIMLAR //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 7. – №. 7.
4. SAIDOVA F. BUXORO VILOYATIDA TURISTIK KLASTERLARNI TASHKIL ETISH: MUAMMOLAR VA YECHIMLAR //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 8. – №. 8.
5. Khurramov O. K., Fayzieva S. A., Saidova F. K. Features of electronic online market in tourism //Вестник науки и образования. – 2019. – №. 24-3. – С. 18-20.
6. Kamalovna S. F., Otabekovich B. D. Use of Outsourcing Services in Service Networks //Academic Journal of Digital Economics and Stability. – 2021. – Т. 6. – С. 236-245.
7. Rajabova M. FEATURES OF THE PRODUCTION OF TOURIST ROUTES //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 7. – №. 7.
8. Раджабова М. А. Глава 8. Перспективы развития женского паломнического туризма в Узбекистане //Инновационное развитие науки и образования. – 2021. – С. 100-110.
9. Rajabova M. O‘ZBEKISTONDA INVESTITSION FAOLLIKNI OSHIRISH YO‘LLARI VA SAMARADORLIGINI VAHOLASH //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 7. – №. 7.

Djabbarov Ixtiyor Gulyamovich, teacher
Bukhara state university, Bukhara

TOURISM DEVELOPMENT STRATEGIES IN THE SCOPE OF CAREC COUNTRIES INITIATIVES

Annotatsiya: Maqolada O‘zbekiston va boshqa Markaziy Osiyo, Kavkaz davlatlari bilan hamkorlikda barqaror turizmni rivojlantirishning birgalikdagi sa’y- harakatlari tahlil qilinib, marketing strategiyalarini amalga oshirishning yo‘llari keltirilgan.

Kalit so‘zlar: Barqaror turizm, turizm marketing strategiyasi, turizm sanoati, Ipak yo‘li brendi, CAREC davlatlari.

Аннотация. В статье анализируются совместные усилия Узбекистана и других стран Центральной Азии и Кавказа по развитию устойчивого туризма и намечаются пути реализации маркетинговых стратегий.

Ключевые слова. Устойчивый туризм, стратегии маркетинга в туризме, индустрия туризма, бренд Шелкового пути, страны ЦАРЭС.

Abstract: The article analyzes the joint efforts of Uzbekistan and other Central Asian and Caucasus countries to develop sustainable tourism and outlines ways to implement marketing strategies.

Keywords. Sustainable tourism, tourism marketing strategy, tourism industry, Silk Road brand, CAREC countries.

At the beginning of 2016, a process of radical reform of the tourism industry was launched in Uzbekistan. Transformations in the field of tourism were named as one of the strategic directions for the development of the national economy, which can ensure the accelerated development of regions.

The analysis showed a positive dynamic of growth in tourism. So, in 2016-2019, there was a significant increase in the number of foreign tourists visiting Uzbekistan. For comparison, if in 2016, 2 million foreign tourists visited the country, in 2019 their number increased 3.3 times and reached 6.7 million.

In 2018, the number of foreign tourists increased - by 98% compared to 2017, and the number of companies and organizations engaged in tourism activities - by 131%. It is notable that the growth in the number of tourists from different regions occurs in different ways. For example, the number of visitors from Central Asian countries increased by an average of 22-25% per year, while the annual growth among tourists from non-CIS countries was 50%.

At the same time, positive results were noted in domestic tourism. Compared to 2016, the number of domestic tourists in 2019 almost doubled and amounted to 14.7 million.

It should be noted that due to the restrictions imposed against the backdrop of the coronavirus pandemic and the consequences of the global crisis, the tourism industry has suffered serious losses. In particular, the number of foreign tourists visiting Uzbekistan decreased by more than 4.5 times, to 1.5 million, and the volume of tourist services fell to \$261 million in 2020.

The government took comprehensive measures to increase the accommodation. Firstly, 22 types of requirements regulating the activities of hostels related to the type of budget housing have been canceled. In particular, the procedure for mandatory certification of hotel services provided by hostels has been canceled and the practice of working with a unified register of guest houses and hostels has been introduced. Secondly, in order to increase the number of small hotels, entrepreneurs were provided with 8 standard projects of small hotels up to 50 rooms free of charge and this measure is developed based on the experience of Turkey and South Korea.

As a result, the number of placements in the country has increased dramatically. In particular, from 2016 to 2020, their number increased from **750 to 1308** and the number of beds increased from **34,000 to 62,000**.

The CAREC Tourism Development Strategy 2030 is based on the vision of creating a “sustainable, safe, easily accessible, and well-known tourism region that offers a variety of unique year-round quality experiences to visitors along the Silk Road and distributes the benefits widely among its communities”.

The Silk Road is the most important route linking the major cities and tourist sites of the CAREC countries. In addition, the main national and transnational roads in the region are connected to the Great Silk Road, such as the Pamir Highway, the Karakoram Highway, the Genghis Khan Trail and the Trans-Siberian Railway. The CAREC Tourism Development Strategy identifies seven priority regional tourism clusters associated with these major tourism destinations. Priority tourism clusters have been selected based on their regional importance, levels of attendance and future development potential to attract more tourists, increase spending per tourist, and increase the tourism sector's contribution to the country's GDP.

CAREC tourism development vision and regional priority tourism clusters

The proposed concept of regional tourism under CAREC is based on the Silk Road as the most important tourism asset for the entire region and at the core of the overall regional tourism umbrella brand. It aims to maximize the international recognition of the Silk Road brand in order to further develop the tourism market segments mentioned in chapter III through the development of regional priority tourism clusters. The following main routes and bypass roads are proposed along the Silk Road.

- **Northern route of the Silk Road:** it connects Urumqi, Almaty, Bishkek, Shymkent, Tashkent, Samarkand, Bukhara, Merv, Ashgabat, Turkmenbashi, Baku, Tbilisi and Batumi. For the northern route, two detours are proposed: one through Lake Issyk-Kul to Osh, Fergana, Khujand, Samarkand; the other is from Shymkent, Turkestan, Kyzylorda, Aral, Kulsary, Atyrau, and then by sea or air to Baku.
- **Silk Road Southern Route:** Connects Khotan, Kashgar, Islamabad, Lahore, Hyderabad, Karachi and Gwadar. The southern route also has two branches: one from Kashgar, Sary-Tash, Osh; the other is from Islamabad, Peshawar, Kabul, Herat and Merv.

Below are the seven priority cluster groups:

- **Caspian:** it covers four countries - Georgia, Azerbaijan, Kazakhstan and Turkmenistan, connected by air and sea transport. This cluster is focused on adventure, urban, business, cultural and beach tourism.
- **Heart of Central Asia:** a 650 km route covering six countries - Uzbekistan, Kazakhstan, the Kyrgyz Republic, Turkmenistan, Tajikistan and Afghanistan, focused on such tourism segments as cultural, adventure, urban and business tourism.
- **Almaty-Bishkek:** economic corridor between Almaty and Bishkek and the area around the Tien Shan mountains, including Lake Issyk-Kul, Alakol, Illi and Aksu. It covers three countries - Kazakhstan, the Republic of Kyrgyzstan and Northern Xinjiang in China, serves business, urban, cultural, adventure, and beach tourism segments.
- **Gold Coast:** Located in the southwest of Pakistan with a coastal development under construction extending approximately 700 km from Karachi to the Iranian border on the Arabian Sea. It has great potential for beach tourism, sea travel, adventure, culture and business.
- **Karakoram - Wakhan:** covers eastern Afghanistan, southeastern Tajikistan, northern Pakistan and northwestern Xinjiang. This cluster is focused on adventure, business, urban and cultural segments.
- **Altai:** this is the area from Urumqi to the Altai region, covering three countries - Mongolia, Kazakhstan and the PRC. The route is suitable for adventure, ecotourism, business and culture.

- **Gobi and pastures:** this is a triangle stretching from Bayan Ovoo, Deluun Boldog and Ulaanbaatar (Mongolia) to Hohhot (Inner Mongolia). The main segments of tourism are business, city, culture and adventure.

Based on a SWOT analysis, the CAREC 2030 Tourism Development Strategy identifies five key strategic frameworks for regional coverage where the implementation of regional initiatives and projects can help countries reap the social and economic benefits from sustainable tourism development (Figure 6). These include (i) air transport network maturity and infrastructure, (ii) quality and standards, (iii) skills development, (iv) marketing and branding, and (v) market intelligence. Cross-sectoral themes will be mainstreamed into all activities under the five strategic directions, including security, digital, gender, environmental sustainability, private sector participation and universal travel access. In addition, appropriate institutional and governance arrangements are needed to ensure effective implementation, monitoring, and evaluation of the CAREC Tourism Development Strategy 2030.

After making in-deep research in Tourism strategy Ireland 2012, we can offer 6 strategic areas which underpin these activities and support a continuous growth in visitors to Uzbekistan between 2022-2023.

Table-1

Uzbekistan tourism strategy in 2022-2023

Targeting our best prospects	Tourism Uzbekistan will mainly focus on consumers that are interested in sight-seeing, pilgrimage and experiencing local culture. We will continue to review our best prospects next year to ensure we are targeting the right consumer. Marketing investment in 2022-2023 will be focused on our 10 key source markets - Kazakhstan, Tajikistan, Kyrgyzstan, Turkmenistan, Russia, Turkey, Afghanistan, China, South Korea, India, Germany, Japan, France, Italy.
Communicating a new brand positioning	A new positioning for the Tourism Uzbekistan Brand has been developed with a view to strengthening our competitive differentiation and increasing the vibrancy associated with a holiday here. The new positioning is focused on making us a more compelling holiday that consumers will want to visit now rather than someday in the future with motives based on Agritourism, sport tourism, pilgrimage & religious tourism, gastronomy tourism, adventure tourism, medical tourism, cultural & ethnic tourism.
Marketing to the consumer	A new suite of integrated, interactive and engaging communication has been designed for deployment around the world 2023. The new campaign will highlight Uzbekistan’s distinctiveness through compelling communication to achieve maximum reach and impact in our target markets. Consumer will be able to access information and purchase the full range holiday products on the Uzbekistan tourist destination through all key distribution channels. We will harness the power of word of mouth and increase Uzbekistan’s presence across all online and key social media channels.
Delivery for Uzbekistan	Uzbekistan 2023 offers us a golden opportunity to create stand-out, increase consumer interest levels and position Uzbekistan tourism destination as a “must see” destination next year and beyond. F
Increasing sales opportunities	It is needed to increase the number of platforms on offer to industry and trade partners in our target markets to help “close the sale” with potential visitors.
Growing access	We will increase our regional marketing approach and ensure it is aligned with existing access. We will work with co-operatively with carriers to retain strategically important routes and develop new direct air, road access.

The application of a regional approach to the sustainable development of tourism in Uzbekistan, with its synergistic effect, is beneficial not only for Uzbekistan but also for Central Asian countries. The use of regional approaches and cluster approaches in the sustainable development of tourism will allow it to compete with other tourist macro-regions, significantly increase the number of tourists visiting the region through the systematic development of the tourism industry. To do this, there is a need for a unified strategy and centralized institutions, implementing a coordinated Silk Road brand and advertising campaigns "Visit Silk Road" to manage the tourist destination formed on the territory of Central Asia and achieve the set goals.

REFERENCES

1. Lesley Pender and Richard Sharpley. The Management of Tourism. London EC1Y 1SP, SAGE Publications Ltd. 372 p., 2005.
2. P. Hayitboyev, U. Matyakubov “ECOLOGICAL TOURISM”, (methodical manual) Samarkand – 2010.
3. Ian Patterson. (2020). New Developments in Promoting Tourism in Uzbekistan. Journal of Tourismology 6(2):1-19
4. Global Data (2019). Strategies for the development of tourism: how it works in the world. Retrieved at: <https://profi.travel/articles/42436/details/uploads/2019/06>. Accessed 16th February, 2022.
5. CAREC 2030: Connecting the region for joint and sustainable development. Retrieved at: https://www.adb.org/sites/default/files/institutional_document/388801/carec-2030-ru.pdf/2017/10/. Accessed 16th February, 2022.
6. Джаббаров И. Г. ГЛАВА 11. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА УЗБЕКИСТАНА //ББК 60 Н34. – 2021. – С. 159.
7. Djabbarov I. Problems of Organization of Tourist Zones in Free Economic Zones of Bukhara //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz). – 2021. – Т. 5. – №. 5.
8. Kayumovich K. O., Gulyamovich D. I., Khudoynazarovich S. A. Information and information technologies in digital tourism //Special issue on financial development perspectives of the life standard in Central Asia April. – 2020. – С. 32.

Berdikulova Sevinch Tohir qizi
3-kurs, Guliston Davlat Universiteti

MINTAQALAR VA TARMOQLAR IQTISODIYOTINING INNOVATSION RIVOJLANISH MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: Maqolada mintaqalar va milliy iqtisodiyot tarmoqlari innovatsion rivojlanishining dolzarb muammolariga bag'ishlangan bo'lib, izlanish bo'yicha tadqiqotlar o'rganilib, shakllangan fikrlar asosida xulosalar qilingan.

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные вопросы инновационного развития регионов и отраслей народного хозяйства, исследования и делаются выводы на основе сформированных представлений.

Annotation: The article focuses on current issues of innovative development of regions and sectors of the national economy, studies the research and draws conclusions based on the ideas formed.

Kalit so'zlar: innovatsiya, strategiya, agrar soha, suv tejovchi texnologiyalar, innovatsion kompaniyalar, raqamli iqtisodiyot, IT-parklar, Global Innovatsion Indeks.

Ключевые слова: инновации, стратегия, Сельское хозяйство, водосберегающие технологии, инновационные компании, цифровая экономика, ИТ-парки, Глобальный инновационный индекс.

Key words: *innovation, strategy, agriculture, water-saving technologies, innovative companies, digital economy, IT parks, Global Innovation Index.*

Mamlakatimizda iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va uni liberallashtirishda innovatsion iqtisodiyotga asoslanishi jahon hamjamiyatida milliy iqtisodiyotning o‘rnini mustahkamlashning muhim omili hisoblanadi. O‘zbekistonda amalga oshirib kelinayotgan islohotlar aynan shu maqsadni o‘zida aks ettirgan holda rivojlanish tendensiyasiga ega bo‘lmoqda. Jahon iqtisodiyoti globallashtirish sharoitida raqobat muhitining jadallashuvi milliy iqtisodiyotlar oldiga jiddiy vazifalarni qo‘ymoqda. Shuningdek, mamlakatlarning rivojlanishini ta‘minlash va iqtisodiy barqarorligini saqlab qolish, o‘z navbatida Respublikaning tabiiy boyliklarini emas, balki innovatsion g‘oyalarini eksport qilish hisobidan rivojlanishga erishish mumkinligini zarur qilib qo‘ydi. Bu borada, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev “Bugun biz davlat va jamiyat hayotining barcha sohalarini tubdan yangilashga qaratilgan innovatsion rivojlanish yo‘lidan o‘tmoqdamiz. Bu bejiz emas, albatta. Chunki zamon shiddat bilan rivojlanib borayotgan hozirgi davrda kim yutadi? Yangi fikr, yangi g‘oya, innovatsiyaga tayangan davlat yutadi”¹ deb qayd etib o‘tilganligini mazkur masalaning ahamiyati yuqoriligini anglatadi.

Mamlakat iqtisodiyoti va iqtisodiyot subyektlarining tadbirkorlik faoliyatiga ta‘sir ko‘rsatishning asosiy vositalaridan biri – davlat iqtisodiy siyosatining bo‘g‘inlaridan hisoblanuvchi innovatsiya siyosatidir. Davlat innovatsiya siyosati yordamida bevosita ishlab chiqarish hajmi sur‘atlari oshishiga, fan-texnika taraqqiyoti tezlashishiga, ijtimoiy ishlab chiqarish tuzilishi o‘zgarishi, ijtimoiy muammolarni hal qilishga ta‘sir o‘tkaza oladi.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev o‘zining “Yangi O‘zbekiston Strategiyasi” kitobida quyidagi fikrlarni bildirdi: “Qishloq xo‘jaligi ekinlarini sug‘orishda tomchilatib, yomg‘irilatib sug‘orish va boshqa suv tejovchi texnologiyalarni keng qo‘llash, bu borada yer egalari va suv iste‘molchilarini rag‘batlantirish mexanizmini kengaytirish, qishloq xo‘jaligiga mo‘ljallangan suv resurslarini boshqarish va xizmat ko‘rsatish tizimini takomillashtirish hamda suv iste‘molchilari uyushmalari faoliyatini yanada optimallashtirish zarur”. Bugungi kunda iqtisodiyot tarmoqlari, jumladan qishloq xo‘jaligiga innovatsion texnologiyalarni olib kirish dolzarb vazifalardan hisoblanadi. Bu borada joriy yil 28 yanvar kuni Prezidentimizning “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni qabul qilindi.

Farmon bilan tasdiqlangan taraqqiyot strategiyasi va uni “Inson qadrini ulug‘lash va faol mahalla yili”da amalga oshirishga oid Davlat Dasturining Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o‘shish sur‘atlarini ta‘minlash deb nomlagan uchinchi yo‘nalishda qishloq xo‘jaligini ilmiy asosda intensiv rivojlantirish orqali sohaning barcha tarmoqlari ravnaqini ta‘minlaydigan maqsad va vazifalar batafsil bayon etilgan.

- Agrar sohani rivojlantirish, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini klaster asosida qayta ishlash va oziq-ovqat xavfsizligini ta‘minlash;

- Qishloq joylarda yashayotgan aholining hayot darajasi va sifatini oshirish;

- Fermer va dehqonlar daromadini 2 barobarga ko‘paytirish uchun zarur sharoitlarni yaratish;

- Qishloq xo‘jaligining yillik o‘shish sur‘atini 5 foizga yetkazish vazifalari belgilandi.

Ular doirasida 3 ta bosh maqsad belgilanib, 15 ta vazifalar va 46 tizimli tadbirlar amalga oshiriladi. Bu rejalarni amalga oshirish bizdan katta ilm va salohiyat talab etadi. Sohaga inovatsion texnologiyalarni olib kirish tezroq rivojlanish va liberallashtirishga olib keladi. Ushbu vazifalar bilan bir qatorda qishloq xo‘jaligini modernizatsiyalash va intensiv rivojlantirish borasida agroklastar hamda kooperatsiyalar tarmog‘ini kengaytirish, fermer, dehqon xo‘jaliklari va tomorqa egalari huquq va manfaatlarini himoyalash, soha xodimlari, yer egalari va fan

¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2017-yil 7-fevraldagi “2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi” PF-4947-son Farmoni.

yutuqlari, zamonaviy texnologiyalar va ilg’or tajribalar asosida bilim va malakasini oshirish tadbirlari tizimli ravishda amalga oshiriladi.

Jamiyat hayotida innovatsion sohaning jadal rivojlanishi iqtisodiyotda intellektual mahsulot axborot va ilmiy-texnik, innovatsion faoliyat ulushining o’sishi shunga olib keldiki, innovatsiyalar xuddi foydali qazilmalar, ishlab chiqarish quvvatlari va intellektual salohiyat kabi mamlakatning boyligi hisoblana boshladi. Iqtisodiyotdagi samaradorlik ishlab chiqarishga innovatsion texnologiyalar va ixtirolarning joriy etilishi evaziga oshadi. Yetakchi sanoat innovatsion kompaniyalari talab va taklifning o’ziga xos xususiyatlarini chuqurroq o’rganishga, paydo bo’ladigan va mumkin bo’lgan foyda markazlarini aniqlashga harakat qilmoqdalar. Kompaniyalar innovatsion sa’y-harakatlarini butun bozor atrofiga investitsiyalarni tarqatishdan ko’ra ko’proq daromad keltiradigan sohalarga yo’naltirmoqdalar. Jumladan, avtomobil kompaniyalari odatda innovatsion loyihalarni baholashning eng qat’iy mezonlarini qo’llaydilar, narx muammolarini yangi avtomobil modelidagi eng so’nggi texnologik yutuqlar bilan taqqoslaydilar. Aksariyat avtomobil kompaniyalari innovatsiya jarayoniga ishlab chiqarish vakillarini jalb qilishga harakat qilishadi. Avtomobilsozlik kabi yuqori xarajatlar va kam marjalarga ega bo’lgan sohada ushbu amaliyot yangi samarali modelni ishga tushirish va bozorni tezda zabt etishda hal qiluvchi omil hisoblanadi. Texnologik va innovatsiyani yuqori darajaga olib chiquvchi kompaniyalar o’rtasidagi kuchli raqobat vaqt va pulni qadrlaydilar. Sanoat sohasida, umuman, iqtisodiyot tarmoqlaridagi innovatsion kompaniyalar o’zlarining ixtiyorida katta mablag’larga ega bo’lib, bu sezilarli raqobatbardosh ustunliklarga olib kelishi mumkin. Ushbu yo’nalishdagi birinchi qadamlar kompaniya faoliyat yuritadigan innovatsion muhitni tushunish, iqtisodiy asoslangan qarorlar qabul qilish, ustuvorliklarni tanlash va ularni amalga oshirishni tezlashtirishdir.

Innovatsion rivojlanish vazirligi axborot xizmatiga ko’ra, O’zbekiston Global innovatsion indeks reytingida 132 davlatdan 86-o’rinni egalladi.

O’zbekistonning Global Innovatsion indeksdagi ko’rsatkichlari¹

№	Global innovatsion indeksning kuchli indikatorlari	Darajasi
1.	Ilm-fan va muhandislik sohasida bitiruvchilar soni	VII
2.	Biznesni yo’lga qo’yishning soddaligi	VIII
3.	Mehnat unumdorligi	VIII
4.	Kapitalni yalpi tarzda to’plash	VII
5.	Ta’lim uchun davlat xarajatlari	XVIII
6.	Bilim va texnologiyalar natijadorligi	XC
7.	Inson kapitali va ilmiy-tadqiqot faoliyati	LXXVII

Innovatsiyalarni milliy iqtisodiyot tarmoqlariga keng targ’ib qilish jarayoni bevosita raqamlashtirishni zarur qilib qo’yadi. Raqamli iqtisodiyotning o’sish sur’atiga ta’sir etuvchi omillar qatoriga barcha soha va tarmoqlarda ilg’or axborot texnologiyalari keng joriy qilinishi, zamonaviy raqamli platformalar yaratilishi, raqamli infratuzilma yanada kengaytirilishi hamda axborot texnologiyalari sohasida dasturiy mahsulotlar, telekommunikatsiya va autsorsing xizmatlari bozorini rivojlantirish kiradi. Mazkur yo’nalishdagi ishlarni yanada takomillashtirish maqsadida keyingi besh yil ichida quyidagi vazifalarni amalga oshirish rejalashtirilgan.

Soha va tarmoqlarni raqamlashtirish yo’nalishida:

- korxonalar ta’minotining barcha bosqichlarini avtomatlashtirish va boshqarishni ta’minlash, shuningdek, bu orqali logistika va xarid xarajatlarini qisqartirish maqsadida 2026 yilgacha korxonalar resurslarini boshqarish tizimi (ERP) joriy qilgan yirik xo’jalik yurituvchi subyektlar ulushini 65 foizga yetkazish;

¹ Mininnovation.uz. O’zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi.

- texnoparklar va kovorking markazlari faoliyatini, shu jumladan, davlat-xususiy sheriklik asosida tashkil etish orqali zamonaviy raqobatbardosh va eksportga yo‘naltirilgan dasturiy mahsulotlar va xizmatlarni, mahalliy ishlab chiqarishni rivojlantirish maqsadida IT-parklar faoliyatini yanada kengaytirish va respublikaning boshqa hududlarida uning filiallarini ochish, shuningdek, 20 ta oliy o‘quv yurtida bishlang‘ich loyihalarni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha inkubatsiya markazlarini tashkil etish.

O‘zbekiston Respublikasining 2030-yilga kelib Global Innovatsion Indeks reytingi bo‘yicha jahonning 50 ilg‘or mamlakati qatoriga kirishi uchun quyidagi chora-tadbirlar amalga oshirilishi lozim deb hisoblayman:

- ilmiy-tadqiqot va ishlanmalarning ilmiy salohiyatini mustahkamlash va samaradorligini oshirish, ilmiy-tadqiqot, tajriba-konstruktorlik va texnologik ishlar natijalarini keng joriy etish uchun ta‘lim, ilm-fan va tadbirkorlikni integratsiya qilishning ta‘sirchan mexanizmlarini yaratish;

- rivojlangan mamlakatlardagi biz uchun kerak bo‘lgan barcha texnologik bilim va yangiliklarni o‘rganish va respublika iqtisodiyoti tarmoqlariga bosqichma-bosqich milliy manfaatlarimizdan kelib chiqqan holda tatbiq etish;

- asosiy ahamiyatga ega bo‘lgan ichki innovatsion loyihalarga investorlarni hamda xorijiy kapitalni jalb etish;

- texnologik innovatsiyalarga bag‘ishlangan bilimlar bazasini tashkil etish va unda internet portal orqali barcha fuqarolar foydalana olishlariga erishish;

- innovatsiyalar, ilmiy-tadqiqotlar, tajriba-konstruktorlik va texnologik ishlarga davlat va xususiy mablag‘lar kiritilishini kuchaytirish, bu sohalaridagi tadbirlarni moliyalashtirishning zamonaviy va samarali shakllarini joriy etish;

- respublikaning viloyatlarida iqtisodiyotning ixtisoslashgan tarmoqlariga innovatsion texnologiyalarni olib kirish, ularni zamonaviy tendensiyalar asosida boshqaruvchi malakali mutaxassislarni jalb etish, bu islohotlar orqali ekspert salohiyatini oshirish;

- milliy innovatsion tizimining shakllanishini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash majmuasi infratuzilmasini raqamli iqtisodiyotning axborot texnologiyalari bilan mustahkamlash, xususan, investorlarni ommaviy ravishda o‘zaro yaqinlashtiradigan va axborot almashinuvini ta‘minlaydigan internet portallarini yaratish, moliyaviy-investitsion institutlarning amaliyotini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali innovatsion rivojlantirish zarur.

Mintaqalar va tarmoqlar iqtisodiyoti rivojlanishning innovatsion yo‘liga o‘tish asosida sanoatning barqaror rivojlanishini ta‘minlash bo‘yicha nazariy qoidalar va tavsiyalar ishlab chiqishda muhim strategiyalar ahamiyatlidir. Jumladan, sanoat va umuman mamlakat iqtisodiyotining barqaror rivojlanishini ta‘minlash bilan bog‘liq asosiy nazariy qoidalarni umumlashtirish va tizimlashtirish, sanoatda samarali iqtisodiy o‘tishni davlat tomonidan tartibga solish usullarini ko‘rib chiqish, milliy innovatsion tizimni shakllantirish zaruriyati va asosiy yo‘nalishlarini ko‘rsatish shulardandir. Iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishini boshqarish masalalari murakkab va ziddiyatli, chunki ular bir necha tomonlar – davlat, venchur kapital firmalari, olimlar va ixtirochilar hamda universitetlarning o‘zaro ta‘siriga ta‘sir qiladi. Zamonaviy jamiyatning asosiy harakatlantiruvchi kuchi sifatida bilim iqtisodiyotining birinchi o‘ringa olib chiqish uchun mamlakatning innovatsion rivojlanishi uchun ajralmas, to‘liq va ayni paytda mobil va rivojlanayotgan strategik tizim va yangi texnologiyalarni tijoratlashtirish mexanizmlari yaratilishi zarur.

Hozirgi bosqichda innovatsiyalar yangilik, bozorda tez amalga oshirish qobiliyati, inson faoliyatining har qanday sohasiga tatbiq etilishi va iqtisodiy va boshqa turdagi ta‘sirlarni o‘tkazish qobiliyati kabi xususiyatlarga ega bo‘lishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Farmon (2022) O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi “ 2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son.

2. Shumpeter J. (2007) Iqtisodiy nazariyani jonlantirish. – M.
3. Ergashev R.X., Tursunov I.E., Ravshanov A.D., Qurbonov A.B. (2020) Innovatsion iqtisodiyot – (darslik) – T: “Iqtisod-moliya”, - 464 bet.
4. Gimush R.I., Matmurodov F.M. (2008) Innovatsion menejment. O’quv qo’llanma. – T.: O’zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 117-bet.
5. Abdvohidov A., Muxametov A., Rasulov S., Berdiyev G’., Toshboyev B., Mamatov M., Zikriyayev Z., Nurmuhammedova M. (2020) Innovatsiyalar iqtisodiyoti: oliy o’quv yurtlari talabalari uchun o’quv qo’llanma, – 548 bet.
6. LexUz – Internetdagi O’zbekiston qonun hujjatlari ma’lumotlar milliy bazasi.

Bukhara State University
Dilnoza Juraeva,
Lecturer of the Department of
Economics of the Service Sector
E-mail: d.d.djuraeva@buxdu.uz

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISMS FOR ENSURING THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SCIENCE AND SERVICES IN THE CONDITIONS OF THE FORMATION OF AN INNOVATIVE ECONOMY

Annotatsiya. Ushbu maqolada respublikaда хизматлар соҳасининг тезкор ўсиш суръатларини таъминлаш, мазкур йўналишда тadbirkorликни янада қўллаб-қувватлаш ва аҳоли учун янги иш ўринларини яратиш, шунингдек хизматлар соҳаси корхоналари фаолиятини балансли ривожлантириш ва диверсификациялашни таъминлаш, улар кўрсатадиган хизматларнинг рақобатбардошлилиги ва сифатини ошириш бўйича маълумотлар берилган.

Kalit so'zlar: Xizmatlar, Innovatsiyalar, muvozanat, tadbirkorlik, innovatsion mexanizm, diversifikatsiya, xizmat ko'rsatish, innovatsion iqtisodiyot, ishlanmalar.

Аннотация. В данной статье представлена информация по обеспечению быстрого роста сферы услуг в стране, дальнейшей поддержке предпринимательства в этой сфере и созданию новых рабочих мест для населения, а также сбалансированному развитию и диверсификации услуг, повышению конкурентоспособности и качества услуг.

Ключевые слова: Услуг, Инновация, баланс, предпринимательство, инновационный механизм, диверсификация, сервис, инновационная экономика, разработки

Annotation: This article provides information on ensuring the rapid growth of the service sector in the country, further supporting entrepreneurship in this area and creating new jobs for the population, as well as the balanced development and diversification of services, increasing competitiveness and quality of services.

Keywords: Services, Innovation, balance, entrepreneurship, innovation mechanism, diversification, service, innovation economy, developments.

Ensuring the rapid growth of the service sector in the country, further supporting entrepreneurship and creating new jobs for the population, as well as the balanced development and diversification of service enterprises, increasing the competitiveness and quality of their services is one of the key areas of activity. ongoing reforms. The share of the service sector in GDP on average in the world is 61%. In our country, this figure is 36%. But 86 percent of the added value is created in this area. If we continue this analysis at the republican level, then the volume of services per capita in the Republic of Karakalpakstan, Kashkadarya, Namangan, Surkhandarya regions is 2 times lower than the national average. Only by improving the roadside infrastructure, it is possible to create additional services worth 700 billion soums. In particular, more than 400 large service facilities are required per 10,000 km of roads passing through more than 150 districts and cities.

At the same time, many services can be provided with the participation of investors by organizing light trade, catering and entertainment facilities in individual parks and alleys, providing entrepreneurs with an unoccupied part of educational, cultural, sports and healthcare facilities.

Measures are being taken to continue the procedure for quarterly payment of value added tax for entrepreneurs with an annual income of less than one billion soums. This will allow more than 8 thousand entrepreneurs to have working capital in the amount of 220 billion soums per quarter. This is important for organizational economic innovation, because what matters is not the result, but the degree to which these innovations ensure the continuity of all activities.

The development of the service sector is influenced by economic factors, including the unemployment rate, inflation rate, real family income, access to credit, interest rates and types. It is also affected by the price of substitute goods, the price of petroleum products, the cost of recreational equipment.

Service companies are also required to identify existing and potential competitors.

The goal is to identify the strengths and weaknesses of competitors. When identifying competitors, special attention should be paid to:

- characteristics and quality of products (or services);
- degree of location in relation to different geographic markets;
- advertising themes and letters (texts);
- price level and type of consumers and the mechanism of their attraction.

The new service market is:

- set of consumers of services with potential sales opportunities and resources;
- the world economy is a system of relations in which money is converted into services;
- is an economic system consisting of four main elements - supply, demand, price and competition.

It should be noted that the market of innovative services also has the following features:

1. Invisibility, that is, it is impossible to touch, smell, feel the sold and consumed service. Therefore, the reliability and guarantee of services of the specified level and quality is of great importance. Вақт давомида йўқолиш хусусияти. Агар ўз вақтида хизматлар кўрсатилмаса даромадлар буткул йўқолиши мумкин.

2. The property to disappear with time. If services are not provided in a timely manner, income may be lost altogether. Хизматларни сотиб олиш ва уни истеъмол қилиш оралиғидаги вақтнинг узилиш хусусияти.

3. The nature of fluctuations in demand for services in the off-season.

4. The level of quality in tourism is a characteristic that depends on the attendants.

Table 1.2

Indicators of the socio-economic status of consumers of innovative services

Indicators	Characteristics of indicators of socio-economic status
Place of work, (position)	A) top managers, creative, political and scientific elite, entrepreneurs; V) managers and middle-level employees, scientists, state employees, highly skilled workers; C) low-skilled workers, unskilled workers, student youth.
Income	A) high (above average per person per region); C) average; S) past.
Information	A) higher; C) secondary professional; C) moderate and low.
Housing conditions	A) elite housing (cottages, apartments);

	C) apartments with special conveniences C) communal apartments, dormitories, temporarily acquired land.
Consumption of services	A) individual services, expensive services, services for VIP; C) quality services at a reasonable price; C) economic services.

Source: author's development

To determine which of the highlighted strata (Table 1.2) belongs to the consumer, a complex indicator C is calculated:

$$S = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + \alpha_4 X_4 + \alpha_5 X_5 \quad (1.1)$$

in this:

$\alpha_1 - \alpha_5$ – parameters, weights of influencing factors.

In the research process, it is advisable to use the Delphi method (collective expert assessment method) to determine the weighting coefficient of individual indicators.

As a final indicator, the selection index is calculated:

$$IND = \frac{Str\%}{Pzm\%}, \quad (1.2)$$

in this:

Str% - the amount of strata among buyers of tourism services;

Pzm% - the amount of this stratum between the requested persons.

Table-1.2

Descriptions of strata of consumers of innovative services

Consumer strata	Strata quality indicators	Quantitative indicators of strata
Major class	Senior managers, creative, political and scientific elite, high-income, highly educated, cottages, entrepreneurs living in elite apartments; individuals who purchase high quality and valuable species.	2.5 to 3
Medium class	Middle managers and employees, researchers, public sector employees, people with average incomes in the region, skilled workers with higher and secondary education, people living in their own homes and apartments, people who buy quality tourism services at a reasonable price.	1,5 to 2,5
Minor class	Skilled and unskilled workers with secondary vocational education, student youth, low-income people living in their own homes, communal and rented apartments, dormitories, inconvenient housing, people who buy cheap tourism services.	1 to 1,5

Source: author's development

The application of the proposed methodology has led to the development of survey tools to determine the need for such services by consumers who purchase services from different social groups, and to study and identify unsatisfactory consumer demand.

It is necessary to increase the efficiency of production, taking full advantage of the potential of the industry, taking into account the threat to sustainable development of the service industry of Uzbekistan and the impact of external factors and trends.

So, in order to make full and effective use of the potential of local science, it is possible to expand the availability of modern equipment for scientists and provide them with all the necessary resources. To this end, it is expedient to create scientific laboratories, engineering centers and production and experimental sites in the territory of the High Technology Park in the sectors that are the "drivers" of the country's economy.

REFERENCES

14. O‘zbekiston Respublikasining “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”gi Qonuni, 29.10.2019, <https://www.innovation.uz/ru/docs/-67345?otherlang=1#-67988>.
15. O‘zbekiston Respublikasining Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-4947-sonli Farmoni. <https://lex.uz/docs/3107036>
16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 21.09.2018 yil “2019-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5544-sonli Farmoni.
17. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 24.11.2018 yil “Tadbirkorlik va innovatsiyalar sohasidagi loyihalarni moliyalashtirish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora tadbirlar to‘g‘risidagi”gi PF-5583-sonli Farmoni.
18. Абрамов С. И. 2000., „Инвестирование”, М.: Центр экономики и маркетинга. 440с
19. Aghion P, Bloom N, Blundell R, Griffiths R, 2002. „Competition and Innovation”. An Inverted U Relationship 9268: <https://doi.org/10.7440/res68.2019.01>
20. Djurayeva D. D. et al. SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF AN INNOVATIVE SET OF SERVICES //Scientific reports of Bukhara State University. – 2021. – Т. 5. – №. 1. – С. 227-238.
21. Джураева Д. Д. К., Бердиева З. М. Культурное наследие как фактор развития человеческого потенциала (на примере Узбекистан) //Ученый XXI века. – 2016. – Т. 25.
22. Джураева Д. Д. МАССОВАЯ КУЛЬТУРА И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ //Ученый XXI века. – 2017. – №. 1-2.
23. Джураева Д. Д., Джураева Л. Р., Ниязов Л. Н. Мотивация как фактор развития потенциала учащихся в высших технических учебных заведениях //Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления. Т. 3.—Екатеринбург, 2014. – 2014.
24. Джураева Д.Д. /Инсон потенциали ва инновацион фаолиятни юксалтиришнинг мамлакат иқтисодидёғини ривожлантиришдаги роли // Бухоро давлат университети илмий ахбороти. Бухоро: 2019., № 4, Б. 309-316. (10.00.00, № 1).
25. D. D. /Ways to increase the effectiveness of the use of innovations in the provision of services in the conditions of pandemics //South Asian Journal of Marketing & Management Research. Хиндистон : 2020., № 10. С. 77-81. ((№10, SJIF-2021-7,642), IF-0,643).
26. Джураева Д.Д. /Хизматлар соҳасини такомиллаштиришда инновацион фаолиятнинг илмий амалий аҳамияти // Иқтисодиёт ва Молия журнали. Тошкент: 2021., №29 (138). – Б. 70-77. (08.00.00, № 18)
27. Джураева Д.Д. /Хизматлар соҳасини ривожлантиришда инновацион салоҳият ва ёндашувларни тадқиқ этишнинг методологик масалалари // Иқтисодиёт ва таълим журнали. Тошкент: 2021., №1, Б. 148-156. (08.00.00, № 11).
28. Djurayeva D. D. /Scientific and methodological aspects of the formation of an innovative set of services // Бухоро давлат университети илмий ахбороти. Бухоро: 2021., № 1, Б. 227-238. (10.00.00, № 1)

Tukhtaev T.T.

Second year Magistrate in Bukhara State University

Directed By: Ibragimov N.S.

REUNITE THE LOST TIES WITH THE HELP OF NOSTALGIC TOURISM

Key words: nostalgic tourism, tourist, strategic marketing, sustainable tourism.

Abstract: Nostalgia tourism is a specific form of historical travel, which targets an era recent enough to be remembered by people who are still alive today. There are many areas which can help to develop nostalgic tourism in our country.

We all seem to lead peaceful and uninterrupted lives, but only from outside when we travel somewhere; it is there where our hearts leap to that we usually choose to visit. Nostalgic tourism arises here in this point, not as a moneymaking means of tourism, but more like a way to bring back people to their past roots.

We always want to feel the essence of being just like ourselves. We know our close ancestors, but really contemplate a lot about who our far and remote fathers were. I would really love to visit to Tadjikistan, where my grandmother's parents used to live. I know within my heart that one branch of my gene is gone somewhere there, where perhaps some times of my granny passed. Nostalgic tourism seeks to provide people with what they cannot find anywhere else.

Nostalgia tourism is a specific form of historical travel, which targets an era recent enough to be remembered by people who are still alive today. Most of the times remembered in nostalgia travel fall into the twentieth century, with the Roaring Twenties, the Great Depression and the post-war era of the 1950s and 1960s being popular themes. Many architectural styles have come and gone over the years. While some of these styles are not commonly used in new construction, many buildings from previous eras still exist:

1) Art Deco (from Arts Décoratifs, as featured at the Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes in Paris in 1925) was common from the mid-1920s until the World War II era.

2) Google-themed architecture originated in Southern California in the late 1940s, remaining popular into the 1960s.

3) Various forms of architectural modernism, such as that created by Frank Lloyd Wright, became popular in the 1920s.

Cinematic history dates to the 1920s or earlier, where it was a popular form of entertainment before network radio and television, pre-recorded video or Internet streaming. The drive-in theatre or cinepark was common in the 1950s and 1960s, although they are a dying breed today.

Much of the cinema nostalgia centres on individual films, individual performers or specific cinematic styles (such as classic, monochrome or silent film) which no longer exist today. Some films which were originally created as far back as the 1930s remain popular today.

Hollywood, Burbank and Culver City are the home of much of the American mainstream film industry; there are studio tours. Many locations worldwide are noted for a historically-popular film which was shot there or a show which was set there. In many cities, buildings which originally housed a cinema or a live theatre in the heyday of those media have been restored for various purposes.

In some countries, such as Russia, a handful of people still hold some nostalgia for the Cold War era in which the Soviet Union and the states under its control (the Comintern bloc) represented a vast, sprawling empire. In the former East Germany, this form of nostalgia is known as Ostalgie.

Some products which were made in the communist East, but disappeared from marketplaces after the fall of the Berlin Wall, have been reintroduced. See Cold War Europe Heritage.

Additional historic sites recalling the Cold War era are listed at nuclear tourism and Postwar United States.

There are many areas which can help to develop nostalgic tourism in our country. Followings are some of the most vivid examples.

Sport

Much of the nostalgia around spectator sports memorializes the most famous and skilled players of yesteryear. Rarely, one of the original stadiums from the era will still be standing – either still in operation, or re-purposed for other uses as a team moves to a newer venue (which has more space, but typically no history and an annoying pattern of changing names every few years to accommodate the latest corporate sponsor).

There are various Halls of Fame to immortalise the history of the games and the players:

- The **Basketball Hall of Fame** commemorates Springfield (Massachusetts) as the birthplace of the sport of basketball.
- **National Baseball Hall of Fame and Museum**, Cooperstown, Central New York
- **Mexican Baseball Hall of Fame** (*Salon de la Fama del Beisbol*), Avenida Alfonso, Monterrey/North Central
- **Pro Football Hall of Fame**, Canton (Ohio)
- There's a **Hockey Hall of Fame** in Toronto and a smaller collection of ice hockey memorabilia in Kingston (Ontario).
- **Softball Hall of Fame**, Oklahoma City
- **National Wrestling Hall of Fame and Museum**, 405 West Hall of Fame Avenue, Stillwater (Oklahoma)
- Baltimore County has a museum and hall of fame displaying the history of lacrosse with photographs, memorabilia, displays and videos
- Holyoke contains the **Volleyball Hall of Fame**

Often, the hometown of a famous player will immortalise a local son who made it big in the big leagues; for example, there's a nine-foot tall statue of *Mickey Mantle* on a high school baseball field in his tiny home town of Commerce, Oklahoma.

Transportation

Orient Express cars

While Karl and Bertha Benz first unleashed their infernal machine on German roads in 1886 and the Wright Brothers first launched their strange contraption into the Kitty Hawk skies in 1903, many older forms of transport remained in use for many decades thereafter. Steam trains plied the rails in many regions for years after the first lines began to gradually dieselize or get electrified; ocean liners continued to ply the seas long after air travel became commonplace. Paddlewheel steamboats still invoke a perhaps-idealised view of what travel might have been like on the Mississippi River of yesteryear.

- Aviation history recalls various eras, including the military history of two world wars, the Cold War nuclear era and the civilian "jet set" of an era before budget travel turned flying into a less-pleasant, no-frills but slightly more affordable form of transport.
- Various heritage railways and tourist trains have restored historic rolling stock to service; it's also possible (to varying degrees) to attempt to retrace the path of routes such as the original Orient Express, which ran behind the Iron Curtain to Istanbul until the 1960s. Many museums depict rail travel of prior eras.
- U.S. Route 66 has not officially existed since 1985, but continues to be marketed on the basis of nostalgia. Roadside diners, novelty architecture and neon signs promoting small, independent motels are common themes, along with historic vehicles to appeal to fans of the automobile. There are more than a few ghost towns along the route, as well as the occasional bit of rail history as the 1926 route follows the path of earlier railways, which in turn followed the path of the original native trails.

Music

Museum of country music

Many musical styles have come and gone over the years. Some have been short-lived fads (like the *disco* style of 1970s dance music) while others have evolved to the point where the modern version of a genre differs greatly from earlier works which are remembered as nostalgia. Musical bands or radio stations which play the music of yesteryear are popular among those who grew up when that music was mainstream; the original vinyl records and paraphernalia remain in circulation as used items or memorabilia.

- Jazz has existed since the post-Civil War era, but became popularised in New Orleans and Chicago during the 1920s. The Jazz Track is an itinerary of big band and traditional jazz cities in the United States.

- The big band era of the 1940s was part of the golden age of radio; network broadcasts from New York City reached the nation.

- Rock and roll has its own lengthy history, which goes back to the 1950s. Cleveland, Ohio is known for its **Rock and Roll Hall of Fame**. Elvis Presley's Memphis mansion **Graceland** operates as a museum.

- Nashville is the home of the **Country Music Hall of Fame and Museum** (222 Fifth Ave S). The legacy of singer Dolly Parton is commercialised by Dollywood, a Tennessee amusement park which she founded in 1961.

- Soul and the African-American music of the 1960s is remembered at **Hitsville U.S.A.**, the **Motown Museum** in Detroit/New Center.

In Uruguay, August 24 (the night before Independence Day) is **Nostalgia Night** (*Noche de la nostalgia*); nightclubs and broadcasters play oldies music while Uruguayans party the night away.

References

<https://www.duhoctrungquoc.vn/travel/en/Nostalgia>

<https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/the-history-of-the-drive-in-movie-theater-51331221/>

<https://www.encyclopedia.com/arts/culture-magazines/american-film-industry-early-1950s>

Bukhara State University
Khidirova Gavhar Rustamovna
Ph.D., Associate Professor

THE ROLE AND IMPORTANCE OF TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY AND THE REGION

Abstract: This article assesses the future role of the digital economy and the use of innovative technologies in the development of domestic tourism services in the country and the region.

Keywords: domestic tourism, tourism services, economic benefits, digital economy,

In the 16th century, tourism became one of the fastest growing industries in the world economy. The radical changes observed and envisaged in world tourism are a unique phenomenon on the part of scientists and experts, and their attention and interest are growing. Tourism is considered to be a driver of sustainable development of the country and the region and increase the living standards of the population.

According to the World Tourism Organization (UNWTO), in the last twenty years (2000-2020), the average annual growth of tourism in the world was 6-7%. This system accounts for about 15.0% of world national income. The share of tourism in the economy of some foreign countries is more than 50.0%. Including 61.0 percent in Hungary. (UNWTO-2019) , 50.0 per

cent in Greece, 35.0 per cent in Turkey and 30.0 per cent in Egypt. The number of people employed in tourism is about 320,000, which is 10.0% of the total employment in the world.

The results of research by leading international organizations and scientists predict that in the future tourism will be considered as a sustainable direction with the most sustainable and high growth potential. In particular, according to UNWTO forecasts (2018), the number of tourists will reach 1.5 billion in 2030. The per capita income is projected to be more than \$ 5.0 trillion.

However, the pandemic that began in 2019 (COVID-2019) has to some extent hampered the development of tourism. According to the UNWTO's 2021 World Tourism Barometer, pandemic tourism is experiencing the worst period in its history. In 2020, compared to 2019, the flow of international tourism decreased by 1.0 billion or 74.0%. Exports fell to \$ 1.3 trillion, 11.0 times more than they lost in the 2009 economic crisis. From 100 million to 120 million jobs in tourism have been reduced. Most of them are small and medium enterprises.

We believe that it is expedient to divide macroeconomic groups (firms and organizations) as the main research and management objects in the formation and development of tourism. Such a grouping is aimed at regulating the development of tourism in these areas, the implementation of scientific research in three specialties in the field of tourism in the field of economics.

Areas more closely related to domestic tourism are of direct practical importance, depending on the age of the tourist, the division into groups of preschoolers, the young able-bodied and the elderly. The formation of important types of tourism depends on the consideration of social groups. These include the development of a tourism market for the middle class, family groups and individuals.

Given the demand for tourism in Uzbekistan and the existing tourist potential, tourism services can be divided into pilgrimage, ecological, recreational (gastronomic) and a number of other specialized types of tourism. Tourist-related tourism types can be divided into groups by bicycle, horse, water, air, rail and other means.

The system of grouping the types of tourism services can be continued. For example, it is possible to divide the trip into groups according to the duration, formal and informal, border areas. The most important is to classify the types of tourism markets into target groups.

Tourism is a very complex process, a unique economic category that covers various industries, sectors, organizations, enterprises and the population. The scientific directions related to its formation and developments are widely analyzed by scientists and specialists. The object and subject of the research, based on the goals and objectives, is the development of tourism in the country and regions, focusing on a number of unexplored scientific and theoretical foundations.

Transformation and institutional changes in the world economy, the increasing impact of climate and ecology, the existence of various threats and risks to the transition to a digital economy and innovative technologies necessitate the sustainable economic growth of tourism and defining its role in ensuring the well-being of the population is of great scientific and theoretical importance.

Assessing the future role of the digital economy and the use of innovative technologies in the development of tourism in the regions should become an important area of scientific research. This is because in the near and long term, the use of digital technologies will become a simple necessity for the development of tourism in the region, improving the quality of services, the formation of new types of services. While the use of digital technologies in tourism is seen as a model for the region's economy, it also paves the way for the widespread introduction of innovative achievements.

In addition to the positive aspects of the digital economy for tourism and the region, it is necessary to take into account the negative consequences. In particular, the implementation of tourism services requires, first of all, ensuring human safety, targeted use of existing information technologies, prevention of corruption and risks, anticipation of a number of other negative consequences and the development of additional measures.

Many scientists note that the digitization of tourism and the widespread use of innovative technologies has become a kind of law and a mandatory process. For this reason, the country needs to anticipate the potential of digitalization and innovative technologies, which can be formed in the medium and long term in the development of strategies for tourism development in the regions, the positive and negative consequences of their use, the existing risks. The widespread use of digitalization in the field of tourism opens up a wide range of opportunities for the study and application of innovative information technologies in the region's economy and population (block chain technology, high-speed Internet, digital commerce, artificial intelligence, etc.). In particular, the formation of "smart cities", "smart tourist zones", "smart villages", "smart neighborhoods" in the regions will be an important factor in the development of tourism.

Relationships between a country, a region, and the tourism industry are among the most important theoretical perspectives on the scientific literature and the wide-ranging discussion and debate by scholars. To what extent do they meet their goals, objectives and interests? Scientific articles and official documents published in our country and abroad do not form a single opinion on the category and nature of economic interests. Well-known scientists for the emergence of the theory of interest's Turgot, A. Smith, A. Hegel and others, who have made significant contributions, use various terms of economic interest in many theories and official documents. These include national, state, industry, complex, enterprise and organization, regional interests.

In general, the basis of economic interests is the author's existing and future economic relations and needs. Summarizing the theories and views on economic interests, this study focuses on the interests of the country, the region and the tourism industry (Table-1).

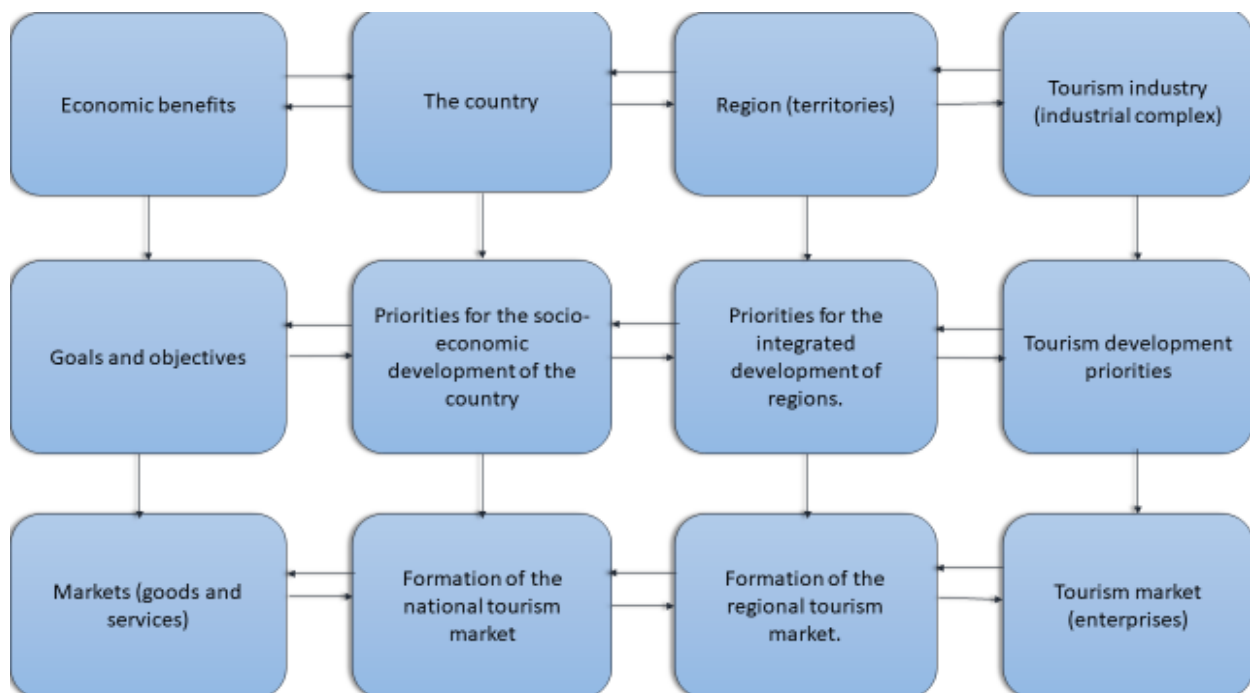


Table-1. The only system of formation of the country, region and tourism market

The basis of economic interests is the socio-economic policy of the state, its priorities, goals and objectives, the formation of a single national market for goods and services. This policy, in turn, will serve as a basis for the sustainable development of the regions and tourism.

The economic interests of the regions include two specific areas. First, they are a relatively strong system, linked to the interests of economic entities based on their own resources and management bodies, based on different forms of ownership. Second, the regions are an integral part of the country's economy, and their activities are determined by the formation of a single economic space and the predominance of national interests.

The economic interests of the region are a complex process, and the nation-state assumes the recognition of the interests of the tourism industry. Summarizing the analysis of the scientific

literature, foreign scholars, and the author believes that "the interests of the regional economy are the current and future needs of the population living there, while the existing natural and economic potential, including tourism, is effectively used economically and socially."

Ensuring sustainable socio-economic development in the region depends on the performance of enterprises and organizations involved in the tourism industry. In turn, the main factor determining the activities of these enterprises and organizations is their economic interests. The main economic interests of tourism enterprises are aimed at obtaining high incomes while organizing services and production using local resources in the region. The mismatch between the interests of the region and the tourism industry is mainly due to the efficient and rational allocation of resources.

The main sustainable task for the countries is to ensure sustainable economic growth, effective use of existing natural and economic potential, on the basis of which to improve the living standards and quality of life. In this regard, the tourism industry has a special significance. Tourism, which could play the role of "locomotive and unique growth point" in the region, should be given special attention now and in the future. In turn, it is of scientific and practical importance to improve the composition of tourism entities operating in the region, to diversify them, to adapt them to existing capacity, internal and external requirements, and to support entrepreneurs.

Improving methodological approaches to the formation of an objective and real information database in the study of the scientific and theoretical foundations of the relationship between tourism and socio-economic development. In particular, the lack of data on the analysis of the interdependence of the region and tourism is an obstacle to the development of in-depth analysis and management of this process. It is necessary to develop scientific methods for conducting regional tourism information platform, regional tourism statistics and reporting. Currently, regional tourism statistics in Uzbekistan are not formed, and the most important data (exports and imports, tourism revenue generation, the number of people employed in the tourism industry, tourism and art, agriculture, construction and other services) are not available possible. To this end, the development of a methodology for conducting sociological surveys (surveys) that meet international standards and its official approval is on the agenda.

One of the most important scientific approaches in this direction is to improve tourism statistics based on real requirements. They use their free time to visit health resorts and sanatoriums, visit religious sites and shrines, participate in various events organized abroad and within the country (international, national, regional seminars, conferences, conferences, forums, conferences, etc.) consist of a stream.

Identifying the demand and supply of tourism in the country and regions directly from the proposed category of targeted tourism and its indicators provides a good opportunity to develop a system of targeted measures. The number of tourists used in the official definition of the general flow of tourism, participants in the educational process, visits to relatives and acquaintances, visitors to other regions for shopping and business, visitors to the service area, to some extent, find tourism. In general, the scientific theories related to the development of tourism in the above-mentioned region, various methodological approaches, the author's proposals for its improvement in the country, including the development of tourism in all areas and sectors of the economy.

REFERENCES

1. <https://btet.ru/uz/road-trip/turisticheskaya-zona-turistskie-zony-i-raiony-zachem-nuzhny-zony/>
2. <https://stat.uz/uz/default/choraklik-natijalar/9388-2021>
3. <file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Turistik%20oqim.pdf>

4. Khidirova G. The importance of the region's socio-economic potential of the tourism market //Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR). – 2018. – Т. 7. – №. 11. – С. 160-168.
5. Khidirova G. The methods of identify impact of leading idustry on social-economical development //International Finance and Accounting. – 2018. – Т. 2018. – №. 4. – С. 15.
6. Khidirova G. The world experiance of providing economical development in the region //International Finance and Accounting. – 2018. – Т. 2018. – №. 5. – С. 11.
7. Khidirova G. R. et al. The SWOT analysis of eco-tourism in Bukhara region and suggestions for its improvement (in the example of “Jayran” eco-centre) //The Third International Conference on Economic Sciences. – 2014. – С. 82-87.
8. Хидирова Г. Р. Новые технологии и инновации-важный фактор развития туризма в Узбекистане //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 469-471.
9. Хидирова Г. Р. Потенциал и пути развития международного экотуризма в Бухарском регионе Узбекистана //Современные инновации. – 2016. – №. 8 (10). – С. 41-43.
10. Хидирова Г. Р. Потенциал и пути развития международного экотуризма в Бухарском регионе Узбекистана //Современные инновации. – 2016. – №. 8 (10). – С. 41-43.
11. Khidirova G. EFFECTIVE USE OF NATURAL AND ECONOMIC POTENTIAL OF THE REGION //Wishing to all of you a very Happy New Year 2019. – С. 8.

Buxoro davlat universiteti
tayanch doktoranti
Maxmudova Nodira O'ktamovna

TA'LIM TURIZMI MOHIYATI VA MAMLAKAT IQTIDIYOTINI RIVOJLANTIRISHDAGI O'RNI

Аннотация

В данной статье изучается сущность термина “образовательный туризм” и его формы. Образовательный туризм рассматривается нами как феномен интеграции образования и туризма через организацию туристского образования. Также освещен роль образовательного туризма на туристическом рынке. Проанализированы данные о факторах роста и ограничениях, влияющих на траекторию роста до 2031 года, на основе исследований рынка образовательного туризма, проведенной Future Market Insights (FMI).

Ключевые слова: Образовательный туризм, путешествия, образование, концепция образовательного туризма, рынок образовательного туризма.

Annotation

This article examines the essence of the term "educational tourism" and its forms. Educational tourism is considered by us as a phenomenon of integration of education and tourism through the organization of tourism education. The role of educational tourism in the tourism market is also highlighted. Analyzed data on growth drivers and constraints affecting the growth trajectory to 2031 based on Future Market Insights (FMI) education tourism market research.

Key words: Educational tourism, travel, education, educational tourism concept, the market of educational tourism.

Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, turizm sohasi bugungi kunda millionlab daromad keltiradigan va o'sish tendentsiyasiga ega bo'lgan eng kuchli sohalardan biridir. Sayohat qilish dunyoqarashni kengaytiradi va odamlarni insoniy qadriyatlar, shaxsiy tajriba, hissiyotlarni rivojlantirishga undaydi. Turizm sohasidagi ushbu barcha uslublar orasida ta'lim

turizmi ushbu ikki tarmoqni osonlikcha va sodda tarzda birlashtirishga imkon beradigan yangi texnologiyalar tufayli ajralib turadi. XXI-asrda xalqaro ta'lim turizmining jadal rivojlanishi jamiyat taraqqiyotining hozirgi darajasi va xususiyatlari bilan bog'liq. Shunday qilib, vaqt tanqisligi va imkoniyatlarning xilma-xilligi sharoitida hayotning tez sur'atlari, shuningdek, faol sog'lom turmush tarzi xususiyatlarining mustahkamlanishi bo'sh vaqtga muqobil yo'nalish sifatida ta'lim turizmining o'rnini belgilab berdi.

Turistik sayohatni maxsus ta'lim dasturlari, dam olish, ishlash va sevimli mashg'ulot bilan shug'ullanish bilan uyg'unlashtirish bugungi kunda vaqtdan oqilona foydalanish imkoniyati hamda yoqimlilik va foydalilik o'rtasidagi ratsional muvozanat sifatida qabul qilinadi. Dunyo bo'ylab sayohatchilarning 70% ga yaqini aynan shunday "foydali dam olish" ni tanlaydi [1].

Turizm va ta'limga oid zamonaviy o'zbek lug'atlar va o'zbek tilining izohli lug'atlaridan izlanishlar bu tushunchaning talqini yo'qligini ko'rsatdi.

Qator xorijiy adabiyotlarda ta'lim turizmi tushunchasining mohiyati bilim olish va o'rganish maqsadi mavjud bo'lgan ekskursant va tunab qoladigan mehmonlarning faoliyatida aks etadi deb yoritilgan. Bunda madaniy, ekologik va kattalar uchun ta'lim turizmi dasturlari nazarda tutilgan[2]. Aslida, bilim olish sayohatning asosiy maqsadidan iborat bo'lgan shunday segment mavjud. Xorijiy muallif fikricha, ushbu segmentga universitetda, til o'rgatuvchi maktablarda tahsil olish va maktablardagi turli ekskursiyalarni kiritgan. Boshqa segmentlarga esa turizm birlamchi hisoblanib, ta'lim olish, yangi bilimlarni o'zlashtirish ikkinchi darajali maqsad sifatida qaraladi.

Xalqaro institusional tuzilmalarga murojaat qilganda(Butunjahon turizm tashkiloti-Turizm statistika sohasida xalqaro tavsiyalar), ta'lim olish va kasbiy tayyorgarlikni nazarda tutuvchi sayohatlar quyidagi ko'rinishdagi faoliyatlarda aks etadi:

- qisqa muddatli kurslarda tahsil olish;
- rasmiy kurslarda qatnashish orqali kasbiy malaka kompetensiyalarini egallash.

Bunda, "ta'lim turizmi" tushunchasi odatdagi muhitdan farqli bo'lgan bir yilgacha bo'lgan muddatda ma'lum bir yo'nalishga sayohat qiluvchi hamda iqtisodiy manfaatdorlikni nazarda tutmagan har qanday faoliyatda ifodalanadi [3].

Darhaqiqat, chet ellik mualliflar ta'lim turizmi kontseptsiyasini belgilashda faollik yondashuviga amal qiladilar, deb aytishimiz mumkin.

“Ta'lim turizmi” atamasini “madaniy turizm”, “ta'lim turizm”, “madaniy va ekskursion-kognitiv turizm” kabi turizm turlaridan kelib chiqqan.

Qator mualliflarning ta'lim turizmi muhim iqtisodiy kategoriya sifatida qaralgan ilmiy ishlarida, ta'lim turizmi tushunchasiga berilgan aksariyat ta'riflar bir tomonlama yondashuvga ega, ya'ni turistik xizmatni alohida ishlab chiqarish bosqichlari aks ettirilmagan, deb ta'niq qilishgan. Ular fikricha, ta'lim turizmi xizmatlari ishlab chiqarish, taqsimot, ayirboshlash va iste'mol bosqichlaridan iborat iqtisodiy munosabatlarni milliy hamda xalqaro ko'lamda o'z ichiga oladi [4]. Bu ta'lim turizmi kontseptsiyasini belgilashga iqtisodiy yondashuv deb ataladi.

O'z navbatida, boshqa mualliflar ta'lim turizmini turistik sayohatlar majmuasi, turistlarni ta'lim olish maqsadi realizatsiyasi, ularning biror ob'yektga qiziqishini hamda narsa, hodisalarni o'rganishga bo'lgan boshqa ehtiyojlarini qondirish yo'naltirilgan ekskursiyalar majmuasi, turistik sayohatlar kompleksi deb ta'riflaydilar. O'z navbatida bu ta'lim turizmi kontseptsiyasini belgilashga ehtiyojga yo'naltirilgan yondashuv sanaladi.

Yana bir yondashuv- dasturiy yondashuvni ko'rib chiqamiz. Uning xususiyati ta'lim turizmini joriy ta'lim dasturlari doirasida ta'lim muassasalari tomonidan belgilangan vazifalarni bajarish maqsadlariga erishish uchun amalga oshiriladigan o'quv sayohatlari tizimi sifatida ko'rib chiqishni taklif qiluvchi mualliflarning ta'rifida aks etadi [5].

Boshqa mualliflar ta'lim turizmini ma'lum ta'lim dasturlari doirasida sifatli ta'lim xizmatlarini olish maqsadlariga erishish uchun ixtisoslashgan mamlakatlar va mintaqalarga shaxslar, guruhlarning sayohatlari deb ta'riflaydilar [6].

Bu erda ta'lim turizmi kontsepsiyasini belgilashga dasturiy yo'naltirilgan yondashuv, shuningdek, hududiy va iste'molchilar segmentlariga asoslangan birgalikda amalga oshirilgan yondashuv haqida so'z yuritish mumkin.

Va nihoyat, boshqa bir muallif ta'kidlaganidek, ta'lim turizmi turistning malakasini oshirishning bir qismi sifatida zaruriy ta'lim olish doirasida bir kundan olti oygacha davom etadigan, ayni paytda vaqtincha bo'lish joyida iqtisodiy daromad ko'rmaslik sharti bilan qilinadigan sayohatlar to'plamidir. Ular turli kurslarda qatnashish va stajirovkalarni o'z ichiga oladi [7]. Bu esa ta'lim turizmi kontsepsiyasini belgilashga faol yondashuv, shuningdek, hududiy va vaqtinchalik xususiyatlarga asoslangan birgalikda amalga oshiriladigan yondashuv izohlaydi.

Xorijiy va mahalliy mualliflarning yuqoridagi barcha ta'riflarini umumlashtirib (1-jadval), shuni ta'kidlaymizki, umuman olganda “ta'lim turizmi” tushunchasi turli ta'lim maqsadlarini amalga oshirish doirasidagi sayohatlar yoki ularning majmuasidir. Shuni ham ta'kidlash kerakki, aksariyat mualliflar bunday sayohatlarda ko'rsatilgan ta'lim maqsadi yagona ham emas, shuningdek, alohida holatlarda asosiy ham emasligini ta'kidlaganlar.

1-jadval. Ta'lim turizmining asosiy ta'riflari

№	Muallif	Ta'rif
1.	Ritchie Brent W. Managing educational tourism. B., 2003. P. 181	Sayohatdan asosiy maqsad bilim olishdir (universitetlarda, til maktablarida o'qish, turli maktab sayohatlari).
2.	Butunjahon Turizm Tashkiloti	Ta'lim turizmi odatdagi muhitdan tashqarida ma'lum bir yo'nalishga, davomiyligi bir yilgacha bo'lgan qisqa kurslarda o'qish, ta'lim dasturlarini o'tash, kasbiy ko'nikma va malakalarni egallash maqsadidagi sayohatdir.
3.	Лунин Э. А. Совершенствование управления образовательным туризмом в РФ: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук (08.00.05) / Лунин Эдуард Андреевич; Санкт-Петербург. гос. ун. — Санкт-Петербург, 2009. с. 38.	“Ta'lim turizmi” atamasini “madaniy turizm”, “ma'rifiy turizm”, “madaniy va ekskursion-kognitiv turizmi” kabi turizm turlaridan kelib chiqqan.
4.	Лебедев А. Р. Образовательный туризм как экономическая категория / А. Р. Лебедев // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. - 2012. - № 6. - С. 5.	Ta'lim turizmi xizmatlari ishlab chiqarish, taqsimot, ayirboshlash va iste'mol bosqichlaridan iborat iqtisodiy munosabatlarni milliy hamda xalqaro ko'lamda o'z ichiga oladi.
5.	Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2003,33-b	Ta'lim turizmini turistik sayohatlar majmuasi, turistlarni ta'lim olish maqsadi realizatsiyasi, ularning biror ob'yektga qiziqishini hamda narsa, hodisalarni o'rganishga bo'lgan boshqa ehtiyojlarini qondirish yo'naltirilgan ekskursiyalar majmuasi, turistik sayohatlar kompleksidir.
6.	CyberLeninka ilmiy-elektron kutubxonasi. https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-obrazovatel'nogo-turizma-v-rossii	Ta'lim turizmi- joriy ta'lim dasturlari doirasida ta'lim muassasalari tomonidan belgilangan vazifalarni bajarish maqsadlariga erishish uchun amalga oshiriladigan o'quv sayohatlar tizimi.
7.	Chebotar Yu.M. Turizm biznesi. Sayohat agentliklari va ularning mijozlari uchun amaliy qo'llanma / Yu. M. Chebotar. - Moskva: Biznes kitoblari olami, 1997. S.13	Ta'lim turizmi ma'lum ta'lim dasturlari doirasida sifatli ta'lim xizmatlarini olish maqsadlariga erishish uchun ixtisoslashgan mamlakatlar va mintaqalarga shaxslar, guruhlarning

		sayohatlaridir.
8.	Salomon M., Sokolowski S., Haddock M. Measuring the economic value of volunteer work globally: concepts, Estimates and a roadmap to the future // Annals of Public and Cooperative Economics. - 2011. – 82(3). - P. 217 -252.	Ta'lim turizmi bilim olish va o'rganish maqsadi mavjud bo'lgan ekskursant va tunab qoladigan mehmonlarning faoliyatida aks etadi.
9.	Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегия / пер. с англ. С. Жильцов - 3-е изд. - СПб: Питер, 2002. – 538 с.	"Ta'lim turizmi" tushunchasi odatdagi muhitdan farqli bo'lgan bir yilgacha bo'lgan muddatda ma'lum bir yo'nalishga sayohat qiluvchi hamda iqtisodiy manfaatdorlikni nazarda tutmagan har qanday faoliyatda ifodalanadi.

Manba: muallif ishlanmasi

Fikrimizcha, bunday bayonot to'g'ri emas, chunki sayohatlarning asosiy maqsadi har doim turizm turini belgilab bergan va joriy holatda ta'lim olish maqsadidagina sayohat bo'lmasa, unda turizm turi ham o'zgacha bo'ladi. Shuningdek, ta'lim turizmi doirasida qiziqish va boshqa kognitiv qiziqishlarni qondirish bilan bog'liq bir qator maqsadlarni ajratib ko'rsatish to'g'ri emas, chunki "turizm" bilish jarayonlari va yangi bilim va taassurotlar olish bilan bog'langan. Shuni ham hisobga olish kerakki, chet ellik va mahalliy mualliflar tomonidan sayohatning ta'lim maqsadlarini amalga oshirish uchun ajratilgan vaqtni 6 oygacha deb eslatib o'tishni noo'rindir, chunki sayohatchi (turist) tashrif buyurilgan manzilda bir yilgacha muddatda istiqomat qilishi mumkin.

Demak, agar sayohat muddati bir yildan ortiq bo'lsa, unda sayyoh migrant yoki doimiy rezident hisoblanadi. Shuningdek, ta'lim turizmi kontseptsiyasini belgilashda muhim kamchilik sifatida ta'lim turizmi iste'molchilarining turli guruhlariga bo'linishi qayd etilmaganligi, boshqa yo'nalishlarga ta'lim sayohatlari tashkil etiladigan asosiy maqsadli segmentlarga havolalarning yo'qligi hisobga olinishi kerak.

Hozirgi vaqtda ta'lim turizm nafaqat muhim va istiqbolli, balki xalqaro madaniyat integrasiyasining ommaviy yo'nalishi hamdir. Ta'lim turizmi istagan bosqichdagi ta'lim va tarbiya jarayonining samaradorligini oshirishning muhim shartlaridan biri hisoblanadi. Bundan tashqari, zamonaviy mualliflar ta'limni turistik xizmatlar turlaridan biri, turizm industriyasi xizmatlari sifatida qarashyapti. Zamonaviy ta'lim turizmi turizm industriyasida butun dunyoda tan olinayotgan intensiv rivojlanayotgan sektor hisoblanadi.

Future Market Insights (FMI) 150 dan ortiq mamlakatlarda mijozlarga xizmat ko'rsatadigan bozor ma'lumotlari va konsalting xizmatlarining yetakchi provayderi hisoblanadi. Quyida FMI tomonidan o'tkazilgan ta'lim turizmi bozori tadqiqoti 2031-yilgacha bo'lgan o'sish traektoriyasiga ta'sir etuvchi asosiy o'sish omillari va cheklovlari haqida ishonchli tushunchalarni taqdim etiladi. Tadqiqot shuningdek, yosh guruhi, ta'lim turi, o'quv kurs turi, hududi asosida bozorning asosiy segmentlarida mavjud bo'lgan turli imkoniyatlarni ochib beradi. Shuningdek, u bozorning asosiy ishtirokchilari tomonidan qabul qilingan turli strategiyalarga e'tibor qaratadi [8].

FMIning ta'lim turizmi bozori so'rovidan asosiy xulosalar:

- Amerikadagi ta'lim turizmi bozorida AQSh hukmronlik qiladi. Buni mamlakatda yetakchi va mukammal ta'lim muassasalari mavjudligi bilan izohlash mumkin.
- Britaniya moslashuvchan ta'lim tizimining mavjudligi tufayli talabalar uchun jozibador destinasiyaga aylanmoqda.
- Chet elliklarning hind madaniyatini o'rganishga bo'lgan qiziqishi ortib borayotgani va xorijliklar uchun bitirgandan keyin maxsus stipendiya dasturlariga ega bo'lgan turli kurslarning mavjudligi Hindiston bozorini harakatga keltiruvchi omillardan bo'lmoqda.
- Ta'lim turi bo'yicha magistratura eng ko'p afzal bo'lib qolmoqda, jahon bozorida qariyb 71%lik ulushi mavjud.

- Yosh guruhiga ko'ra, ta'lim turizmi bozorida 19-25 yosh segmenti yetakchilik qiladi. FMI ma'lumotlariga ko'ra, segment jahon ta'lim turizmi bozori uchun taxminan 73% daromad keltiradi.

Asosiy drayverlar:

- Mamlakatni ta'lim turizmi jozibadorligini oshirishda hukumat tashabbuskorligi bozor o'sishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

- Xalqaro talabalarni jalb qilish uchun ilg'or o'quv qo'llanmalari va turli stipendiya dasturlarini joriy etish kelajakda bozorni tez sur'atda harakatlantiradi.

Asosiy cheklovlar:

- Ta'lim turizmi bilan bog'liq yuqori xarajatlar bozorning o'sishiga to'sqinlik qilmoqda.

- COVID-19 pandemiyasi ta'lim turizmi bozoriga salbiy ta'sir ko'rsatdi, chunki ko'pchilik ta'lim muassasalari uzoq davom etgan karantin davrida yopiq qilgicha qoldi.

Ta'lim turizmi bozorida faoliyat yurituvchi asosiy ishtirokchilar bozorda dolzarb bo'lib qolish uchun turli o'sish strategiyalarini qabul qilmoqdalar. Ular potentsial o'quvchi bilan bog'lanish uchun virtual va onlayn yondashuvni qo'llaydilar.

2020-yil sentabr oyida Road Scholar virtual o'rganish dunyosini ishga tushirdi. Videokonferensaloqa vositasidan foydalangan holda, Road Scholarning bir kunlik va ko'p kunlik onlayn dasturlari mutaxassislar boshchiligidagi ma'ruzachilar, virtual sayohatlar, munozaralar va hatto ijtimoiy vaqtlar bilan odatdagi Road Scholar tajribasini aks ettiradi, shuning uchun ishtirokchilar AQSh va undan tashqaridagi tengdoshlari bilan bog'lanishlari mumkin.

Yuqoridagilardan xulosa qilib shuni aytish mumkinki, bugungi kunda O'zbekistonda ta'lim turizmi tegishli adabiyotlarda alohida turizm ko'rinishi sifatida qayd etilmagan bo'lsada, amalda mamlakatimiz turizm bozorida ham milliy, ham xalqaro ko'lamda ta'lim turizmiga tegishli sayohatlar mavjud. Shuningdek, ushbu turizmni rivojlantirish va ommolashtirish uchun mavjud potentsialdan optimal foydalansak, milliy iqtisodiyotimiz ko'rsatkichlarida sezilarli ta'sirga ega bo'ladi.

Adabiyotlar:

1. Yirbekyaa, Kuuder, Mohammed & Simons. Are field trips and educational tours relevant to school curricula? Perspectives of students and teachers in selected senior high schools within the tamale and sagnarigu educational directorates in Ghana: ilmiy maqola, Journal of Tourism & Sports Management, 3(2), USA, 2020.-351b
2. Salomon M., Sokolowski S., Haddock M. Measuring the economic value of volunteer work globally: concepts, Estimates and a roadmap to the future // Annals of Public and Cooperative Economics. - 2011. – 82(3). - 217 -252-b
3. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегия / пер. с англ. С. Жильцов - 3-е изд. - СПб: Питер, 2002. – 538 б.
4. Лебедев А.Р. Образовательный туризм как экономическая категория // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. - 2012-№6. -5b
5. Pmiy electron kutubxona КиберЛенинка. [Электрон ресурс]. - <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-obrazovatelno-turizma-v-rossii>.
6. Чеботарь Ю. М. Туристический бизнес: Практическое пособие для турфирм и их клиентов. – М.: Мир деловой книги, 1997. – 68 б.
7. Лунин Э.А. Совершенствование управления образовательным туризмом в РФ: дис. ... автореферат, iqtisod fanlari nomzodi: - СПб, 2009. – 23 б.
8. DUBAI, UAE, Sept. 27, 2021 /PRNewswire/
9. Гамбург М.М. Управление развитием сферы услуг образовательного на основе волонтерской деятельности. – М., 2021,175b
10. Ritchie Brent W. Managing educational tourism. В., 2003. P. 181

STRATEGIC ANALYSIS AND PLANNING METHODOLOGY OF DEVELOPMENT OF REGIONS

Annotation. The article presents the theoretical methodological concepts of strategic analysis of the development of the region. Strategic analysis, in turn, is considered to be a specific function of strategic management, and its implementation is carried out by studying the internal and external factors, strengths and weaknesses, opportunities and threats of the region. In addition, the article also reflected the various approaches of economists in the implementation of the process of strategic analysis. In particular, three main stages of strategic analysis are distinguished. These are express-analysis, complex-analysis and detailed-analysis. In the express-analysis are mainly evaluated the main results, trends, conditions and problems of the development of the regional economy. Complex-in the process of analysis, all the main factors that determine the indicators, trends, conditions and limitations of the development of the regional economy are evaluated. In detail-in the analysis, the reasons that led to this or that feature of the evaluation are analyzed in detail. The article provides an opportunity for each of the conducted analyzes to have comprehensive information on all aspects of the development of the economy of the region. Accordingly, it makes it possible for us to determine the future of the region or make concrete plans.

Keywords: Region, strategic analysis, economic development, Express-analysis, complex-analysis, detail-analysis, SWOT analysis, analytical work, internal and external factors.

1 Introduction

Strategic management methods are required in solving the problems of socio-economic development of Regions. And this determines the "strategic" - planning, setting goals and implementation of the main functions of management. Accordingly, the function of analysis is no exception. It should be noted that the concept of "strategic analysis", currently encountered in many publications, will have relatively new and different interpretations. Usually, the change in the state of the internal and external environment of the region, the adaptation of the processes of changing its economy are associated with the long-term conception of the region. In our opinion, it is a strategic analysis of the development of the regional economy, a specific function of strategic management, which consists in carrying out a set of analytical works. Their result is aimed at identifying the problem of regional economic development and ensuring the effective functioning of the economy of the region, timely adaptation to the changing conditions of the external environment in the prospect of its solution under consideration [1].

It is known that dependence is an internal source of all development. The feature of cognition, which allows you to solve this dependence in stages, is in the presence of an analytical thinking style. The essence of the analysis is to divide the integrity into parts, to express complex in the form of simple components. But in order to know the complex, integrity, the reverse synthesis process is also necessary. Therefore, the strategic analysis of the development of the regional economy can be considered as the initial stage of its scientific knowledge, the main task of strategic management of the development of the regional economy.

2 Materials and methods

Economist scientist V.N. Spisnadel according to, the subject of scientific knowledge of the development of the regional economy includes:

- to examine the practical experience of analytical work on strategic analysis and evaluation of the main results, trends, problems of the development of the regional economy;

- development of methodological aspects of the strategic analysis of the development of the regional economy, within the framework of which the main legislative, terminological elements of the development of the regional economy, the principles of analytical work should be determined;
- development of methodological proposals for the implementation of work related to the strategic analysis of the development of the economy of the region [2]. From the opinions of the scientist it is necessary to understand that in the development of the region it is planned to pay great attention to the result of the analysis. The result of the analysis suggested that it would play a key factor role in the further development of the region.

3 Results

When studying the problems of regional economic development, it is very important to find out the boundaries within which their quantitative deterioration leads to significant quality changes. The law of transition of quantitative changes to qualitative changes exists in all the development processes of the economy of the region. For example, the fact that the indicators that characterize the development of the economy of the region exceed certain limit values can lead to the termination of flexible opportunities for the economy of the region as a complex socio-economic system.

The development of production forces and production relations in the regional economy is caused by significant differences in dynamics, which leads to the emergence of contradictions in their interaction. This process is of an object - oriented nature, it is inherent in both society and its large socio-economic subsystems, such as the "regional economy", in which the level of productive forces can differ significantly from each other. The latter inevitably lead to the emergence of new forms of production relations and the corresponding economic benefits to them. However, such subsystems are an integral element of the global social system of the country, developing on the basis of the same laws and having a very specific feature in their dialectics, which takes the form of manifestations of development [3]. The laws of development of the economy of the region are theoretical, mavhum the result of knowledge; in reality they are expressed in trends that characterize the direction of development of a particular socio-economic process. Determining the dominant trend is a necessary stage of studying any developing object. The logic of the strategic analysis of the development of the regional economy is that it is necessary to collect empirical materials by identifying trends of change, on this basis, to determine the relevant legislation [4]. In turn, the transformation in the economy of the region is used to determine the dynamics of the processes of development of the region, to know the exact laws, to determine their specific quantitative dependencies, at the same time to scientifically substantiate strategic forecasts, economic concepts, programs and projects.

The starting point of consideration of the legislation of economic development of the regions is the identification of the reasons for their emergence, as well as the study of the functions that they perform. The territorial form of social labor distribution leads to the formation of branches of specialization, which play a role in the formation of a system in relation to it in the economy of the region. A complex of such spheres is the functional dominant of the region. Because it expresses an important social need for the production of goods and services that can not be effectively satisfied without his participation.

The methodology for Strategic Analysis of the results of regional economic development is designed to study the methods of conducting appropriate analytical work, which can be considered methods of cognition, based on a certain set of general knowledge, principles, which were previously obtained. In connection with the understanding of the methods of analysis, attention should be paid to two cases. First of all, for a methodical approach to the strategic analysis of the results of the development of the regional economy, it is necessary to have non-scientific, possible initial knowledge, obtained on the basis of the method of tests and errors. Secondly, any methodological approach based on some general knowledge is thus associated with some philosophical directions. To some extent, in the process of strategic analysis of the

development of the regional economy, it is possible to conditionally distinguish three main stages of analytical work: Express-analysis, complex analysis and detailed analysis. Express-analysis evaluates the main results, trends, conditions, problems of the development of the regional economy. At the same time, the following analyzes are determined: whether there is available data for performing detailed analytical work and what is its quality; what information is missing; who and what should be able to do to obtain such data. As part of the strategic complex analysis of the development of the regional economy, the interdependence of all key factors that determine the indicators, trends, conditions, and limitations of regional economic development, the formation of integral assessments and conclusions are made.

At the stage of a strategic detailed analysis of the development of the regional economy, the reasons that led to this or that character of the evaluation, the cause-effect relationships that character the conditions for the development of the regional economy are additionally identified [4]. And the proposals are based on possible ways to improve the current situation. An integrated assessment of the strengths and weaknesses of the development prospects of the region in relation to the opportunities and threats of the external and external environment can be carried out with the help of one of the modifications of the well-known SWOT analysis method.

4 Discussion

When analyzing the strategic development of the regional economy, it is important to know whether its current strategic choice will be effective for the prospect under consideration. It is possible to clarify the main situation, to find out how effective it is to implement the list of existing priority functions of the region in order to ensure the achievement of the set goals of social development in a strategic perspective. The solution of such a problem is carried out with the help of methods of determining and activating the poles of economic development of the region, the justification of the strategic choice of the region.

Implementation of the methodology of strategic analysis of regional economic development requires comprehensive support. However, in order to ensure the legality of analytical work, they must be based on appropriate regulatory. In addition, it is necessary to consider the set of organizational issues that regulate the solution of the tasks of strategic analysis of the development of the regional economy, the specific functions performed by the individual sections of Management in the strategic analysis of regional development. The need to solve a number of tasks of strategic analysis of the development of the regional economy, many of which are characterized by innovation and high complexity, and set new high qualification requirements for regional management. It is necessary to study the available tools for strategic analysis and further improvement of the development of the regional economy.

5 Conclusion

In place of the conclusion, it is worth noting that strategic management of the development of the region is a function, taking into account the peculiarities of strategic analysis in order to increase the effectiveness of strategic analysis of the development of the region. Its essence lies in the fact that not only in carrying out a number of analytical work, but also in the possibility of adapting the region to changing environmental conditions. The combination of specialization and complexity of the development of the region, along with the generality of specialized industries, serves as the basis for the development of a complex of infrastructure networks associated with them. The use of the synthesis of historical, structural-functional and structural approaches in the conduct of analytical work makes it possible to improve the quality of the work performed. Relying on the system of scientific principles of strategic analysis of the development of the region, the most important among them is its appropriateness, consistency, complexity and efficiency. All the above-mentioned methods of analysis of the system of methods of strategic analysis of the development of the region serve the purpose of accelerating the socio-economic development of the region.

References

1. Belousov V, Dolyatovskiy V. Formation of Innovative Strategy of Development of the Region on the Basis of Indistinct Modeling - World Applied Sciences Journal 27 (12): 1546-1550, 2019; ISSN 1818-4952.
2. Spitsnadel V.N. Fundamentals of system analysis: Textbook. St. Petersburg: Publishing house "Business Press", 2017.
3. Maitland E., Sammartino A. Decision making and uncertainty: The role of heuristics and experience in assessing a politically hazardous environment // Strategic Management Journal. 2018. Vol. 36. № 10. P. 1554–1578. doi: 10.1002/smj.2297
4. Rokhchin V.E. Formation of the strategic choice of the region: methodological aspect // School of Humanities. 2018. № 2.

Odil Olimovich Radjabov - PhD researcher, Valencia Polytechnic University
Istamkhuja Olimovich Davronov- PhD researcher, Bukhara state university
Ziyodulla Saymuradovich Nurov-PhD, Bukhara state university
Kamol Sharifovich Yuldashev- lecturer, Bukhara state university

THE ROLE OF COMMUNICATIONS IN IMPROVING THE QUALITY OF SERVICES IN THE HOTEL INDUSTRY

Annotatsiya: *ushbu maqolada mehmonxona xo'jaligida xizmatlar sifatini oshirishda kommunikatsiyalarning ahamiyati, zamonaviy mehmonxona korxonalarida aloqa jarayonlari haqida tasavvurga ega bo'lish, aloqa vositalari - reklama, savdoni rag'batlantirish, jamoatchilik bilan aloqalar, jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha tadbirlar rejasi va byudjetini ishlab chiqish, mehmonxona xizmatlarini sotishni rag'batlantirish usullari va vositalarini tushunish kabi ma'lumotlar ifoda etilgan.*

Kalit so'zlar: *aloqa, PR, reklama, marketing, mehmonxona, sotishni rag'batlantirish, kasbiy etika, mahsulot realizatsiyasi.*

Аннотация: *в данной статье рассматривается роль коммуникаций в повышении качества услуг в гостиничном хозяйстве, концепция коммуникационных процессов в современных гостиничных предприятиях, средства коммуникации – реклама, продвижение торговли, связи с общественностью, план мероприятий и бюджет развития связей с общественностью, понимание методов и инструментов продвижения продаж гостиничных услуг.*

Ключевые слова: *коммуникация, PR, реклама, маркетинг, гостиница, стимулирование сбыта, профессиональная этика, реализация продукции.*

Abstract: *This article discusses the role of communications in improving the quality of services in the hotel industry, the concept of communication processes in modern hotel enterprises, means of communication - advertising, trade promotion, public relations, action plan and budget for public relations development, understanding of methods and tools to promote the sale of hotel services.*

Keywords: *communication, PR, advertising, marketing, hotel, sales promotion, professional ethics, product sales.*

Introduction. People exchange numerous thoughts, ideas, viewpoints, proposals, knowledge, and attitudes during collaborative activities. All of this is information, and the communication process itself can be described as an information exchange process.

Many hotel managers, according to research, spend 50-90 percent of their time communicating. It may sound unbelievable at first, but when you consider that a manager must communicate in interpersonal, informational, and decision-making roles, as well as do all managerial responsibilities, it all makes sense. Communications are referred to as the linking process because they are a vital aspect of all of a manager's key activities.

Communication procedures serve as a critical link between the leader and his subordinates, as well as between similar-level leaders, the company, and the environment. The manager must use information from a variety of sources in his or her everyday work, including superior managers, subordinates, peers, customers, and suppliers. Managers can use communication procedures to do their jobs more efficiently and make judgments about the best plan for achieving their objectives.

Main part. Communication is the interchange of information in which the management obtains the information needed to make effective decisions and then communicates those decisions to the organization's personnel. If communication is inadequate, decisions may be made incorrectly, people may misunderstand what management intends, and interpersonal relationships may deteriorate as a result.

Organizational communication is the process by which leaders create a mechanism for disseminating information to large groups of people within the organization as well as to individuals and institutions outside the organization. It is an essential instrument for coordinating the work of the organization's departments and obtaining the necessary information at all levels of management.

The quality of decisions and how they will be implemented typically influence the success of communications.

Communication, on the other hand, is a multi-step process with many interdependencies. Each of these phases is critical in making our thoughts understandable to someone else. Each step is a point at which, if we are not careful and do not think about what we are doing, the meaning of what we are doing will be lost.

One of the biggest sources of concern is a lack of communication. Leaders who are effective communicators are effective leaders. They embody the essence of the communication process, possess excellent oral and written communication skills, and are aware of how the environment influences information transmission. We must learn to lessen the occurrence of inefficient communication and become better, more effective managers by thinking thoroughly about communication at the individual and organizational levels.

Communication within a group: This communication takes place within the individual. A person speaks the way to himself. He is both a sender and a receiver of information; his ideas and feelings are encased in a message, and the brain serves as a conduit for processing them. Feedback is something that provides value to a situation.

Communication with another person is referred to as interpersonal communication. This is the most widely used method of communication. We operate as both a receiver and a sender of information in interpersonal conversation. The message is the information that is conveyed, the route of transmission is usually a glance or sound, and the feedback is the response of each communication participant. Interviews are frequently regarded as a form of interpersonal communication.

Communication via the internet. Enterprise document management can be considerably aided by electronic technology. Personal electronic computers (computers, PCs) aid in the creation of documents as well as the structuring of an organization's workflow. The PC keyboard can be used to type text information and then have it printed out. The information on a disc can be compressed and saved as a file, which can then be played back on a computer screen or reprinted. PC programs include a wide range of features for coordinating workflow and transferring electronic documents.

Verbal communication is present, just as it is in any other business. It is a verbal exchange between the parties. Such communication takes place through the use of sign systems and symbols, the most important of which is language. Language, as a sign system, is the most effective way of expressing one's thoughts and communicating. Conversational communication is referred to as oral communication. The method by which the process of transmission and perception of information is turned into the result of personal and mass effect is the most important part of verbal communication in the "Hotel Complex."

In management activities, information is a collection of information about the state of the control and managed subsystems, as well as the environment. However, in the practice of managing an organization, information is understood in a simplified way as a set of information about the state of the control, managed systems and the external environment for their functioning; new information about the state of these control objects; information that reduces the level of uncertainty and risk regarding the future. In modern conditions of managing and managing an organization, information support has become an important area, which consists in the collection and processing of information necessary for making informed management decisions.

It should be noted that the unsatisfactory state of intra-organizational communications is fraught with serious consequences, in particular, of a psychological nature, both for the administration and for ordinary workers. The experience of outstanding managers, the practice of functioning of successful companies indicates that effective management is impossible without well-functioning communications. Decision-making, innovation policy, creating a favorable psychological climate, stimulating people - all this requires detailed information. In addition, when not, when information chaos reigns, the hotel is threatened with collapse [1].

The impact of the information management department's efforts will not be obvious in the near future. This policy will be implemented over a long period, with the economic impact only being apparent after several years of operation of the proposed department, during which time all of the challenges related with the introduction of innovation will be eliminated. In this situation, the economic impact of the information management department's activity can only be forecast by considering current economic conditions.

In conclusion. To the extent that it is established in the organization, the communicative structure improves flexibility and self-regulatory skills. It is the primary method for developing and training middle managers. The usage of new technologies and technical advances encourage the development of communication structures in enterprises.

References

1. Гаргалык В.Д.(2013). *Значение коммуникаций в управлении муп «гостиничный комплекс» Г.БиробиджаН. Курсовая работа по дисциплине "Менеджмент в СКС и Т". Хабаровск*
2. Olimovich, D. I. (2015). Tourism potential of Uzbekistan. *Lucrările Seminarului Geografic "Dimitrie Cantemir"*, 40, 125-130.
3. Dushanova, Y. F., & Radjabov, O. O. (2021). Importance and development of tourist clusters in Uzbekistan. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(5), 342-347.
4. Olimovich, D. I., Bakhtiyorovich, T. M., & Salimovna, N. G. (2020). Improving of personnel training in hotel bussines. *Academy*, (2 (53)).
5. Раджабов, О. О. (2021). ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ PR-PUBLIC RELATION (СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ) В ТУРИЗМЕ. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 106-117).
6. Olimovich, D. I., Khabibovna, K. M., & Alimovich, F. E. (2020). Innovative ways of reducing tourism seasonality of tourist areas. *Достижения науки и образования*, (1 (55)).
7. Radjabov, O., & Rajabova, M. (2021). CREATION OF FREE ECONOMIC ZONES IN BUKHARA: PROBLEMS AND SOLUTIONS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
8. Olimovich, D. I., Kudratovna, F. S., & Sayfitdinovich, I. B. (2020). The importance of marketing analysis for predicting the prospects of restaurants in Bukhara hotels. *Economics*, (1 (44)).
9. Yavmutov, D. S., & Rakhimov, O. H. (2021). PILGRIMAGE TOURISM AND ITS PROSPECTS IN UZBEKISTAN. *Economics*, (1), 29-31.

10. Olimovich, D. I., Khabibovna, K. M., & Samadovich, R. S. (2020). Improving tourist season in Bukhara region. *Вестник науки и образования*, (1-2 (79)).
11. Davronov, I. O. (2019). Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations. *Мировая наука*, (4), 508-510.
12. Olimovich, D. I., Temirkulovich, U. J., & Bakhodirovna, M. M. (2020). Mechanisms of improving staff training. *Academy*, (2 (53)).
13. Kayumovich, K. O., Annamuradovna, F. S., Alimovich, F. E., Alisherovna, D. N., & Olimovich, D. I. (2020). Opportunity of digital marketing in tourism sphere. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(8).
14. Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.
15. Radjabov, O., & Dushanova, Y. (2021). Efficient Ways Of Using Public Relations Tools In Tourism. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
16. Olimovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). The cost-effectiveness of improving the quality of hotel services. *Academy*, (4 (55)).
17. Shoimardonkulovich, Y. D., & Hamidovich, R. O. (2020). Elaboration of regional strategies for the development and improvement of land and water in agriculture. *Academy*, (2 (53)).
18. Samatovich, R. S., Olimovich, D. I., & Jafarbekovna, K. N. (2020). Functional improvement of hotel staff as a key to develop the quality of services in bukhara hotels. *Proceeding of The ICECRS*, 6.
19. Davronov, I. O., & Ismatillayeva, S. S. (2019). The role of innovative technologies for improving economy of hotels.
20. Shoimardonkulovich, Y. D., & Hamidovich, R. O. (2021). PILGRIMAGE TOURISM AND ITS PROSPECTS IN UZBEKISTAN. *Economics*, (1 (48)), 29-31.
21. Olimovich, D. I. (2020). The impact of innovative technologies for improving economy of hotels. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 9(5), 194-201.
22. Olimovich, D. I. (2020). Role of investment in tourism development. *Academy*, (5 (56)).
23. Kayumovich, K. O., Alimovich, F. E., Khudoynazarovich, S. A., Shavkatovna, S. S., & Supiyevna, B. M. (2020). Opportunities of mobile marketing in tourism. *Journal of Critical Reviews*, 7(12), 94-98.
24. OLIMOVICH, D. I., BAXTIYOROVICH, T. M., & CHORIEVICH, B. A. Description of Technological Processes in Restaurant Services. *JournalNX*, 6(05), 248-252.
25. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54)).
26. Davronov, I. O., & Farmonov, E. A. (2019). The impact of Innovations in tourism and hospitality. *International Multilingual Journal of Science and Technology*, 4(9), 658-660.
27. Nurov, Z. S., Khamroyeva, F. K., & Kadirova, D. R. (2021, March). Development of domestic tourism as a priority of the economy. In *E-Conference Globe* (pp. 271-275).
28. Sharifovich, Y. K. (2021). Ways to Improve Information and Consulting Services in the Field of Tourism. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(2), 98-104.
29. Nurov, Z. S., & Nurova, G. N. (2021, March). Conceptual framework for factors affecting the feasibility of the isi. In *E-Conference Globe* (pp. 276-280).
30. Davronov, I. O. (2021). Economic Importance of Innovative Technologies for Improving Hotel Services. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 169-175.
31. Кадирова, Ш. Х., Фарманов, Э. А., & Пулатов, М. М. (2020). Важность внедрения новых транспортных маршрутов в развитии туризма. *Вопросы науки и образования*, (10 (94)).

32. Davronov, I. O. (2021). THE ECONOMIC IMPACT OF INNOVATIVE SERVICES IN THE HOTEL INDUSTRY. In *EUROPEAN RESEARCH: INNOVATION IN SCIENCE, EDUCATION AND TECHNOLOGY* (pp. 26-27).

33. Юлдашев, К. Ш. (2021). СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 95-105).

34. Davronov, I. O. (2021). Economic Development Mechanisms of Innovative Services in Bukhara Hotels. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(6), 500-509.

35. Nurov, Z., & Nurova, G. (2021). Results of ISI Implementation in Uzbekistan (in The Example of Uzbek Automotive Industry): Achievements and Negative Outcomes. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 214-225.

**Bukhara Engineering and Technology
Institute, Department "Management"
master Ravshanova Gulchekhra
Niyazova Iroda, lecturer at
Bukhara State University**

INNOVATIVE WAYS OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF A FAMILY ENTERPRISE

Annotasiya. Ushbu maqolada korxonalar faoliyati, ularning moliyaviy faoliyatlarining innovatsion tahlili, SWOT va PEST tahlillari haqidagi ma'lumotlari yoritib berilgan.

Kalit so'zlar: Oilaviy korxonalari, strategik menejment, foyda nuqtasi, oilaviy tadbirkorlik, asosiy texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlar, moliyaviy strategiya, PEST-tahlil, SWOT-tahlil.

Аннотация. В данной статье представлена информация о деятельности предприятий, инновационный анализ их финансовой деятельности, SWOT и PEST анализ.

Ключевые слова: Промышленные предприятия, стратегическое управление, точка прибыли, семейный бизнес, основные технико-экономические показатели, финансовая стратегия, PEST-анализ, SWOT-анализ.

Annotation. This article provides information about the activities of enterprises, an innovative analysis of their financial activities, SWOT and PEST analysis.

Key words: Industrial enterprises, strategic management, profit point, family business, key technical and economic indicators, financial strategy, PEST analysis, SWOT analysis.

The first stage of the strategy is the collection of information (data) for the purposes of strategic analysis. Because we rely on up-to-date and current information to make important decisions about any problem. The company does too.

There are two main stages in strategic analysis.

First is the organization

-inspection (analysis),

-analysis of the internal environment.

The purpose of the analysis of the internal environment is to identify the strengths and weaknesses of the organization.

The second stage of strategic analysis is the study of the external environment of the organization, that is, external analysis. This stage consists of a sequential analysis of "two" layers of the external environment, that is, the microenvironment or the immediate environment of the organization and the macroenvironment or remote environment of the organization.

The main goal of the strategic management process in the activities of industrial enterprises is to determine the profitability of the enterprise and assess the ways to achieve it.

To analyze this process on the example of a specific company, we used the results of the activities of «Logistic Mobile», one of the family businesses that has been operating in the industrial market in our region for 30 years.

«Logistic Mobile» is a Turkish word derived from an English word. It is a family owned business mainly focused on textiles. Founded on September 4, 2017. Historical records indicate that there was an Ocean restaurant in the area where «Logistic Mobile» operated. Later, the restaurant was closed due to the departure of the head of the company. Instead of a restaurant, he opened a small store with several employees.

The workshop began to produce blankets, bed sheets, market and export products. Over time, as production grows, a small business increases its capital and increases the number of jobs. The main goal of the company is to provide the population and the market with high-quality and affordable products, create jobs, improve production, release new types of products, produce expensive foreign products in Uzbekistan and bring them to the market at low prices, production and promotion of it among the population, improvement of marketing, wide promotion of manufactured products, the establishment of trade relations with other countries and the discovery of new innovations.

Later, a plan was put forward to expand the assortment in accordance with the customer's requirements, and by 2018, 2 sales departments were created in the marriage company. The 2019 Bride has been expanded to 3 sections and the 220 Bride has been expanded to 7 sections. Jobs have been created. Today «Logistic Mobile» has more than 50,000 regular customers and more than 20,000 large wholesale buyers. In addition, «Logistic Mobile» exports its high quality products to Russia and Germany. In addition, he is currently establishing good relations with Turkey.

Table-1

Analysis of the profitability of the family business "Logistic Mobile".

Indicators	During the reporting period	At the end of the reporting period	Change, in%
Net proceeds from product sales, thousand uzbek soums	19145277	25721719,86	134,35
Cost of sold products, thousand uzbek soums	11729628	24188351,18	206,21
Profit from sales, thousand uzbek soums	7415649	1533368,68	20,67
Net profit, thousand uzbek soums	384043,19	1231507,4	320,66
The average annual value of fixed assets worth a thousand uzbek soums	75462	65496,8	86,79
Average annual value of working capital, thousand uzbek soums	5472552,12	3366402,9	61,51
Property of the enterprise, thousand uzbek soums	5548014,12	3431899,7	61,86
Own funds, thousand uzbek soums	446583,7	1232707,4	276,03
Product profitability, %	5101430,42	2199192,3	43,11
Profitability of fixed assets, %	38,73	5,96	15,39
Return on working capital, %	508,92	1880,25	369,45
Profitability of production costs, %	7,02	36,58	521,29
Return on equity, %	3,27	5,09	155,5
Total return on property, %	85,99	99,90	116,17
Gross profitability, %	6,92	35,88	518,33
Return on borrowed funds, %	6,92	35,88	518,33
Net proceeds from product sales, thousand uzbek soums	7,54	55,99	743,86

The profitability analysis of the “Logistic Mobile” family business was as follows. Net profit from the sale of products at the family enterprise "Logistic Mobile" at the beginning of the period amounted to 19145277 thousand uzbek soums, at the end of the period 25721719,8 thousand uzbek soums. As a result, this indicator increased by 34,3 %. The cost of the sold family business at the beginning of the period amounted to 11729628 thousand uzbek soums, at the end of the period 24188351,1 thousand uzbek soums was equal. As a result, this indicator increased by 106,2 %. The amount of the company's profit from the sale at the beginning of the period amounted to 7415649 thousand uzbek soums, at the end of the period 1533368,6 thousand uzbek soums was equal. As a result, this indicator decreased by 79,4 %. The size of the company's net profit at the beginning of the period amounted to 38043,1 thousand uzbek soums, at the end of the period 1231507,4 thousand uzbek soums. As a result, the size of this indicator increased by 220,6 %.

The cost of fixed assets of the family business "Logistic Mobile" at the beginning of the period amounted to 75462 thousand uzbek soums, at the end of the period 65496,8 thousand uzbek soums. As a result, this indicator decreased by 15,3 %. The working capital of the enterprise at the beginning of the period was 5472552,1 thousand uzbek soums, at the end of the period 3366402,9 thousand uzbek soums was equal. As a result, this indicator decreased by 39,4 %. The property of the family business at the beginning of the period was 5548014,1 thousand uzbek soums, and by the end of the period 3431899,7 thousand uzbek soums. As a result, these indicators decreased by 38,2 %. The company's own funds at the beginning of the period amounted to 446583,7 thousand uzbek soums, at the end of the period 1232707,4 thousand uzbek soums was equal. As a result, it increased by 176,03 %.

We used SWOT analysis and PEST analysis in innovative analysis of enterprise activities.

Businesses are conventionally divided into two factors, which are influenced by many factors:

- Microenvironment: buyers, suppliers, competitors, lenders;
- Macroenvironment: activities of the state, natural phenomena, the state of society.

PEST analysis is a simple way to combine all the macro factors that affect the performance of an organization in a system. This method can be used alone for long-term planning or in combination with SWOT analysis. The deliverables then form the basis of threats and opportunities in the SWOT table.^[7]

Reasons for the analysis:

- have a clear understanding of market conditions, opportunities, threats;
- determination of the business development strategy;
- selection of the method of competition;
- Management of risks

Table-2

SWOT analysis of the Logistic Mobile family business

Strengths	1. The strength of the competitor of the family business in the Comfort Textile network of enterprises is that it is organized in many other industries 2. In a family business, you can freely organize a private business and work on a franchise, as well as be effective through a franchise network.
Weakness	1. The family business accepts a limited amount of logistics services from competitors in winter than in summer. 2. Risk of data loss by competitors ("Comfort Textile") as a result of confidential information;
Opportunity	1. Can expand its services in unlimited quantities.
Threat	1. Disclosure of trade secrets or transfer to other entrepreneurs. 2. The risk of termination of the contract by the entrepreneur.

Table 3

PEST analysis of the Logistic Mobile family business

P- Political factor	The Law of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan "On Transport" (No. 3PY-706 dated 09.08.2021) was signed by the President. According to the law, objects of automobile, air, rail, water, electric transport, metro and transport infrastructure form a single transport system of Uzbekistan. Transport and logistics centers provide them with services for warehousing, storage, processing, processing, packaging and distribution of incoming and outgoing goods by any type of transport.
E-economic factor	The total profit of the enterprise at the beginning of the period of 2020 amounted to 38043,19 thousand uzbek soums, and at the end of the period of 2020 amounted to 1231507,4 thousand uzbek soums, by the end of the reporting period, having increased by 220,7 % compared to the beginning. market confidence and the availability of bonus discounts for each service in relation to competitors ("Comfortable textiles").
S- Social factor	Hires university graduates in the field of logistics services (on average 20-25 per year)
T-technical factor	In 2021, a mini-workshop for the production of clothes for the company's employees working in the logistics network and a network of modern greenhouses for the supply of agricultural products abroad were created, which led to a reduction in the cost of logistics services.

Conclusion: The strategic financial goals of the family-run «Logistic Mobile» can be achieved in a number of ways. The choice of the most effective of these methods is carried out in the process of making strategic financial decisions. Making strategic financial decisions involves considering possible ways to achieve strategic financial goals, taking into account the strategic financial position of the «Logistic Mobile» family business, and choosing the most effective ones to achieve the set goals.

It is recommended to analyze the main technical and economic indicators of the family enterprise «Logistic Mobile» and methods for determining the internal economic potential of the enterprise. If this method is implemented in practice, it will be possible to ensure the competitiveness of the family enterprise «Logistic Mobile», prevent bankruptcy, increase its financial and economic potential, and also give an economic assessment of their economic activities.

References

1. <https://btet.ru/uz/road-trip/turisticheskaya-zona-turistskie-zony-i-raiony-zachem-nuzhny-zony/>
2. <https://stat.uz/uz/default/choraklik-natijalar/9388-2021>
3. file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Turistik%20oqim.pdf
4. Khidirova G. The importance of the region's socio-economic potential of the tourism market //Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR). – 2018. – T. 7. – №. 11. – C. 160-168.
5. Khidirova G. The methods of identify impact of leading idustry on social-economical development //International Finance and Accounting. – 2018. – T. 2018. – №. 4. – C. 15.
6. Khidirova G. The world experiance of providing economical development in the region //International Finance and Accounting. – 2018. – T. 2018. – №. 5. – C. 11.
7. Khidirova G. R. et al. The SWOT analysis of eco-tourism in Bukhara region and suggestions for its improvement (in the example of “Jayran” eco-centre) //The Third International Conference on Economic Sciences. – 2014. – C. 82-87.

8. Хидирова Г. Р. Новые технологии и инновации-важный фактор развития туризма в Узбекистане //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 469-471.
9. Хидирова Г. Р. Потенциал и пути развития международного экотуризма в Бухарском регионе Узбекистана //Современные инновации. – 2016. – №. 8 (10). – С. 41-43.
10. Хидирова Г. Р. Потенциал и пути развития международного экотуризма в Бухарском регионе Узбекистана //Современные инновации. – 2016. – №. 8 (10). – С. 41-43.

Салимова С.Ф., Кадилова Ш.Х.
преподаватели кафедры
«Туризм и гостиничное хозяйство»
Бухарского государственного университета

ВАЖНОСТЬ ВЕБ-САЙТОВ И СИСТЕМ ОНЛАЙН БРОНИРОВАНИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ СРЕДСТВ РАЗМЕШЕНИЙ

Annotation. *The importance of the hotel website and online booking systems in the marketing activities of accommodation facilities is growing day by day. Especially in promoting its brand and services. When we study the tourism markets of foreign countries, we are persuaded that the proportion of such systems is big. According to statistics, the volume of online booking is estimated at 817 billion dollars. Overall, the online travel booking market share is 63 percent of \$1.2 trillion, representing one of the largest market shares in the sector.*

Keywords: *digital marketing, websites, online booking systems, online travel agencies (OTA).*

Annotatsiya. *Mehmonxona veb-sayti va onlayn bron qilish tizimlarining joylashtirish ob'ektlarining marketing faoliyatidagi ahamiyati kundan-kunga ortib bormoqda. Ayniqsa o'z brendi va xizmatlarini targ'ib qilishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Xorijiy mamlakatlarning turizm bozorlarini o'rganar ekanmiz, bunday tizimlarning salmog'i katta ekanligiga ishonch hosil qilamiz. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, onlayn bron qilish hajmi 817 milliard dollarga baholanmoqda. Umuman olganda, onlayn sayohatlarni bron qilish bozori ulushi 1,2 trillion dollarning 63 foizini tashkil etadi, bu sektordagi eng katta bozor ulushlaridan birini ifodalaydi.*

Kalit so'zlar: *raqamli marketing, veb-saytlar, onlayn bron qilish tizimlari, onlayn sayohat agentliklari (OTA).*

Аннотация. *Значение веб-сайта отеля и систем онлайн-бронирования в маркетинговой деятельности средств размещения растет день ото дня. Особенно в продвижении своего бренда и услуг. Когда мы изучаем туристические рынки зарубежных стран, то убеждаемся, что доля таких систем велика. По статистике объем онлайн-бронирования оценивается в 817 миллиардов долларов. В целом доля рынка онлайн-бронирования путешествий составляет 63 процента от 1,2 триллиона долларов, что представляет собой одну из крупнейших долей рынка в этом секторе.*

Ключевые слова: *цифровой маркетинг, веб-сайты, системы онлайн-бронирования, онлайн-турагентства (OTA).*

Введение. Ведение бизнеса радикально изменилось за последние двадцать лет. Метод ведения переговоров о сделках перешел от рукопися к нажатию цифровой кнопки, физические пространства были заменены веб-сайтами, и в то же время появилась концепция цифрового маркетинга, резко изменив время для традиционного бизнеса.

Внедрение инновационных информационных технологий в маркетинг привело к появлению понятия «цифровой маркетинг».

Концепция цифрового маркетинга интерпретируется по-разному в разных источниках. Первая теоретическая проблема заключается в отсутствии общего понимания того, что такое цифровой маркетинг. Поэтому в литературе существуют разные определения.

Основная часть. Например, русский ученый Грудистова Ю.Г. цитирует: «Цифровой маркетинг — это интерактивный маркетинг для привлечения, удержания и удовлетворения потребностей клиентов с использованием цифровых технологий» [1]. Она считает, что, нанося «точечные» удары по целевой аудитории, цифровой маркетинг позволяет организации достигать поставленных целей, не затрачивая много ресурсов и требуя всесторонне развитых коммуникативных компетенций.

Н.И.Аркипова, М.Т.Гуриева считают: «Цифровой маркетинг в широком смысле можно трактовать как маркетинг с использованием любого электронного устройства»[2]. Они утверждают, что цифровой маркетинг существует уже давно и что маркетинг по электронной почте представляет собой гораздо большее явление, чем интернет-маркетинг и его инструменты.

Шайк Джавед Парвез, Х.М. Мойенудин, С. Арун, Р. Анандан, Сентхил Кумар Джанахан описывают «Цифровой маркетинг - это реклама продуктов или брендов в Интернете»[3]. Это несколько отличается от мнения российских ученых, так как цифровой маркетинг тесно связан с интернет-маркетингом (иногда оба являются синонимами). В то же время цифровой маркетинг — это более широкое понятие, включающее в себя интернет-маркетинг и другие рекламные каналы. Однако термин интернет-маркетинг по-прежнему распространен в США, а в Италии цифровой маркетинг часто называют веб-маркетингом.

Короче говоря, все определения основаны на использовании информационных технологий. Следовательно, цифровой маркетинг можно определить как набор методов, использующих информационные технологии для продвижения и продажи товаров и услуг.

Сегодня использование систем онлайн-бронирования в продвижении услуг средств размещения создало большие удобства как для самих средств размещения, так и для клиентов. Во-первых, долгожданный период звонков в режиме 24/7, когда сотрудники ведут с собой календарь, был заменен системами онлайн-бронирования, которые избавляют бизнес от многих проблем. Во-вторых, туристы могут легко забронировать номер онлайн и сделать покупки, планируя свое путешествие.

В 2018 году 82% всех заказов на путешествия были сделаны онлайн без вмешательства человека через мобильное приложение или веб-сайт. По прогнозам, в 2019 году рынок онлайн-путешествий достигнет 756 миллиардов долларов. В целом доля рынка онлайн-бронирования путешествий составляет 63 процента от 1,2 триллиона долларов[29].

Такие системы позволяют клиентам бронировать онлайн различными способами, в том числе с помощью мобильного телефона, при этом значительно расширяя возможности бронирования транспортных средств для размещения и более эффективно используя растущий социальный Интернет[30].

Цифровой маркетинг отелей делает доступность средств размещения видимой в Facebook, Twitter, Instagram и других платформах социальных сетей, в дополнение к тому факту, что средства размещения должны иметь собственный веб-сайт и расширят свое присутствие в различных онлайн-туристических агентствах (ОТА), т.е системы онлайн бронирования.

Продвижение онлайн-сервисов размещения может осуществляться двумя способами: непосредственно на официальном сайте отеля, через продажи или другие каналы распространения, через различные ОТА.

Сайт гостиницы должен соответствовать специфике бизнеса, быть понятным и продуманным с точки зрения удобства. И вот несколько важных аспектов:

1. Особое внимание следует уделить структуре и навигации — все должно быть максимально просто и удобно.

2. В оформлении желательно иметь лаконичную палитру и умеренный креатив, так как основная задача ресурса - предоставить посетителю необходимую информацию и

упростить процедуру бронирования, а не удивить его воображение. Таким образом, не рекомендуется перегружать страницы яркими картинками и слайдами – они оставляют негативное впечатление и усложняют восприятие.

3. Сайт должен быть адаптирован под как можно большее количество различных мобильных устройств – это расширит круг потенциальных клиентов[30].

Преимущество этих сайтов в том, что клиент подключается напрямую к отелю и бронирует номер. Но надо сказать, что эти сайты требуют особых маркетинговых вмешательств, программиста, много времени и бюджета от гостиницы. Услуги, которые предлагают гостиницу без перехода на сайт гостиницы и дают возможность забронировать номер онлайн, называются ОТА – онлайн турагентства. Примерами таких систем онлайн-бронирования являются Booking.com, Expedia.com, Hotels.com, 101hotels.com и другие. Использование нескольких таких систем одновременно зависит от возможности средств размещения. Конечно, чем больше в таких системах они предложат своих услуг, тем больше у них будет возможность завоевать клиентов и продвигать гостиничный бренд. Это сэкономит им много денег на рекламе.

Лучшие агентства онлайн-бронирования предоставляют услуги, обеспечивающие фильтрацию предложений по ряду параметров, в том числе: города и даты; популярность; расположение на карте мира, страны, региона (близость к центру, достопримечательностям, транспортная доступность); число гостей; дополнительные удобства (аренда автомобиля, завтрак, wi-fi, кондиционер); календарь событий и вход в веб сайт отеля через ссылку.

Преимущества для отелей при работе с агрегатами: реклама в поисковых системах, в том числе контекстная реклама; круглосуточная техническая поддержка; актуальные отзывы гостей в карточке отеля; работа со всеми типами объектов: гостиницы, hostels, гостевые дома, апартаменты и т.д.; мгновенное подтверждение онлайн-бронирования без участия отеля.

Минусом является комиссия за обслуживание. Все сервисы берут комиссию за каждое бронирование. Многие не раскрывают его размер в открытых источниках, проценты указаны в договоре.

Сегодня маркетологи гостиничного бизнеса предлагают несколько стратегий цифрового маркетинга для ОТА и прямого бронирования.

7 правил цифрового маркетинга:

- Доступность в Интернете
- Реклама в поисковых системах
- Рекламные кампании в социальных сетях
- Реклама на видео-сайтах: YouTube, MyTube
- Контекстная реклама в Google Ads и Яндекс Директ
- Активное использование чат - ботов
- Управление имиджем гостиницы онлайн[32].

Большинство людей проводят много времени в социальных сетях. Реклама отеля на таких платформах, как Facebook, Twitter, Instagram — хороший выбор, но лучше использовать систему бронирования отелей, которая позволяет гостям бронировать комфортабельные номера через социальные сети.

Заключение. Итак, веб-сайты и систем онлайн бронирования дают возможность для различных типов средств размещения: напрямую общаться с посетителями через системы онлайн бронирования на сайте; создать предложения с различными скидками для постоянных клиентов и с легкостью отправлять личные сообщения; сэкономить время при выполнении административных задач. Без системы бронирования, интегрированной с сайтом, средства размещения лишатся возможности собрать много клиентов!

Список использованных литератур

1. Грудистова Е. Г. (2020) Цифровой маркетинг в сфере сервиса и туризма как инструмент развития цифровой экономики // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 6, № 1, с. 45-54.
2. Архипова Н.И., Гуриева М.Т. (2018). Современные тенденции развития цифрового маркетинга // Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации» // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право», № 1(11). С. 9-21.
3. Shaik Javed Parvez, H.M. Moyeenudin, S. Arun, R. Anandan, Senthil Kumar Janahan. (2018). “Digital marketing in hotel industry”// Article in International Journal of Engineering & Technology · April
4. Salimova, S. F. (2021). JOYLASHTIRISH VOSITALARIDA MARKETING FAOLIYATINING ANAMIYATI. *Scientific progress*, 1(6).
5. Юлдашев, К. Ш. (2021). СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 95-105).
6. Sarvinoz, S. (2021). THE IMPORTANCE OF MARKETING ACTIVITIES IN PLACEMENT TOOLS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
7. Dushanova, Y. F., & Radjabov, O. O. (2021). Importance and development of tourist clusters in Uzbekistan. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(5), 342-347.
8. Davronov, I. O. (2021). Economic Development Mechanisms of Innovative Services in Bukhara Hotels. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(6), 500-509.
9. Джураев, А. Т., & Ахматова, М. Э. (2015). Перспективы развития инфраструктуры туризма в Узбекистане. *Молодой ученый*, (10), 624-627.
10. Раджабов, О. О. (2021). ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ PR-PUBLIC RELATION (СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ) В ТУРИЗМЕ. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 106-117).
11. Davronov, I. O. (2021). Economic Importance of Innovative Technologies for Improving Hotel Services. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(3), 169-175.
12. Davronov, I. O., & Farmonov, E. A. (2019). The impact of Innovations in tourism and hospitality. *International Multilingual Journal of Science and Technology*, 4(9), 658-660.
13. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54)).
14. Olimovich, D. I. (2020). The impact of innovative technologies for improving economy of hotels. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 9(5), 194-201.
15. Oktyamovna, A. S., Atoevna, T. S., & Kodirovna, B. S. (2020). The role of animator to the development of tourism animation activities. *Academy*, (12 (63)).
16. Olimovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). The cost-effectiveness of improving the quality of hotel services. *Academy*, (4 (55)).
17. Atoevna, T. S., Kodirovna, B. S., & Oktyamovna, A. S. (2020). Features and methods of formation of the cost of tour packages. *Academy*, (12 (63)).
18. Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.
19. Kodirovna, B. S., Atoevna, T. S., & Oktyamovna, A. S. (2020). Main features of advertising in tourism. *Economics*, (4 (47)).

20. Kayumovich, K. O., Annamuradovna, F. S., Alimovich, F. E., Alisherovna, D. N., & Olimovich, D. I. (2020). Opportunity of digital marketing in tourism sphere. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(8).
21. Davronov, I. O. (2019). Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations. *Мировая наука*, (4), 508-510.
22. OLIMOVICH, D. I., BAKHTIYOROVICH, T. M., & CHORIEVICH, V. A. Description of Technological Processes in Restaurant Services. *JournalNX*, 6(05), 248-252.
23. Махмудова, Н. У., & Ахматова, М. Э. (2016). Кредитная платёжная система как увеличивающий фактор туристического потока в туризме. *Молодой ученый*, (5), 367-370.
24. Radjabov, O., & Rajabova, M. (2021). CREATION OF FREE ECONOMIC ZONES IN BUKHARA: PROBLEMS AND SOLUTIONS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
25. Radjabov, O., & Dushanova, Y. (2021). Efficient Ways Of Using Public Relations Tools In Tourism. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
26. Sarvinov, S. (2021). ЖОЙЛАШТИРИШ МУАССАСАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 8(8).
27. Sharifovich, Y. K. (2021). Ways to Improve Information and Consulting Services in the Field of Tourism. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(2), 98-104.
28. Olimovich, D. I., Bakhtiyorovich, T. M., & Salimovna, N. G. (2020). Improving of personnel training in hotel bussines. *Academy*, (2 (53)).
29. Farmonovna, E. A., Matyakubovna, K. M., & Habibulloevna, K. S. (2020). The role of the tourism national crafts in Bukhara region. *European science*, (1 (50)).
30. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54)).
31. Nematillokizi, K. N., Nematillokizi, K. N., Khabibulloevna, K. S., & Salimovna, N. G. (2020). Professional proficiency progress in a foreign language on the example of students of tourism. *Journal of Critical Reviews*, 7(6), 1249-1255.
32. Кадилова, Ш. Х., Фарманов, Э. А., & Пулатов, М. М. (2020). Важность внедрения новых транспортных маршрутов в развитии туризма. *Вопросы науки и образования*, (10 (94)).
33. Kadirova, S. H. (2018). THE SIGNIFICANCE OF TRANSPORT SERVICES IN THE TOURISM MARKETING. *Студенческий вестник*, (10-5), 64-66.
34. Эргашева, А. Ф., Кадилова, М. М., & Кадилова, Ш. Х. (2020). Роль туризма народных промыслов в Бухарской области. *European science*, (1), 50.
35. Кадилова, Ш. Х., & Хайруллаева, Н. Н. (2017). ИНТЕГРАЦИЯ СТРАТЕГИИ НА СЕРВИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ (ПРИМЕР ГОСТИНИЦ БУХАРЫ “МАЛИКА”). In *СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ* (pp. 462-469).
36. <https://www.condorferries.co.uk/online-travel-booking-statistics>
37. <https://www.bookinglive.com/blog/why-use-an-online-booking-system>
38. <https://vc.ru/marketing/162026-osobennosti-i-varianty-prodvizheniya-otelya-gostinicy-v-internete>
39. https://www.mambara.com/RU/news/2018/334_7-pravil-cifrovogo-marketinga-oteley.htm
40. <https://www.stratosjets.com/blog/online-travel-statistics>.

Aydiyeva Sevara Allaberdiyevna
TDIU, “Biznes boshqaruvi va logistika”
kafedrasida katta o‘qituvchisi

LOGISTIK TIZIMLARNING IQTISODIYOTDA TUTGAN O‘RNI VA SAMARADORLIGI

Annotatsiya

Ushbu maqolada samaradorlikni hisobga olish agar vazifa xarajatlarni minimallashtirish bo‘lsa, unda har xil xarajatlar ko‘rsatkichlaridan foydalanish va kamroq darajada korxonaning logistika tizimining ish hajmini hisobga olish, boshqa printsip bo‘yicha ko‘rsatkichlarning tutgan o‘rni o‘rganilgan.

Аннотация

В данной статье рассматривается роль производительности по другому принципу, с учетом эффективности, если стоит задача минимизации затрат, с использованием разных стоимостных показателей и, в меньшей степени, с учетом загруженности логистической системы предприятия.

Annotation

This article examines the role of performance on a different principle, taking into account efficiency if the task is to minimize costs, using different cost indicators and, to a lesser extent, taking into account the workload of the enterprise logistics system.

O‘zbekistonda olib borilayotgan islohotlarning asosiy yo‘nalishlaridan biri logistika sohasi, logistic tizim va yuk tashuvlarini boshqarishda logistika tizimi tushunchasi kontseptsiya sifatida ko‘rib chiqiladi.

Tizim tushunchasining holatlaridan biri sifatida yunoncha qismlardan tashkil topgan yaxlit degan ma‘noni anglatadi; birikma. Tizim tushunchasiga ko‘plab ta‘riflar mavjud. Ulardan biri bir-biri bilan bog‘liq bo‘lgan elementlar to‘plami; yagona yaxlitlik, birlikni shakllantirish¹.

Quyidagi tizim xususiyatlari mavjud:

- 1) tizimning yaxlitligi, ya‘ni bo‘linish imkoniyati elementlar;
- 2) ulanishlarning mavjudligi: tizim elementlari elementlarning tashqi muhit bilan bog‘lanishlaridan kuchliroq ulanishlar bilan birlashtirilishi kerak, aks holda tizim barqaror bo‘lmaydi;
- 3) ulanishlarni tartibga solish: ular tartibga solinishi kerak tuzilishga;
- 4) kattaroq tizimga mansubligi;
- 5) umumiy xususiyatlar: elementlarda mavjud bo‘lmagan xususiyatlar bo‘lishi kerak, lekin butun tizim mavjud.

Tizimlarga misollar: mashina, tirik organizm, logistika tizimi. Tizimlarni bir nechta mezonlarga ko‘ra tasniflash mumkin. Mumkin bo‘lgan tasniflarni ko‘rib chiqiladi:

- 1) yaxlitligi bo‘yicha: oddiy va murakkab;
- 2) vaqtning o‘zgarishi bo‘yicha: statik va dinamik;
- 3) atrof-muhit bilan munosabatiga ko‘ra: yopiq va ochiq;
- 4) iloji bo‘lsa, rivojlanish prognozi: deterministik va stokastik;
- 5) atrof-muhit o‘zgarishlariga javoban: adaptiv bo‘lmagan va moslashuvchan.

Ko‘rib chiqilgan tasniflarga asoslanib, logistika tizimlari murakkab, dinamik (stokastik), ochiq (moslashuvchan) tizimlarga bo‘linadi.

Keling, tizimning kichik turini - logistika tizimini xususiyatlar bo‘yicha ajratamiz:

- 1) logistika tizimi quyidagi elementlardan iborat: sotib olish (ta‘minlash), omborlar, zaxiralar, transport, xodimlar, savdo, xizmat ko‘rsatish, ishlab chiqarish;
- 2) tashqi muhit bilan ham ichki aloqalar, ham aloqalar mavjud;

¹ 1. Степанов В. И. Логистика : учебник / В. И. Степанов. М. : ТК Велби, Проспект, 2006. 488 с.

- 3) bog'lanishlar tartiblangan, qoida tariqasida tsiklikdir, chunki ular bog'langan quyi tizimlar, shuningdek, tashqi muhit o'rtasida material oqimining o'tish bosqichlarini ko'rsatadi;
- 4) korxonalar logistika zanjirining bir qismi bo'lib, u yuqori darajadagi logistika birlashmasiga kiritilishi mumkin: milliy yoki xalqaro.

Shunday qilib, logistika tizimi to'plamdir funktsiyalari bilan o'zaro bog'langan elementlar, ularning maqsadi

logistikaning asosiy vazifasi - kerakli narsalarni yetkazib berish yechimidir tovarlarni ma'lum bir vaqtda, ma'lum bir joyda, kerakli miqdor va sifatda, minimal xarajatlar bilan.

Logistika tizimi buyurtma qilingan modelni tashkil qiladi, unda resurslarni sotib olishdan boshlab yakuniy mahsulotlarni sotishgacha bo'lgan logistika oqimi sifatida taqdim etilgan resurs kapitalini o'tkazishni rejalashtirish va amalga oshirish mumkin. Logistika tizimi axborot jihatidan tashqi muhitdan mutlaqo mustaqil bo'lishi mumkin.¹

Logistika tizimlarining turlarini ko'rib chiqing:

- 1) to'g'ridan-to'g'ri bog'langan logistika tizimlari (iste'molchi - ishlab chiqaruvchi);
- 2) qatlamli logistika tizimlari (ishlab chiqaruvchi – vositachi(lar) – iste'molchi);
- 3) moslashuvchan logistika tizimlari (ishlab chiqaruvchi - (vositachi) - iste'molchi).

Logistika tizimlarini hajmi bo'yicha quyidagilarga bo'lish mumkin makrotizimlar va mikrotizimlar. Makrologik tizim kabi odatda mintaqa, mamlakat yoki iqtisodiyot infratuzilmasini nazarda tutadi. Mamlakat guruhlari. Bu katta materiallarni boshqarish tizimi sanoat korxonalarini o'z ichiga olishi mumkin bo'lgan oqimlar, vositachilik, savdo, ombor, transport tashkilotlari.

Mikrologistika tizimlari, qoida tariqasida, bir xil infratuzilmaga ega bo'lgan texnologiya bilan bog'liq bo'lgan tarmoqlardan iborat [2].

Logistika tizimining elementlari bitta sifatida ishlashi mumkin, shuningdek, bir nechta funktsiyalar. Logistikaning quyidagi funktsional yo'nalishlarini ajratib ko'rsatish odatiy holdir:

- moddiy resurslar va tayyor mahsulotlarni yetkazib berish (sotib olish);
- ishlab chiqarish logistikasi (barcha logistika operatsiyalari va ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlovchi funktsiyalar);
- ombor logistikasi;
- inventar logistikasi;
- transport logistikasi;
- tarqatish (tarqatish

Xarid qilish va tarqatishni boshqarish

logistika tizimida har bir korxonaning ishlashi uning mavjudligiga bog'liq uchinchi shaxslardan sotib olingan materiallar va xom ashyo, tovarlar va xizmatlarning etarli miqdori aridlarni rejalashtirish va boshqarish ishlari ma'lum bir vaqtda, ma'lum bir joyda, kerakli miqdorda va sifatli materiallar, xom ashyo, tovarlar va xizmatlarni olishga qaratilgan.

O'z majburiyatlarini o'z vaqtida bajaradigan etkazib beruvchidan maqbul xizmat (sotishdan oldin ham, sotishdan keyin ham) va eng yaxshi narxda.

Xarid qilish (ta'minot) har birida eng muhim funktsiyalardan biridir. Kompaniyalar Ikki tomondan xaridlarni tashkil etish va boshqarish muhimligini ko'rib chiqing: taktika va strategiya.

1) Xarid qilish taktikasi - odatda xaridlar bilan bog'liq bo'lgan joriy operatsiyalar, uning maqsadi moddiy resurslar yoki tayyor mahsulot etishmasligining oldini olishdir.

2) Ta'minot strategiyasi - xaridlarni boshqarish jarayoni, korxonaning boshqa xizmatlari, etkazib beruvchilar, yakuniy xaridorning ehtiyojlari va buyurtmalari bilan muvofiqlashtirishni, shuningdek, xaridlarning yangi sxemalari va usullarini yaratishni o'z ichiga oladi. Xarid qilishning strategik tomoni katta imkoniyatlarga ega [3, 4].

Xaridlarni boshqarish - bu kiruvchi materiallar oqimini yaratish va nazorat qilish.

Ushbu faoliyat quyidagi ish turlarini o'z ichiga oladi:

- 1) moddiy oqimlarning kelib tushishini rejalashtirish va nazorat qilish;

¹ Неруш Ю. М. Логистика : учебник / Ю. М. Неруш. М. : Проспект, 2006. 517 с.

- 2) xaridlar;
- 3) yetkazib berish;
- 4) qabul qilish va sifat nazorati;
- 5) saqlash va ishlab chiqarishga o'tkazish;
- 6) sifatsiz va talab qilinmagan qoldiqlardan foydalanish;
- 7) ishlab chiqarish chiqindilarini qayta ishlash.

Qoida tariqasida, kompaniyada xaridlar bo'limi resurslar, materiallar va butlovchi qismlarni olish uchun javobgardir. Ammo korxonada ichidagi ish jarayonida bu masalalar hal qilinadi.

Xaridlarni boshqarish - bu faoliyat sohasi bo'lib, uning maqsadi tovarlar va xizmatlarni sotib olishdir. Jarayon sifatida sotib olish - bu tovarlar va xizmatlarni qayta ishlash yoki sotish uchun sotib olish.

Xarid qilish bilan bog'liq tadbirlar ta'minlashga yordam beradi. Kompaniyani qisqa muddatda ham, uzoq muddatda ham zarur tovarlar va xizmatlar bilan ta'minlash. Shunga asoslanib, sotib olish menejeri tomonidan hal qilinadigan vazifalar doirasini ajratib ko'rsatish mumkin:

- 1) resurslarga bo'lgan ehtiyojni ko'rsatish;
- 2) mumkin bo'lgan etkazib beruvchilarni aniqlash;
- 3) xarid qilish usulini belgilash;
- 4) optimal narx va yetkazib berish shartlarini aniqlash;
- 5) tovar yetkazib berilgunga qadar yetkazib berilishini nazorat qilish;
- 6) etkazib beruvchining ishini va tovarlar va (yoki) xizmatlarni baholash.

Shuningdek, siz sotib olish bo'yicha menejeringiz kengroq funksiyalarini ko'rib chiqishingiz mumkin, keyin ular inventarizatsiya, etkazib berish, etkazib berilgan tovarlar va ko'rsatilgan xizmatlarni qabul qilishni o'z ichiga oladi.

Xarid qilish va etkazib berishning asosiy maqsadi tovarlarni sotib olish va oldindan kerakli sifat, miqdor, optimal xizmatlar to'g'ri vaqtda eng yaxshi yetkazib beruvchidan narxni belgilang.

Xarid qilish faoliyatining tegishli maqsadlarini ko'rib chiqing:

- 1) Yetkazib berish muddati. Xarid qilishning belgilangan muddatlariga rioya qilmaslik ishlab chiqarish jadvalining buzilishiga va natijada korxonada xarajatlarining oshishiga olib kelishi mumkin. Bundan tashqari, bunday oqibatlar kechikish bilan ham, ertaroq ham mumkin. Materiallar bilan ta'minlash, chunki bu holda korxonada saqlash xarajatlarini o'z zimmasiga oladi.
- 2) Yetkazib berish lotining hajmi. Xarid qilish hajmining ehtiyojlari o'rtasidagi nomuvofiqlik aylanma mablag'lar miqdoriga salbiy ta'sir qiladi.
- 3) Sifatni yaxshilash. Xarid qilingan tovar va xizmatlar optimal sifatga ega bo'lishini ta'minlash muhim. Aks holda, bunday holda, yakuniy mahsulot sifati yomonlashishi mumkin.
- 4) Minimal narxlarda sotib olish imkoniyatini izlash. Ushbu muammoni hal qilish aylanma mablag'larga yukni kamaytirish imkonini beradi. Korxonada mablag'lari va logistika xarajatlari va natijada kompaniya foydasini oshiradi.
- 5) Mas'uliyatli etkazib beruvchilarning mavjudligi va ular bilan rivojlangan munosabatlar. Xarid natijalariga ko'ra etkazib beruvchilarning ishonchligini baholash mumkin. Ushbu parametr kompaniyaning bozordagi raqobatbardoshligiga katta ta'sir ko'rsatadi.¹
- 6) Bozorda kompaniyaning raqobatbardosh mavqeini oshirish. Yangi etkazib beruvchilarning paydo bo'lishi va xaridlarni optimallashtirish uchun xaridlar bozori doimiy ravishda o'rganilishi kerak.

Xaridlarni boshqarishning maqsadlarini aniq belgilash deyarli mumkin emas, chunki ular bevosita kompaniyaning ixtisoslashuviga (sanoat, savdo, xizmat ko'rsatish) bog'liq.

Qayta sotib olishning logistik funksiyasi tarqatishdir.

Bugungi kunda tarqatish tizimlarining uchta turini ajratish mumkin:

¹ Бродецкий Г. Л. Управление запасами : учеб. пособие Г. Л. Бродецкий. М. : Эксмо, 2008. 352 с.

- 1) Korporativ tizim. Bunday holda, tarqatishning barcha bosqichlari tarqatish tarmog'ining bitta egasi bilan tuziladi.
- 2) Vertikal tizim. Tarqatish tarmog'ining barcha bo'g'inlari bitta bo'g'inga bo'ysunadi.
- 3) Shartnoma tizimi. Tarqatish tarmog'ining barcha qismlari mustaqil kompaniyalardir. Ular shartnoma asosida pulni tejash va natijalarni yaxshilash uchun o'z ishlarini muvofiqlashtiradilar.

Distribyutor kanal tuzilmalarining bir qancha tasniflari mavjud.

Savdo nuqtalari soni bo'yicha:

- intensiv taqsimot (ozgina soni).
- selektiv taqsimot (kam sonli savdolar)

Logistika tizimida transport

Funksional sifatida transport logistikasining asosiy maqsadi hududlarni quyidagicha belgilash mumkin: tovarlarni yetkazib berish to'g'ri vaqtda eng yaxshi narxda. Transport xarajatlari umumiy logistika xarajatlarida katta ulushni egallaydi, 20% va undan ortiq. Shu munosabat bilan transportni optimallashtirish vazifasi logistika boshqaruvi uchun asosiy vazifalardan biriga aylanadi. Uning yechimi katta miqdordagi pulni tejash imkonini beradi, ammo bu muammoni hal qilish eng qiyinlardan biridir.

Zamonaviy logistikada transport nafaqat yuklarni tashish, balki ko'plab tegishli xizmatlardir.

– ekspeditorlik, ma'lumot berish, yuk tashish, xavfsizlik, sug'urta, bojxona tartib-qoidalari va boshqalar.

Shunday qilib, transport eng muhim logistika faoliyatiga aylanadi, buning natijasida muammo hal qilinadi. Ta'minot zanjiri bo'ylab tovarlarni tashish.

Korxonada transport logistikasini boshqarishning asosiy bosqichlari mavjud:

- 1) transport turini aniqlash;
- 2) tashish turini aniqlash;
- 3) transport vositasini tanlash;
- 4) pudratchi va/yoki transport hamkorlarini tanlash;
- 5) tashish jarayonining eng yaxshi parametrlarini tanlash¹.

Transportni rejalashtirish ga muvofiq amalga oshiriladi. Boshqa logistika funktsiyalari: saqlash, qadoqlash, yuklarni tashish, etkazib berish va hokazo.

Transportning asosiy turlarini ko'rib chiqing: temir yo'l, dengiz, daryo, avtomobil, havo, quvur liniyasi.

Optimal transport turini va undan ma'lum bir tashish uchun foydalanish imkoniyatini aniqlash uchun barcha turlarning xususiyatlarini, ularning afzalliklari va kamchiliklarini o'rganish kerak (1-jadvalga qarang).

Transport turlarini taqqoslash

Transport turlari	Afzalliklar	Kamchiliklar
1	2	3
Temir yo'l	Yuqori o'tkazuvchanlik. iqlimdan mustaqil, yil va kun vaqti. Nisbatan tez yetkazib berish tezligi va muntazamligi. Bir nechta tashuvchilar	Muhim kapital investitsiyalar. Oldin yetkazib berish mumkin emas savdo nuqtalari. Kam yuk xavfsizligi
Suv transporti	Qit'alararo transportda foydalanish. uchun past narx muhim masofalar.	Cheklangan geografiya. Past tezlik. Geografik jihatdan bog'liq va iqlim sharoitlari.

¹ Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логистика. Интегрированная цепь

		Maxsus va qat'iy qoidalar tovarlarni qadoqlash va mahkamlash. Port infratuzilmasini saqlash va rivojlantirishning murakkabligi va yuqori narxi.
Ichki suv (daryo)	Katta quvvat. Arzon. Kam kapital zichligi.	Geografik cheklovlar. Sekin yetkazib berish. Ob-havo va navigatsiya sharoitlariga bog'liq. Mavsumiylik. Tashishning past ishonchliligi va yukning etarli darajada xavfsizligi
Avtomobil transporti	Keng mavjudlik. ga yetkazib berish imkoniyati savdo nuqtalari. Tashqi muhitga oson moslashish sharoitlarning o'zgarishi. Pul tikish uchun sezilarli tezlik. Foydalanish imkoniyati turli xil etkazib berish sxemalari. O'rtasida katta raqobat xizmat ko'rsatuvchi provayderlar	kam samaradorlik. Ob-havo va yo'l sharoitlariga bog'liq. Uzoq masofalar uchun qimmat usul. Tashishning past ishonchliligi va yukning etarli darajada xavfsizligi
Havo transporti	Eng yuqori tezlik. Yuqori ishonchlilik. Eng yuqori xavfsizlik.	Yuqori narx va tariflar. Yuqori kapital zichligi transportning moddiy iste'moli va energiya sarfi. Ob-havoga bog'liqlik sharoitlar. Cheklangan etkazib berish geografiyasi.
Quvur liniyasi	Arzon. Muhim mahsuldorlik. Eng yuqori xavfsizlik yuk. Kam kapital zichligi.	Kichkina uchun mos yuk turlari soni. Faqat kattalari mumkin. partiyalar

Transport turini tanlashda harakatlanuvchi tarkibning quvvatini, ekspluatatsion xususiyatlarini, aloqa vositalari va terminallarni, geografik foydalanish imkoniyatini hisobga olish kerak. Bu quvur liniyasi transportiga taalluqli emas. Transport turini aniqlashning asosiy shartlaridan biri bo'lishi mumkin

yuk xavfsizligi darajasini, tashish sifati standartlarini qo'llab-quvvatlashni, ekologik talablarni nomlang.

Keyinchalik, tashish usullarini ko'rib chiqish kerak:

Unimodal transportirovka. Bunday holda, bitta transport turi qo'llaniladi. Agar boshlang'ich va o'rtasida ishlatiladi. Tashishning oxirgi nuqtalarida saqlash yoki yukni qayta ishlashga hojat yo'q. Transport turini tanlash yuk turiga, yuk tashish hajmiga, etkazib berishning talab qilinadigan tezligiga va mumkin bo'lgan xarajatlarga asoslanadi.

Aralash (multimodal) tashish. Ikkita transport turi qo'llaniladi. Turli kompilyatsiya qilish mumkin. Birinchi transport turi yuk terminalga yetkaziladi, u yerda keyingi transport turiga qayta yuklanadi.

Kombinatsiyalangan (multimodal) tashish. Uch yoki undan ortiq transport turlari qo'llaniladi. Bu tovarlarni yirik ulgurji savdoga yetkazish zarurati tug'ilganda tarqatish kanallarining tuzilishi bilan izohlanadi.

Omborga (havo transporti), keyin kichikroq omborlarga (temir transporti) va oxirgi savdo nuqtalariga (avtomobil transporti).

Kombinatsiyalangan transportda tovarga hamrohlik qiluvchi operator, masalan, ekspeditorlik kompaniyasi mavjud egasi bilan shartnoma munosabatlarida.

Xalqaro multimodal tashishning muhim jihati xalqaro tashishning bojxona tartib-qoidalari va huquqiy jihatlari, shuningdek, transport qonunchiligi hisoblanadi. jo'natish amalga oshiriladigan mamlakatlar.

Zamonaviy logistikada intermodal (bir turdagi bitta logistika operatori nazorati ostida amalga oshiriladigan multimodal tashish), transport terminallar va omborlar majmualaridan faol foydalanilgani uchun terminal tashish deb ham ataladi.

Intermodal transportning mashhurligining asosiy sababi:

- turli transport turlaridan foydalanganda transport xarajatlarini sezilarli darajada kamaytirish. Boshqa tomondan, bojxona tartib-qoidalari bunday tashishdan foydalanishni murakkablashtiradi

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, logistika operatsiyalari va biznes-jarayonlari samaradorligini baholashning eng keng tarqalgan, tipik ko'rsatkichlariga korxonaning logistika tizimining quvvati, unumdorligi va xarajatlarini tavsiflovchi ko'rsatkichlar kiradi.

Ko'rsatkichlarning xilma-xilligi va soni juda keng logistika biznes jarayonlari, ularni o'lchash yakuniy vazifa emas. O'lchovning o'zi muhim ma'lumotlarni beradi, buning asosida korxonaga uchun belgilangan talablarni hisobga olgan holda logistika tizimining samaradorligi to'g'risida xulosa chiqariladi.

Shunday qilib, agar, masalan, korxonaga duch kelsa qisqa vaqt ichida material oqimining tezligini maksimal darajaga ko'tarish vazifasi, keyin siz tezlikni o'lchashingiz kerak emas.

Samaradorlikni hisobga olish; agar vazifa xarajatlarni minimallashtirish bo'lsa, unda har xil xarajatlar ko'rsatkichlaridan foydalanish va kamroq darajada korxonaning logistika tizimining ish hajmini hisobga olish kerak. Boshqa printsip bo'yicha ko'rsatkichlardan foydalanish (ko'rsatkichlar shunday ishlatiladi).

Olish osonroq yoki undan foydalanish qulayroq) mijozlarga yomon xizmat ko'rsatishga, ularning yo'qolishiga olib kelishi mumkin; baxtsiz hodisalar va korxonaga infratuzilmasiga etkazilgan zarar.

Maqolaning asosiy natijasi loyihalashda qo'llaniladigan asosiy yondashuvlarni tizimlashtirish va logistika tizimlarining samaradorligini baholashdan iboratdir.

**Tokhirov Javlon Rakhimovich - Bukhara State University
lecturer of the department “Economics of the service sector”**

POSSIBILITIES OF USING ONLINE LEARNING PLATFORMS TO IMPROVE THE QUALITY OF EDUCATIONAL SERVICES

Abstract: This article focuses on the possibilities of using online learning platforms to improve the quality of educational services, and also analyzes the possibilities of using 7 platforms to provide online learning services. Summing up the analysis, general conclusions were made about the use of platforms.

Keywords: Education, educational services, online education, Moodle, iSpring Learn, WebTutor, Teachbase, GetCourse, iSpring Market, Memberlux.

Annotatsiya: Ushbu maqola ta'lim xizmatlarini sifatini oshirishda onlayn ta'lim platformalaridan foydalanish imkoniyatlariga bag'ishlangan bo'lib, onlayn ta'lim xizmatlarini

ko‘rsatishda 7 ta platformadan foydalanish imkoniyatlari tahlil qilingan. Tahlil natijalarini umumlashtirgan holda platformalardan foydalanish bo‘yicha umumiy xulosalarga kelingan.

Kalit so‘zlar: Ta’lim, ta’lim xizmatlari, onlayn ta’lim, Moodle, iSpring Learn, WebTutor, Teachbase, GetCourse, iSpring Market, Memberlux.

Аннотация: В данной статье основное внимание уделяется возможностям использования платформ онлайн-обучения для повышения качества образовательных услуг, а также анализируются возможности использования 7 платформ для предоставления услуг онлайн-обучения. Подводя итоги анализа, были сделаны общие выводы об использовании платформ.

Ключевые слова: Образование, образовательные услуги, онлайн-образование, Moodle, iSpring Learn, WebTutor, Teachbase, GetCourse, iSpring Market, Memberlux.

In the context of global population growth and increasing competition in the services market, it is important to introduce effective mechanisms for providing quality education services, improve the organizational and legal aspects, develop and improve organizational and economic mechanisms in terms of quality and efficiency of educational services.

Studies by industry scholars predict that investment in online education should reach \$350 billion by 2025, but this figure is now expected to rise significantly to \$1 trillion. In preparation for this study, we examined common online education platforms and attempted to determine their potential to improve the quality of education.

First of all, we were interested in what online platforms students and university professors use. In our opinion, the problem begins here, when switching to online education, first of all, it becomes necessary to study the educational platforms of this form and the world experience in this area.

The online education market is very diverse. These include open online courses, including general education platforms, mobile applications and computer games for learning, video conferencing, virtual lessons with teachers, and more. It is more important to understand the capabilities of the platforms. To achieve the best results, it is necessary to have the skills to correctly combine formats and tools. To date, several platforms are used in the provision of online education services (Table 1).

Table 1.

General classification of 7 platforms used in online education

№	Platform	Feature
1.	Moodle	Free platform with extensive customization options. Installed only on your server. There are many plugins to extend functionality. Requires web development skills for administration.
2.	iSpring Learn	A platform focused on the corporate sector. Ready to work immediately after registration. Support for all types of training materials, webinars, detailed statistics and a course editor that allows you to quickly create courses and simulators from office documents and videos.
3.	WebTutor	Модульная HRM-платформа, позволяющая не только выстроить обучение, но и все HR-процессы: оценку компетенции, автоматизировать подбор и первичную подготовку кадров. Сложная система с широкими возможностями.
4.	Teachbase	Cloud learning platform. There is a built-in course editor - the page with the course is assembled on Tilda, like a regular landing page. It is possible to sell courses.
5.	GetCourse	The most popular platform among information businessmen. Webinars, integration with many payment systems, protection against

		theft of courses.
6.	iSpring Market	A platform for creating your own online school. The service provides a constructor and marketplace for online courses and does not charge a commission on sales.
7.	Memberlux	A plugin for WordPress that allows you to create a learning portal based on a regular website. One-time payment, suitable for beginners infobusinessmen.

Moodle features

Platform customization via plugins. The functionality and design of Moodle is changed with the help of plugins that can be downloaded for free from the Internet or created by yourself.

Open source system. Anyone can develop. As a rule, plugins are developed by users themselves, and then posted on the Internet for general access.

Integration with other services. Moodle is easy to integrate with other platforms like WordPress or Zoom webinars.

iSpring Features

Course constructor. Using iSpring Suite, you can create educational content: courses, tests, interactive simulators and screencasts.

Unlimited storage. You can upload an unlimited number of files to iSpring Learn.

Integration with other services. iSpring Learn easily integrates with other customer systems through an open API. For example, it can be a personnel system or a corporate portal.

Fast platform launch. The platform does not need to be configured for a long time. It is enough to register, download courses and invite users.

WebTutor Features

Platform customization via modules. WebTutor offers modules - separate programs with functionality. For example, there are modules for distance learning, recruitment, webinar room, chat bots. There are 12 modules in total, each is paid separately.

Integration with other systems. WebTutor can be integrated with the client's IT infrastructure systems: 1C, Oracle EBS, SAP HR, etc.

Course constructor. WebSoft has a CourseLab course builder, which is purchased separately. It can be used to create educational content.

Teachbase Features

Integration with other systems. Teachbase can be integrated with third party CRM and payment systems.

Platform for webinars. Teachbase allows you to conduct webinars directly on the platform without third-party services.

GetCourse Features

Sale of courses. On GetCourse, you can sell trainings and webinars, create mailing lists, and track sales performance.

Automation of business processes. GetCourse does all the routine work for info businessmen: it reminds students about the upcoming webinar, checks tests, and issues certificates to users after successfully completing the course.

Features of iSpring Market

SEO-optimization of courses. In the course settings, you can add SEO titles and tags to make the page indexed and make it easier for customers to find it in Google and Yandex.

Ready showcase with courses. This is your school's main page, where you can see all online courses. You can arrange it according to your course, group the courses into categories and specify the price for each.

Gamification. You can further motivate your students with rankings, virtual and real rewards. For example, for academic success, the system will open free access to an additional lesson or master class.

Accepting payments without commission. In iSpring Market, customers pay in any convenient way: with a bank card or with an electronic wallet. For example, through Pay Pal, Stripe, Yukassa, Robokassa, PayAnyWay and Tinkoff. The system does not charge a commission for the transfer.

Detailed analytics. The system will generate reports on student engagement and show which materials are most in demand. And with the help of sales reports, you can see which total revenue, which courses are bought more and from which channels customers come more often.

Certificates. In iSpring Market, you can open a certification center: conduct exams and issue professional retraining diplomas. As soon as the client completes the course, the system will automatically send a personalized certificate. You don't have to spend time on this.

Memberlux Features

Plugin for WordPress. Memberlux is installed on a WordPress site, allowing you to sell courses on your site.

Integration with other services. Memberlux can be integrated with payment systems and mailing services.

Material protection. Video encryption works in Memberlux: you can't download it or view the code. Thus, your content is protected and no one will steal it.

Based on our research, we decided to examine the strengths of the 9-criteria indicators to evaluate the platforms used in online learning (Table 2).

Table 2.

Comparative characteristics of platforms used in online learning in terms of functionality

Criterion	Moodle	iSpring	Teachbase	WebTutor	GetCourse	Memberlux
Content Creation	+	+	+	+	+	-
Sale of courses	+	-	+	-	+	+
Mobile learning	+	+	+	+	+	+
Webinars	+	+	+	+	+	-
SCORM support	+	+	+	+	-	-
Gamification	+	+	-	+	+	-
Branding	+	+	+	+	+	+
Cloud version	+	+	+	-	+	-
Boxed version	+	+	-	+	-	+

With the onset of the pandemic, the world's leading universities have developed and are implementing plans to introduce blended courses. Because classical lessons are complemented by work on the online platform. This decision is motivated not only by the need to prepare for the continuation of the pandemic, but also by objective reasons. In particular, according to a survey conducted in the United States, 81 percent of students believe that the use of assistive digital devices significantly improves the quality of education and academic performance.

In particular, the online form of education should never surpass the traditional form of education, which has a history of almost three thousand years, in the next hundred years. Online education will remain a tool that complements traditional education and increases its effectiveness. Throughout our lives, we need to constantly acquire new knowledge and skills, and in a specific period allotted for education, this, of course, cannot be achieved. That is why we will continue to learn during our other efforts to create a comfortable environment for work

and life, in which case online learning becomes a very important tool. The remote format is a very convenient tool for developing unique narrow skills, getting to know new applications and digital tools. During the pandemic, there has been a rapid development of special skills, with all sections of society eager to learn some new skill.

REFERENCES:

1. Boettcher, J. V., & Conrad, R.-M. The online teaching survival guide: Simple and practical pedagogical tips. John Wiley & Sons. 2010.
2. Bowen, W. G., & Ithaka, S. Interactive learning online at public universities: Evidence from randomized trials. Ithaka S+R. Retrieved from <http://mitcet.mit.edu/wpcontent/uploads/2012/05/BowenReport-2012.pdf>. 2012.
3. Hamari, J., Koivisto, J., Sarsa, H., & Hamari, J. Does Gamification Work. In A Literature Review of Empirical Studies on gamification. In proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA. 2014.
4. Lack, K. A. Current status of research on online learning in postsecondary education. 2012.
5. Landers, R. N., & Callan, R. C. Casual social games as serious games: The psychology of gamification in undergraduate education and employee training. In Serious games and edutainment applications (pp. 399–423). Springer. 2011.
6. Xu, D., Huang, W. W., Wang, H., & Heales, J. Enhancing e-learning effectiveness using an intelligent agent-supported personalized virtual learning environment: An empirical investigation. Information & Management, 51(4), 430–440. 2014.

Yuldashev Kamol Sharifovich – o’qituvchi, Buxoro davlat universiteti
Davronov Istamxo’ja Olimovich – tayanch doktorant, Buxoro davlat universiteti
Radjabov Odil Olimovich – PhD tadqiqotchi, Valensiya Politexnika universiteti
Nurov Ziyodulla Saymurodovich- PhD, Buxoro davlat universiteti

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА МУСТАҚИЛ ТУРИЗМ ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШНИНГ УСТУВОР ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада Ўзбекистон Республикасида мустақил туризм инфратузилмасини такомиллаштиришнинг устувор йўналишлари, мустақил туризмни ривожлантиришда хориж тажрибасидан фойдаланиш йўллари ва уни давлатимизда фойдаланиш йўллари, иқтисодиётдаги йўрни, барқарор ривожлантириш усуллари, мустақил туризмнинг ижтимоий-маданий хусусиятлари ҳақида маълумотлар ифода этилган.

Калит сўзлар: туризм турлари, мустақил туризм, барқарор туризм, мавсумий давр, саёҳат дастурлари, эркин туризм, инфратузилма.

Аннотация: в данной статье представлена информация о приоритетах совершенствования инфраструктуры самостоятельного туризма в Республике Узбекистан, путях использования зарубежного опыта развития самостоятельного туризма и его использования в нашей стране, его роли в экономике, устойчивом развитии, социальной -культурные особенности самостоятельного туризма.

Ключевые слова: виды туризма, самостоятельный туризм, устойчивый туризм, сезонный период, туристические программы, свободный туризм, инфраструктура.

Annotation: the article provides information on the priorities for improving the infrastructure of independent tourism in the Republic of Uzbekistan, ways to use foreign experience in the development of independent tourism and its use in our country, its role in the economy, sustainable development, and socio-cultural features of independent tourism.

Keywords: *types of tourism, independent tourism, sustainable tourism, seasonal period, travel programs, free tourism, infrastructure.*

Кириш қисми: Мамлакатимизда туризм соҳаси ўз ўрнига эга бўлган тармоқлардан бири бўлиб ҳисобланади. Узоқ йиллардан бери бу соҳа барқарор ривожланиб келмоқда ва мамлакат иқтисодиёти учун сезиларли даражада ўз ҳиссасини кўшиб келмоқда. Хорижий сайёҳларнинг оқими эса йилдан-йилга сони ўсиб бормоқда. Бунга сабаб охириги йилларда туризм соҳасига берилаётган эътибор кучлигини кўрсатиб ўтишимиз мумкин. Биз биламизки Ўзбекистонда туризм соҳаси мавсумий даврга эга. Туристтик мавсум куз ҳамда баҳор пайтларига тўғри келади. Шу давр мобайнида хорижий сайёҳлардан деярли 80% Ғарбий Европа давлатларидан ташриф буюришади. Булар асосан Германия, Франция, Италия, Испания ва Англия давлатлари ҳисобланади. Ўзбекистонда туризм соҳасига “**мавсумий давр**” нинг шаклланишига айнан ушбу омилни сабаб қилиб кўрсатишимиз мумкин. Чунки юқорида таъкидлаб ўтилган давлатларнинг иқлими илиқ ва нам об-ҳавога эга. Шу сабабдан улар кўп ҳолларда куз ва баҳор пайтларида келишни ёқтиришади. Бу сайёҳлар эса мамлакатдаги маҳалаллий туристик фирмалар орқали шартнома асосида гуруҳ-гуруҳ бўлиб ташриф буюришади. Бу ҳолат неча йиллардан бери бир хил ишлаб келмоқда. Бир тарафдан бундай ёндашув мавсумий даврнинг шаклланишига олиб келган. Бошқа тарафдан эса туризм соҳасидаги инфратузилманинг етарли даражада шаклланмаганлигини кўрсатишимиз мумкин. Номавсумий даврда эса туризм соҳаси хувиллаб қолмоқда. Номавсумий давр-ёз ҳамда қиш фаслларига тўғри келади. Мамлакатнинг иқлимига мос келадиган давлатларни (Осиё давлатлари мисолида) жалб этиш ва янги йўналишларни тузиб чиқиш лозим.

Асосий қисм. Юқорида таъкидлаб ўтилгандек хорижий сайёҳлар гуруҳ-гуруҳ бўлиб ташриф буюришади ва кўпчилик туристик ташкилотлар айнан шу даврда яхшигина даромадга эга бўлишади ва асосий иш фаолиятларини айнан шу даврга мослаб юқори даражага олиб чиқишади. Лекин коронавирус касаллиги бутун дунёга тарқалиб кетгандан сўнг барча соҳаларда иқтисодий жиҳатдан пасайиш кузатилди. Шу жумладан туризм соҳаси ҳам бундан катта зараларни кўрди. Биринчи навбатда деярли барча давлатларда карантин эълон қилингандан сўнг чегаралар маълум бир муддатгача ёпилди ва одамлар саёҳатга чиқишдан тўхташди. Бундан кейин туризм эски ҳолатга қайтиши ва яна гуруҳ-гуруҳ бўлиб ташриф буюришлари номалумлигича қолмоқда. Аммо бу туризм соҳаси тўхтаб қолгани дегани эмас. Ҳозирда кўпгина давлатларда чегаралар очилган ва саёҳатлар ҳам кам амалга оширилмоқда. Энди туризмни қайта жонлаштириш ва ҳозирги замонга мослаштириб янги туристик хизматларни жорий қилиш вақти келди. Бундан кейин одамлар гуруҳ бўлиб саёҳатга чиқишдан кўра **мустақил** равишда саёҳатга чиқишни афзал кўришади. Чунки бу биринчи навбатда хавфсизлик билан боғлиқ бўлган омиллар ҳисобланади. Ҳозирда медицина талаби ҳам шундан иборат, гуруҳ-гуруҳ бўлиб юрмасдан, масофани сақлаган ҳолда саёҳатларни уюштири мақсадга мувофиқ деб таъкидлашган.

Демак, асосий мақсадимиз Ўзбекистонга ҳам **мустақил туризмни** янада такоммилаштириш йўллари ишлаб чиқиш ва уни амалда тадбиқ этишдан иборатдир. Мустақил туризм нафақат сайёҳларга балким мамлакатдаги туризм соҳасида фаолият олиб бораётган барча туристик ташкилотларга **эркинликни** бағишлайди, уларни эркин ижод қилишига ундайди ва бу ташкилотлар фақатгина туристик корхоналарга боғланиб қолмаслигига олиб келади.

Мустақил туризм – саёҳатчи ва туристик ташкилот ўртасида тўғридан-тўғри алоқани ўрнатади ва мустақил равишда келишувга эришилади.

Биринчи навбатда биз мустақил туризм дегани нима, қандай шаклланган ва унинг афзаллик томонларини кўриб чиқишимиз лозим.

Мустақил туризм – туристлар томонидан туроператорлар ва турагентлар иштирокисиз мустақил равишда ташкил этиладиган саёҳатдир [turizm qonun].

Мустақил туризм (шунингдек, хаваскор, мустақил, эркин, ёвойи туризм) — бу саёҳат операторлари ва саёҳат агентларининг хизматларидан тўлиқ ёки қисман воз кечиш билан

амалга оширилган саёҳат, лекин кўп ҳолларда сайёҳлик (агентлик эмас) хизматларидан фойдаланишдан бутунлай воз кечишни назарда тутмайди. Унинг ташкил этилишида саёҳатчи ўз саёҳати йўналишини мустақил равишда шакллантиради, шунингдек унинг барча таркибий қисмларини (чипталар, меҳмонхона турар жойлари, озиқ-овқат, экскурсиялар ва бошқаларни) танлайди ва унинг хизматларидан фойдаланади.

Шунга қарамай, мустақил туризм янада кенгроқ тушунчадир, чунки саёҳат муайян мақсад ва маршрутга эга бўлишни назарда тутади, мустақил туризм эса мустақил равишда ташкил этилган дам олиш масканида статик яшашни ёки, масалан, ташкилий масалаларни мустақил равишда ҳал қилиш билан боғлиқ фаол туризмнинг турли шакллари назарда тутиши мумкин. Шунинг учун, «мустақил туризм» атамаси фалсафий ма’ноларга эга бўлган саёҳатдан фарқли ўлароқ, кенгроқ ва амалий аҳамиятга эга.

Мустақил туризм - бу шахснинг шахсий манфаатларини, шу жумладан, ички ва жаҳон маданий қадриятларини англаш билан боғлиқ бўлган ижтимоий ва маданий фаолият тури сифатида, шахснинг маданийлашув жараёнини таъминлайди. Мустақил туризмни ижтимоий-маданий фаолиятнинг алоҳида йўналиши сифатида ривожлантириш, унинг ўзига хос хусусиятлари бўш вақтларнинг шакллари ва мазмунини эркин танлаб олиш, шунингдек, унинг ўзига хос бўлмаган ва индивидуал қизиқиш ва эҳтиёжларни қондиришга қаратилган бўлиб, мустақил саёҳатчиларнинг ўзига хос маданиятини шакллантиришга имкон беради. Мустақил туризмнинг ижтимоий-маданий хусусиятлари ана шундай туристларнинг мотивациясини, уларнинг ижтимоий-маданий эҳтиёжлари ва қизиқишларини, турмуш тарзини, ҳордиқ чиқариш тузилмасини ўрганиш зарурлигини аниқлайди. Мустақил туризмнинг социал-маданий функциялари мажмуаси сайёҳларнинг маданият қадриятлари, сайёҳлик дестинацияларининг эркин танлови, ташриф буюрадиган жойларнинг диққатга сазовор жойлари билан танишиш даражаси ва ҳажмлари натижасида қўшимча билим олиш ва билим фаоллигини ривожлантиришда ифодаланган маданий маърифий самарадорлигининг юқори даражасига эришиш имконини беради[1].

Охирги йилларда интернет-ресурсларнинг ривожланиши туфайли мустақил туризмга бўлган талаб ўсиб бормоқда ва ушбу бозор сегменти янада ривожланмоқда. Замонавий технологияларнинг ривожланиб бораётганлиги туфайли туризм – туристик фирмаларга қарамлиги ва уларга боғланиб қолиши камайиб бормоқда ва мустақиллашмоқда. Охирги йилларда бутун дунё рақамли иқтисодиётга ўтаётган бир вақтда туризм соҳасида ҳам турли хил бронлаш электрон платформаларининг ишлаб чиқилиши саёҳатчиларга мустақил равишда ўз саёҳат дастурларини тузишга катта имкониятларини очиб берди. Булар қуйидагилар иборат: **Uber, Airbnb, Gett, Lyft, TripAdvisor, Expedia** ва **Booking.com** каби платформалар одатий туристик саёҳатни ўрнини ноодатий саёҳатга алмаштиришга эришди. Албатта, мустақил саёҳат ҳамма учун ҳам қулай эмас ва улар уюшмаси кичик кичик гуруҳлардан ташкил топиши мумкин. Аммо, бундай ёндашув туризм ҳамда меҳмондорчилик соҳасининг барқарор ривожланишига асосий калит сифатида жуда муҳим аҳамиятга эга ва келажакда оммавий туризм ўрнини босиши мумкин. Бу эса баъзи бир машҳур туристик йўналишларда маълум бир вақтда оммалашиб ташриф буюрадиган саёҳатчиларни тартибга солишга олиб келади. Бунга яққол мисол қилиб Ўзбекистон мамлакатини кўрсатишимиз мумкин. Гап шундаки, ушбу мамлакатда бир пайтнинг ўзида жудда катта ҳажмда хорижий сайёҳларнинг ташриф буюриги оқибатида уларга етарли даражада инфратузилманинг ривожланмаганлиги ва керакли вақтда юқрои даражадаги хизматни кўрсата олмаслиги туфайли кўпгина ҳолларда қийналишига олиб келмоқда. Мустақил саёҳатчиларнинг кўпайиши эвазига ташриф буюрувчиларни барқарорлаштиришга ва уларни тартибга солишга эришилади. Айниқса, пандемиядан сўнг, гуруҳ-гуруҳ бўлиб саёҳатга чиқишлар хавфсиз бўлмаслиги мумкин ва бу туризмнинг айнан мустақил саёҳат турини ривожлантириши мумкин.

Туризм соҳаси маҳаллий аҳоли учун даромад манбаи бўлиши мумкин. Бу соҳа уларга барқарор ҳаёт кечириш, иш билан бандлиги ва қўшимча даромдларни таъминлаб

беради. Бу билан миллий иқтисодий юксалишига элтувчи механизм сифатида қаралмоқда.

Шунингдек, у глобаллашувни бутун дунёдаги одамларнинг ижтимоий ва иқтисодий ривожланишига ва уларнинг саёҳатга бўлган эҳтиёжларига таъсир қилувчи омил сифатида белгилайди.

Хулоса қисми: Ҳозирда замонавий ахборот-коммуникация технологияларининг ривожланиши асносида туризм саноатини ўрганиш усулларининг яни қирраларини очиб берди ҳамда саёҳат турини мутақил танлаш ва ташкил этиш имкони юқорилаштирди. Ҳозирги кунда туристик хизматларни амалга ошириш ҳамда сайёҳнинг барча эҳтиёжларини қондириш учун янги стратегиялари пайдо бўлмоқда. Бунинг учун ҳар бир сайёҳ замонавий ахборот куммуникациялардан унумли фойдаланиши талаб этилади.

Адабиётлар рўйхати

1. Рябова Т.В., Эртман Е.В. Самостоятельный туризм как средство инкультурации личности //Сервис plus. Т. 11. 2017. № 3. С. 31—38.
2. Olimovich, D. I. (2015). Tourism potential of Uzbekistan. *Lucrările Seminarului Geografic "Dimitrie Cantemir"*, 40, 125-130.
3. Dushanova, Y. F., & Radjabov, O. O. (2021). Importance and development of tourist clusters in Uzbekistan. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(5), 342-347.
4. Olimovich, D. I., Bakhtiyorovich, T. M., & Salimovna, N. G. (2020). Improving of personnel training in hotel bussines. *Academy*, (2 (53)).
5. Раджабов, О. О. (2021). ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ PR-PUBLIC RELATION (СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ) В ТУРИЗМЕ. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 106-117).
6. Olimovich, D. I., Khabibovna, K. M., & Alimovich, F. E. (2020). Innovative ways of reducing tourism seasonality of tourist areas. *Достижения науки и образования*, (1 (55)).
7. Radjabov, O., & Rajabova, M. (2021). CREATION OF FREE ECONOMIC ZONES IN BUKHARA: PROBLEMS AND SOLUTIONS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
8. Olimovich, D. I., Kudratovna, F. S., & Sayfitdinovich, I. B. (2020). The importance of marketing analysis for predicting the prospects of restaurants in Bukhara hotels. *Economics*, (1 (44)).
9. Ibragimov, N. S. (2019). METHODS OF DETERMINATION OF TOURISM BRAND COMPETITIVENESS AND WAYS OF ITS SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *Economics and Innovative Technologies*, 2019(2),
10. Olimovich, D. I., Khabibovna, K. M., & Samadovich, R. S. (2020). Improving tourist season in Bukhara region. *Вестник науки и образования*, (1-2 (79)).
11. Davronov, I. O. (2019). Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations. *Мировая наука*, (4), 508-510.
12. Olimovich, D. I., Temirkulovich, U. J., & Bakhodirovna, M. M. (2020). Mechanisms of improving staff training. *Academy*, (2 (53)).
13. Kayumovich, K. O., Annamuradovna, F. S., Alimovich, F. E., Alisherovna, D. N., & Olimovich, D. I. (2020). Opportunity of digital marketing in tourism sphere. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(8).
14. Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.
15. Radjabov, O., & Dushanova, Y. (2021). Efficient Ways Of Using Public Relations Tools In Tourism. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).

16. Navruz-Zoda, B., Ibragimov, N., & Rakhmanov, A. (2019). Perspectives on the improvement of Uzbekistan as a destination for multi-confessional self-organised pilgrims. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(4), 87-96.
17. Olimovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). The cost-effectiveness of improving the quality of hotel services. *Academy*, (4 (55)).
18. Shoimardonkulovich, Y. D., & Hamidovich, R. O. (2020). Elaboration of regional strategies for the development and improvement of land and water in agriculture. *Academy*, (2 (53)).
19. Navruz-Zoda, B., Ibragimov, N., & Rakhmanov, A. (2017). The Destination Marketing Tools For “Seven Sufi Saints of Noble Bukhara” Pilgrimage Cluster.
20. Ibragimov, N. S. (2020). “DIGITAL DIVIDE” AS A FACTOR OF DESTINATION COMPETITIVENESS OF UZBEKISTAN’S TOURISM SPHERE. *Central Asian Problems of Modern Science and Education*, 2020(3), 36-47.
21. Olimovich, D. I. (2020). The impact of innovative technologies for improving economy of hotels. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 9(5), 194-201.
22. Ibragimov, N. (2021). Methods of determination of tourism brand competitiveness. *Journal of Management Value and Ethics*, 11(1), 83-89.
23. Olimovich, D. I. (2020). Role of investment in tourism development. *Academy*, (5 (56)).
24. Navro'z-Zoda, B. N., Ibragimov, N. S., Navro'z-Zoda, Z. B., & Navro'z-Zoda, S. B. (2017). Competitiveness of the tourist area. *Monograph. Buxoro-2017*.
25. OLIMOVICH, D. I., BAXTIYOROVICH, T. M., & CHORIEVICH, B. A. Description of Technological Processes in Restaurant Services. *JournalNX*, 6(05), 248-252.
26. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54)).
27. Davronov, I. O., & Farmonov, E. A. (2019). The impact of Innovations in tourism and hospitality. *International Multilingual Journal of Science and Technology*, 4(9), 658-660.
28. Sharifovich, Y. K. (2021). Ways to Improve Information and Consulting Services in the Field of Tourism. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(2), 98-104.
29. Davronov, I. O. (2021). Economic Importance of Innovative Technologies for Improving Hotel Services. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 169-175.
30. Кадирова, Ш. Х., Фарманов, Э. А., & Пулатов, М. М. (2020). Важность внедрения новых транспортных маршрутов в развитии туризма. *Вопросы науки и образования*, (10 (94)).
31. Ibragimov, N., & Kurbanova, M. (2016). Destination marketing approach of enhancing the competitiveness of Bukhara tourist destination. *Наука. Мысль: электронный периодический журнал*, (9), 105-109.
32. Davronov, I. O. (2021). THE ECONOMIC IMPACT OF INNOVATIVE SERVICES IN THE HOTEL INDUSTRY. In *EUROPEAN RESEARCH: INNOVATION IN SCIENCE, EDUCATION AND TECHNOLOGY* (pp. 26-27).
33. Юлдашев, К. Ш. (2021). СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 95-105).
34. Davronov, I. O. (2021). Economic Development Mechanisms of Innovative Services in Bukhara Hotels. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(6), 500-509.
35. Navruz-Zoda, B., & Ibragimov, N. (2007). The measures for improving virtual activity of incoming urban tourism in Uzbekistan. *World Journal of Tourism Small Business Management*, 1(3), 43-49.
36. Туризм тўғрисидаги қонун, қонунчилик палатаси томонидан 2019-йил 16-апрельда қабул қилинган.

**И.ф.н. Алимжанов Нодир Хамидуллаевич,
“UZBEKINVEST” ЭИСК АЖ Бухоро вилоят
филиали директори**

СУҒУРТА СОҲАСИДА ОЛИЙ МАЪЛУМОТЛИ КАДРЛАР ТИЗИМИНИ ТАЙЁРЛАШ ДАВР ТАЛАБИ

Аннотация: Бу мақолада суғурта бозори мутахассисларини тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларнинг профессионал даражасини ошириш бўйича таълим курслари ва амалий тренинглари ташкил этиш, тор мутахассисликлари бўйича профессионал стандартларни ишлаб чиқиш ва мутахассислар малакасини баҳолашнинг мустақил тизимини яратишга жалб қилиш бўйича чора-тадбирлар кўриш илмий таҳлили ёритиб берилган.

Калит сўзлар: суғурта, суғурта алифбоси, суғурта полиси, миждоз, банк хизматлари.

ТРЕБОВАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ СТРАХОВАНИЯ

**к.э.н., Алимджанов Нодир Хамидуллаевич,
руководитель компании «Узбекинвест ЭИДСАК»**

Аннотация: В статье дается научный анализ организации учебных курсов и практических занятий по подготовке, переподготовке и повышению квалификации специалистов страхового рынка, разработки профессиональных стандартов для узких специальностей и мер по привлечению независимой системы профессиональной оценки.

Ключевые слова: страхование, страховая азбука, страховой полис, клиент, банковские услуги.

REQUIREMENTS FOR THE PREPARATION OF A SYSTEM OF HIGHER EDUCATION IN THE FIELD OF INSURANCE

**Candidate of Economics, Alimjanov Nodir Khamidullaevich,
Head of the company "Uzbekinvest EIDIAC"**

Annotation: This article provides a scientific analysis of the organization of training courses and practical trainings on training, retraining and professional development of insurance market specialists, the development of professional standards for narrow specialties and measures to involve an independent system of professional evaluation.

Keywords: insurance, insurance alphabet, insurance policy, customer, banking services.

Суғурта хизматлари иқтисодиётни турли хил молиявий хатарлардан ҳимоя қилувчи воситалардан биридир. Суғурта тармоғи хизматлар тури ҳисобланиб, нафақат молия сектори балки мамлакат иқтисодиёти учун стратегик аҳамиятга эга. Суғурта бир томондан иқтисодиётни турли хил молиявий хавф-хатарлардан муҳофаза қилувчи воситалардан бири бўлса, иккинчи томондан иқтисодиётга сармоя киритувчидир. Бироқ мамлакатимиз молия бозорида бу хизматларнинг ўрни ҳозирча етарли эмас.

Жорий йилнинг олти ойида суғурта ташкилотлари томонидан йиғилган суғурта мукофоти ўтган йилнинг шу даврига нисбатан 1,5 баробар ошган бўлса-да, суғурта тушуми аҳоли жон бошига 50 минг сўмдан тўғри келган.

Ушбу соҳанинг мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотигаги улуши атиги 0,4 фоизни ташкил этмоқда. Қиёс учун, бу кўрсаткич Жанубий Кореяда 11 фоиз, Германияда 6 фоиз, Россияда 1,5 фоизни ташкил этади.

Бунинг асосий сабабларидан бири – суғурта хизматлари етарли даражада жозибадор эмаслиги. Мисол учун, ўтган олти ойда умумий суғурта тармоғида 887 миллиард сўм суғурта мукофоти йиғилган бўлса-да, ушбу даврда миждозларга тўланган суғурта қопламасининг ҳажми мукофотнинг атиги 11 фоизига тўғри келган. Дунёда эса бу кўрсаткич ўртача 50-60 фоиздир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 августдаги «Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-4412-сон қарорини амалга ошириш бўйича суғурта бозори мутахассисларини тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тизимини такомиллаштириш зарурлигини таъкидлаб ўтдилар.

Эндиликда суғурталовчиларнинг устав капитали минимал миқдорлари 2020-2022 йилларда босқичма-босқич оширилади. Чунки компания ўз зиммасига олган мажбуриятлар бўйича айнан устав капитали миқдорида жавоб бера олади, яъни бу кўрсаткич унинг мажбуриятлари бажарилишига ўзига хос кафолат ролини ўйнайди. Шу боисдан қарордаги ушбу жиҳат жуда муҳим аҳамиятга эга. Қолаверса, ҳужжатда даромадларнинг 20 фоизигача миқдоридаги ажратмалар ҳисобига шакллантириладиган суғурта ташкилоти захира жамғармасининг чекланган миқдори суғурта ташкилоти устав фондининг 50 фоизигача оширилиши белгиланган. Бу эса, ўз навбатида, суғурта тузилмалари фаолияти барқарорлигини таъминлашга хизмат қилади.

Қарор билан киритилаётган яна бир янгилик шундаки, эндиликда суғуртанинг айрим турлари бўйича электрон полисларни (“Е-полис”) расмийлаштириш механизми жорий этилади. Яъни бу чора мамлакатимизда электрон суғурталашни ривожлантиришга қаратилган бўлиб, аввало, миждозларни виждонсиз суғурта агентларининг товламачилик ҳаракатларидан ҳимоя қилиш, ҳужжатларни расмийлаштириш жараёнини тезлаштириш, суғурта компаниялари ортиқча харажатларини қисқартириш ҳамда бу маблағларни уларнинг фаолиятини яхшилашга йўналтириш имконини беради.

Суғурта бозори иштирокчилари фаолияти учун янада қулай шарт-шароитларни таъминлаш, шу жумладан, уларнинг солиқ юқини мақбуллаштириш – ҳужжатдан кўзда тутилган яна бир аниқ мақсад. Қарорга кўра, 2020 йил 1 январидан юридик шахслар — суғурта брокерлари ва суғурта агентлари учун ягона солиқ тўлови ставкаси комиссия мукофотининг 13 фоизи миқдорида белгиланади. Гап шундаки, суғурталашда бозор ва давлат бошқарув дастаклари ўртасидаги оралиқ ўринни нарх ёки суғурта мукофоти эгаллайди. Бу мезон тариф ставкаси билан белгиланади. Мажбурий суғурта турлари бўйича суғурта мукофоти қонун асосида, норматив равишда ўрнатилади. Ягона тўлов ставкасининг Қарорда қисқартирилган миқдорда белгиланиши ҳам солиқ тушумларининг самараси, ҳам суғурта бозори иштирокчилари учун оғир бўлмаган даражани кафолатлайди.¹

Қарорда шунингдек, суғурта соҳасини малакали кадрлар билан таъминлашга ҳам алоҳида эътибор қаратилган. Хусусан, 2020/2021 ўқув йилидан суғурта бозорида фаолият олиб бораётган ходимлар учун олий таълим муассасаларининг “Суғурта иши” таълим йўналиши бўйича сиртқи ва кечки бўлимларга тест синовлари ўтказилмасдан, белгиланган қабул квоталаридан ташқари пулли-контракт асосида қабул қилиш тартиби жорий этилади. Бу эса соҳадаги малакали кадрлар етишмовчилигини яқин йилларда батараф қилиш, демакки, иқтисодий ва ижтимоий жиҳатдан муҳим аҳамият касб этган суғурта бозорини жадал ривожлантиришга хизмат қилади.

Миллий суғурта бозорининг реал эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда суғурта ишининг тор мутахассисларини тайёрлаш (қайта тайёрлаш) бўйича маҳаллий ва хорижий таълим муассасалари билан биргаликда ўқитишнинг махсус дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга оширишда қуйидагиларни инобатга олиш керак:

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 августдаги «Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-4412-сон қарори

- «Суғурта алифбоси» мавзуси бўйича мактабдан бошлаб ва то олий таълим муассасасигача фуқароларнинг суғурта ва молиявий саводхонлигини ошириш механизмларини жорий этиш;
- Суғурта ишининг тор мутахассисликлари бўйича профессионал стандартларни ишлаб чиқиш ва мутахассислар малакасини баҳолашнинг мустақил тизимини яратиш;
- Суғурта бозори профессионал иштирокчилари ходимларининг профессионал этикаси қоидаларини жорий этиш;
- Олий таълим соҳасида хорижий давлатлар ҳукуматлари, шунингдек, чет эл олий таълим муассасалари билан ҳамкорлик қилиш доирасида республикада суғурта иши мутахассисларини тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини оширишга ихтисослаштирилган илғор хорижий олий таълим муассасаларининг филиалларини (факультетларини) ташкил этиш имкониятларини кўриб чиқиш ва тегишли таклифлар киритиш;
- Суғурта бозори мутахассисларини тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларнинг профессионал даражасини ошириш бўйича таълим курслари ва амалий тренинглари ташкил этиш, шунингдек, уларнинг ишлаб чиқариш амалиётини чет элда ўтказиш учун халқаро дастурлар ва жамғармаларнинг грантларини жалб қилиш бўйича чора-тадбирлар кўриш;
- Суғурта бозори мутахассисларини тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тизимини такомиллаштириш, суғурта соҳасида таълим беришнинг замонавий усуллари кўллаш, илмий-тадқиқот фаолиятини рағбатлантириш;
- Суғурта хизматлари истеъмолчилари ва суғурта фаолиятининг бошқа субъектлари ҳуқуқлари ҳимоясини кучайтириш, аҳолининг суғурта саводхонлигини ва суғуртага бўлган ишончини ошириш, суғурта бозорининг очиқлиги ва шаффофлигини таъминлашга қаратилган фаолият ҳисобланади.

Президент Шавкат Мирзиёев 2019 йил 10 июль куни яна бир муҳим масала “Суғурта хизматлари бозорини ривожлантириш” бўйича йиғилиш ўтказди. “Ушбу соҳанинг мамлакатимиз ЯИМдаги улуши атига 0,35 фоизни ташкил этмоқда. Қиёс учун, бу кўрсаткич Буюк Британияда 12 фоиз, Жанубий Кореяда 11 фоизни ташкил этади”, деб таъкидлади Президент. Йиғилишда Молия вазирлиги ҳузуридаги суғурта назорати давлат инспекциясини бугунги кун талабларидан келиб чиққан ҳолда тубдан ислоҳ қилиш масаласи муҳокама этилди. Шу боис ушбу инспекцияни тугатиб, унинг ўрнига суғурта бозорини ривожлантириш агентлиги ташкил этиш таклиф қилинди. Мутасаддиларга қуйидаги вазифалар белгилаб берилди:

Суғурта соҳасини ўрта ва узоқ муддатли ривожлантириш стратегиясини ишлаб чиқиш;

2022 йилгача аҳоли жон бошига тўғри келадиган суғурта мукофоти ҳажмини уч баравар ошириш;

Соҳанинг ЯИМдаги улушини эса икки баравар ошириш;

Миллий суғурта компанияларининг халқаро молия бозорларига чиқишини таъминлаш;

Илғор корпоратив бошқарув тизимини жорий қилиш орқали халқаро рейтинглар олиш.¹

Суғурта бозори бизнес модели қуйидагича: Суғурта бўйича тўловлар (зарарни қоплаш ва харажатлар) АҚШда 92-101 фоизни ташкил қилса, Ўзбекистонда 2018 йилда 28 фоиз, 2019 йилда 16.4 фоиз, 2020 йилда эса 33.3 фоизни ташкил қилди. Юқоридаги ва бошқа кўрсаткичлар хорижий молиявий институтларга салбий шарҳ юборади, албатта. Статистик

¹ Президент Шавкат Мирзиёев 2019 йил 10 июль куни яна бир муҳим масала “Суғурта хизматлари бозорини ривожлантириш” бўйича дастури

маълумотларга асосланиб шуни айтиш мумкинки, агар Республикамиз суғурта бозори тизимли реформа қилинмаса, суғурта бозорида соябон иқтисод ҳажми камайтирилмаса, маҳаллий суғурта компаниялар соғломлаштирилмаса, келажакда Ўзбекистон молиявий инқирозларга бардош бера олмаслиги мумкин. Ўзбекистон Республикаси дунё молия тизимига қўшилар экан, қуйидаги саволлар албатта табиий ҳолда туғилади:

1. Хорижий молиявий корпорациялар (хорижий инвестициялар) мамлакатимиз молия бозорига кириши учун нима муҳим роль ўйнайди ва қандай муаммоларга ечим топишимиз керак?

2. Бизнинг суғурта тизимимиз маҳаллий ва глобал иқтисодий инқирозларга бардош бера оладими? Фавқулоддаги вазиятлар бўйича режамиз қандай?

3. Хорижий иқтисодларда суғурта компаниялар ҳисоботда булут тизимидан, зарарни олдиндан башорат қилиш ва суғурта полносларини баҳолашда сунъий онгдан фойдаланаётган бўлса, бизнинг компаниялар улар билан қандай рақобат қила олади? ва бошқалар [2].

Ҳукуматга келадиган ҳодимларнинг малакасини сифати мамлакатнинг кейинги 10-15 йиллик келажagini белгилайди. Шунинг учун, бугунги кунда, Ўзбекистонга буюк бошқарувчилар эмас, балки инфраструктурани кўра оладиган мутахассислар керак.

Олган билимларимизни Ватанимиз молия инфраструктурасини куришда, аввалам бор суғурта бозорини замон талаблари даражасига олиб чиқишда ёрдам беришни ўз олдимизга мақсад қилдик. “Янгиланаётган Ўзбекистонга янги авлод кадрлари” мавзусида ёш кадрларга Ўзбекистонда бўлаётган иқтисодий ислохотлардан руҳланиб, муҳтарам Президентимиз Шавкат Мирзиёев томонидан олиб борилаётган, Ўзбекистонни халқаро майдонга янада фаолроқ олиб чиқиш борасидаги саъй ҳаракатларига ўз ҳиссамизни қўшиш истагидамиз.

Суғурта соҳасида улкан имкониятлар мавжуд. Президент Шавкат Мирзиёев белгилаб берган вазифалар равшан, лекин асосий муаммо уларни тизимли ва тўғри амалга оширишда. Юқоридагилардан келиб чиқиб қуйидагиларни рўёбга оширишда кўмаклашмоқчиман:

- Суғурта даъволарини кўриб чиқиш жараёнларини тартибга солиш, суғурта ҳодисасини адолатли баҳолаш ва тўловларни тезкор тўлаш механизмларини жорий қилиш орқали аҳоли ва тадбиркорларнинг суғуртага ишончини ошириш;

- Халқаро стандартлар асосида молиявий ҳисоботларни тузиш;

- Суғурта қолдиқ бозори тизими ва унинг ҳисоботини яратиш;

- Расмий (давлат) электрон ҳисобот тизимини яратиш;

- Суғурта ташкилотларининг инвестиция фаолияти механизмларини кенгайтириш;

- Халқаро стандартларга асосланган янги суғурта маҳсулотларини яратиш (мисол учун жазолаш тизимидан иқтисодий муносабатларга ўтиш учун тиббиётда, қурилишда, ҳуқуқ соҳаларида касбий жавобгарликни суғурталаш);

- Ўзбекистондаги мутахассисларни малакасини ошириш учун АҚШдан суғурта бўйича халқаро экспертларни пойтахтимизга семинарларга жалб қилиш;

- Суғурта соҳасида замонавий кадрлар тайёрлаш мақсадида мутахассисларни АҚШдаги суғурта компанияларида стажировка ўташида амалий ёрдам кўрсатиш;

- Соҳа учун замонавий кадрлар тайёрлаш мақсадида, хорижий мутахассислар ёрдамида актуария, андеррайтинг ва бошқа суғурта бозорига таалуқли бўлган ўқув ва сертификатлаштириш марказини ташкил қилиш;

- Корпоратив бошқарувнинг интеллектуал капиталга асосланган (инсон капитали, ташкилий капитал, муносабат/мижоз капитали) халқаро стандартларини тадбиқ қилиш;

- Молия секторида яширин иқтисодиёт даражасини пасайтириш;

- Қайта суғурталаш орқали хорижга маблағларни чиқиб кетишини камайтириш;

- Суғурта соҳасида фирибгарликни олдини олиш (фирибгар барча полис эгалари учун суғурта нархини оширади);

• Хорижий суғурта компаниялари устидан назорат олиб бориш. Маҳаллий суғурта корхоналарининг ташқи операцияларини тартибга солиш ҳисоботини яратиш;

• Суғурта бозори ахборот-таҳлилий журналининг ташкил этиш;

Суғурта йўналиши бўйича молиявий назорат молия тизимининг хавфсизлиги ва барқарорлигини таъминлаш ҳамда истеъмолчиларни ҳимоя қилиш учун зарурдир. Регулятор корхоналарининг молиявий муаммосини кўра олиши, молиявий хавфларни, пуфакчаларни, инқирозларни башорат қилиш ва баҳолаш, шунингдек уларнинг иктисодиётга салбий таъсирини камайтириш учун керакли механизмларни аниқлай олиши асосий вазифа бўлиб қолмоқда. Ривожланган мамлакатлар амалиётида иктисодни назорат қилиш ва тартибга солиш вазифаси куйидаги тўрт регуляторга тақсимланган:

1. Марказий банк: мамлакатнинг пул-кредит сиёсатини олиб боради; банклар, электрон пул институтлари, валюта бозори, пул ювиш устидан назоратчи;

2. Молия вазирлиги: фискал (бюджет ва солиқ) сиёсат учун маъсулдир;

3. Капитал бозори агентлиги: қимматли қоғозлар бозори ва унинг иштирокчилари, инвестицион ташкилотлар, брокерлар, дилерлар устидан маъсул орган;

4. Нобанк молия институтларининг назорат қилиш агентлиги: банк бўлмаган (банк депозити - омонат қабул қила олмайдиган) молия институтлари устидан назоратчи.¹

Улар таркибига суғурта, активларни бошқарувчи компаниялар, молиявий маслаҳатчилар, пенсион фондлар, пул-ўтказма марказлари, лизинг, микрокредит ташкилотлар, ипотека брокерлар, ломбардлар ва бошқалар киради.

Шуни алоҳида қайд этиш керакки, Ўзбекистонда ҳам сўнги йилларда суғурта фаолиятининг очиклиги ва шаффофлигини таъминлаш юзасидан маълум ишлар амалга оширилмоқда. “Кафолат”, “Ўзбекинвест” ва “Gross Insurance” каби суғурта ташкилотлари томонидан мазкур суғурталовчилар фаолиятига доир маълумотлар кенг халқ оmmasига оммавий ахборот воситалари ва расмий веб-сайтлари орқали етказилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 31 декабрдаги “Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ҳузуридаги Суғурта бозорини ривожлантириш агентлиги фаолиятини ташкил этиш чоратадбирлари тўғрисида”ги 1060-сон қарорига асосан мазкур Агентлик фаолиятининг тўлиқ йўлга қўйилганлиги суғурта фаолиятининг шаффофлиги ва очиклигини таъминлаш даражасини юксалишига хизмат қилади.

Суғурта назорати халқаро ассоциацияси (International Association of Insurance Supervisors) томонидан қабул қилинган ва 2018 йилда янгиланган “Суғуртанинг асосий тамойиллари” (Insurance Core principles, updated november 2018)да ҳар бир давлатнинг суғурта фаолиятини тартибга солувчи ва назорат қилувчи органларига суғурта ташкилотларидан суғурта фаолиятига оид ахборотларнинг шаффофлиги ва очиклигини таъминлашни талаб этиш тавсия этилганлигини инобатга олсак, мазкур тадқиқот мавзуси нечоғлик долзарб эканлиги янада ойдинлашади [4].

Суғурта бозорини ривожлантириш агентлиги ҳамда агентликда ўз хизмат вазифаларини сифатли бажара олиши учун куйидагиларни муҳим деб ҳисобладик. Хулоса ўрнида, суғурта бозорини ривожлантириш агентликни мустақил орган сифатида қайта ташкил этиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 августдаги «Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-4412-сон қарори

2. Президент Шавкат Мирзиёев 2019 йил 10 июль куни яна бир муҳим масала “Суғурта хизматлари бозорини ривожлантириш” бўйича дастури

¹ Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 31 декабрдаги “Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ҳузуридаги Суғурта бозорини ривожлантириш агентлиги фаолиятини ташкил этиш чоратадбирлари тўғрисида”ги 1060-сон қарори

3. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 31 декабрдаги “Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги хузуридаги Суғурта бозорини ривожлантириш агентлиги фаолиятини ташкил этиш чоратадбирлари тўғрисида”ги 1060-сон қарори

4. Insurance Core principles, updated november 2018. International Association of Insurance Supervisors –innovember -2018.

Шадиев Алишер Худойназарович
Преподаватель кафедры Экономика сферы сервиса,
Бухарский государственный университет
Бухара, Узбекистан

УЧЕБНАЯ ЭКСКУРСИЯ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Annotatsiya. Ushbu maqolaning maqsadi turizm va mehmondo'stlik sohasini o'quv jarayonida o'quv ekskursiyalaridan foydalanishning uslubiy jihatlarini o'rganishdir. Rasmiy va norasmiy sayohatlarda ta'lim olishning tajribasi talabalarining qiziqishini, bilimini va motivatsiyasini oshiradi. Rejalashtirish, amalga oshirishda o'qituvchining roli ekskursiyaning talabalar faoliyatiga qanday ta'sir qilishini belgilaydi.

Kalit so'zlar: o'quv ekskursiyasi, turizm, motivatsiya, innovatsion o'qitish usuli, amaliy ko'nikmalar.

Аннотация. Целью данной статьи является исследование методических аспектов использования учебных экскурсий в образовательном процессе в сфере туризма и гостеприимства. Опыт обучения в формальных и неформальных поездках повышает интерес, знания и мотивацию студентов. Роль преподавателя в планировании, реализации определяет, как экскурсия повлияет на успеваемость студентов.

Ключевые слова: учебная экскурсия, туризм, мотивация, инновационный метод обучения, практические навыки.

Annotation. The purpose of this article is to study the methodological aspects of the use of study tours in the educational process in the field of tourism and hospitality. The experience of learning on formal and informal trips increases the interest, knowledge and motivation of students. The role of the teacher in planning, implementation determines how the excursion will affect student performance.

Key words: study tour, tourism, motivation, innovative teaching method, practical skills.

Индустрия туризма в Узбекистане стремительно развивается. Правительство поддерживает туристический бизнес, совершенствует туристическую инфраструктуру и принимает меры по упрощению туристических процедур. В то же время туристическая отрасль остро нуждается в высококвалифицированных кадрах. На сегодняшний день ряд вузов страны занимаются подготовкой высококвалифицированных специалистов в сфере туризма. Система высшего образования страны также претерпевает ряд радикальных изменений, включая внедрение кредитно-модульной системы и цифровизацию учебного процесса. Образовательный процесс постоянно совершенствуется за счет введения новых элементов, отвечающих требованиям современного общества. Знания, приобретаемые студентами в образовательном процессе, должны быть действительно цельными и содержать информацию о современных региональных туристских ресурсах, инфраструктуре и наличии перспективных экскурсионных площадок. Необходимо обратить внимание на специфику педагогического процесса подготовки кадров туризма, в котором организация обучения должна включать инновационные формы и методы преподавания.

Будущие профессионалы в области туризма получают специальные знания, навыки и компетенции посредством лекций, семинаров и практикумов. На лекциях студенты получают теоретические знания, охватывающие организационно-методические аспекты туризма. На семинарах у студентов развивается способность логически мыслить и анализировать. Образование должно отвечать вызовам современного развития туристической отрасли. Поэтому использование инновационных образовательных технологий в сфере туризма должно быть ориентировано прежде всего на практику. В связи с этим помимо теоретических знаний необходимо обратить внимание на знакомство с природными ландшафтами и особенностями культурно-исторических ресурсов.

Процесс использования базовых образовательных технологий и их компонентов постоянно совершенствуется за счет внедрения новых элементов, отвечающих требованиям современного общества. Таким образом, можно говорить о преемственности внедрения инноваций в данную сферу деятельности.

Экскурсии – это особая форма внеклассного обучения для изучения темы, которую невозможно успешно продемонстрировать в классе. Цель экскурсии должна определяться исходя из целей учебной программы; экскурсии с посещением природных, культурно-исторических и хозяйственных мест.

Студентам будут полезны экскурсии по любому предмету – экскурсии обогатят студентов набором эмоций и навыков; позволят наблюдать и интерпретировать, применять методы, обсуждаемые в аудитории, собирать данные для будущих исследований и развивать навыки сотрудничества. Связь экскурсий с предшествующим и последующим изложением учебного материала, иллюстрируемого наглядными пособиями, дает представление о практическом использовании знаний. Во время экскурсии на туристические объекты студенты знакомятся с ними непосредственно, что формирует яркие образы и способствует более прочному усвоению научных основ, которые студенты не имели возможности наблюдать непосредственно. Поэтому актуальность экскурсий, как средства формирования будущих специалистов туристической отрасли, не вызывает сомнения.

Экскурсии могут принимать различные формы с точки зрения удовлетворения различных потребностей и содействия углубленному и активному обучению. Ожидаемые образовательные результаты экскурсий делятся на следующие пять направлений:

- Развитие социальных и личных навыков;
- Развитие навыков наблюдения и восприятия;
- Повышение актуальности и содержания обучения;
- Обеспечение личного опыта в реальном мире;
- Обретение внутренней мотивации и интереса к науке.

Учебные экскурсии могут быть эффективным инструментом для достижения многих из вышеперечисленных целей в учебном процессе вуза.

Для более полного достижения учебных целей экскурсии, на наш взгляд, необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

1) Цель должна состоять в том, чтобы ответить на следующие вопросы: 1) почему экскурсия является лучшим способом обучения и 2) что студенты узнают из этой поездки? В идеале эта экскурсия должна быть запланирована в рабочей программе (силлабусе) предмета.

2) Подготовка и планирование. Планирование экскурсии начинается с разработки учебного плана и устанавливает конкретные цели обучения, т. е. те знания и навыки, которые учащиеся приобретут во время экскурсии, а также то, как эти достижения помогут им освоить весь учебный курс.

3) Реальность. Одним из преимуществ экскурсий является то, что они позволяют студентам применить теоретические знания в реальной жизни.

4) Рефлексия. Рефлексия позволяет учащимся организовать и обдумать свой экскурсионный опыт. Как только достигается определенный предел опыта, мышление помогает понять больше, чем дополнительный опыт. Комментарии по

Тому поводу могут быть в форме эссе, экзаменационных вопросов, аналитических отчетов о поездках, статей, критических обзоров путешествий и многого другого. Мобильные устройства имеют множество программ для сбора и обмена данными. Учащиеся могут использовать эти устройства во время путешествий или самостоятельно для создания контента для определенного места.

5) Ориентация и обучение. Тщательное информирование и организация экскурсии помогут студентам в полной мере оценить полученный опыт и оправдать их ожидания.

• Маршрут путешествия. Пробная поездка избавит вас от многих неприятных сюрпризов.

• Необходимая информация для студентов:

- четкое изложение цели поездки;

- разработка правил поведения студентов во время экскурсии (первоначальная подготовка - изучение теоретического материала до экскурсии, а также практических навыков).

• Здоровье и безопасность:

- обмен контактной информацией между студентами и преподавателями в случае потери студента или других чрезвычайных ситуаций;

- службы скорой помощи, контактные данные полиции;

• Логистика:

- время и дата/место встречи и возвращения;

- план питания;

- проверьте прогноз погоды и попросите студентов одеться соответственно.

Убедитесь, что у вас достаточно еды в течение дня.

6) Мониторинг и постоянное совершенствование – призваны своевременно (не в заключении) оценивать эффективность преподавания и понимания студентами предмета, незамедлительно решать проблемы, возникающие в учебно-воспитательном процессе. Этот процесс облегчает коммуникацию учителей со студентами. Отзывы студентов помогут им изменить свой стиль преподавания, чтобы помочь учащимся достичь своих целей обучения в будущем.

7) Оценка. Студенты должны иметь четкое представление о том, что они ожидают получить от экскурсии, и разработать способы измерения достижений в будущих знаниях/навыках/поведении. Это могут быть тесты, презентации, рефераты, экскурсионные проекты, короткие сессии вопросов и ответов, полевые исследования и многое другое.

8) Признание – знания и открытия учащихся должны быть признаны. Обзор и оценка, общая или конкретная, чтобы помочь учащимся понять и отметить свои достижения.

Студенты, участвующие в ознакомительных экскурсиях, получают следующие преимущества:

• повышенный интерес к науке и углубление в специализацию;

• совершенствование концептуальных знаний;

• понимание содержания курса, повышение эффективности курса и интерес к науке;

• повышение уровня коммуникации, компетентности и внутренней мотивации с преподавателями и студентами курса.

В зависимости от цели, предполагаемого результата и содержания познавательные экскурсии подразделяются на следующие виды:

Сбор первичных данных/посещение первичных источников. Учащиеся и преподаватели собирают данные в новой среде с непредсказуемыми результатами обучения. Включение тематического материала позволяет учащимся учиться более

глубоко, чтобы они могли почувствовать подлинность процесса сбора и интерпретации данных. Преподаватели должны быть гибкими и готовыми управлять трудными или неэффективными результатами — например, если данные не показывают каких-либо значительных результатов (или предоставляют результат, который противоречит первоначальным прогнозам преподавателя). Тем не менее, этот опыт может иметь самый высокий потенциал для обучения студентов, поскольку он в некотором смысле создает новые знания.

Управляемое открытие - группа посещает область, знакомую преподавателю, но новую для учеников, и он планирует действия, которые приведут учеников к обнаружению намеченного результата. Студенты должны использовать навыки и концепции, полученные в теоретической части курса, и применять их в новом контексте. Учителя должны подумать о том, как их задания и вопросы помогут учащимся развить навыки высокого уровня, такие как исследовательские навыки и навыки критического мышления. В тоже время этот метод занимает много времени и требует от преподавателя большого потенциала.

Термин «управляемое открытие» (англ. guided discovery). Методика преподавания, согласно которой учитель не просто пытается донести до учащихся некоторую информацию, но и создает условия для более легкого ее усвоения, стимулируя их на активное участие в обсуждении и самостоятельном поиске решения.

В качестве примера рассмотрим экскурсию в эко-центр «Джайран», студентов бакалавриата обучающихся по направлению «Туризм» Бухарского государственного университета по предмету «Экологический туризм».

Студенты собираются в университете в назначенное время и под руководством преподавателя отправляются на экскурсионную площадку. Во время экскурсии студенты знакомятся с объектом и слушают объяснения экскурсовода, записывают рассказ и наблюдения на протяжении всего процесса, собирают иллюстративный материал для доклада.

После экскурсии проводится занятие. Студенты делятся впечатлениями, отвечают на вопросы, заданные преподавателем перед экскурсией:

- с какими уникальными фактами они ознакомились;
- оправдались ли их ожидания от экскурсии;
- удовлетворила ли их квалификация персонала;
- что еще можно сделать во время подобной экскурсии; затем будет подготовлен письменный отчет о поездке с фотографиями и буклетами.

По предмету «Организация экскурсионного обслуживания» мы предлагаем итоговую работу в виде самостоятельно разработанной экскурсии по старому городу или определенному туристическому объекту Бухарской области. Под руководством преподавателя студент предварительно выбирает маршрут, выбирает объекты, составляет технологическую карту, собирает необходимый материал для «Портфолио гида», пишет индивидуальный текст, используя знания, полученные на практических занятиях.

Виртуальная экскурсия - это организационная форма обучения, отличающаяся от реальной экскурсии виртуальным отображением реально существующих объектов с целью создания условий для самостоятельного наблюдения, сбора необходимых фактов и т.д. Преимуществами являются доступность, возможность повторного просмотра, наглядность, наличие интерактивных заданий и многое другое.

Что необходимо учесть при подготовке методического сопровождения к цифровому ресурсу:

- идея экскурсии;
- цели и задачи экскурсии;
- содержание экскурсии;
- маршрут и оформление экскурсии;
- техническая составляющая разработки (навигация, интерактивность в т. ч.);

-результаты и методические рекомендации по использованию ресурса.

Посещение достопримечательностей может положительно повлиять на когнитивные способности, знания, интересы и будущую карьеру учащихся. Анализ опыта работы показал, что использование в образовательном процессе активных форм проведения занятий (экскурсий) способствует развитию воспитательного компонента образовательного процесса, формированию и развитию общих и профессиональных компетенций студентов. Чередование внеаудиторной работы с теоретическими знаниями позволяет достичь высоких результатов при освоении основной образовательной программы, обеспечивает более эффективную самостоятельную работу студентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шадиёв А. Х., Давронов И. О. Роль развития персонала в повышении эффективности услуг и его влиянии на экономику // Вопросы науки и образования. – 2020. – №. 6 (90).
2. Шадиёв А. Х. Факторы, влияющие на развитие экотуризма // Достижения науки и образования. – 2020. – №. 5 (59). – С. 31-32.
3. Davronov I. O., Shadiyev A. K. The cost-effectiveness of improving the quality of hotel services // Academy. – 2020. – №. 4. – С. 40-42.
4. Шадиёв А. Х. Способы улучшения структуры управления в туризме // Вопросы науки и образования. – 2020. – №. 7. – С. 91.
5. Tokhirov J.R. The effective use of state-private partnership in improving the quality of educational services // Вестник науки и образования. – 2020. – №. 6-2 (84).
6. Shoimardonkulovich Y. D. The importance of management in the field of service // Вопросы науки и образования. – 2020. – №. 14 (98).
7. Nurov Z. S., Khamroyeva F. K., Kadirova D. R. Development of domestic tourism as a priority of the economy // E-Conference Globe. – 2021. – С. 271-275.
8. Navruz-Zoda B., Ibragimov N., Rakhmanov A. The Destination Marketing Tools For “Seven Sufi Saints of Noble Bukhara” Pilgrimage Cluster. – 2017.
9. Navruz-zoda B. N., Khurramov O. K. The role of information technologies in digital tourism // International scientific review of the problems of economics, finance and management. – 2020. – С. 22-36.
10. Khurramov O. K., Fayzieva S. A., Saidova F. K. Features of electronic online market in tourism // Вестник науки и образования. – 2019. – №. 24-3. – С. 18-20.
11. Khurramov O. K., Boboqulov A. A. Digital tourism plays an important role in economic development // Наука-эффективный инструмент познания мира. – 2019. – С. 9-10.

Бердибекова Амина
Докторант 1-курса ОП «Туризм»
ЕНУ им. Л.Н.Гумилева

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ НА ПРИТОК ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ТУРИСТОВ В РЕСПУБЛИКУ КАЗАХСТАН

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizmga ta’sir etuvchi iqtisodiyot tarmoqlaridan biri bo’lgan turizm sohasiga siyosiy vaziyatning ta’sirlari keltirilgan.

Qozog`iston Respublikasida turizm sohasining rivojlanishi iqtisodiy va siyosiy konyuktura o`zgarishlariga bog`liq ravishda turli o`zgarishlarga duch kelmoda. Mamlakatda yuz bergan yanvar voqealari soha rivojiga salbiy ta’sir ko`ratishi mumkin degan tahlika mavjud, shu ma`noda muallif, maqolada yanvar voqelariga oid xavotirlarini yoritgan.

Kalit so'zlar: turizm sanoati, barqarorlik va xavfsizlik, destinatsiya, ekskursiyalar.

Аннотация. В представленной статье описывается влияние политической ситуации на такую отрасль экономики, как туризм.

Развитие туристской отрасли в РК подвергается разным изменениям в зависимости от экономической и политической конъюнктуры. Есть опасения, январские события произошедшие в стране могут негативно повлиять на развитие отрасли, в этом контексте автор, определяет свои опасения в представленной статье.

Ключевые слова: туристская отрасль, стабильность и безопасность, дестинация, экскурсии.

Annotation. This article describes the impact of the political situation on such a branch of the economy as tourism.

The development of the tourism industry in the Republic of Kazakhstan is subject to various changes depending on the economic and political situation. There are fears that the January events that occurred in the country may adversely affect the development of the industry, in this context, the author defines his concerns in the presented article.

Keywords: tourism industry, stability and security, destination, excursions.

Развитие туристской отрасли в РК подвергается разным изменениям в зависимости от экономической и политической конъюнктуры. За начальным этапом, изменений, которые не облегчили всесторонние экономические реформы, появились другие, которые зачастую, непоследовательно реализовывались или тонули в гуще противоположных интересов.

Согласно Индексу Преобразований (Transformation Index) ВТИ 2020, изданному Фондом Бертельсмана, Казахстан занимает место в среднем поле среди экономик рассматриваемых государств (100-е место из 137 по политическим реформам, 54 из 137 по экономическим реформам) [1]. Конкретно по части политических преобразований страна отнесена к автократиям жесткой линии.

Низкая результативность реформ привело к тому, что 2 января 2022 года, в Казахстане вспыхнули массовые протесты против повышения цен на газ. Протесты начались с Мангистауской области и быстро распространились по всей стране и привели к тому, что митингующие стали ставить политические требования. 4 января 2022 года, массовые беспорядки начались в Алматы и в стране было объявлено чрезвычайное положение.

Все эти деструктивные изменения, естественно, влияют на все процессы в стране. В частности, для развивающегося туристского направления, в первую очередь.

Казахстан, всегда ассоциировалась политически стабильной страной в Центральной Азии, что было основным критерием привлекательности для туристов. Однако январские события, а также освещение данных событий в международных средствах массовой информации в негативном ключе подрывают сложившийся имидж и международную репутацию Казахстана как безопасного и стабильного туристского направления.

Политическая стабильность и безопасность являются важнейшими условиями для туризма: даже простая угроза таких событий, как гражданские беспорядки и терроризм, может заставить туристов пересмотреть свое решение посетить дестинацию. Влияние политической нестабильности на туристский сектор является как немедленным, так и потенциально долгосрочным. Кроме того, при некоторых обстоятельствах нестабильность в одной стране может оказать влияние на туристский сектор соседних стран.

В результате может образоваться порочный круг: политические волнения приводят к снижению спроса, частные инвестиции сокращаются по мере того, как инвесторы теряют доверие, а государственные инвестиции сокращаются по мере того, как проблемы безопасности приводят к изменению приоритетов фондов. Это приводит к снижению готовности страны как туристского направления и дальнейшему снижению ее привлекательности для туристов.

Эксперты Всемирной туристской организации ООН (UNWTO) выделили три вида дестабилизации туризма, которые обусловлены политическими причинами:

- глобальная продолжительная дестабилизация, вызванная военными действиями или непрерывными террористическими актами;

- постоянная напряженность и неопределенность в туристических маршрутах;
- единичные явления терроризма, кратковременные беспорядки.

Также было выявлено, что особенно острое влияние политическая нестабильность региона имеет на развитие экономики, которые получают больший вклад от туризма во внутренний валовой продукт (ВВП).

Согласно исследованиям Мая (2017) Таиланд и Малайзия являются странами, которые привлекают самое большое количество туристов и обладают самыми высокими доходами от сферы туризма в Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (далее – ASEAN). Однако в 2014 году число туристов в Таиланде расценивалось как кризисное, основной причиной которого являлись демонстрации и военный переворот, которые оказали влияние на сферу туризма и снизили количество туристов на 6,67% в соответствующий год.

Томчевская-Попович Н., и Квирини-Поплавский Л., (2021) утверждают, что въездной туризм в Украине сократился примерно на 12 миллионов туристов в год с присоединения Крыма к Российской Федерации (далее – РФ) в 2014 году. Данная цифра была взята из статистических данных, которые в сумме дает около 60 миллионов потерянных международных туристических прибытий за 5-летний период (2014-2019). Даже учитывая меньшую предполагаемую ежегодную потерю объема в 8 миллионов туристов, общая сумма за 5 лет составляет 40 миллионов.

Согласно исследованиям Иванова и др. (2017) с 2015 года политическая нестабильность приводит к негативным последствиям для туристической индустрии в Украине не только в регионах, соседствующих с районами конфликтов, но и к стране в целом, хотя первые затронуты в большей степени, чем вторые.

В январе 2011 года в Тунисе произошла «Жасминовая революция», это вызвало обострение внутривнутриполитической обстановки в стране, и тем самым прекратило возможность ведения туристической деятельности. В Египте события развивались по «тунисскому сценарию», поэтому с конца января 2011 года потери экономики от спада туристического потока составляли около миллиарда долларов.

По мнению экспертов наибольшей угрозой, возникающей в результате политической нестабильности, является отсутствие чувства безопасности у потенциальных туристов и негативный имидж, создаваемый средствами массовой информации, даже в случае регионов, удаленных от зоны конфликта и безопасных в настоящее время. Однако, военные действия в Крыму закончились в 2014 году благоприятно для РФ. Рекламные кампании по туризму, проводимые в отношении Крыма, были умело сфокусированы на общем языке и истории Крыма и России.

Исследования стран ASEAN показало, что стабильное социально-политическое состояние волнует ту часть туристов, которые ранее не посещали страны ASEAN, в то время как туристы, которые посещали данные государства, не считают, что данная проблема имеет большое значение (Май, 2017). Следовательно, рекламно-информационная деятельность должна регулироваться с целью снизить беспокойство у туристов о проблеме социально-политического состояния и продвижения направления в позитивном ключе.

Хотя первоначальный негативный шок от политических волнений неизбежен, правительства должны быть уверены в том, что сектор туризма может быть постепенно восстановлен, если будут приняты соответствующие меры. Эти меры должны быть нацелены на четыре ключевые заинтересованные стороны, которые влияют на то, решит ли турист посетить пункт назначения: самих туристов, средства массовой информации, туристические предприятия и правительства потенциальных туристов.

Правительствам следует ограничить негативную рекламу в средствах массовой информации о дестинации, когда она преувеличена. В тех случаях, когда предполагаемая ситуация с отсутствием безопасности является более острой, чем реальная, или, когда безопасность восстановлена, необходимо разработать эффективные средства связи для

решения проблем потенциальных туристов. Кампании могут также подчеркивать границы конфликтных регионов и безопасность других районов.

Правительства и компании могут стимулировать спрос на туризм путем снижения цен на туристические продукты и услуги (World Economic Forum, 2015). Например, после взрывов на Бали в 2002 году около трех четвертей отелей снизили цены в среднем на 37%. В Греции, чтобы избежать ощущения незащищенности, вызванного беспорядками и протестами в Афинах, подрывающими туризм в других частях страны, правительство отменило сборы за авиабилеты и билеты на паром и почти вдвое снизило НДС на проживание туристов. Бронирование отелей за пределами столицы восстановилось, так как цены значительно упали.

Однако у стратегий снижения цен есть и обратная сторона. Если они не субсидируются правительством, они часто подразумевают сокращение заработной платы или численности персонала. Что еще более важно, они могут негативно повлиять на воспринимаемую ценность места назначения, затрудняя восстановление, когда ситуация улучшается.

Что касается предложения, правительства могут помочь предприятиям, связанным с туризмом, восстановить обороты после замедления с помощью фискальной политики, кредитов с низкой процентной ставкой и организацией ознакомительных туров для иностранных туроператоров и туристических агентов, чтобы восстановить их уверенность в безопасности дестинации.

Немаловажным фактором является привлечение нового сегмента туристов. Усилия по охвату новых сегментов могут включать изучение технологических новшеств и использование средств массовой информации для облегчения взаимодействия с потенциальными туристами с целью ознакомления с новой дестинацией и мотивирования их для посещения.

При разработке политики в области туризма имеет смысл создавать предложения, ориентированные на различные рынки, чтобы обезопасить сектор в случае политического конфликта, заполнив пробелы туристическим потоком, поступающим с других рынков. Таким образом, диверсификация туристического предложения является ключевой стратегией. Продукты нужно создавать для туристов из разных стран, города необходимо сделать более доступными для иностранных путешественников. Персонал, работающий на объектах, связанных с туризмом, должен быть обучен иностранным языкам.

Другие полезные способы противодействия последствиям политической нестабильности включают улучшение доступа к туристической информации, повышение качества предоставляемой иностранным посетителям информации и продвижение мультикультурного наследия туристических направлений.

Происходящие политические события достаточно резко влияют на выбор места назначения туриста, поскольку одной из задач создания благоприятного туристского климата является обеспечение безопасности путешественников. Согласно Глобальному индексу миролюбия (2021 Global Peace Index), который характеризует страны по уровню безопасности проживания на основании 23 качественных и количественных показателей, Казахстан занимает 67 место из 163 с GPI равным 1.936 и считается сравнительно безопасным государством.

В этой связи, а также учитывая начальный этап развития туризма в стране в целом, предполагается, что январские события не будут иметь большого влияния на темпы развития туризма в Казахстане в целом и в городе Нур-Султан в частности, в долгосрочной перспективе. Однако, стоит рассмотреть возможность продвижения направления на международном рынке в позитивном ключе посредством рекламных кампаний и средств массовой информации.

Список использованной литературы:

1. <https://bti-project.org/en/reports/country-dashboard/KAZ> (2020)

2. Иванов С., Гаврилина М., Уэбстер К., и Ралко В. (2017). Impacts of Political instability on the tourism industry in Ukraine. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* 9(1), 100-127.
3. Май Ч.Ф. (2017), Развитие системы управления гостиничными и туристскими услугами в экономическом сообществе АСЕАН, Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»;
4. Томчевска-Попович Н., Квирины-Поплавский Л. (2021), "Political Instability Equals the Collapse of Tourism in Ukraine?" *Sustainability* 13, no. 8: 4126. <https://doi.org/10.3390/su13084126>
5. Флетчер Д., Моракабати Е. (2008), Tourism activity, terrorism and political instability within the commonwealth: the cases of Fiji and Kenya. *Int. J. Tourism Res.*, 10: 537-556. <https://doi.org/10.1002/jtr.699>

Касимова Фатима Тулкуновна доцент (PhD)
кафедры Экономика промышленности и менеджмент
Ташкентский химико-технологический институт,
Ашурметова Нодира Улугбек кизи, студент
кафедры Экономика промышленности и менеджмент
Ташкентский химико-технологический институт

ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

***Аннотация:** в статье рассмотрены динамика развития малого бизнеса и предпринимательства в Узбекистане за последние годы и обращены внимание на их классификации. Обоснована необходимость совершенствования степень их цифровизации, освещается концепции маркетинга развития предприятий малого бизнеса в условиях макроэкономического регулирования конкурентоспособности внутреннего производства.*

***Ключевые слова:** цифровой маркетинг, малый бизнес, маркетинговая стратегия.*

***Аннотация:** Мақолада кейинги йиллар Ўзбекистонда кичик бизнес ва тадбиркорлик динамикасини ривожланиши кўрилган ва уларни турланишига эътибор қаратилган. Уларнинг рақамлашиши даражасини такомиллаштиришининг зарурлиги асосланган, макроиқтисодий тартиблаштиришига ёндашиши шароитида ички ишлаб чиқариши рақобатбардошлигида кичик бизнес ривожланишининг маркетинг концепцияси ёритиб берилган.*

***Калит сوزлар :** рақамли маркетинг, кичик бизнес, маркетинг стратегияси.*

***Annotation:** The article considers the dynamics of development of small business and entrepreneurship in Uzbekistan in recent years and draws attention to their classification. The need to improve the degree of their digitalization is substantiated, the concepts of marketing the development of small businesses in the context of macroeconomic regulation of the competitiveness of domestic production are highlighted.*

***Keywords :** digital marketing, small business, marketing strategy.*

Введение.

Малый бизнес и частное предпринимательство является одним из важных драйверов развития экономики, повышения занятости и доходов населения. В целях поддержки субъектов данной сферы за последние годы были приняты более 50 Указов и Постановлений Президента Республики Узбекистан. Малый бизнес в период карантина в 2020-2021 гг. переживал нелегкие времена.

Показатели деятельности малого бизнеса и предпринимательства Узбекистана приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Показатели деятельности малого бизнеса и предпринимательства Узбекистана

Годы	Объем промышленной продукции, млрд. сум.	Объем строительных работ, млрд. сум.	Численность занятых, тыс.чел.	Объем розничного товарооборота, млрд. сум.	Объем рыночных услуг, млрд. сум.
2014 г	30907,0	13944,9	9950,8	50197,8	40187,4
2015 г	39643,5	16954,0	10170,4	61972,3	47269,6
2016 г	50654,5	19671,0	10397,5	78935,6	61346,2
2017 г	61367,8	22469,4	10541,5	92973,0	69212,7
2018 г	87962,0	37451,7	10128,8	114896,4	83344,4
2019 г	83344,2	53960,9	10313,4	138926,7	103106,6
2020 г	100769,9	63614,9	9938,2	160085,3	112743,5

Несмотря на кризис, связанный с пандемией коронавирусной инфекции, объемы малого бизнеса и предпринимательства в Узбекистане в 2020 г. в различных отраслях имеют тенденцию к увеличению. Об испытываемых трудностях свидетельствует снижение численности занятости в малом бизнесе и предпринимательстве (рис.) [3].

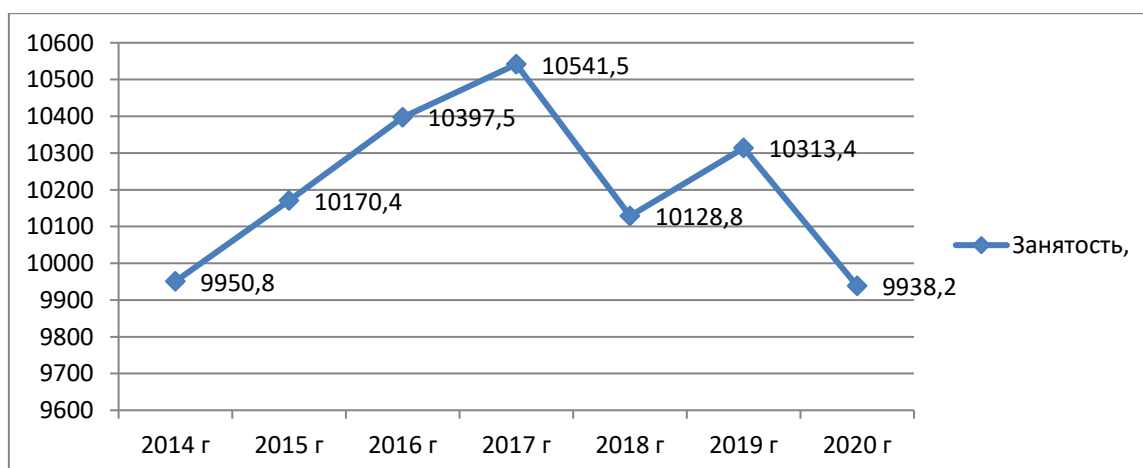


Рис. Динамика численности занятых в малом бизнесе и предпринимательстве Республики Узбекистан

На рисунке проиллюстрировано, что в 2020 г. из-за пандемии количество работающих в малом бизнесе Узбекистана снизилось до уровня 2014 г.

Правильно выбранные концепции маркетинга в малом бизнесе помогают предпринимателям выйти из кризисной ситуации, связанной с пандемией. Маркетинговая стратегия — это процесс, который происходит постепенно, по мере рассмотрения внутренней и внешней среды бизнеса, его окружения и т. д. После этого создается определенный план, который устанавливает ориентир бизнеса на определенный сегмент рынка или покупателей, основные конкурирующие фирмы, проблемы и слабые стороны, а также возможности сильной стороны предприятия.

Главным преимуществом малого предприятия является эластичность. Хотя у компании может и не быть значительного количества материальных ресурсов для вложения в развитие маркетинговой стратегии, у нее есть возможность оперативно реагировать на сложившуюся ситуацию и принимать быстрые решения.

В конкурентной борьбе малым предприятиям необходимо использовать свои главные преимущества: территориальную маневренность, мобильность, гибкость, близость к потребителю. Правильный выбор стратегии для малого предприятия является очень важным условием его успешного функционирования.

В таблице 2 приведены стратегии, которые наиболее часто используются предприятиями малого бизнеса в Республике Узбекистан.

Таблица 2.

Стратегии, используемые предприятиями малого бизнеса в Республике Узбекистан

Название стратегии	Особенности реализации для малого бизнеса
Портфельная стратегия	Выпуск товаров, взаимно дополняющих друг друга, обеспечение роста прибыли от такой комбинированной продажи
Стратегия оптимального размера	Освоение мелкомасштабных рынков, на которых крупное производство неэффективно
Стратегия контрактации	Заключение контракта с крупным производством по поводу аутсорсинга на участках мелкосерийного или мало технологичного производства
Франчайзинг	Приобретение лицензии на деятельность, осуществляемую от имени франчайзера (крупного предприятия с известным брендом)
Стратегия усиления горизонтальных взаимодействий малых предприятий	Взаимодействие малых предприятий с похожим типом производства. Такой альянс малых предприятий способствует снижению затрат и реализации совместных капиталоемких проектов.
Продуктовая стратегия	Продвижение продукта малого бизнеса и формирование группы лояльных клиентов
Ценовая стратегия	Ориентация на среднюю цену, отказ от повышения цены, обеспечение необходимого уровня рентабельности для позиционирования продукции или услуг как лучших за невысокую цену.
Стратегия распределения	Определение своей целевой аудитории и работа с ней, работа над привлекательностью товара для покупателя и постоянный контроль за сбытом
Стратегия продвижения	Наиболее простые и относительно дешевые виды рекламы: смс и e-mail рассылки, реклама в социальных сетях, листовки.

С появлением и постоянным развитием новых технологий и интернета, владельцы малых фирм и компаний сейчас имеют в своем распоряжении множество инструментов для содействия продаже своих товаров. Подобные инновационные стратегии, основанные на цифровом маркетинге, дают предпринимателям возможность расширить их спектр мер по организации и стимулированию сбыта как никогда раньше путем охвата более широкой целевой аудитории, создания соответствующего и привлекательного контингента и наиболее точного выявления желаний потребителей.

Цифровой маркетинг также известен как «входящий маркетинг» и почти полностью базируется на использовании интернета. Путем использования Web-сети, социальной и мобильной технологии, компании могут предоставлять выгодные предложения на каждом этапе цикла закупки. Предприятия и потребители имеют возможность более эффективно взаимодействовать друг с другом через цифровые каналы, позволяя малому бизнесу глубоко взглянуть в то, как же работают их маркетинговые программы. Субъектам, готовым применить цифровой маркетинг в своей деятельности, следует знать о том, что существует много различных составляющих «входящего маркетинга», каждый из которых должен быть отдельно рассмотрен для определения наиболее оптимального для их оперативных целей.

Одним из наиболее важных составляющих цифрового маркетинга является веб-сайт. Наряду с тем, что малые предприятия и торговые компании упорно стараются открывать реальные местоположения, не менее важным представляется также, чтобы они имели всегда обновлённые, информативные сайты. Так как веб-сайт действует как центр, куда со всех сторон будут поступать потоки информации - от социальных сетевых сервисов до поисковых систем.

В Республике Узбекистан имеется огромное количество малых предприятий, функционирующих в различных отраслях экономики, в которых занято около 10 млн. человек, в связи с чем лавинообразное развитие цифровой среды и ее доступности для населения, способствует успешному внедрению цифрового маркетинга в малом бизнесе и предпринимательстве как наиболее перспективного, эффективного и доступного для малого бизнеса направления маркетинга.

Цифровой маркетинг может быть весьма эффективно применен в различных сферах бизнеса, таких как гипермаркеты (Makro), торговых онлайн-магазинов (Torg.uz), компаниях по выпуску различной техники (Артель, Roison), телекоммуникационных компаниях (Билайн, Ucell), сфере туризма, гостиничных услуг, образования, банковского дела.

Основой цифрового маркетинга, на котором базируется как электронная, так и традиционная торговля товарами и услугами, является доверие, которое является решающей переменной в электронной торговле, способное остановить продажу товара или услуги предпринимателя, или, наоборот, стимулировать ее. Возникновение электронных каналов коммуникации привело к возникновению понятия «электронная лояльность».

Однако, большей частью именно эта составляющая транслируется большой аудитории через сеть Интернет при помощи отзывов на различных сайтах, и социальных сетях. Все чаще пользователи товаров и услуг пользуются интернетом, чтобы поделиться своим опытом. Например, туристы используют EWOM (от английского electronic word of mouth), или отзывы об отеле и его услугах в Интернете, своеобразное электронное «сарафанное радио», потому что это основной источник информации, снижающий риски в процессе онлайн покупки услуг, связанных с путешествиями и проживанием.

Н.В. Линдер называет следующие элементы, определяющие EWOM:

- предметом обсуждения является личный опыт пользователей гостиничных услуг;
- общение происходит при помощи различных платформ в сети Интернет;
- информация предназначена аудитории, не ограниченной временными и географическими границами;

- отличительной характеристикой данного взаимодействия является анонимность;
- имеются сложности в определении достоверности источника;
- содержание EWOM напрямую влияет на решение о совершении покупки [3].

В частности, электронная лояльность относится к двум понятиям:

- намерение или готовность потребителя повторить онлайн покупку одного и того же продукта, услуги или бренда или рекомендовать его через Интернет, мобильный телефон или социальные сети, даже если он выкуплен и рекомендован через другой сайт (электронная лояльность к продукту или месту назначения, электронная лояльность к услуге);
- намерение повторить покупку на том же сайте (или нескольких сайтах) и рекомендовать ее через Интернет, мобильный телефон или социальные сети, даже если это не один и тот же продукт, услуга или бренд (электронная лояльность к сайту).

Список литературы

1. Ефремова Т.А., Артемьева С.С., Макейкина С.М. Особенности, тенденции и перспективы цифровой трансформации экономики: мировой и национальный опыт // Теория и практика общественного развития. 2021. №1 (155) с.55.
2. Составлено автором на основании данных сборника Цифровая экономика: 2021: краткий статистический сборник/ Г.И. Абдрахманова, Ц75 К. О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2021, с.55
3. Сайт международной компании McKinsey <https://www.mckinsey.com/featured-insights/2020-year-in-review>
4. Составлено автором на основании данных The Digital Economy and Society Index (DESI) [Electronic resource] // European Commission. – Mode of Access: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>. – Date of access: 03.06.2021.
5. Richard Cantillon, Essai sur la Nature du Commerce en Général (French and English) [Электронный ресурс] <http://oll.libertyfund.org/titles/cantillon-essai-sur-la-nature-du-commerce-en-general--7> Тюнен И.Г. Изолированное государство. М.: Экономическая жизнь, 1926, с.124.
6. Усманова Н. Ю. Развитие малого бизнеса и частного предпринимательства в Республике Узбекистан / Н. Ю. Усманова, А. Ф. Иргашев. // Молодой ученый. 2016. № 13 (117). с. 529.
7. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике https://stat.uz/uploads/docs/kichik_biznes_iyun_ru.pdf.
8. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. - М.: Эксмо, 2007, с.69

Ражапов Хайрулла Бекдурдиевич
Урганч Давлат университети, мустақил тадқиқотчи

ОЗАРБАЙЖОН РЕСПУБЛИКАСИ БАЛИҚЧИЛИК СОХАСИДА КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИ АЙРИМ ХУСУСИЯТЛАРИНИ ЎЗБЕКИСТОНДА ҚўЛЛАШ

Аннотация. Мазкур мақолада Озарбайжон Республикасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик тушунчалари, балиқчилик соҳасини ривожлантиришда кичик бизнес ва тадбиркорликнинг ўрни ва жиҳатлари, шарт-шароитлари, имкониятлари, муаммолари ёритилган.

Калит сўзлар: кичик бизнес, хусусий тадбиркорлик, балиқчилик, балиқчилик хўжалиги, балиқ маҳсулотлари, экспорт, импорт, ялпи ички маҳсулот, хусусий мулк.

Аннотация. В данной статье описаны понятия малого бизнеса и частного предпринимательства в Азербайджанской Республике, роль и аспекты малого бизнеса и

частного предпринимательства в развитии рыбной отрасли, условия, возможности, проблемы.

Ключевые слова: малый бизнес, частное предпринимательство, рыболовство, рыбная хозяйства, рыбная продукция, экспорт, импорт, валовой внутренний продукт, частная собственность.

Annotation. This article describes the concepts of small business and private entrepreneurship in the Republic of Azerbaijan. The article also illustrates the role and aspects, conditions and opportunities, as well as problems of small business and private entrepreneurship in the development of the fishing industry.

Keywords: small business, private entrepreneurship, fishery, fish industry, fish products, exports, imports. gross domestic product, private property.

Мамлакат аҳолиси фаровонлигини таъминлашда аҳоли барча қатламлари ва ижтимоий гуруҳлари имкониятларини тенглаштиришга қодир бўлган иқтисодиётнинг очиклиги, динамик равишда ўсиш имкониятларининг муҳим мезони, миллий иқтисодиёт ривожининг ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланадиган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик (КБХТ) эканлигини жаҳон мамлакатлари тажрибаси яққол намоён қилмоқда.

Ҳорижий мамлакатлар тажрибаси, кичик бизнес ва тадбиркорликнинг иқтисодиёт очиклигини, динамик равишда ривожланишини, аҳолининг барча қатламлари ва ижтимоий гуруҳлари имкониятларини тенглаштирувчи, фаровонликни таъминлашда муҳим мезон сифатида қаралишидан дарак беради.

Шу билан бирга КБХТ нисбатан паст даромадлилик билан биргаликда юқори меҳнат интенсивлиги, шахсий ресурсларнинг чекланганлиги натижасида кучли рақобат хавфининг ошиши туфайли янги техника ва технологияларни жорий қилишдаги ўзига хос мураккабликлар каби хусусиятларга ҳам эгадир.

Озарбайжонда тадбиркорлик фаолиятининг ривожланиши 1918-йилгача турли соҳаларда содир бўлди ва бу фаолият 1990-йилгача тўхтатилди. Ўтмишга назар ташлар эканмиз, Озарбайжонда тадбиркорлик фаолияти жуда қадимий тарихга эга эканлигини кўрамиз. Айтишимиз мумкинки, тадбиркорлик озарбайжонликларнинг генетик маъносидир. Чунки Озарбайжонда азалдан тадбиркорлик анъаналари мавжуд. Ўтган асрнинг бошларида Озарбайжонда миллий буржуазиянинг Х.З.Тагиев, М.Нагиев каби вакиллари ва бошқалар тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланганлар.

Озарбайжон Республикаси иқтисодиётида тадбиркорликнинг қуйидаги шакллари амал қилади:

- 1) Якка тартибдаги тадбиркорлик
- 2) Коллектив тадбиркорлик
- 3) Давлат мулки

Тадбиркорликнинг ушбу турларининг фаолияти Озарбайжон Республикасининг Фуқаролик кодекси билан тартибга солинади. Тадбиркорлик назариясини чуқур таҳлил қилишнинг иккита асосий тамойили мавжуд. Улардан бири хўжалик тайёрлаш тарихи билан шуғулланувчи олимларнинг назарий мулоҳазаларини ўрганишдир. Улар бошиданок назарий муаммолар билан шуғулланиб, бу борада ўзларининг амалий фикрларини билдиришган. Иккинчи тамойил - ўтмиш ва ҳозирги замонни илмий умумлаштириш. Улар тадбиркорлик фаолиятининг шаклланиш жараёнини аниқлаш имконини беради[1].

Тадбиркорликнинг асосий белгиларига қуйидагилар киради:

➤ хўжалик юритувчи субъектларнинг автономлиги ва мустақиллиги. Ҳар қандай тадбиркор муайян масала юзасидан қарор қабул қилишда эркин, албатта, ҳуқуқий нормалар доирасида;

➤ иқтисодий манфаатдорлик. Тадбиркорликнинг асосий мақсади максимал фойда олиш имкониятини олишдир. Шу билан бирга, тадбиркор юқори даромад олишда

ўзининг соф шахсий манфаатларини кўзлаган ҳолда, жамоат манфаатларига эришишга ҳам ҳисса кўшади;

➤ иқтисодий таваккалчилик ва жавобгарлик. Ҳар қандай ҳолатда, энг кўп тасдиқланган ҳисоб-китоблар, ноаниқлик ва хавф сақланиб қолмоқда. Тадбиркорликнинг санаб ўтилган энг муҳим белгилари ўзаро боғлиқ ва бир вақтнинг ўзида ишлайди.

Кичик ва ўрта бизнесни қўллаб-қувватлашнинг асосий усуллари куйидагилардан иборат:

1) кичик ва ўрта бизнесни қўллаб-қувватлаш учун ариза беришнинг декларатив тартиби;

2) кичик ва ўрта бизнесни рағбатлантириш инфратузилмасининг барча кичик ва ўрта бизнес субъектлари учун тушунарлилиги;

3) кичик ва ўрта бизнесни кенгайтириш бўйича давлат дастурларида, кичик ва ўрта бизнесни кенгайтиришнинг ҳудудий дастурларида, шаҳар дастурларида олдиндан белгиланган мезонларга мувофиқ кичик ва ўрта бизнеснинг бир хил ёндашуви. кичик ва ўрта бизнесни кенгайтириш, тегишли дастурларда иштирок этиш учун

4) рағбатлантириш тартиб-таомилларининг очиклиги.

Озарбайжон Республикаси Президентининг 2016-йил 21-апрелдаги Фармони билан бандлик, ишбилармонлик муҳитини ривожлантириш, тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш каби стратегик масалаларда тадбиркорларнинг жамиятдаги ролини рағбатлантириш мақсадида 2016-йил 25-апрел Озарбайжонда “Тадбиркорлар куни” сифатида ташкил этилган.

Мустақилликка эришгандан сўнг республикада мамлакатни саноат-инновацион ривожлантириш бўйича муҳим дастурлар, республика ҳудудларини ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш бўйича Давлат дастурлари муваффақиятли амалга оширилди, ер ислоҳоти, соғлиқни сақлаш ва таълимни ривожлантириш дастурлари амалга оширилди. Аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш тизимини ислоҳ қилиш, уй-жой ва йўл қурилиши ва ҳоказолар. Пировардида Озарбайжон аҳолиси фаровонлигининг ўсиш суръатларига ижобий таъсир кўрсатди.

Ижтимоий-иқтисодий ислоҳотларнинг амалга оширилиши натижасида Озарбайжонда ишлаб чиқариш ва ижтимоий соҳада сезиларли ютуқларга эришилди, мамлакатда ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиёти ривожланди, маҳаллий тадбиркорлар синфи шаклланди.

Республикада қисқа вақт ичида тадбиркорлик фаолиятининг мақбул рентабеллигини таъминлайдиган ва рақобатбардошлик тамойилларига асосланган ишбилармонлик муҳитини яратиш, мамлакатнинг инвестицион жозибадорлигини ошириш, тадбиркорлик субъектлари фаолиятини такомиллаштиришга қаратилган қонунчилик ва бошқарувни такомиллаштириш ишлари амалга оширилди. Шунингдек, Озарбайжоннинг халқаро рейтинглардаги мавқеини яхшилаш борасида ҳам. Бу борада «Doing Business» (“Бизнес юритиш”) ҳисоботида Озарбайжон эришган муваффақиятларни қайд этишимиз мумкин.

Бизнес юритишнинг қулайлиги мамлакатдаги иқтисодий барқарорлик ҳолатини тавсифловчи энг машҳур умумий иқтисодий кўрсаткичлардан биридир. Жаҳон банкининг 2018-йил 31-октябрда эълон қилинган «Doing Business» ҳисоботида Озарбайжон Республикаси бизнес юритиш бўйича 32 ғоғонага кўтарилиб, 25-ўринни эгаллади. Ушбу рейтингнинг ижобий тенденцияси бизнес юритиш, молиявий ресурсларнинг мавжудлиги, шунингдек, миноритар акциядорлар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш соҳасидаги позициянинг сифат жиҳатидан яхшиланиши билан боғлиқ бўлди.

Бизнес юритиш қулайлиги рейтинги[2], 2018 йил

Давлатлар	Ўрин (190 давлат орасида)	Балл (0-100)
Янги Зеландия	1	86,59

Озарбайжон	25	78,64
Арманистон	51	72,56
Грузия	6	83,28
Қозоғистон	28	77,89
Туркия	43	74,33
Россия	31	77,37

2019 йил давомида кредит ресурсларининг мавжудлиги бўйича Озарбайжон Республикаси 122-ўриндан 22-ўринга, миноритар акциядорлар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш бўйича эса 8 ғонага кўтарилиб, 2-ўринга кўтарилди.

“Бизнес юритиш” рейтингда “Тартибга солиш сифати ва самарадорлигини баҳолаш” субрейтинги алоҳида эътиборни тортади. Ушбу рейтингда Озарбайжон анча юқори ўринларни эгаллайди: «корхоналарни рўйхатга олиш» бандида - 7-ўрин, «мулкни рўйхатга олиш» бўйича - 22-ўрин, «миноритар инвесторлар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш» бўйича - 36-ўрин, солиққа тортиш бўйича – 34-ўрин, кредитлар олиш бўйича - 109-ўрин, «халқаро савдо» бўйича – 94 ўрин.

Озарбайжонда сўнгги йилларда эришилган сиёсий барқарорлик, шунингдек, мамлакат ижтимоий-иқтисодий ҳаётида ислохотларни амалга оширишга кўмак бўлиб хизмат қилаётган ижтимоий-иқтисодий база, Озарбайжон иқтисодиётини яқин келажакда иқтисодиёти энг рақобатбардош элликта давлат қаторига киритиши мумкин.

2014-2017 йилларда Азарбайжан иқтисодиётидаги тадбиркорлик субъектлари сони[3]

№	Категория	2014	2015	2016	2017
	Корхоналар ва ташкилотлар сони	94563	100325	107358	118594
	Кичик корхоналар сони	75119	79037	86514	96684
	Якка тартибдаги тадбиркорлар	519860	576906	685406	794441

Ялпи ички маҳсулот ҳажми бўйича Озарбайжон МДҲ давлатлари орасида Россия, Украина, Қозоғистон ва Ўзбекистондан кейин 6-ўринни эгаллайди. Озарбайжон ялпи ички маҳсулоти ҳажми Кавказ минтақасидаги қўшнилари – Арманистон (3,6 марта) ва Грузия (3,7 марта)дан сезиларли даражада юқори.

Йиллар бўйича Озарбайжон ЯИМ ҳажми[4]

Йиллар	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
млн. манат	53 995	57 708,2	58 977,8	54 380	60 425,2	70 135,1	80 092	81 896,2	72 432,2
%	102.2	105.8	102.8	101.1	96.9	100.1	101.4	102.5	95.7

2021-йилнинг 11 ойи давомида ялпи ички маҳсулот ҳажми 80 688,2 миллион манатни ташкил қилди.

2021-йил 11 ойлик ялпи ички маҳсулотнинг таркиби[5]:

- ✓ саноат - 41,6%
- ✓ савдо; автомобилларни таъмирлаш - 10,1%
- ✓ транспорт ва сақлаш - 7%
- ✓ қишлоқ, ўрмон ва балиқ хўжалиги – 6,4%
- ✓ қурилиш – 4,9%
- ✓ ахборот ва алоқа – 1,8%
- ✓ туристларни жойлаштириш ва овқатланиш - 1,2%
- ✓ маҳсулот ва импортга соф солиқлар - 8,8%

✓ бошқа тармоқлар - 18,2%

Балиқчилик хўжаликлари ривожини таъминлашда кичик бизнес ва тадбиркорликнинг ўрни ва аҳамияти катта ҳисобланади

Озарбайжоннинг энг йирик тармоқларидан бири бу Балиқчилик тармоғидир.

Балиқчилик хўжаликлари ривожини таъминлашда кичик бизнес ва тадбиркорликнинг ўрни ва аҳамияти катта ҳисобланади

Озарбайжон кўп йиллардан буён минтақада аквакультура бўйича етакчи бўлиб келган. 70-йилларнинг охири 80-йилларнинг бошларида Озарбайжонда йилига 40-60 минг тоннага яқин балиқ етиштирилди, асосан сазан балиғи. Ўша пайтда ҳар бир кишига йилига тахминан 8-10 килограмм балиқ тўғри келган. Бугунги кунда бу кўрсаткич 2,5 килограммни ташкил этади.

Озарбайжон Республикаси еттинчи балиқчилик зонасига киради ва аквакультуранинг ривожлантириш учун энг қулай иқлими билан ажралиб туради. Каспий денгизининг республика ҳудудидаги қирғоқ чизигининг узунлиги 955 км, Кура, Аракс дарёлари, Мингчаур, Шамкир ва бошқалар каби улкан сув ҳавзалари, денгиз, чучук сув аквакультураси, шунингдек, ҳудуддаги катта-кичик кўллар фаол ўзлаштириш имконини беради. Озарбайжонда асосан сазан, ўтхўрлар, турли хил осётр ва лосос балиқ турлари етиштирилади[6].

Озарбайжон Республикасида аквакультура Экология ва табиий ресурслар вазирлиги тасарруфидаги давлат корхоналари, хусусий тадбиркорлар, жисмоний ва юридик шахслар томонидан амалга оширилади. Айни пайтда Экология ва табиий ресурслар вазирлиги тизимида 12 та давлат балиқ инкубатори ишлаб турибди. Улардан 4 таси ўстирилган балиқларни табиий сув ҳавзаларига, хусусан, Каспий денгизига чиқариш учун балиқ турларини кўпайтиришга ихтисослашган.

Каспий денгизи ва Кура дарёсининг қуйилиш қисми балиқларга бой, шу жумладан, осётр балиқ зотларига ҳам.

Каспий денгизи ва Кура дарёсининг балиқ захираларидан фойдаланиш заводлари Аран иқтисодий районида (балиқ консервалари ишлаб чиқариш заводи) фаолият юритиб, унинг таркибига Мингачевир, Хожигабул киради.

Бундан ташқари, Ланкаран-Астара иқтисодий районидаги Ланкаран балиқ заводи, Губа-Хачмаз иқтисодий районидаги Худат балиқ заводи балиқ маҳсулотларини қайта ишловчи асосий корхоналар ҳисобланади. Республика сув ҳавзаларида, чучук сувли кўлларда, шунингдек, бошқа сув хўжаликларида балиқ етиштириш корхоналари мавжуд бўлиб, уларнинг кўп қисми Нефтчала вилояти ҳудуди ва Кура дарёсининг қуйилиш қисмида жойлашган. Сансу ва Хожигабул кўлларида ҳам балиқ етиштирилади.

Энг йирик Банкинский балиқ заводи Кура дарёсининг қуйилиш қисмида жойлашган. Бу ерда балиқ овланиб, қора икра ишлаб чиқарилади.

Балиқ ва балиқ маҳсулотлари ишлаб чиқариш билан 10 та корхона, шу жумладан, 2 та хорижий корхона шуғулланади. “Novsan Balig Konserv” ОАЖ, “Caspian Fish So Azerbaijan” масъулияти чекланган жамияти ва бошқа йирик корхоналар шулар жумласидандир. 2010-йилда 1,7 миллион сўмлик маҳсулот ишлаб чиқарилди. 1999 йилдан 2010 йилгача бўлган давр учун нодавлат секторининг улуши икки баравардан ортиқ ошиб, 99,8 фоизга етди. 366 киши меҳнат қилаётган ушбу соҳага оид корхоналарнинг аксарияти Абшерон ярим ороли ҳудудида, жумладан, Боку шаҳрида, Ланкаран ва Нефтчала вилоятларида жойлашган. 2010-йилда Россияга 0,2 минг тонна музлатилган балиқ, Германия, Швейцария ва бошқа мамлакатларга 0,3 тонна осётр балиғи икраси экспорт қилинган. Балиқларнинг икра экспорти 2005 йилга нисбатан 97,3 фоизга ёки 10,6 тоннага камайган.

Озарбайжон Республикаси Давлат божхона қўмитаси ҳисоботларига кўра, 2019-йил давомида республикага балиқ, қискичбақалар, моллюскалар ва бошқа сув умуртқасизлари импорти 23,789 миллион долларга баҳоланган, бу эса ўтган 2018-йилга нисбатан 21,4 фоизга кўпдир.

Қарама-қарши йўналишда - Озарбайжондан - балиқ, қисқичбақалар, моллюскалар ва бошқа сув умуртқасизлари савдоси мамлакатга атиги 679 минг доллар олиб келган. Шундай қилиб, аҳолининг денгиз маҳсулотларига бўлган талабини қоплаш учун республикадан 23 миллион доллардан ортиқ маблағ ўзлаштирилган.

Таққослайдиган бўлсак 2018 йилда Озарбайжонга 19,6 миллион долларлик денгиз маҳсулотлари импорт қилинган, экспорт эса 521 минг долларга баҳоланмоқда.

Озарбайжон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотида кўра биргина 2019 йилнинг ўзида мамлакатда балиқ етиштириш ва муҳофаза қилишга 2,268 миллион манат сарфланган.

Ушбу маблағнинг 89,7 фоизи сунъий балиқ етиштириш корхоналари фаолиятига, 10,3 фоизи балиқчилик хўжаликларида мелиоратив тадбирларга йўналтирилган[7].

Озарбайжонда балиқ ва бошқа сув биологик ресурсларидан фойдаланиш қоидаларига мувофиқ 151 юридик ва жисмоний шахсларга 1185,8 тонна балиқ овлаш учун квота берилганига қарамай, 2019 йилда 1176,6 тонна балиқ овланган, бу 2018 йилга нисбатан 27,1 фоизга камдир.

Тутилган балиқларнинг умумий массасида 694 т шпрот (килька), 105,7 т. кутум, 81,3 т селд, 69,9 т кефал, 59,7 т плотва, 40,8 т — лещ, 45,4 т — сазан, 20,0 тонна – карас, 10,0 тонна – судак, 8,2 тонна – шамайка (шемая), 5 тонна – лаққа (сом), 3,4 тонна – вимба (рыбец), 2 тонна – жерех, 31,2 тонна – бошқа турдаги балиқлар[8].

2019-йилда балиқчилар 101,6 минг манат миқдоридан квота тўлаган.

2019 йилда Вазирлар Маҳкамасининг қарори билан мувофиқлаштирувчиси Экология вазирлиги бўлган ишчи гуруҳ тузилган. Ишчи гуруҳ таркибига Қишлоқ хўжалиги вазирлиги, Давлат мулк қўмитаси, Озиқ-овқат хавфсизлиги агентлиги ҳамда 42 туман ижро ҳокимияти кирган. Ишчи гуруҳ томонидан, Республикада сув ҳавзалари инвентаризацияси ўтказилиб, республиканинг барча ҳудудларида 605 та балиқчилик хўжаликлари аниқланган.

Озарбайжонда аҳоли жон бошига йилига атиги 2,5 килограмм денгиз маҳсулотлари тўғри келади, дунёда ўртача 20,3 килограммни ташкил қилади.

2020 йилда Озарбайжон ўзини денгиз маҳсулотлари билан таъминлаш ва энди импортга қарам бўлмаслик мақсадида “Балиқ хўжалигини ривожлантириш давлат дастури”ни ишлаб чиқди, унда ички истеъмол учун балиқ етиштириш кўзда тутилган.

Жаҳон кўрсаткичларига эришиш учун мамлакатда йилига 200 минг тонна балиқ етиштириш зарур. Барча талабларга риоя қилган ҳолда, 5-10 йил ичида аҳоли жон бошига йилига 10 килограмм денгиз маҳсулотлари тўғри келиши мумкин. Ҳозирда Японияда бу кўрсаткич йилига 100 килограммни, Хитойда эса 70 килограммни ташкил этади[9].

Фақат ҳовуз деҳқончилигида балиқ етиштириш орқали яхши натижаларга эришиш мумкин эмас, шунинг учун давлат дастури денгизда саноат миқёсида балиқ етиштиришни камраб олган.

Озарбайжонда балиқ экспортининг асосий ҳажмига Россия улушига тўғри келади. Бу асосан шпрот балиғи. Кейинги вақтларда Россияга бошқа турдаги балиқлар, жумладан, аквакультурада етиштириладиган осётр балиқлари ҳам етказиб берилмоқда[10]

Ҳозирда Каспий денгизининг заҳиралари 10 баробар камайган. Агар илгари Касбийбўйи мамлакатлари 271 000 тонна шпрот балиғи тутган бўлсалар, ҳозир бу кўрсаткич 10 барабар кам бўлиб, 27 минг тоннани ташкил этади. 2000 йилдан кейин Каспий денгизи экотизимида кучли таназзул кузатилди, бу ҳам антропоген омил – инсон таъсири ҳамда дунёда содир бўлаётган табиий ҳодисалар билан боғлиқ. Инсон таъсири деганда энг аввало, браконьерлар, яъни ноқонуний балиқ овловчилар тушунилади. Шу сабабли мамлакат энди ўзини табиий балиқ заҳиралари билан таъминлай олмайди.

Хулоса қилиб айтганда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик, шу жумладан балиқчилик соҳасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, уни такомиллаштириш масалаларини тадқиқ этиш долзарб ва зарур бўлиб, аҳоли фаровонлигини оширишда катта омил бўлиб хизмат қилади. Шу билан бирга Озарбайжон

Республикаси Балиқчилик соҳасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг айрим хусусиятларини Ўзбекистонда қўллаш мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Azərbaycan Respublikasının Mülkü Məcəlləsi. <http://e-qanun.az/framework/46944>
2. <http://russian.doingbusiness.org/ru/rankings>.
3. Гаджиева С.Т., Основные направления стимулирования малого и среднего предпринимательства в азербайджанской республике. Вестник науки и образования № 6(60). Часть 1. 2019.
4. <https://www.stat.gov.az/> Озарбайжон Республикаси Давлат статистика қўмитаси сайти.
5. <https://news.day.az/economy/1415007.html>.
6. И. Ю. Юнусов, Перспективы развития аквакультуры в Республике Азербайджан. Рыбоводство и рыбное хозяйство №12 2017.
7. <https://www.novoye-vremya.com/ru/posts/detail/potreblenie-ryby-v-azerbaydzhane-rastet-a-ulov-padaet-2020-03-30-184537>.
8. <http://www.massa.az/news/ru/12137/Ctatisticheskie-dannye-po-rybolovstvu-v-azerbajdjane>.
9. <https://az.sputniknews.ru/20200404/rybnoe-hozjajstvo-azerbajjan-423458345.html>
10. <http://casp-geo.ru/v-azerbajdzhanskoj-respublike-planiruyut-perejti-ot-rybolovstva-k-rybovodstvu/>.

**Бойтўраев Олимжон Уройимович,
Наманган муҳандислик-қурилиш институти докторанти**

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ МУАММОЛАР

Аннотация

Технологик инновациялар сўнгги бир неча ўн йилликларда туризм ва меҳмондўстлик саноатининг асосий иштирокчисига айланиб улгурди. Технологиялар инсон меҳнатини инновацион технология билан алмаштириш орқали харажатларни камайтиради. Инновацион технологиялардан фойдаланиш бошқарув самарадорлигини оширади ва мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини яхшилади. Ушбу мақола қуйидаги саволларга жавоб бериш орқали Фарғона водийсининг туризм ва меҳмондўстлик саноатида янги технологик инновациялардан фойдаланишнинг истиқболдаги муаммоларини асослашга қаратилган.

Калит сўзлар: технология, дастур, келажак, муаммолар, Фарғона водийси

Аннотация

Технологические инновации стали основным игроком в индустрии туризма и гостеприимства в последние десятилетия. Технология снижает затраты, заменяя человеческий труд инновационными технологиями. Использование инновационных технологий повышает эффективность управления и улучшает качество обслуживания клиентов. Эта статья призвана обосновать будущие проблемы использования новых технологических инноваций в индустрии туризма и гостеприимства Ферганской долины, ответив на следующие вопросы.

Ключевые слова: технология, применение, будущее, проблемы, Ферганская долина.

Annotation

Technological innovations have become a major player in the tourism and hospitality industry in recent decades. Technology reduces costs by replacing human labor with innovative technology. The use of innovative technologies increases management efficiency and improves the quality of customer service. This article aims to justify the future challenges of using new technological innovations in the tourism and hospitality industry of the Fergana Valley by answering the following questions.

Keywords: technology, application, future, problems, Fergana Valley

Кириш Туризм жаҳон иқтисодиётини ривожлантиришнинг истиқболли йўналишларидан бири сифатида кўрилмоқда. Бутунжаҳон саёҳат ва туризм кенгаши (WTTC 2019) ҳисоб-китобларига кўра, 2019 йилда туризм саноати глобал ялпи ички маҳсулотга 10,3 фоиз ҳисса қўшган ва ўша йили 330 миллиард янги иш ўринлари ташкил этилган. Сўнгги ўн йилликдан бери туризм саноати бир марталик даромадлар, арзон ташувчилар, интернетга асосланган хизматлар орқали саёҳатларнинг фаровонлиги ва виза қоидалари ва ташриф буюриладиган ҳар бир манзилга осон кириш каби бошқа энгилликлар туфайли юксалмоқда. WTTCнинг ҳисоб-китоблари шуни кўрсатадики, Жанубий Осиёда туризм саноати даромадлари 234 миллиард АҚШ долларига ўсган ва ялпи ички маҳсулоти 6,6 фоизга ўсган.

Туризм саноати бугунги кунда дунёдаги энг тез ривожланаётган соҳа бўлиб, даромад ва бандликни таъминлашда салмоқли ўринни эгаллайди. ҳозирда ушбу секторнинг қамровини кенгайтириш учун энг янги ижодий технологиялардан фойдаланилмоқда. Қуйида инновацион технологиялар бўйича туризм саноати олдида турган келажак ва муаммолар ҳақида батафсил муҳокама қилинади.

Технология ва туризм учун долзарб муаммолар. 1960 йиллардан бошлаб интернет орқали технологик давр бошланди. 1990 йилларда смартфонлар, 2010 йилда автомобиль навигация тизими каби мобиль иловалар сайёҳлар учун қулайликларни тақдим этган бўлса, 2010 йиллардан буёғига эса буткул технологик хизматлар таклиф этилмоқда. Кун сайин эътибор берилиб ривожланаётган турли ва хилма-хил маданиятлар, табиий муҳит ва хизмат кўрсатиш сифати хорижий меҳмонларни Фарғона водийси минтақасига жалб қилишда давом этмоқда. Минтақадаги ҳар бир вилоятда туризм саноати сўнгги 3 йилликда ўсиш натижаларига эришаётганлигини кўришимиз мумкин. Ҳудудда туризм ривожланиши учун истиқболли янги йўналишларни тўғри жойлаштириш мақсадга мувофиқ бўлади. Бироқ, туризмнинг ўсиш потенциалига кўплаб омиллар, жумладан, глобаллашув, транспорт ва туризм инфратузилмасидаги ўзгаришлар ва минтақалараро саёҳатларнинг кўпайиши таъсир кўрсатади. Бундан ташқари, бизнинг фикримизча, масалан, виза ва трансчегаравий расмийчиликлар ва ташриф буюрувчи сайёҳларнинг фавқулотда ҳолатлар, масалан, табиий офатлар, соғлиқ учун фавқулотда вазиятлар (эпидемия) ва хавфсизлик муаммолари каби масалаларни ҳал этилганлигини келтириш ўринли бўлади.

Туризм индустриясида технологиянинг афзалликлари. Бугунги кунда технологик инқилоб натижасида яратилган замонавий бозор муҳити аста-секин туризм ва ахборот технологияларига таъсир кўрсатмоқда ва туризм саноатининг маҳсулдорлиги ва рақобатбардошлигини оширишда муҳим аҳамиятга эга. Англиялик олимлар томонидан олиб борилган илмий тадқиқотларга кўра¹ 21-асрда компьютер технологияларидан оператив фойдаланиш туризм саноати учун муҳим жараёнга айланди. Шундай қилиб, туризм индустрияси тез суръатлар билан ўсиб бораётганлиги сабабли технологияга талаб ва таклиф туризм индустриясининг муҳим ҳамкорига айланди. Технология саноат ва жамиятнинг асосий тизимини ўзгартиради.² Бундан ташқари, туризм саноатида технологиядан кенг фойдаланиш операцион самарадорликни ошириш ва харажатларни камайтиришда муҳим роль ўйнайди. Шу сабабли, ахборот технологияларидан фойдаланиш мураккаб муаммоларни ҳал қилишда қўлланилади ва одамлар, ташкилотлар ва саноат ўртасидаги алоқалар бўшлиғини тўлдиради.³

Бугунги кунда саёҳатчилар учун сайёҳлик хавфсизлигини таъминлашда ҳам технологиянинг роли ва ўрни муҳим бўлиб қолмоқда. Шунга қарамай, сўнгги йигирма йил ичида туризмда хавфсизлик масалалари янада катта аҳамиятга эга бўлганлиги шубҳасиз

¹ Sheldon, P. (1994). Information technology and computer systems. In S. Witt and L. Moutinho (eds.), *Tourism Marketing and Management Handbook*. London: Prentice Hall: pp.126–30

² Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism Management*, 19(5), pp.409–421.

³ Buhalis, D. and O'Connor, P. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism Recreation Research*, 30(3), pp.7–16

ҳақиқатдир. Сўнгги йигирма йил ичида дунёда ўзгаришлар жуда катта бўлди, чунки терроризм, маҳаллий можаролар, табиий офатлар, эпидемиялар ва пандемиялар туфайли мудофаа сезиларли даражада пасайганлигини кузатиш мумкин.¹

1950 йилларнинг бошидан оммавий туризмнинг эволюцияси саёҳат ва туризмда хавфсизлик муаммоларини биринчи ўринга қўйиш зарурлигини кўрсатди. Ушбу эволюция жараёнининг муҳим сабаблари:

-биринчидан, саёҳат ва туризм энди чекланган ижтимоий синф ёки минтақада эмас, балки миқдоран ўсиб бораётган ўрта синф тобора кўпроқ иштирок этмоқда. Бу шахсий даромадлар кўпайишининг бевосита натижаси ва фаровонлик даражасининг ортиб бораётганлигидадир.

Ривожланган мамлакатларда бўш вақтдан унумли фойдаланиш. Иккинчидан, туризм бутун дунё бўйлаб тобора кўпроқ мамлакатлар ва минтақаларга етиб борди ва туризм билан нафақат технологик саноатлашган, балки чикувчи туризм оқимини яратишга қодир бўлган давлатлар, шунингдек, учинчи дунё давлатлари деб аталадиган давлатлар ҳам шуғулланмоқда. Туризм улар учун иқтисодий ўсиш сиёсатининг бир қисмига айланиб, транспортнинг тез ва таъсирчан ўсиши (авиация, автомобиль саноати) (географик) ҳаракатчанликни яхшилашга ёрдам берди.

Инновацион технологияларни қўллашдан кейин Фарғона водийси минтақасида туризмнинг қийинчиликлари. Фарғона водийси минтақаси турли хил чўллардан, ўрмонлардан, тоғлардан, шифобахш булоқлардан қирғоқбўйи худудлари ва ўтлоқлар катта табиий ресурсларга ва ўзгарувчан иқлим шароитларига эга. Ўзбекистон аҳолисининг деярли учдан бир қисми ушбу минтақада яшайди. Шунингдек, минтақадаги Андижон ва Фарғона вилоятлари ишсизлик даражаси бўйича 10,9 % билан Қашқадарё, Сурхондарё 1-ўринда - 11,1%, Самарқанд ва Жиззах 2-ўринда - 11,0% билан 3-ўринда туради.² Минтақага тегишли бўлган туманлар географик жиҳатдан ранг-баранг бўлиб, сайёҳларни қизиқтирадиган турли хил маданий, анъанавий ва диний қадриятларга эга. Ушбу минтақа туманлари ўхшаш иқтисодий ва ижтимоий инфратузилмаларга эга бўлиб, улар инсон капитали ва ўзларида мавжуд бўлган барча ресурсларни таъминлаш орқали туризм орқали иш ўринларини яратишга ёрдам беради. Демак, туризм бу минтақада бандлик имкониятларини яратиш ва қамбағалликни қисқартириш учун муҳим соҳадир.

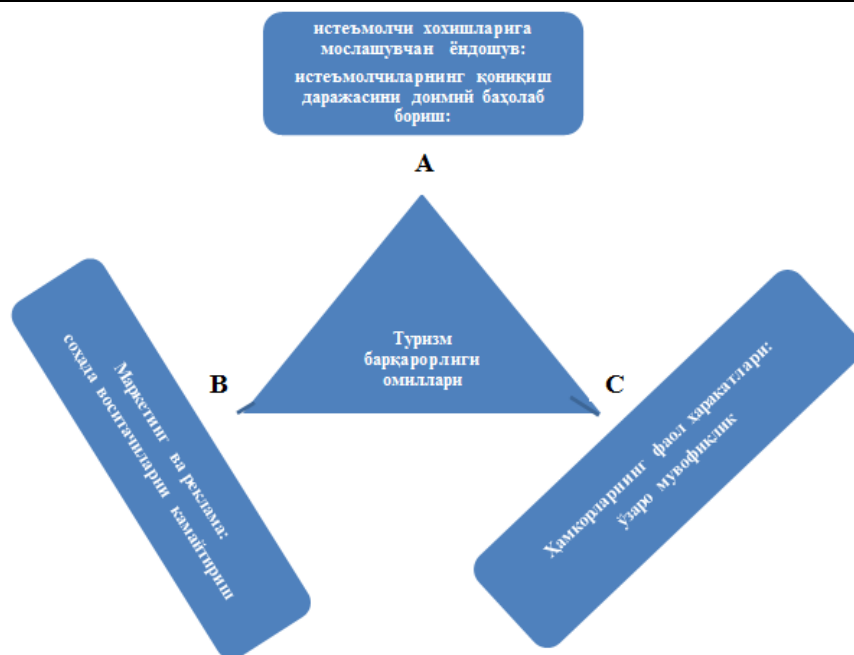
Туризм замонавий дунёдаги энг муҳим иқтисодий, ижтимоий ва сиёсий ҳодисаларни боғловчи алоқа. Ушбу минтақаларда яшовчи шахсларни даромад олиш ва иш билан таъминлаш имкониятларини яратиш учун уларнинг ўзаро манфаатлари ва тушунишларини осонлаштириш орқали бир платформада тўплаш ҳал қилувчи роль ўйнайди. Туризм саноати ўз мижозларига турар жой, дам олиш масканлари, овқатланиш ва транспорт хизматларини кўрсатиш каби муҳим элементларни қамраб олади.³ Бу муҳим даромад манбаи, валюта даромади, иқтисодий ўсиш, барча минтақанинг туманлари учун иш жойларини яратиш имкониятларини яратиш беради.

Охирги ўн йилликда мобил технологиялар тараққиёти туризм саноатида ўз самарадорлигини кўрсатмоқда. Туризм саноатида барқарорликни ушлаб туришга ва иқтисодий ўсишга эришишда мобил технологиялар асосий восита сифатида қаралмоқда. Бу ҳолатда унинг ўрни туризмнинг йўналишлари бўйича маълумотларни тўплайдиган ва бирлаштирадиган, фойдаланувчиларга мобил технологияларни қўллаб-қувватлаш билан сайтдаги бой тажрибаларни таклиф қиладиган ва бозор қийматини яратадиган мустаҳкам тизимга айланади.

¹Kovari, I. and Zimányi, K. (2011). Safety and security in the Age of Global Tourism (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism). APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce, 5, pp.59-61.

² stat.uz маълумотлари асосида.

³ Nawaz, M. A. (2018). Public Investment, Private Investment, Governance and Tourism Growth in Five South Asian Association for Regional Cooperation Countries. Phd Thesis. Kedah: Universiti Utara Malaysia.



1-расм. Туризм барқарорлигига таъсир этувчи омиллар¹

Бундан ташқари, мобил дастурлар смартфондан фойдаланиш учун оптималлаштирилмаган веб-сайтлар билан боғланган тўсикни енгиб чиқади, чунки мобил иловалар осон фойдаланишга мослаштирилган. Турли соҳаларда ва бутун дунё минтақаларида турли хил трансформацион жадаллашиш, тезлашиш, автоматлаштириш, нақд пулсиз ўтказмалар, AR ва VR каби кенг турдаги технологиялардан фойдаланиб келинмоқда. Катта маълумотларни турли хил маълумотлар тўпламларига боғлаш ва яқинлаштириш маълумотларни қайта ишлашни осонлаштиради, ўзаро мувофиқликни таъминлайди ва сайёҳларнинг тасаввур ва инновацияларни ривожлантиради ва ижтимоий медиа ҳамкорликни рағбатлантиради. Смарт қурилмаларнинг ўзаро боғланиши ва ўзаро ишлашидан фойда олади. У манфаатдор томонлар учун қийматни оптималлаштириш учун ижодий дастурлар, товарлар ва процедураларни тақдим этиш учун тизимлар ва маълумотларни қайта лойиҳалаш учун ишлайди. Барча сотувчилар ва воситачиларнинг ҳам давлат, ҳам миқознинг марказлаштирилмаган тармоғи тизимидаги барча бир-бирига боғланган одамлар учун имтиёзлар яратади. Ақлли технологиялар саёҳатчиларга ҳаракатчанлик, визуал, эшитиш ва кўриш орқали жисмоний ва хизмат кўрсатиш муаммоларини енгишга ёрдам бериш орқали саёҳатчиларнинг инклюзивлиги ва фойдаланиш имкониятини оширади, шунингдек, қониқарли тажрибага олиб келади ва сайёҳларнинг содиқлиги ва фидойилигини оширади. Ўзаро мувофиқлик ва ҳар томонлама мураккабликни осон тарзда яратиш, индивидуаллаштириш ва жараёнга мослашиш орқали қиймат ишлаб чиқариш учун жараёнларни бирлаштиришни англатади.

Хулоса ўрнида. Фарғона водийси минтақаси туризм соҳасида ахборот технологияларидан фойдаланишга ва илғор технологик ўзгаришларни биринчи ўринга қўйиш учун янги стратегияларни қабул қилиши зарур. Технология бутун тизимни истеъмолчилар ва рақобатчилар учун сайёҳлик салоҳиятини ўзгартириб, минтақанинг иқтисодий тараққиётига ҳисса қўшади. Инновацион технологиялар улардан фойдаланиш учун янги инфратузилмани ўрнатиш учун сармоёга муҳтож, аммо Фарғона водийси вилоятлари туризм соҳасида ривожланаётган вилоятлар бўлиб, бу соҳани ривожлантиришга кўпроқ сармоё киритиш тадбиркорларни молиявий хатарга қўйиши мумкин.

¹ Тадқиқотчи ишланмаси

Бу ҳолатда соҳани барқарор риволантириш воситаларни топиш ва мавжуд имкониятлардан кенг фойдаланиш орқали мослашувчан инфратузилма манбаларини топиши лозим бўлади.

*Dilmonov Kudrat Bakhtiyorovich,
Researcher at Bukhara State University*

THE IMPACT OF SELF-EMPLOYMENT IN THE SERVICE SECTOR ON THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION

Abstract: This article focuses on the impact of self-employment in the service sector on living standards. The article takes into account the factors influencing the registration of people as self-employed, provides them with various benefits and credit opportunities, as well as the experience of self-employment contributes to the employment of the population.

Keywords: service, service, employment, standard of living, self-employment, credit, labor capacity, capital capacity.

Аннотация: Ушбу мақола хизмат кўрсатиш соҳасида ўзини ўзи банд қилишнинг аҳоли турмуш даражасига таъсирига бағишланган. Мақолада кишиларнинг ўзини ўзи банд қилган шахслар сифатида рўйхатдан ўтишида таъсир этувчи омиллар ҳисобга олинган бўлиб, уларга турли имтиёзлар ва кредитлар ажратиш имкониятлари ҳамда ўзини ўзи банд қилиш тажрибасининг аҳоли бандлигини таъминлашга ҳисса қўшиши назарда тутилган.

Калит сўзлар: хизмат, хизмат кўрсатиш, бандлик, турмуш даражаси, ўзини ўзи банд қилиш, кредит, меҳнат сиғими, капитал сиғими.

Аннотация: Эта статья посвящена влиянию самозанятости в сфере услуг на уровень жизни. В статье учтены факторы, влияющие на регистрацию людей в качестве самозанятых, предоставляются им различные льготы и возможности кредитования, а также опыт самозанятости способствует занятости населения.

Ключевые слова: услуга, услуга, занятость, уровень жизни, самозанятость, кредит, трудоспособность, капиталоемкость.

Today, as a result of the deepening coronavirus pandemic in the world, unemployment is growing sharply in many countries, and socio-economic problems are aggravating. When the World Health Organization announced the start of the COVID-19 pandemic in 2020, it quickly led to an unprecedented global economic and labor market crisis, resulting in huge job losses. As the virus spread around the world, its negative impact on the economy intensified in parallel. As a result, with the closure of large enterprises, organizations and even seasonal jobs, all or part of their income is lost for weeks or months. The scale of these cases is estimated at 12.1 percent of lost working hours worldwide, or 345 million permanent jobs. According to the International Labor Organization, global labor force incomes fell 10.7% in the third quarter of 2020 compared to the fourth quarter of 2019, resulting in a \$3.5 trillion loss. In particular, 76 percent of informal workers employed in the economy were affected by \$1.6 billion.

In this regard, due to the socio-economic nature of our country, the issue of employment does not always lose its relevance, and it is always in the center of attention of the head of state. In particular, the President of the Republic of Uzbekistan Sh.M. Mirziyoyev's resolution No. PP-4742 of June 8, 2020 “On measures to simplify state regulation of entrepreneurial activity and self-employment” is to create additional conditions for the wider involvement of the population in entrepreneurial activity and the implementation of legal labor activity. The list of activities (works, services) for self-employed persons in the annex to the decision has been expanded to 67 in accordance with the annex.

It should be noted that as a result of the inability to find a comfortable job at any enterprise, office or organization, most of our compatriots do not have a permanent salary, but are engaged in various seasonal jobs or earn money by farming. But to date, their activities have not been recorded anywhere. In this regard, there is a problem that in order to receive a pension upon reaching retirement age, work experience is not required.

Human labor, whether in production or in the service sector, is so multifaceted and complex that it cannot be assessed by any indicator or direction. This can be assessed in several ways. In this regard, the young scientist O.M. Paradaev considers it appropriate to consider the service sector in the following nine areas:

- in terms of labor force;
- in terms of creating tangible and intangible benefits;
- by the nature of work;
- from the point of view of the state;
- from the point of view of society;
- in terms of GDP creation;
- in terms of reproduction;
- from the point of view of the owner;
- from the point of view of the working group.

These areas are inextricably linked. Because there is interest behind it all. Interest, in turn, encourages hard work. Labor, on the other hand, is a key determinant of the number of results. In particular, if we evaluate the labor expended on services from the point of view of labor power, then all labor consists of labor and time spent, for which labor power must be paid, that is, to a certain extent be useful.

The material goods created as a result of the labor of the owner of the labor force serve to satisfy the material needs of the people, and the services provided to them mainly serve to elevate the spiritual world of the people. From this point of view, the structural structure of production is important, it represents different industries, divisions, types of products created and services provided. First of all, production should be divided into material production and non-material production (Fig. 1).

In turn, the sphere of material production consists of the production of material goods (for example, cars, food, clothing, etc.) and the provision of material services (transport, communications, trade, household services, etc.).

The sphere of intangible production is also subdivided into the production of intangible goods (for example, musical works, works of art and science, inventions and discoveries) and the provision of intangible services (legal advice, training, education, etc.). These directions develop interconnectedly and interact with each other.

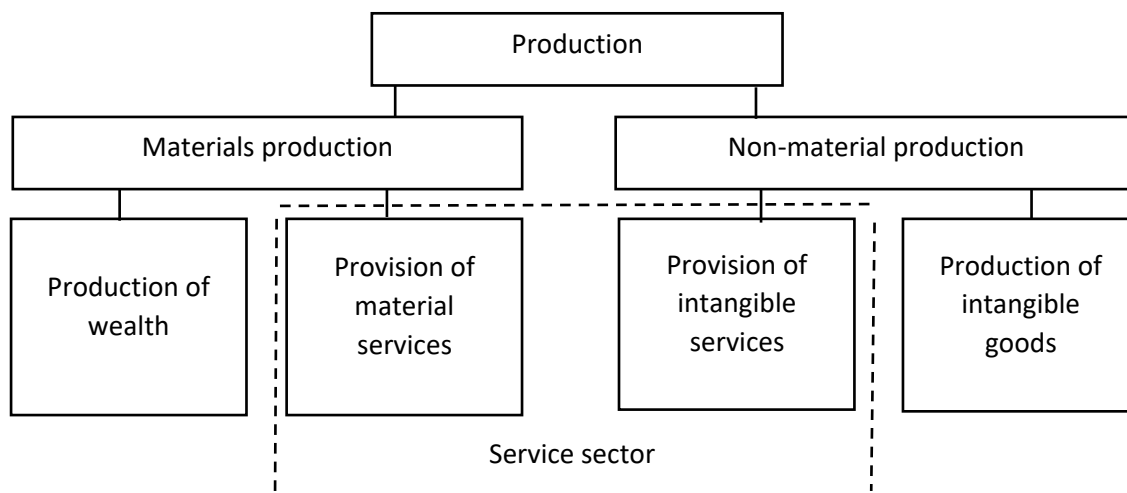


Figure 1. Structura of production

Our research has shown that self-employment in the service sector is a factor in providing employment and improving the welfare of the population, reflecting the characteristics of material production and non-material production. In particular, the production of goods and services can be divided into the following two groups:

1. High-performance goods and services - the production of these types of goods and services requires more labor than capital.
2. Капитал Goods and services with high capital intensity - the production of these types of goods and services requires more capital than labor resources.

Obviously, after registering as self-employed, they should be provided with various benefits and loans, taking into account the high labor and capital intensity, by assessing the possibility of producing goods and services. This is due to the fact that many factors influence their registration as self-employed (Fig. 2).

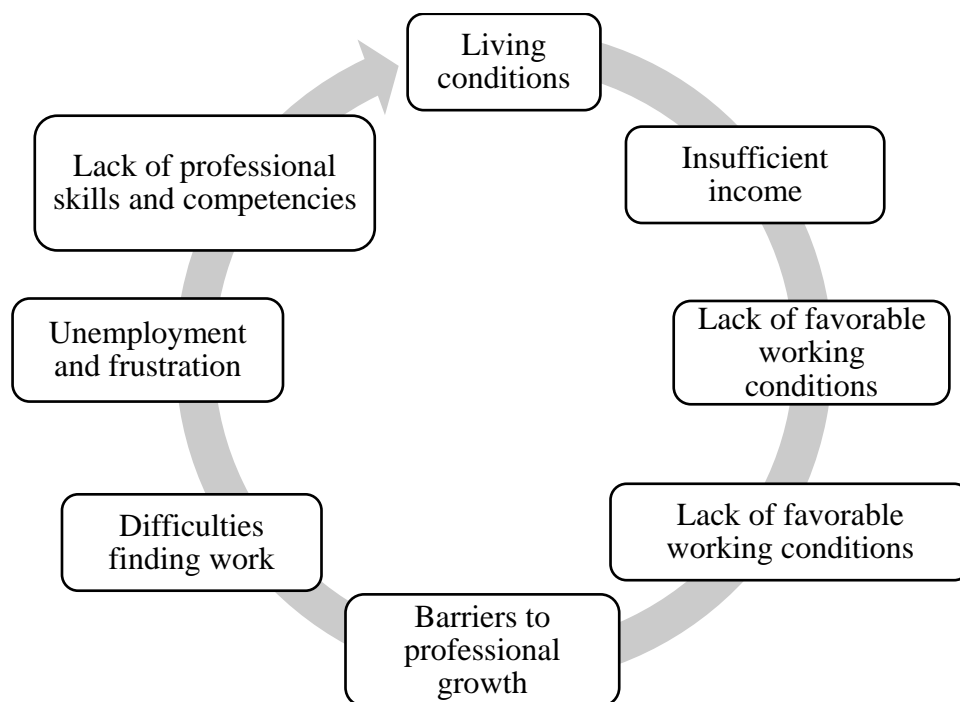


Figure 2. Factors affecting registration as self-employed

This situation is also covered in the State Program until 2020, which provides for the need to create a number of benefits for self-employed citizens. So who are the self-employed? What privileges were given to them? Does this experience really promote employment?

Especially recently, the term “self-employment” is often mentioned. So who are they really? Self-employed citizens - individuals who are not registered as individual entrepreneurs and do not use the labor of employees in their activities, who independently carry out activities based on self-employment, to provide services to individuals and legal entities aimed at generating income, are citizens. who are eligible to receive and enjoy incentive benefits.

In a word, the employment of the population of the country is a key factor in the formation of incomes of the population. In particular, a significant increase in the total income of the population in the country in January-December 2020 occurred mainly due to labor income (income of employees and income from self-employment), which accounted for 69.3% of total income and 25.5% due to a significant change in the proceeds from foundation transfers. The nominal growth rate of income from labor activity amounted to 115.1% compared to the corresponding period of 2019 and ensured an increase in the total nominal income of the population by 10.5%. Employment income consists of income from employees and income from self-employment.

REFERENCES

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 8 июндаги ПҚ-4742-сонли «Тадбиркорлик фаолияти ва ўзини ўзи банд қилишни давлат томонидан тартибга солишни соддалаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори \\ lex.uz.
2. World Health Organization (WHO) Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard, <https://covid19.who.int/>
3. О.М.Пардаев. Маҳсулотларни сақлаб сотиш хизматлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари. – Т.: «Fan va texnologiya», 2017, 8-9 бетлар.
4. Shodmonov Sh.Sh., G'ofurov U.V. Iqtisodiyot nazariyas: Darslik.– Toshkent.: IQTISOD-MOLIYA, 2010. - 42 b.
5. J.R. Tokhirov. Interaction factors for improving the quality and efficiency of educational services based on public-private partnership. WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS, 2021
6. Мясенко В.И. Востребованность и профессиональная адаптация выпускника на рынке труда региона / В. И. Мясенко, Т. А. Елисеева // Вестник РАЕН (ЗСО). - 2005. - № 8.
7. Xiao, E. A. (2017). Understanding employment to entrepreneurship transitions among women working in the tech industry (Order No. 10265799). Available from Publicly Available Content Database. (1933044244).

Komiljon Khodjaev
Master's degree student of joint educational program of
Bukhara State University and
Kazan (Volga region) Federal University in the direction of "Human Resources
Management"

SOUTH KOREAN EXPERIENCE IN IMPROVING THE PUBLIC SERVICE SYSTEM IN UZBEKISTAN

Annotation. The article is devoted to such a current problem as improving the system of recruitment for local authorities. The experience of public administration reforms in the Republic of Korea is considered in detail. The stages and achieved results are analyzed. And also recommendations are given on the implementation of this experience in the Republic of Uzbekistan.

Annotatsiya. Maqola mahalliy hokimiyat organlariga kadrlarni tanlash tizimini takomillashtirish kabi dolzarb muammoga bag'ishlangan. Koreya Respublikasida davlat boshqaruvini isloh qilish tajribasi atroflicha ko'rib chiqilgan. Bosqichlar va erishilgan natijalar tahlil qilingan. Shuningdek, ushbu tajribani O'zbekiston Respublikasida joriy etish bo'yicha tavsiyalar berildi.

Аннотация. Статья посвящена такой актуальной проблеме, как совершенствование системы подбора кадров для органов местного самоуправления. Подробно рассмотрен опыт реформ государственного управления в Республике Корея. Анализируются этапы и достигнутые результаты. А также даны рекомендации по внедрению данного опыта в Республике Узбекистан.

Keywords: South Korea, public officials, civil servant, reforms.

Kalit so'zlari: Janubiy Koreya, davlat amaldorlari, davlat xizmatchisi, islohotlar.

Ключевые слова: Южная Корея, представители власти, государственный служащий, реформы.

There is no concept of public or civil servant in South Korean public administration, but in the system of governance, the institutional powers and procedures for the activities of public servants are reviewed by the executive branch.

The legislation of the Republic of Korea has enacted “State public officials act”, “Public service ethics act”, “Code of conduct for public officials” and “Public officials pension act”, regulating the state of civil service.

Based on these laws, by-laws include Decree “On the appointment of public officials”, Decree “On public officials appointment examinations”, Decree “On disciplinary action against public officials”, procedures for appeals. Some types of public service are regulated by special acts, such as police and military service. Public service procedures are also regulated by “Government organization act”, “Board of audit and inspection act”, “Court organization act”, “Prosecutors’ office act” and others. At the local level, it is regulated by laws similar to the “Local public officials act” and acts of state importance.

It should be noted that the “Code of conduct for public officials” in South Korea imposes various restrictions on the conditions of employment of public officials, movement in the service, and compliance with these restrictions is strictly controlled. For example: use of illegal property, receipt of funds, abuse of position by public officials during service and others. Article 2 of South Korean “State public officials act” divides public servants into two classes.

First Class Approved Servants. These include: prosecutors, judges, and others. They follow the general service classifier and perform their service duty conscientiously throughout their career. The second class is elected and approved by the National Assembly. These include: political servants. Employees in this category are hired as long as they adhere to the standards of a political classifier to manage senior management.

Article 2 of “State public officials act” also states that senior civil service is selected from high-ranking officials for these public positions to organize the high level of management in the management of the government.

Article 22 of this Act states that the classification of civil servants may be amended by Presidential Decree of South Korea

On the bases of article 46 of this Act, it is stated that the remuneration of public servants shall be determined by rank, by position or by level of duties as well as the set of duties and the degree of responsibility. These include:

- remuneration is based on the standard of living of society, the level of prices, and so on. In addition, the remuneration is to ensure that the private sector’s wages are not less than;
- equality between ranked and non-ranked service must be taken into account;
- the salary in the remuneration of public officials, excluding those determined by Acts, shall be determined by Presidential Decree;
- no money or valuables may be paid as remuneration of public officials, unless it is provided for by this Act.

The following matters concerning the remuneration are reflected by Presidential Decree:

- 1) matters concerning salaries, salary classes, and raises in salary
- 2) allowances;
- 3) payment method, calculation, and payment of remuneration.

Payment of special benefits and bonuses, as well as special salary increases must be based on other legal documents.

The types of remuneration and the order of additional payments are determined by the Presidential Decree.

Article 48 of “State public officials act” states that reimbursement of actual expenses incurred in performing his/her duties must be justified. Unlike the state agency, there is provision in the Article 49 that provides remuneration of person dispatched by institution.

Other methods of remuneration include honorable retirement, as set out in Article 74-2.

Prior to enlistment, the candidate will be screened by South Korean security, who will then take competitive exam to determine his or her professional skills.

According to Article 33 of “State public officials act”, in the Republic of Korea, the civil service is not recruited in the following cases:

- if the person is bankrupt;

- has been convicted of criminal offense;
- has lived in foreign country for five years without a valid reason;
- has removed from previous work by disciplinary action;
- has paid a fine of more than 3 million won;
- listed in narcology;
- has acquired the citizenship of another state;
- if he has health problems.

In South Korea, public officials are promoted to service at 6 levels.

- 1) At Levels 1-4, he promotes because of his personal abilities and work approach.
- 2) At levels 5-6, civil servant takes an exam.

Article 71 of “State public officials act” sets out the reasons for the temporary dismissal of civil servants. These include:

- when called up for military service;
- when treated for a long time;
- when he/she has been transferred by the labor union to another job in accordance with the act;
- when he/she is employed temporarily by an international or foreign organization;
- when he/she is going to study abroad;
- during pregnancy and care of child under 6 years of age;
- when family member is ill for a long time.

Pursuant to Article 72 of this Act, a period of 3 months to 2 years may be suspended as a result of temporary incapacity for work.

In South Korea, civil servants have the following responsibilities: These include:

- oath (article 55);
- duty of fidelity (article 56);
- obedience to orders given by a superior;
- adherence to religious neutrality;
- non-disclosure of service and state secrets;
- adherence to moral norms;
- maintain dignity;
- leaving the workplace is prohibited (article 58);
- doing business is prohibited (article 64);
- he is obliged to declare and register his property

In 1998, a new era of public administration reform began in South Korea. Management system staff has been reduced, their working principles have been reformed, and the knowledge of civil servants has been raised to higher level. While the public sector has a lot of legislation regulating it, it has been considered ineffective due to high levels of centralization, low mutual transparency, rigidity and low quality competition.

By the year 2000, the following conceptual principles of reform were identified: market-oriented, commitment-oriented, and consumer-oriented. The reform began with reduction in the number of governments, focusing on each branch of government.

In 1953, South Korean President Syngman Rhee was ruled by three times as many civil servants (more than 300 thousand employees) than when Japan ruled Korea.

By 1995, the number of South Korean civil servants was 907,6 thousand. At the time of Kim Dae-jung came to power, South Korean population at that time was 47 million. After the reduction of the number of civil servants in the central and local administrations amounted to 829,8 thousand people.

The reforms affected number of ministries and offices, including the merger of the Ministry of Administration and the Ministry of the Internal Affairs, and the reduction of number of other ministries. In May 1999, the Ministry of Planning and Budget, the government news agency, and the Civil Service Commission were expanded. The Commission operates under the

President and aims to ensure the professionalism and impartiality of civil servants in their appointments.

In January 2001, the third phase of the reform of the Ministry of Finance and Economy and the Ministry of Education with staffing and management reforms was completed, during which the Presidential Commission on Women’s Affairs was transformed into the Ministry of Gender Equality. In addition, the post of Deputy Prime Minister, which was reduced in the first phase, was restored.

Further reforms were aimed at attracting qualified specialists to the civil service within the framework of the concept of “Open Competitive Position System” in order to increase the competitiveness and professionalism of the civil service. In addition, the Public Service Charter was adopted and “single window” civil service system was introduced.

Some experts have acknowledged that the reforms ended in a “rhetorical shortcoming”, with differences in expectations and results.

In particular, although the number of civil servants has been reduced, some of them remain in the public service.

Reforms were carried out in hurry, so not enough attention was paid to the efficiency and competitiveness of the civil service. As a result, in 2001, the following issues became relevant: the expansion of the “Open Competitive Position System”; improving the system of appointing public officials; introduction of new anti-corruption mechanisms; introduction of two-sided accounting system; wide application of information technologies;

As a result of these challenges, by mid-2010, the issue of reforming the Senior Civil Service and its operations had come to the fore.

In February 2010, the United Nations expert group recognized the most transparent “Korean e-Government”.

The reason is that there was an electronic communication between public officials about the citizens’ appeal. Prevention of corruption has been observed in Korea.

The training, professional development and higher education of officials are supervised and coordinated by the Secretary General of the National Assembly and the secretaries of the Constitutional Court groups.

By 2007, the following topical issues of reform had received strong attention. These include, in the system of government – the transition from centralization to decentralization, the freedom of vote and autonomy of various governments; in the recruitment of employees - the transition from a closed system to an open system to determine the suitability for particular position; on the quality of the workforce - the transition from general competence to specific competence based on effective leadership; in terms of the quality of fulfillment of obligations - transition from hakan-based into activity result-based; in the culture of governance - the transition from hierarchy and unilateral relations to democracy and bilateral relations.

In the implementation of the above-mentioned urgent issues, it was considered necessary to do the following:

- maintaining balance between centralized assignments and centralized activities (central control and flexibility of agencies);
- equality between political leadership and political neutrality (legitimacy and duty);
- equality between governance and personal rights.

From the above, it is clear that general positions, levels, uniform rules of service, uniform rights and obligations, restrictions and guarantees, system of remuneration of labor not less than in the private sector.

In formulating and improving the legislation governing the public service in the Republic of Uzbekistan, it is necessary to take into account the positive aspects of the public service in South Korea. In particular, it is necessary to strengthen, first of all, the organizational and legal framework of relations from the moment of entering the public service to its termination. In addition, it is useful to know the high status of this position in the public service, to be loyal to the Motherland and to be protected by the state in all situations for its development, to take into

account that human rights and freedoms, the interests of the state and society are of the highest value, and to comply with all the requirements and restrictions imposed on the public service.

List of References

1. New Public Management and Convergence in Public Administrative Systems: A Comparison between Australia and the Republic of Korea. Brian Dollery (University of New England), Chang W. Lee (Hansung University). Journal of Economic and Social Policy, Volume 9 | Issue 1 Article 2. 7-1-2004. p. 10
2. Республика Корея. Цифры и факты. – Сеул. – 2002.
3. New Public Management and Convergence in Public Administrative Systems: A Comparison between Australia and the Republic of Korea. Brian Dollery (University of New England), Chang W. Lee (Hansung University). Journal of Economic and Social Policy, Volume 9 | Issue 1 Article 2. 7-1-2004. p. 12, 13-14
4. Professional Civil Service of Korean Government. Prof. Chang-hyun Cho, Chairperson. Republic of Korea Civil Service Commission. P. 3
5. Практика создания электронного правительства - мировой опыт. <http://www.svobodainfo.org/en/node/249>
6. National Integrity Systems. Transparency International. Country Study Report. Republic of Korea 2006
7. Restructuring Higher-Level Civil Service in an East Asian Perspective: A Case Study of a New Senior Civil Service in South Korea. XIX International Conference on Training and Development of Senior Civil Servants in Tallinn, Estonia on June 7, 2007. Pan Suk Kim, Ph.D.

Сардор Мадаминов,
Урганч давлат университети
2-босқич магистранти

ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА ХОДИМЛАРНИ БОШҚАРИШ ТИЗИМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Калит сўзлар: Тўқимачилик, тўқимачилик маҳсулотлари, бошқарув, бошқарув тизими, бошқарув жараёнлари, ходимларни бошқариш тизими, унумдорлик.

Ключевые слова: Текстиль, текстильная продукция, управление, система управления, процессы управления, система управления персоналом, производительность.

Keywords: Textiles, textile products, management, management system, management processes, personnel management system, productivity.

Аннотация: Ушбу мақолада тўқимачилик саноати корхоналарида ходимларни бошқариш тизимини такомиллаштириш жараёни ёритилган ва тавсиялар берилган.

Аннотация: В данной статье описан процесс совершенствования системы управления персоналом в текстильной промышленности и даны рекомендации.

Abstract: This article describes the process of improving the personnel management system in the textile industry and makes recommendations.

Жаҳонда тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ташкил этиш, унинг истеъмолчи ҳамда экспорти, сифатини оширишга асосланган йўналишлар бўйича илмий тадқиқотлар олиб борилган. Бугунги кунда тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва унинг бошқарувини такомиллаштириш борасида тадқиқотлар олиб борилмоқда. Республикамізда ҳам тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқаришни жараёнини жадаллаштириш бўйича ислохотлар чуқурлаштилмоқда.

Ўзбекистонда сўнгги йилларда бошқарув тизимидаги ёндашувларни тубдан ўзгартириш, бошқарув муносабатларни тўғри йўлга қўйиш, давлат улушини қисқартириш,

инновацион жараёнларни самарали бошқарувининг халқаро эътироф этилган тамойилларига амал қилиш ва мамлакат рақобатбардошлигини ошириш сингари жараёнларни жадаллаштириш борасида кенг кўламли ислохотлар амалга оширилмоқда. Хусусан, бугунги кунда мамлакатимизда тўқимачилик саноатини самарали ташкил этиш ва уларда бошқарув жараёнларини такомиллаштириш, тармоқ корхоналарини таркибан ўзгартириш ва уларда ишлаб чиқариш жараёнларини диверсификация қилиш, ушбу тармоқда қўшилган қиймат занжирининг тўлақонли шакллантириш орқали корхоналарнинг иқтисодий салоҳиятини ошириш, шу орқали бандликни таъминлаш, аҳолининг даромадлари ҳамда турмуш сифатини оширишга катта эътибор берилмоқда. Ушбу масала 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида ҳам белгилаб берилган.

Стратегияда “Таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш” [1] бўйича устувор вазифаларни амалга ошириш белгиланган. Аввало, ушбу вазифаларнинг ижросини таъминлаш тўқимачилик корхоналари фаолияти билан бевосита боғлиқ бўлиб, бунинг учун горизонтал ва вертикал интеграцияси асосида бошқариш фаолиятини ташкил этиш ҳамда шу орқали бошқариш тизимини такомиллаштиришни тақозо этади.

Кўзда тутилган вазифаларнинг муваффақиятли бажарилиши корхоналарда бошқарув жараёнларини модернизациялаш орқали ишлаб чиқариш ҳажми ва сифатини, корхоналарнинг рақобатбардошлигини ҳамда экспорт салоҳиятини оширувчи бошқарув механизмлари ва моделларини такомиллаштириш йўналишидаги чора-тадбирларини ишлаб чиқишни тақозо этади ҳамда таъсирчан бошқарувни жорий қилиш лозим. Аввало, бошқарув бу менежмент бўлиб, бирор ташкилотга тегишли бўлади. Менежмент фирмани бошқариш санъатидир [2].

Бошқарув бу корхоналарнинг ўз олдига қўйган мақсадига эришиш учун йўналтирилган жараён ва бошқарув фаолияти ҳаракатининг кетма-кет бажарилиши ҳолати бўлиб, туристик фирманинг бир қатор ишлаб чиқариш ва ижтимоий масалаларини ечиш ва уларни амалга ошириш учун зарур бўлади. Ҳамда ушбу ҳаракат бошқарув вазифаларини бажариш, деб аталади

Бошқарув тизимида унинг функцияси дейилганда бошқарувга оид маълум масалаларни ечишга йўналтирилган бир турли ишлар йиғиндиси тушунилади. Бошқарув органлари ва ижрочилар масъулиятли бошқариш функциясини белгилайди.

Бошқарув жараёнлари асосий ва аниқ функциялар орқали амалга оширилади. Бошқача қилиб айтганда, бу умумий ва махсус функциялар сифатида қаралади. Бошқарувнинг асосий функциялари мақсадга йўналтирувчи ва ташкилий ҳисобланади.

Бошқарувни амалга ошириш унга тегишди босқичлар асосида таъминланади. Ушбу босқичларнинг асосини бошқаришнинг бирор-бир даражасидаги маълум бўғинлар йиғиндисини ташкил этиб, у белгисига кўра бошқарувнинг ташкилий тузилмалари кўп босқичли (кўп бўғинли), уч, икки босқичли (бўғинли) бўлади. Босқичлар ва бўғинлар ўртасидаги алоқа вертикал ва горизонтал бўлиши мумкин. Вертикал бўғинлар раҳбарларнинг уларга бўйсунувчилар ўртасидаги муносабатларни, горизонтал алоқалар бошқарувнинг тенг ҳуқуқли бўғин ва унсурлари ўртасидаги муносабатларни билдиради. Шуларга мувофиқ, бошқариш асосида бошқаришни амалга ошириш учун мақсад сари ҳаракатга ундаш ётади. Бу жараён имкониятларни топиш ва мақсад қўйишга асосланади [3].

Бошқарув тизимини ислоҳ қилишга қаратилган эркин рақобат ва аҳолининг турмуш фаровонлигини таъминлаш учун тўқимачилик саноат корхоналарида бошқарув фаолиятини самарали ташкил қилишда ходимларни бошқариш тизимини шакллантириш асосида ходимларни самарали бошқариш муҳим аҳамият касб этади. Сабаби республикаимизда иқтисодий ислохотларнинг ҳозирги даврида ишлаб чиқариш омилларидан оқилона фойдаланиш муаммосига эътибор кучайди. Буни олдини олиш учун

аввало ходимлар меҳнاتини самарали ташкил қилишнинг асосий мақсади ҳам инсон капиталидан унумли фойдаланиш, яъни замонавий бошқарув тили билан айтгандан инсон ресурсларини мотивация қилиш орқали қўйилган стратегик мақсадларга эришиш лозим.

Шунингдек, тўқимачилик саноати корхоналарида ходимларни бошқариш тизими корпоратив йўналишга ҳам эга бўлиши мақсадга мувофиқ. Бунинг учун бошқарув тизимини ислоҳ қилиб бориш лозим. Шунга асосан, корпоратив бошқарув тизимини такомиллаштиришга оид қуйидаги тавсиялар муҳимдир [4]:

- бошқарувни марказлашмаган тизимга ўтказиш;
- ишлаб чиқаришни ихтисослаштириш ва диверсификациялаш;
- хўжалик механизмини такомиллаштириш;
- корхона фаолиятида барқарорликни юзага келтириш;
- рентабелли ишлаётган корхоналарнинг қўшимча акцияларини чиқариш.

Корпоратив тузилмалар рақобатдошлигини оширишнинг муҳим омили инновацион жараёнларни стратегик бошқариш эканлигини кўрсатади. Чунки инновацион жараёнлар стратегияси рақобатчиларга нисбатан мазкур корхона салоҳияти ва кучини мустаҳкамлашга қаратилган, қўйилган мақсадларга эришишнинг ўзаро боғлиқ бўлган тадбирлар мажмуи ҳисобланади [5]. Бу эса корхона инновацион стратегиясини тўғри танлашга, маҳсулот рақобатбардошлигини ошириш механизмларини самарали ташкил этишга, ишлаб чиқариш учун ички ва ташқи инвестицияларни жалб этиш имкониятларини юзага келтиради. Пировард натижада корхоналарнинг рақобатбардошлигини оширишга шарт-шароит яратилади.

Ҳозирги кунда ушбу корхоналарни бошқаришни тизимининг муҳим йўналишларидан бири сифатида унда автоматлаштирилган бошқарув тизимини яратиш ва амалиётга киритиш ҳамда иш вақт йўқотилишининг олдини олиш, ускуналарнинг бекор туриб қолишини қисқартириш, меҳнат ва моддий ресурслардан оқилона фойдаланишга кўмаклашувчи компьютер техникасидан фойдаланишни кўрсатиш мумкин. Ҳамда, ушбу тизимга тегишли навбатдаги вазифа корхонанинг функционал хизматлари ва бўлимлари фаолиятини ортикча тузилмавий бўлинмаларни тугатиш, хизмат кўрсатувчи бўлимларни оптималлаштириш, бирламчи ҳисобга олиш ҳамда ҳисоб-китоб ва бошқа бошқарув амалларини соддалаштириш йўли орқали мувофиқлаштиришдир.

Бироқ, тўқимачилик саноати корхоналарида корхона жамоаси ва ишлаб чиқаришни бошқаришни такомиллаштириш соҳасида барча учун бир хил йўл мавжуд эмас. Мазкур вазифа муайян шароит, ҳолат ва имкониятлардан келиб чиққан ҳолда юзага келади ва ҳал қилинади. Бироқ, бунда ҳам ўзгармас бир қоида мавжуд бўлиб, унга кўра, ҳар бир ўзгартириш, яхшиланиш ва шакл ўзгартиришлар аввалдан ўйлаб чиқилиши ҳамда илмий жиҳатдан асослаб берилиши зарур.

Дарҳақиқат, тўқимачилик саноати корхоналарида ходимларни бошқариш тизими унга ходимларни танлаб олиш жараёнидан бошлаб, уларни карьера тизими бўйича рағбатлантириш жараёнигача бўлган барча босқичлардаги менежмент воситаларини ҳаракатга келтиради. Бунинг учун бугунги кунда мамлакатимизда тўқимачилик саноат корхоналарида ходимларни бошқариш тизимини такомиллаштириш қуйидаги йўналишлардаги чора-тадбирларни амалга ошириш лозим:

- ижтимоий-психологик диагностикани амалга ошириш;
- гуруҳларда ўзаро шахсий ва раҳбарлик муносабатларини таҳлил қилиш ва тартибга солиш, ишлаб чиқариш, ижтимоий ихтилоф ва стрессларни бошқариш;
- кадрларни бошқариш тизимини ахборот билан таъминлаш;
- бандлик тизимини бошқариш;
- бўш ёки вакант лавозимлар учун номзодларни баҳолаш ва ходимларга бўлган эҳтиёжларни таҳлил қилиш;
- кадрлар маркетингини амалга ошириш;
- хизмат мартабасини режалаштириш ва ижтимоий-психологик мослашувни таъминлаш;

- меҳнат жараёнидаги мотивлар ва сабабларни бошқариш;
- меҳнат-хукукий муносабатлар масалаларини тартибга солиш;
- меҳнат психофизиологияси, эргономикаси ва меҳнат эстетикасига амал қилиш.

Бироқ, тўқимачилик саноати корхоналарида хозимларни бошқаришда энг муҳим йўналиш ижтимоий-психологик жараёнларни бошқаришга қаратилиши керак. Ушбу корхоналар фаолиятида қуйидагилар ижтимоий-психологик жараёнларни бошқариш объектлари бўладилар:

- ходимларнинг шахсий таърифлари ва уларнинг рухий-физиологик хусусиятлари;
- меҳнатни ва иш жойларини ташкил қилиш усуллари;
- ходимларни танлаш, жой жойига қўйиш, тайёрлаш ва қайта тайёрлаш тизими;
- ахборот таъминоти ва ундан фойдаланиш;
- ходимларни рағбатлантириш тизими;
- жамоадаги ахлоқий-психологик муҳит;
- ходимларнинг ижтимоий-маиший шароитлари.

Шуларга асосан, тўқимачилик саноати корхоналарида ходимларни бошқариш умумий бошқарув тизимининг бир бўғинига айланиши лозим ҳамда бу худудларнинг ривожланишида муҳим аҳамият касб этиб, бошқарувнинг қуйидаги йўналишларидан иборат бўлади:

- тўқимачилик саноати соҳасида юқори иқтисодий самарадорликка эришиш;
- мавжуд табиий потенциал имкониятларидан тўғри ва самарали фойдалана олиш;
- тўқимачилик саноати соҳасининг сифатли ва унумли бошқарилишига эришиш.

Умуман олганда, Ўзбекистоннинг тўқимачилик саноати иқтисодиётнинг тез ривожланаётган сегментларидан бири бўлибгина қолмай, балки чет эл инвестицияларини жалб қилиш, маҳсулот экспорт қилиш борасида етакчи соҳалардан ҳисобланади. Шу боисдан ҳам, тўқимачилик саноати корхоналарида бошқарувнинг асосий вазифаси жамият ривожланишининг объектив қонунлари талабларини ҳисобга олган ҳолда ва иқтисодиётни бошқариш амалиётини умумлаштириш асосида иқтисодиётни самарали бошқариш учун зарур бир мақсадга йўналтирилган ҳаракатлар тамойилларини ишлаб чиқишдан иборат бўлади.

Мазкур тамойиллар корхонага ўзаро бир-бирига боғлиқ унсурлардан иборат тизим сифатида қаралиши зарур. Корхона ташқи муҳит билан бир-бирига жуда боғлиқлиги туфайли муаммолар осон ва тез ҳал этилади. Бошқа ташкилий муаммолар каби келажакда унумдорликни ошириш муаммоси ҳам комплекс ёндашувни талаб қилади. Унумдорликка ҳам ташқи муҳит ва тизим ўзгариш жараёнининг турли омиллари таъсир этади. Унумдорликни оширишга қаратилган кўплаб уринишлар корхоналар раҳбарлари ўз ҳаракатлари натижасини кўра билмаганликлари сабабли муваффақиятсизликка учрайди. Шунинг учун ҳам, унумдорликни ошириш ва етарлича таъминлаш орқали корхона фаолияти ва унинг бошқаруви жараёнини такомиллаштиришга эришилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида» ги ПФ-4947-сонли Фармони. // www.lex.uz.

2. Ўлмасов А. Иқтисодий билим асослари. – Т.: Гафур Ғулом, 2002. - 48 б.

3. Валижонов Р. ва бошқалар. Менежмент асослари. – Т.: Шарқ, 2002. - 112 б.

4. Матмуродов Ф.М., Гимуш Р.И. Корхона менежменти. Ўқув қўлланма. – Т.: ТАҚИ, 2004. - 83 б.

5. Назарматов О.С. Тўқимачилик саноати корхоналарида инновацион жараёнларни бошқариш услубиётини такомиллаштириш. Монография. - Фарғона: Al-Ferganus, 2021. – 10-11 б.

Батирова Нилуфар Шеркуловна

Ислом иқтисодиёти ва молияси, зиёрат туризми кафедраси катта ўқитувчиси,
PhD, Ўзбекистон халқаро ислом академияси (ЎзХИА),
Ўктам Амонов, ЎзХИА магистранти

ТОШКЕНТ ВИЛОЯТИДА САНОАТИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация. Мақолада инновацион иқтисодиёт шаклланиши шароитида минтақа саноатини ривожлантиришнинг ташкилий иқтисодий механизмларини ривожлантириш йўналишлари ёритилган. Шунингдек, минтақа саноатини ривожлантириш модели босқичларга ажратилган ҳолда таҳлил қилинган. Инновацион фаолиятнинг ҳудудий бошқарув органлари томонидан қўллаб-қувватланиш чора-тадбирлари ишлаб чиқилган. Хулосада минтақа саноатни юқори технологик саноат тармоқларини ривожлантириш бўйича тадбирлар мажмуи берилган.

Калит сўзлар: минтақа, саноат, ташкилий, иқтисодий, механизм, алгоритм, модел, ислохот, мамлакат, иш ўринлари.

Аннотация. В статье описаны направления развития организационно-экономических механизмов развития промышленности региона в условиях формирования инновационной экономики. Проведен поэтапный анализ модели регионального промышленного развития. Разработаны меры по поддержке инновационной деятельности органами местного управления. В заключении приводится комплекс мер по развитию высокотехнологичных производств в регионе.

Ключевые слова: регион, отрасль, организационный, экономический, механизм, алгоритм, модель, реформа, страна, рабочие места.

Annotation. The article describes the directions of development of organizational and economic mechanisms for the development of the region's industry in the conditions of the formation of an innovative economy. A phased analysis of the model of regional industrial development has been carried out. Measures have been developed to support innovation activities by local governments. In conclusion, a set of measures for the development of high-tech industries in the region is given.

Keywords: region, industry, organizational, economic, mechanism, algorithm, model, reform, country, jobs.

Сўнги йилларда амалга оширилаётган барча ислохотлар мамлакат ва унинг ҳудудларида ички бозорни зарур саноат товарлари ва хизматлар билан тўлдирувчи, янги иш ўринлари яратувчи ва ташқи бозорлар учун рақобатбардош саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи рақобат муҳитини шакллантириш ва ривожлантириш муаммоларини ҳал этиш билан бевосита боғлиқ.

Амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар маҳаллий ва хорижий инвестицияларни жалб этиб, ишлаб чиқаришнинг юқори технологияларга асосланган мураккаб турларини йўлга қўйишга қаратилган. Вилоятда саноатни ривожлантиришнинг асосий тўртқиларидан яна бири, “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси” ҳисобланади. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 24 сентябрдаги 802-сонли “2019–2022 йилларда Тошкент вилоятининг саноат салоҳиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори ва яна бир қанча қарорлар қабул қилиниши натижасида саноат ишлаб чиқаришини янада ривожлантиришга эришилди.

Мазкур стратегияда 5 йилда саноат ишлаб чиқариши ҳажмини 1,5 баробар ошириш, ЯИМдаги улушини 36 %га етказиш, қайта ишлаш тармоғининг саноатдаги улушини 85 %га ошириш сингари мақсадлар белгиланган эди. Мустақиллик йилларида вилоят бўйича

130 дан ортиқ қарор ва фармонлар қабул қилинди. Вилоятда эса 2020 йилда саноат ишлаб чиқариши ҳажми 3,8 %га ошди, қайта ишлаш саноати 86,7 %ни, ЯҲМдаги улуши 42,0 %ни ташкил этди. Баъзи қарорларда фақатгина фармацевтика соҳасида юқори технологияли саноат тармоғини ривожлантиришга эътибор қаратилган.

Юқоридаги қарорлар асосида минтақада саноат корхоналарининг ишлаб чиқариш жараёнини амалга ошириш учун керак бўладиган хом ашёни импорт қилишда импорт божларидан озод қилиш, маблағларни модернизация ва техника билан қайта жиҳозлашга сарфлаш, экспорт маҳсулотлари ишлаб чиқариш учун қисқа муддатли кредитлар ажратиш натижасида саноат тармоқларида ишлаб чиқариш янада жадаллаштирилди. Барча тармоқларда бўлганидек саноатда ҳам инновацион ривожланишга алоҳида урғу берилди. Бу даврда саноат тармоқлари ривожланишига таъсир кўрсатувчи муҳим қонун ва қарорлар қабул қилинди. Бу эса вилоятда саноат соҳасини ишлаб чиқариш суръатлари жадал ошаётган соҳалардан бирига айлантирди [1].

Ҳозирги кунда саноат тармоқларини ривожлантиришнинг турли жиҳатларига жавоб берувчи институтларнинг кенг қамровли тизими мавжуд. Бу эса баъзан функциялар такрорланишига олиб келади ва улар фаолиятини мувофиқлаштиришни қийинлаштиради. Бу эса баъзида тармоқни ривожлантиришда жиддий тўсиқлар юзага келишига ҳам сабаб бўлиши мумкин. Минтақада инновацияларни рағбатлантириш ва технологик трансфер марказлари, венчур фондлари, саноатни ривожлантириш марказлари сингари инновацион тузилмаларни шакллантириш орқали саноат мажмуасининг янги ташкилий-иқтисодий механизмини ишлаб чиқиш зарурати тадқиқотнинг асосий вазифаларидан биридир (1-жадвал).

1-жадвал

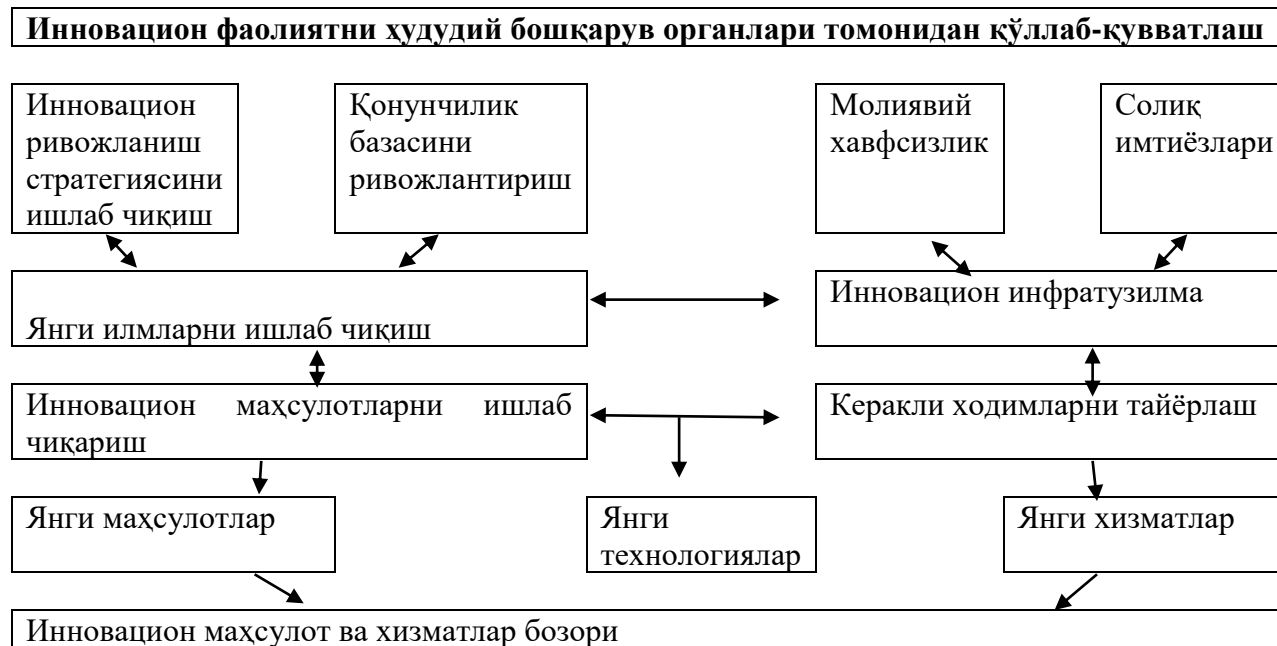
Минтақа саноат мажмуаси инновацион шаклланиши ва ривожланишининг ташкилий-иқтисодий механизми

Иқтисодий механизм		Ташкилий механизм	
Механизм	Тадбирлар	Механизм	Тадбирлар
Рағбатлантириш жараёни	Хусусий мулкчилик шаклларига имтиёзлар ажратиш, инновацион корхоналарга турли имтиёзлар ажратиш	Ахборот таъминоти	Технологик трансфер марказларининг ҳудудий тармоғини яратиш, инновация бўйича илмий техник ахборотлар банкигини ташкил этиш, янгиликларни ёйишнинг самарали механизми, товар, технология ва интеллектуал мулк бозорлари ҳолатини тадқиқ этишнинг ахборот ресурслари, инновация ярмаркалари, форум ва танловлари
Асосий фондларни янгилаш ва қайта шакллантириш	Амортизация фондлари шаклланиши, асосий воситаларнинг маънавий эскирганларини	Минтақа саноат мажмуасини инновацион баҳолаш методикасини ишлаб чиқиш	Инновацион ривожланишни баҳоловчи восита ва ёндашувлар, минтақа саноат мажмуасини омилли

	сотишдан тушган маблағни капиталлаштириш		ва тузилмавий таҳлил қилиш ва рейтингини аниқлаш бўйича ёндашувларни ишлаб чиқиш
Инновацион ривожланишни ҳудудий бошқарув органлари томонидан қўллаб-қувватлаш	ИТТКИни молиявий қўллаб-қувватлаш, давлат буюртмаларини шакллантириш, давлат кафолати, устувор лойиҳаларга субсидиялар ажратиш, инновацион ваучерларни қўллаш	Турли даражадаги инновацион фондларни яратиш	Бюджет маблағлари ҳисобига турли фондларни яратиш, хорижий инвестициялар, саноат корхоналари, аҳоли ва бошқа шахсларнинг маблағлари, венчур фондларини ташкил этиш, саноатни ривожлантириш жамғармаси
Инновацион ривожланишни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш	Корхоналар учун ИТТКИ солиққа тортишнинг оқилона тизими, имтиёзли божхона божларини татбиқ этилиши	Инновацион ривожланишнинг институционал механизмлари	Саноат ишлаб чиқариш субъектлари ва давлат ўртасида самарали алоқани йўлга қўйилиши
Инвестицияларни жалб этиш ва капитални жамғариш	Инновацион-инвестицион лойиҳаларни амалга ошириш, фойдани реинвестициялаш, даромадни капиталлаштиришда имтиёзларни қўллаш	Инновацион дастур ва лойиҳалар	Мақсадли илмий-техник лойиҳаларни амалга ошириш
Инновацияларни иқтисодий рағбатлантириш	Нархни белгилаш, меҳнатни рағбатлантириш тизимини такомиллаштириш, рискни суғурталаш	Инновацион фаолиятнинг ташкилий шакллари	Инновацияни тезда амалга ошириш бўйича ташкилий шакллардан бирини танлаш: бизнес инкубаторлар, технопарклар, технополислар, кластерлар, аутсорсинглар, форсайт марказлари, корпоратив университетлар, кластерларни ривожлантириш марказлари

Амалдаги минтақада саноат тармоғида инновацион сиёсатнинг самараси юқори эмаслигининг асосий сабабларидан бири соҳада институционал базанинг заифлигидир. Биз тақлиф этаётган инновацион фаолиятни ҳудудий бошқарув органлари томонидан

қўллаб-қувватлашнинг тизимли схемаси минтақа инновацион ва технологиялар бозорида ўз ўрнини эгаллашига хизмат қилади (1-расм).



1-расм. Инновацион фаолиятнинг ҳудудий бошқарув органлари томонидан қўллаб-қувватланиши

1-расмдаги жараён билан бир қаторда технологик модернизация учун илмий билимлардан фойдаланиш, илм-фан тушунчасининг аҳамиятини ошириш лозим.

Унинг потенциал истеъмолчилари томонидан юқори технологияли маҳсулотларга талаб ва тўлов қобилияти пастлиги, асбоб-ускуналарни импорт қилишга қизиқиш, шунингдек, ишлаб чиқаришга жорий этиш ёки ишлаб чиқариш даражаси тўлиқ эмаслиги, ўз ишлаб чиқарувчилари томонидан инновацион маҳсулотларни бозорда биргаликда илгари суриш бўйича етарлича фаол ишланмаганлиги билан изоҳланади.

2019 йил 22 июлда “Илм-фан ва илмий фаолият тўғрисида”ги қонун, 2020 йил 2 мартда “2017–2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”ни “Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили”да амалга оширишга оид давлат дастури қабул қилиниши саноат ишлаб чиқаришини оширишда илм-фан ва таълим тизимини ривожлантиришни таъминлашга катта ҳисса қўшди.

Ҳозирги кунда минтақа саноатини ривожлантириш имконини берувчи бир қанча сценарийлар мавжуд. Биз улардан бирини танлашга мажбурмиз. Биринчиси инерцион, яъни саноатни табиий хом ашё ва энергия манбаи асосида ривожлантириш. Бу сценарий асосида ривожлансак, у аста-секин ўз ресурсини тугатиши мумкин. Иккинчи сценарий инновацион технологик ютуқ асосида саноат тармоғини ривожлантиришдан иборат. Бунинг учун ўрта муддатли истикболда инновацион капитал қўйилмалар ҳажмини сезиларли даражада (ҳажм бўйича) ошириш керак. Саноат характеридаги муҳандислик ишлари нолдан яратилиши керак. Саноатнинг моддий-техник базасини модернизациялаш учун янги технологик база ва янги тузилмада асосий воситаларни техник қайта жиҳозлаш бўйича давлат дастурини ишлаб чиқиш керак.

Аввало, минтақада инновацион маҳсулотлар ишлаб чиқаришни таъминлаш лозим. Бунинг учун саноат корхоналарини илмий тадқиқот ва ишланмаларга сарфланувчи харажатларини ЯХМнинг камида 3,0 % (1,5 % – бюджет маблағлари, 1,5 % – бошқа жамғарма маблағлари) га ошириш учун шароит яратиши керак.

Шу муносабат билан таъкидлаш жоизки, илмий тадқиқот ишланмаларини молиялаштириш ҳажми кўпайиши, умуман, иш босқичлари ва турлари бўйича мутаносиб равишда инновацион жараёнларни молиялаштириш кенг кўламда ривожланиши мавжуд бўлгандагина ижобий ижтимоий-иқтисодий самара беради.

Инновацион иқтисодиётга ўтиш шароитида илм-фан ва техника ютуқларидан самарали фойдаланган ҳолда минтақа саноатини ривожлантиришда замонавий инновацион технологияларни татбиқ этишининг тўғри усулини жорий этиш ҳам муҳим шартлардан бири бўлиб қолмоқда [2].

Шунингдек, бу йўналишда устувор лойиҳаларни амалга оширишда давлатнинг қўллаб-қувватлаши муҳим омиллардан бири бўлиб, ИТТКИга давлат буюртмаларини шакллантириш, лойиҳалар учун вилоят даражасида маълумотлар базасини шакллантириш, интеллектуал фаолият натижалари ва уларга тенглаштирилган воситалар ҳимоясини таъминлаш, инновацион фаолиятни қўллаб-қувватлаш бўйича вилоят ҳокимлиги фонди, тадқиқотларни ривожлантириш бўйича бюджетдан ташқари жамғарма фаолиятини ташкил этиш ва мувофиқлаштириш мақсадга мувофиқ.

Шу муносабат билан, вилоятнинг туман ва шаҳарларидаги саноат корхоналарига ноёб ва илғор технологияларни жалб этиш мақсадида технологиялар трансфери марказларини яратиш, қўллаб-қувватлаш ва уларни минтақавий тармоққа интеграциялаш муҳим ҳисобланади. Технологиялар трансферининг минтақавий тармоғи мамлакат даражасидаги тармоққа уланиши лозим. Тармоқдаги ҳамкорликда ишлаш корхоналарга рақобатбардошликни ошириш, янги технологиялардан фойдаланган юқори технологик лойиҳаларни ишга тушириш учун янги ҳамкорларни топиш имконини беради. Биз таклиф этаётган марказ минтақадаги саноат корхоналарини қўллаб-қувватлаш бўйича барча вазифаларни бажаради. Бу марказнинг бош офиси вилоят маркази Нурафшон шаҳрида жойлашиши мақсадга мувофиқ.

Тошкент вилояти саноат мажмуаси келгусида ривожланиши учун кадрлар салоҳиятини ошириш устувор вазифалардан бири ҳисобланади. Меҳнат ресурсларининг рақобатбардошлигини ошириш учун сифатли кадрлар захирасини яратиш лозим. Бу йўналишда муҳим жараён корпоратив университетларни ташкил этиш, корхоналарда сифатли таълим тизимини шакллантириш ҳисобланади [12].

Шу сабабли, фикримизча, вилоятдаги саноат корхоналарини таълим муассасалари билан келишган ҳолда корпоратив университетларни ташкил этиши лозим. Бундай университетлар ходимларнинг техник соҳада изланишларини оширган ҳолда таълим муассасалари ва саноат корхоналарини интеграциялашувига олиб келади.

Минтақадаги саноат мажмуасининг кадрлар салоҳиятини ошириш доирасида аҳолининг тадбиркорлик фаоллигини ҳам ошириш мақсадга мувофиқ бўлиб, минтақа аҳолисининг тадбиркорлик қобилиятини оширишни рағбатлантириш учун тадбиркорнинг ижобий қиёфаси(имиж)ни шакллантириш зарур. Шу мақсадда, вилоятда жойлашган олий ўқув юрлари билан мазкур соҳада бевосита ҳамкорликни амалга ошириб, тадбиркорликни ижтимоий онда барқарор даромад келтирувчи бандлик шакли сифатида қабул қилиш ва тадбиркорлик субъектларининг ўзига хос хусусиятларини акс эттирувчи фаолиятнинг аниқ натижаларини кўрсатиш зарур. Шунингдек, тадбиркор бўлишни хоҳловчи аҳоли ва тадбиркорлар учун махсус сайтлар орқали он-лайн ахборот маслаҳат хизматлари тизимини ривожлантириш зарур.

Минтақадаги саноат корхоналарини давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг яна бир воситаси сифатида солиқ сиёсати воситаларидан фойдаланиш ҳисобланади. Қонун ҳужжатларида саноат ишлаб чиқаришини ривожлантириш учун солиқ ва божхона имтиёзларини ажратиш, солиқ таътилларини узайтириш бўйича чора-тадбирлар кўзда тутилиши лозим. Солиқ сиёсати воситаларидан ташқари кредит сиёсати воситаларидан ҳам фойдаланиш муҳим ҳисобланади [3].

Ишлаб чиқариш ва инновацион инфратузилмалар томонидан тақдим этилаётган хизматлар бозори таҳлиliga кўра, минтақада ҳудудий ишлаб чиқариш гуруҳларини

ривожлантиришга қаратилган ташкилотлар (кластерларни ривожлантириш марказлари) ташкил этиш ҳамда корхоналарнинг самарали фаолияти учун шарт-шароитлар яратиш лозим.

Фикримизча, кластерларни ривожлантириш марказлари ахборот- таҳлилий маълумотларни ишлаб чиқиш, лойиҳаларини амалга ошириш, юқори технологиялардан фойдаланишни таъминлаш, янги маҳсулот ва хизматларни тақдим этиш, маҳсулот учун сертификатлар олишни таъминлаш, кадрлар малакасини ошириш ва қайта тайёрлашни ташкил этиш, саноат паркларини яратиш, қулай шароитни яратиш, юқори технологик иш ўринларини ташкил этиш, солиқ имтиёзларини кенгайтириш, юқори технологик ускуналарни жамоавий олиш марказларини ташкил этиш зарур.

Бундай марказлар ишлаб чиқариш инновацион инфратузилма элементи бўлиб, маҳаллий ишлаб чиқаришни ривожлантириш, юқори технологик саноат маҳсулотлари экспортини ошириш, натижада, минтақа рақобатбардошлиги оширишга хизмат қилади. Минтақа саноатини инновацион ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизми инновацион фаолиятни фаоллаштириш жараёнига асосланади. Саноат корхоналаридаги инновацион фаолият жадаллашувига куйидаги компонентлар: бозор, ресурс, молиявий, мотивацион, ишлаб чиқариш-инновацион инфратузилмани шакллантириш ҳисобига эришилади (2-жадвал).

2-жадвал

Саноат мажмуасида инновацион фаолият компонентлари [2]

Минтақа саноат мажмуасини инновацион фаолияти таркиби				
Бозор блоки	Ресурс блоки	Молиявий блок	Инновацион блоки	Мотивацион блок
Инновацияни сотувчиси ва харидори ўртасидаги алоқа	Интеллектуал ресурслар	Молиялаш манбаси	Инновацион технологик марказлар	Инновация бозоридаги ахборот таҳлилий ҳаракатлари
Янгиликка бўлган талаб ва таклиф	Техник ресурслар	Молиялашнинг ташкилий шакли	Ахборот тизими объектлари	Иқтисодиётнинг реал тармоғига инвестиция бўйича ҳаракатлар
Шартнома нархларини баҳолаш	Кадр ресурслари	Молиявий методлар	Ишлаб чиқариш кластерлари	Ҳаракатлантирувчи ҳатти ҳаракат
Инвесторлар имконияти	Инновацион фаолият учун бошқа ресурслар	Молиявий рычаг ва рағбатлар	ИТТКИ бўлинмалари	Иш самарасини ошириш ҳисобига суғурта бозоридаги ҳатти ҳаракат

Юқоридаги тадбирлар билан бир қаторда, саноат мажмуасини молиялаштирувчи институтларни ривожлантириш ҳам муҳим таркибий қисм ҳисобланади.

Юртимизда ишлаб чиқаришни модернизация ва диверсификация қилиш, рақобатбардош саноат маҳсулотларини ишлаб чиқаришни кенгайтириш борасида бир қатор ишлар олиб борилмоқда. 2019-2020 йилларда Тошкент вилоятининг саноат салоҳиятини ривожлантириш дастурида ҳам бунга алоҳида эътибор қаратилган. Фақат дастурда цемент ишлаб чиқариш, пахта кластерларини яратишга бирламчи, юқори технологик саноат ишлаб чиқаришини ривожлантиришга иккиламчи даражада урғу берилган.

Тошкент вилояти ва унинг туман, шаҳарлари саноат мажмуасини ўрганиш таҳлилига кўра, саноат мажмуасининг ҳозирги ривожланиши экстенсив характерга эга бўлишига қарамай, мавжуд салоҳият юқори технологик маҳсулотларни ишлаб чиқариш имконини

беради. Бу эса тармоқдаги рақобатбардошликни оширади ва минтақа саноатини ривожлантириш стратегиясини ишлаб чиқиш заруратини белгилайди.

Шунингдек, 3-жадвалда муаллиф томондан ишлаб чиқилган минтақа саноатини ривожлантириш модели тасвирлаган. Бунда минтақа саноати ривожланишининг инновацион тараққиёт йўлига ўтиш кетма-кетлиги акс эттирилган. Бу алгоритмдан фойдаланишда Тошкент вилояти саноати корхоналари тузилмаси ҳамда ривожланишининг алоҳида жиҳатларини ҳисобга олиш мақсадга мувофиқ. Бундай мақсадга эришиш минтақа саноатини босқичма-босқич ривожлантиришни талаб этади.

3-жадвал

Минтақа саноатини ривожлантириш модели

Муаммонинг қўйилиши ва минтақа саноатини ривожлантириш моделини ишлаб чиқиш заруратини асослаш		
1. Ахборот базаси ва бошланғич ҳолат таҳлили		
Маълумотларни йиғиш ва минтақа саноатини мавжуд ҳолати таҳлили	Минтақада саноат ишлаб чиқариш ҳолатини ва ривожланиш тенденцияларни таҳлил қилиш	Тармоқдаги муаммоларни аниқлаш ва ривожланиш прогнозларини тузиш
Минтақа саноатини ривожлантиришнинг устувор вазифаларини белгилаш		
2. Минтақа саноатини ривожланиш устунликларини аниқлаш		
SWOT таҳлилини амалга ошириш	Мақсадларни аниқлаш	Устувор йўналишларни белгилаш
Минтақа саноатини ривожлантиришнинг асосий принциплари, механизмлари ва воситаларини ишлаб чиқиш		
3. Минтақа саноат мажмуасини ривожлантириш йўналишларини ишлаб чиқиш		
Минтақа саноат корхоналарида илмталаб ишлаб чиқаришни ривожлантириш	Минтақа саноат мажмуасининг кадр ресурслари ривожланиши ва инвестиция жалб этиш	Ишлаб чиқариш кластерларини ташкил этиш учун шароитларни шакллантириш.
Минтақа саноат мажмуасини ривожлантириш механизмни ишлаб чиқиш		
4. Минтақа саноатини кластерлаш фаолиятини миқдорий ва сифат жиҳатдан баҳолаш		
Кластер коэффициентини миқдор ва сифат жиҳатдан баҳолаш	Ишлаб чиқариш кластерларивожланишининг устувор йўналишларини ажратиб олиш	Кластерларнинг асосий иштирокчилари, мақсад ва вазифаларини ишлаб чиқиш
Технологик модернизациялаш босқичлари, мақсад ва вазифаларини ишлаб чиқиш	Юқори ва янги саноат тармоқларини шакллантириш бўйича тармоқлараро дастурларни шакллантириш	Юқори технологияли саноат тармоғида инновацион фаол корхоналарни шакллантириш
5. Минтақа саноати ривожланишини инновацион тараққиёт йўлига ўтказиш		
Инновацион тузилмалар ва инновацион хизматларни ишлаб чиқарувчи субъектларни кўпайтириш, инновацион жараён иштирокчилари фаолиятини фаоллаштириш		
Вилоятнинг саноат тармоғида ривожланишни таъминлашга йўналтирилган инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва қўллаб-қувватлаш ва бу йўналишда турли хил объектларни ўзаро таъсир қилиш имконини яратиб берувчи муҳитни яратиш		

Минтақанинг саноат мажмуасини ривожлантиришда кўпгина ҳудудларда ишлаб чиқилган ижтимоий-иқтисодий ривожланиш стратегияларини амалга ошириш, бу йўналишда иштирокчиларнинг самарали фаолиятини таъминлаш муҳим ҳисобланади.

Бусиз минтақа саноатини инновацион ривожлантириш жараёни фақатгина расмий жараён бўлиб қолиши мумкин. Технологик модернизациялаш стратегиясининг асосий қисми юқори ва янги саноат тармоқларини шакллантириш бўйича тармоқлараро дастурларни шакллантириш, базавий тармоқларни ривожлантиришга йўналтирилган бир қатор муҳим дастурларни ўз ичига олиши лозим.

Ушбу таклифлар саноат ишлаб чиқаришини ривожлантириш, вилоятда инновацион саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни рағбатлантириш ва юқори технологик саноат тармоқларини ривожлантириш ва илмий техник ривожланишни таъминлаш имконини беради.

Бу эса минтақа зиммасига бир неча вазифаларни амалга ошириш мажбуриятини юклайди. Минтақада саноат мажмуасини ривожлантиришнинг аниқ белгиланган йўналишлари фақатгина саноатга ихтисослашган шаҳарларда эмас, балки қишлоқ хўжалигига ихтисослашган туманларда, жумладан, Янгийўл, Ангрен, Бекобод, Бўка, Оҳангарон, Оққўрғон, Паркент, Пискент, Чиноз, Қуйичирчиқ, Қибрай, Юқоричирчиқ, Янгийўл туманларида амалга ошириши лозим.

Саноат тармоқларига замонавий илм-фан ютуқлари жорий этишни назарда тутган ҳолда янги фан сиғимли ишлаб чиқаришни ташкил этиш учун қуйидагиларни амалга оширишни таклиф этамиз:

инновацион фаолиятни қўллаб-қувватлаш тизимини такомиллаштириш зарур. Бунда вилоятни 2020-2022 йилларда ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисидаги сўнги қарорларда саноат ишлаб чиқаришида муҳим ҳудудлар (Олмалиқ ва Ангрен, Чирчиқ шаҳарлари, Оҳангарон, Зангиота туманлари)ни ривожлантиришни кўзда тутмоқда. Аммо бу вилоятдаги туман ва шаҳарлар ўртасида мавжуд тафовутни янада ошириши мумкин;

самарали ишловчи, барча омилларни ҳисобга олувчи, минтақанинг инновацион маҳсулотларига талабни шакллантирувчи маркетинг тузилмасини ташкил этиш;

хусусий инвестицияларнинг саноатдаги юқори технологик тармоқларга кириб келишига тўсқинлик қилувчи ҳозирда мавжуд тўсиқлар, уларни бартараф этиш йўллари ва чораларини чуқур таҳлил қилиш;

модернизация ишларини амалга ошираётган иқтисодиётдаги инновацион жараёнларнинг асосий қатнашчиси сифатида саноат корхоналари, олий ўқув юртлари ва илмий тадқиқот институтлари ўртасидаги тармоқлараро алоқаларни мустаҳкамлаш, саноатга оид таълим тизимидаги ҳамкорликни ривожлантириш;

халқаро даражада саноатга оид технологик ҳамкорликни жадаллаштириш ва унга қўшимча равишда, билимлар ва ИТТКИ натижаларини айирбошлашнинг янги шакллари сифатида тегишли маълумотлар базасини яратиш;

ИТТКИ ва саноат инновацияси соҳаларидаги таснифланган меҳнат ресурслари мобиллигини ошириш, иқтисодиётда банд бўлган кишиларнинг узлуксиз таълим олишларини таъминлаш, шунингдек, тегишли соҳалар ва ўқишдан кейинги келажакдаги иш ўринлари билан шартномалар тузиш бўйича олий ўқув юртларида янги ўқув жойларини яратиш ҳисобига ёшларни техника, муҳандислик соҳаларидаги мутахассисликларга қизиқтириш;

барча саноат корхоналарига “Инновация фаолияти бўйича” ҳисобот топширишни жорий этиш;

ишлаб чиқаришнинг технологик янгиланишини технология импорти ҳисобига эмас, балки маҳаллий қайта ишлаш ҳисобига амалга ошириш;

шунингдек, Ўзбекистонда бизнес-инкубатор ва технопарклар ассоциациясини ташкил этиш.

Хулоса шуки, минтақа саноатини ривожлантиришдан мақсад ялпи ҳудудий маҳсулот таркибида саноатнинг ҳиссасини ошириш, бу билан аҳолининг турмуш фаровонлигини

яхшилаш мақсадида саноатни юқори технологик саноат тармоқларини ривожлантириш бўйича тадбирлар мажмуини яратишдан иборат.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ахмедов Т.М. Управление территориальной организацией производительных сил и мажмуаным развитием регионов Узбекистана: иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун диссертация автореферати. – Тошкент, 1992. – 26 б.
2. Вахабов А.В. Инсон капиталининг инвестицион самарадорлигини баҳолашнинг услубий асослари // Миллий иқтисодий тармоқларида олий маълумотли кадрларга бўлган эҳтиёжни баҳолаш ва прогнозлаштириш. Илмий мақолалар тўплами. –Т.: Lesson Press. 2017. 5-12 б.
3. Вахабов А., Ҳажибакиев Ш. Жаҳон амалиётида инновацион ривожланиш тажрибаси ва уни Ўзбекистонда қўллашнинг айрим жиҳатлари. Иқтисод ва молия журнали. 2016 йил, 2-сон. 2-7 бет
4. Гаибназарова З. Инновацион инвестициялаштириш самарадорлигини оширишнинг назарий жиҳатлари. Кандидатлик диссертацияси автореферати. – Тошкент, 2012. – 24 б.
5. Зайнутдинов Ш.Н. Инновацион салоҳиятни ошириш стратегияси. // Иқтисодий ва инновацион технологиялар илмий электрон журнали. №1, сентябр 2011. -24 б.
6. Ёўлдошев Н.К., Мирсаидова Ш.А., Голдман Й.Д. Инновацион менеджмент. – Т.: ТДИУ. Дарслик 2011. 286 бет
7. Махмудов Э.Х., Ортиқов А., Каримов Ф. Корхона иқтисодийнинг асосий бўғини. // Ҳамкор. 2010 йил 7 февраль. -9-11 б.
8. Махкамова М.А. Формирование организационно-экономического механизма управления инновационной деятельностью на промышленных предприятиях Республики Узбекистан. Автореферат. – Ташкент, 2004. – 23 б.
9. Mahmudov M.F. Features of effective useage of industrial potential in Kashkadarya region. Научные исследования. №2 (28) (2019).
10. Назарова Р. Управление внешнеэкономической деятельностью в Узбекистане на основе инновационного развития в условиях глобализации. Автореферат. – Тошкент, 2011 й. -17 б.
11. Назаров, Ш.Х. (2013). Эндогенные факторы конкуренто-способности региона и их эконометрическое тестирование. Регион: экономика и социология, (4). – С . 316-329.
12. Баранчев В. П., Масленникова, Н. П., & Мишин, В. М. (2015). Управления инновациями.– С. 124–125.
13. Вазагова Ф.В., Кильчуков З.Х. Роль отраслей промышленного комплекса в реализации новой модели развития экономики // Фундаментальные исследования. 2015. – № 2-2. – С. 343-346
14. Зинченко В.И. Региональная система мониторинга инноваций // Инновации. 2009. –№ 1. – С. 27.
15. Ерохин П.В. О категории «ликвидность» в экономической теории. Критерии ликвидности // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 6 (65). С. 134–137
16. Каплан, Р. Организация, ориентированная на стратегию / Пер. с англ. / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: ЗАО ОЛИМП-Бизнес, 2003. – 416 с. С.67.

Облакулов Ҳ.А.

Навоий давлат педагогика институти география ва иқтисодий билим асослари кафедраси ўқитувчиси

Рахматов Ю.Б.

Навоий давлат педагогика институти география ва иқтисодий билим асослари кафедраси доценти

Буранов Ё.Р.*

Навоий давлат педагогика институти география ва иқтисодий билим асослари кафедраси таянч докторанти

НАВОИЙ ВИЛОЯТИНИНГ ДЕМОГРАФИК ВАЗИЯТИ

Аннотация: Ушбу мақолада Навоий вилоятида аҳолининг шаклланиш хусусиятлари, унга таъсир этувчи омиллар таҳлил қилинган. Қишлоқ туманларининг ижтимоий-демографик ривожланиши кўрсатилган. Шунингдек, мақолада вилоят аҳолисининг табиий ўсиши, доимий аҳоли сонида шаҳар ва қишлоқ жойларининг нисбати масалалари ёритилган

Калит сўзлар: демографик вазият, аҳоли таркиби, меҳнат ресурслари, демографик сиёсат, аҳолининг табиий ўсиши, урбанизация даражаси.

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ НАВОЙСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: В данной статье анализируются особенности формирования населения в Навоийской области, факторы, влияющие на него. Показано социально-демографическое развитие сельской местности. В статье также освещены вопросы естественного прироста населения в регионе, соотношения городских и сельских территорий в численности постоянного населения.

Ключевые слова: демографическая ситуация, структура населения, трудовые ресурсы, демографическая политика, естественный прирост населения, уровень урбанизации.

DEMOGRAPHIC SITUATION OF NAVOI REGION

Abstract: This article analyzes the characteristics of the formation of the population in Navoi region, the factors affecting it. Socio-demographic development of rural areas is shown. The article also covers the issues of natural population growth in the region, the ratio of urban and rural areas in the permanent population

Key words: demographic situation, population structure, labor resources, demographic policy, natural population growth, level of urbanization.

Қириш. Бугунги кунда Навоий вилояти ўзининг демографик ҳолати бўйича республиканинг мураккаб ҳудудларидан бири ҳисобланади. Бунинг оқибатида вилоятда кўплаб иқтисодий ва ижтимоий муаммолар вужудга келмоқда. Тўғри, ушбу муаммоларни бартараф этиш мақсадида кўплаб ишлар амалга оширилмоқда. Жумладан, саноат, қишлоқ хўжалиги ва бошқа соҳаларда янги ишчи ўринлари яратилиб, меҳнат ресурсларига бўлган талаб қисман бўлса-да қондирилмоқда. Бирок, айрим туманларда ушбу долзарб муаммога

*Облакулов Хусан Абдисайит ўғли - Навоий давлат педагогика институти география ва иқтисодий билим асослари кафедраси ўқитувчиси

Рахматов Юсуфжон Бобоқулович. – Навоий давлат педагогика институти география ва иқтисодий билим асослари кафедраси доценти

Буранов Ёркин Раҳматуллаевич. – Навоий давлат педагогика институти география ва иқтисодий билим асослари кафедраси таянч докторанти

етарлича эътибор берилмаслиги натижасида ижтимоий-иқтисодий вазият янада мураккаблашиб бормоқда.

Маълумки, вилоятда ижтимоий-иқтисодий муаммолар кўп жиҳатдан аҳолининг табиий ўсиши, таркиби, ҳудудий жойлашуви ҳамда меҳнат ресурсларидан оқилона ва самарали фойдаланиш бугунги куннинг долзарб масалаларидан бири ҳисобланади.

Тадқиқот жараёнида Навоий вилоятида демографик вазият шаклланишининг хусусиятлари бўйича, тизимли ёндашув, қиёсий ва солиштирма таҳлил, статистик ва бошқа усулларидан фойдаланилди.

Айтиш ўринлики, демографик жараёнлари бўйича хорижда ва республикамизда кўплаб тадқиқотлар олиб борилган. Жумладан, Ата-Мирзаев О.Б., Абдурахмонов Қ.Х., Бўриева М.Р., Тожиева З.Н. ва бошқалар томонидан демографиянинг фан сифатидаги шаклланиши, демографик жараёнларни ўрганиш манбалари, туғилиш, ўлим, никоҳ ва ажралишнинг демографик моҳияти, аҳолининг сон ва сифат хусусиятлари, такрор ҳосил бўлиш қонуниятлари, жинс, ёш, никоҳ ва оила таркиби, ижтимоий-иқтисодий ҳолати, аҳоли миграцияси, демографик прогнозлаштириш масалалари тадқиқ этилган. Шунингдек, аҳоли географияси ва демография фанларининг предмети, вазифалари, фан сифатида шакилланиш тарихи, аҳоли сони ва такрор барпо бўлиши, таркиби, асосий демографик жараёнлар, шаҳар ва қишлоқ аҳолиси ҳамда дунёнинг демографик ҳолати билан боғлиқ глобал муаммолар ёритиб берилган[4].

Аҳоли сонининг жуда юқори суръат билан кўпайиб, ёки камайиб кетиши демографик вазиятни кескин ўзгаришига олиб келади. Демографик вазиятнинг шакилланиши аҳолининг социал, ёш жинсий ва оилавий таркиби, муҳим омил ҳисобланади [1].

Навоий вилояти иқтисодиётни модернизациялаш жараёнида ижтимоий-иқтисодий сиёсатни амалга оширишда демографик омилларга алоҳида аҳамият берилмоқда.

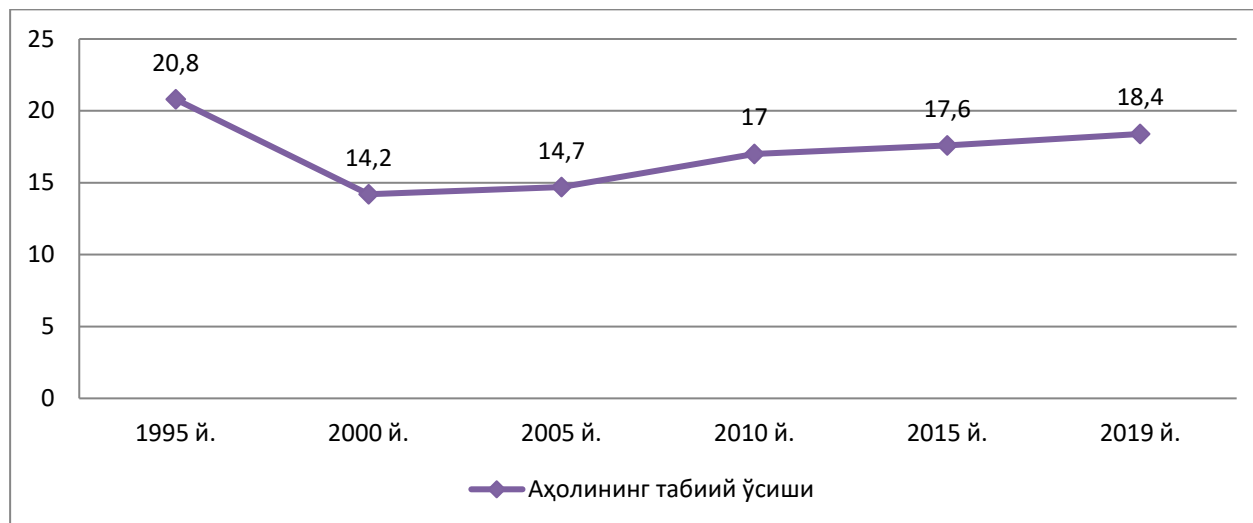
Вилоят ер майдонининг катталиги ва айна пайтда табиий шароитининг ноқулайлиги аҳоли сони ва унинг зичлигига таъсир кўрсатади. Шунинг учун вилоятда аҳоли жуда сийрак жойлашган. Жумладан аҳоли зичлиги 1995 йилда 6,6 кишини ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 2005 йилда 7,3 киши, 2015 йилда 8,2 кишини 2020 йилда бу кўрсаткич 8,8 кишини ташкил этган (1995 йилга нисбатан 2,2 кишига ошган). Ҳозирги вақтда Навоий вилоятининг 10 та маъмурий ҳудудий бўлинмасидан 4 таси, шу жумладан, Навоий шаҳри ҳам аҳоли зич бўлган ҳудудлар қаторига киради, ваҳоланки, улар вилоят ҳудудининг атиги 6 фоизини, аҳоли унча зич бўлмаган 5 туман эса, вилоят ҳудудининг 94 фоизини эгаллаган. 2019 йил 1 январь ҳолатига кўра, вилоятда аҳолининг энг зич жойлашган ҳудудлари сифатида 1 кв.км га тўғри келадиган аҳоли сони Хатирчи (137,4 киши), Кармана (134,3 киши), туманлари ва Навоий шаҳри (2728 киши) ҳиссасига тўғри келади[5].

Бугунги кунда вилоят аҳолиси республика аҳолисининг 2,9 фоиздан ортиғини ташкил этмоқда. Чунончи, 1995-2020 йилларда вилоят аҳолисининг сони бир сезиларли даражада кўпайди. Бироқ, кейинги йилларда вилоят аҳолисининг табиий ўсиш суръатларининг пасайиб бораётганлиги кўзга ташланмоқда. Навоий вилоятида аҳоли табиий кўпайишининг энг паст кўрсаткичга эришган даври 2000 йилда қайд этилган бўлиб, у ҳар минг аҳолига 14,2 кишини ташкил этган. Бу кўрсаткич 2019 йилга келиб 18,4 кишига етган. (1-расм).

Вилоятда ҳозирги вақтда туғилишлар сони сезиларли даражада кўпаймоқда. Бунда ёшлар салмоғининг юқорилиги уларни иш билан таъминлаш муаммолари юзага келмоқда. Аҳолининг бундай ўсиши вилоятда янги иш ўринларини яратиш, ёшларни вилоятнинг долзарб ижтимоий-иқтисодий соҳаларига жалб этиш бундай муаммоларни ечишда асқотади.

Ҳозирги вақтда вилоятда ўзига хос демографик вазият вужудга келган ва у аҳоли сонининг ўсиши, аҳолининг ёш таркибида меҳнат ёшдан кичик бўлганлар ва қариялар

улушининг ортиши, меҳнат ёшидаги аҳоли сонининг камайиши натижасида намоён бўлмоқда.



1-расм. Навоий вилоятида аҳолининг табиий ўсиши (ҳар 1000 кишига)

2000-2019 йиллар давомида вилоятда доимий аҳоли сони 201,2 минг кишига ёки 16,8 фоизга қўпайган. Вилоят мавжуд шаҳар ва қишлоқ аҳолисининг ўсиш сурати таҳлил этилганда аксарият ҳолатларда шаҳар аҳолисига нисбатан юқори бўлганлиги кўзга ташланади. Таҳлилларни шаҳар ва қишлоқ аҳолиси кесимида амалга ошириш унинг бир меъёردа кечмаганлигини кўрсатди. Жумладан, ҳозирги кунда жами аҳоли таркибида шаҳар аҳолисининг улуши 40,4 фоиздан 48,7 фоизга, қишлоқ аҳолисининг эса 59,6 фоиздан 51,3 фоизгача камайган. Шунини алоҳида таъкидлаш лозимки, вилоятда қишлоқ аҳолиси сони жами аҳоли сонига нисбатан йиллар мобайнида улушининг мунтазам камайиши кузатилганлигини кўрсатади.

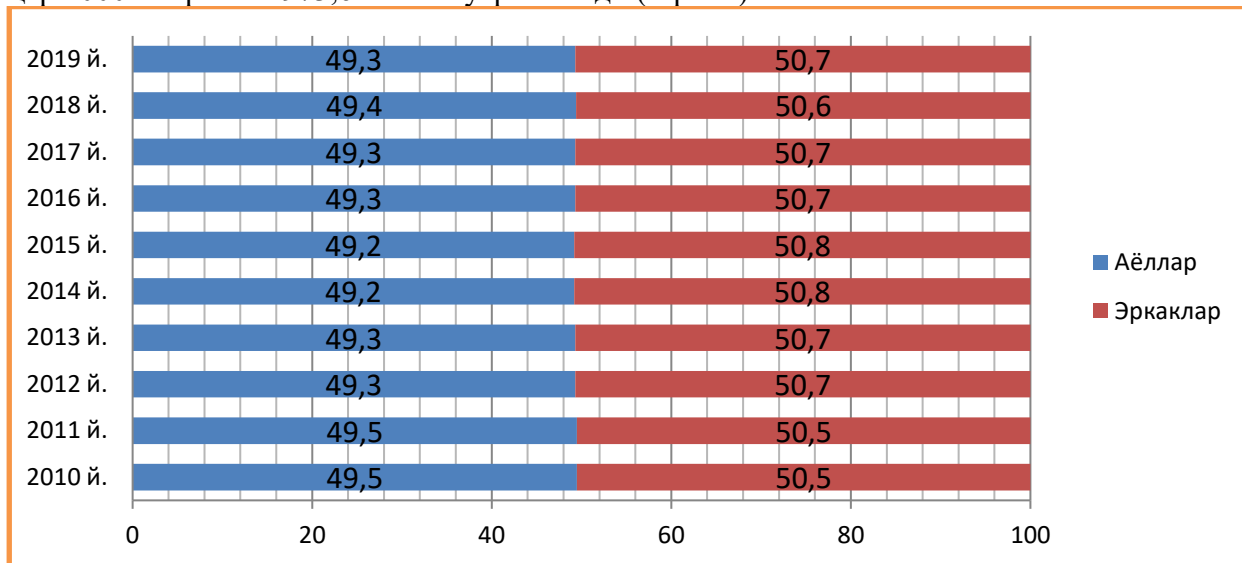
Бугунги кунда вилоятда Ўзбекистоннинг бошқа ҳудудлари қатори аҳолининг урбанизация даражаси доимий равишда ўсиб бормоқда. Қишлоқ аҳолиси сонининг камайганлиги эса Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикаси аҳоли пунктларининг маъмурий-ҳудудий тузилишини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2009 йил 13 мартдаги 68-сонли қарорига кўра вилоятда да 39 та қишлоқ пунктига шаҳарча мақоми берилганлиги билан изоҳланади. Бинобарин Учқудукдан ташқари барча туманларда қишлоқ жойларга шаҳарча мақоми берилган. Жумладан, вилоят қишлоқ туманлари ичида энг кўп шаҳарчага айланган қишлоқ аҳоли пунктлари Қизилтепа (12 та) ва Хатирчи (10 та) туманлари ҳиссасига тўғри келади. Шу билан бирга Навбахорда 5 та, Нурота ва Кармана туманларининг ҳар бирида 4 тадан шаҳарчалар вужудга келди.

Шунингдек, вилоятда иқтисодий ривожлантиришда урбанизация даражасининг ортиши билан боғлиқ шаҳар ролининг кенгайиши жараёни муҳим аҳамиятга эга. Шаҳарларда саноатнинг ривожланиши, уларнинг сиёсий ва маданий функцияларининг кенгайиши, ҳудудий меҳнат тақсимотининг чуқурлашиши ана шу жараён хусусиятларидир.

Бугунги кунда вилоят аҳолисининг 51,3 фоизи шаҳарларда истиқомат қилади. Вилоятда урбанистик ҳолати республика ўртача кўрсаткичидан юқори туради. Бироқ вилоятнинг барча ҳудудларида аҳоли бир текис жойлашмаган.

Аҳолининг жинс таркиби бу - аҳолининг эркак ва аёлларга тақсимланишидир [2, С.72]. Ўзбекистонда аҳолининг жинсий таркиби ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ҳолати ва демогафик жараёнлари таъсирида шаклланиб келган. Республика ҳудудида 19 асрнинг иккинчи ярми ҳамда 20 асрнинг бошларида аёллар салмоғи анча паст бўлиб, ҳар 1000 эркакка 856-859 кишини ташкил этган. 20 асрнинг 60 йилларидан бошлаб аёллар салмоғи ошиб борган. Ҳозирги даврда Ўзбекистонда аҳолининг жинсий таркиби тенглашиб, қулай

демографик ривожланишига асос бўлмоқда [1, С.83]. Ҳозирги вақтда Навоий вилоятида ҳар 1000 та эркакга 973,6 та аёл тўғри келади (2-расм).



2-расм. Навоий вилоятида доимий аҳоли умумий сонида аёллар ва эркакларнинг нисбати (фоизда)

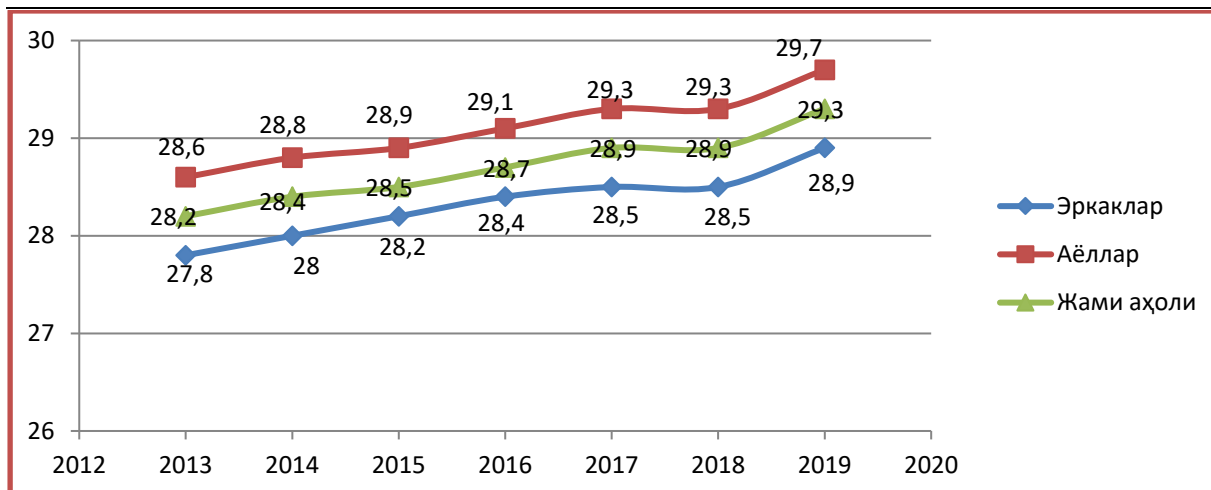
Вилоят аҳоли сонининг ҳудудлар бўйича тақсимланишига эътибор қаратадиган бўлсак, энг кўп аҳоли сони Хатирчи туманига 20 фоиз, Навоий ва Зарафшон шаҳарларига 22,5 фоиз, тўғри келади. Чўлли (Учкудук, Томди, Конимех) туманларига – 8,4 фоиз, Қизилтепа туманга-15,3 фоиз, ва Кармана, Навбахор, Нурота туманларига– 33,8 фоиз аҳоли ҳиссаси тўғри келади[3].

Вилоятда аҳоли сонидаги ўзгаришлар унинг бевосита ёш таркиби билан боғлиқ. Яъни, 2019 йил 1 январь ҳолатига аҳоли таркибида 30 ёшгача бўлган ёшлар улуши - 34,9 фоизни, 16 ёшгача бўлган болалар улуши - 22,7 фоизни, 16-29 ёшдагилар улуши - 19,5 фоизни ташкил этди. Шунингдек, статистик маълумотлар таҳлили сўнгги йилларда 0-15 ёшдаги аҳоли мутлақ сонининг кўпаяётганлигини кўрсатмоқда. 2010-2016 йиллар давомида вилоятда аҳоли таркибида меҳнат ёшдан кичик бўлган аҳоли сони 2010 йилда 8,9 фоизни, 2016 йилда эса 11,1 фоизни ташкил этган (4-расм). Мазкур ҳолат вилоятда туғилиш кўрсаткичининг бироз кўпайганлиги билан изоҳланади.

Аҳоли ёш таркибида меҳнат ёшидаги (15-64) аҳоли гуруҳи салмоғи алоҳида аҳамиятга эгадир. Чунки ушбу гуруҳ асосий ишлаб чиқариш кучини ташкил этади ва иқтисодий ривожланишнинг омили бўлиб хизмат қилади. Меҳнат ёшидаги аҳоли гуруҳининг шаклланиши асосан аҳолининг такрор барпо бўлиши хусусиятларига боғлиқдир[1].

Вилоят аҳолисининг ҳозирги вақтдаги ўртача ёши 29,3 ёшни, шу жумладан, аёллар 29,7 ёшни, эркаклар 28,9 ёшни ташкил этади. У халқаро демографик таснифга кўра, Ўзбекистонда ёш вилоятлар қаторига киритиш имконини беради (3-расм).

Вилоят аҳолисининг кексайиш даражасини баҳоласак, вилоятда 60 ёшдаги ва ундан юқори ёшдагилар аҳолининг 7,2%ини ташкил этади ва вилоят аҳолиси демографик нуқтаи назардан ёш ҳисобланади. Хориж демографларининг таснифи бўйича эса 65 ёш ва ундан юқори ёшдагилар вилоят аҳолисининг 3,5 фоизини ташкил этади ва бу демографик қариш бўсағаси таснифига мос тушадию.



3-расм. Виyoятда аҳолининг ўртача ёши (минг киши)

Виyoятдада кечаётган демографик жараёнларнинг таҳлили аҳоли ёш таркибида болалар салмоғининг камайиб, меҳнат ёшдаги ва қариялар салмоғи биров ошиб бораётганлигини кўрсатмоқда. Маълумотларга кўра, 2000-2016 йилларда виyoят аҳолисининг нисбатан суст кексаяётган ҳудудларида ҳам аҳолисининг қариш ҳолати кўтарилиб бормоқда. Бу эса, ўз навбатида, яқин келажакда виyoятнинг барча ҳудудларида ҳам аҳолининг кексайиш даражаси ривожланишини кўрсатади.

Ҳозирги вақтда туғилиш даражаси пасайиши, шунингдек, кўпгина ҳудудларда унинг даражаси нисбатан юқориликча қолаётганини асослайдиган кўпгина омилларга аниқлик киритилган. Энг аввало туғилиш даражаси, айниқса унинг табақаланиш хусусиятлари иқтисодий, ижтимоий, диний, руҳий ва бошқа омилларнинг ўзаро боғлиқлиги билан изоҳланади.

Мустақиллик йилларида виyoятда туғилиш даражаси камайиб борган. Виyoятда туғилиш даражасининг камайишига йигит ва қизларнинг никоҳ қуриш ёшини кўтарилиши, ажралиш, миграция ва бошқа ижтимоий-иқтисодий жараёнлар таъсир қилмоқда. Шу сабабларга кўра, виyoятда 1995 йилдаги 27,1 промилледан 2018 йилда 22,3 промиллега камайган.

Умуман олганда, Навоий виyoяти демографик вазиятини таҳлил қилиш асосида шундай хулоса қилиш мумкинки, минтақада аҳоли сони асосан табиий кўпайиш ҳисобига ўсиб бормоқда. Айниқса қишлоқ туманларида аҳоли сонининг ўсишининг юқорилиги сақланиб қолмоқда. Демак, қишлоқ туманларининг ижтимоий-демографик ривожланиши жойларда ижтимоий инфратузилма ҳолатини айниқса, таълим, соғлиқни сақлаш, маиший хизмат кўрсатиш соҳаларини янада ривожлантиришни, тақозо этади.

Фойдаланилган адабиётлар.

- 1 Бўриева М.Р. Тоғжиева З.Т. Аҳоли географияси (ўқув қўлланма)-Тошкент.-2000 й
2. Абдурахмонов Қ., Абдураманов Х.- Демография. (ўқув қўлланма)- Т.: “NOSHIR”, 2011.- 72 бет..
3. Навоий виyoят статистика бош бошқармаси маълумотлари
4. Абдурахмонов Қ.Х. ва бошқалар. Демография. Дарслик. – Т.: “IQTISODIYOT”, 2014.
5. Ўзбекистон республикаси статистика қўмитаси маълумотлари

Салихов Саидамир Алишер ўғли
ТДИУ катта ўқитувчиси

МЕВА – САБЗАВОТ МАҲСУЛОТЛАРИ ЭКСПОРТИНИ САМАРАЛИ ТАШКИЛ ЭТИШДА ХОРИЖ ТАЖРИБАСИ

Аннотация

Ушбу мақолада жаҳонда мева-сабзавот маҳсулотларининг экспортида корпоратив логистик тизимларни самарали ташкил этиш мамлакат ва миллий товар ишлаб чиқарувчилари учун афзаллик ва имкониятлари, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспортга чиқариш стратегиясини ишлаб чиқишда Ўзбекистоннинг жаҳон озиқ-овқат бозорларида тутган ўрни ва эгаллаган улуши ўрганилган

Аннотация

В данной статье изучается эффективная организация корпоративных логистических систем при экспорте плодоовощной продукции в мире, преимущества и возможности для страны и национальных товаропроизводителей, роль и доля Узбекистана в разработке стратегии экспорта сельскохозяйственной продукции на мировых продовольственных рынках

Annotation

This article examines the effective organization of corporate logistics systems for the export of fruit and vegetable products in the world, advantages and opportunities for the country and national producers, the role and share of Uzbekistan in the development of an agricultural export strategy in the world food markets

Жаҳонда мева-сабзавот маҳсулотларининг экспортида корпоратив логистик тизимларни самарали ташкил этиш мамлакат ва миллий товар ишлаб чиқарувчилар учун кўйидаги афзаллик томонлари мавжуд:

- мева-сабзавот маҳсулотларининг ички истеъмолдан ортган қисмини жаҳон бозорларида сотиш мамлакат учун валюта маблағлари ишлаб топиш, валюта захираларини ошириш ҳамда тўлов балансини рақобарбардош этишга имкон яратади;

- тадбиркорлар учун ўз маҳсулотларини экспорт қилиш, валюта ишлаб топиш, сотишдан тушган пул тушумлари ва фойдани кўпайиштириш учун кўшимча имкониятлар очади;

- жаҳон бозорлари, айниқса Европа Иттифоқи каби ривожланган мамлакатлар бозорларида мева-сабзавот маҳсулотларининг истеъмол, сифат ва экологик хавфсизлик жиҳатларига қўйиладиган техникавий, фармакология, санитария, ветеринария, фитосанитария ва экология стандартлари ҳамда талаблари жуда юқори бўлиб, бу ҳолат миллий товар ишлаб чиқарувчиларни ўз маҳсулотларининг истеъмол хусусиятлари, экологик хавфсизлигини мунтазам ошириб бориш ва сифатини жаҳон стандартларига мослаштиришга олиб келади;

- ички бозор тўйинган шароитда ортиқча маҳсулотларни экспортга чиқариш жаҳон бозорларининг бир қисмини эгаллаш орқали сотувлар ҳажмини ва даромадларни оширишга, ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш эвазига таъминладиган маҳсулотлар таннархини пасайтиришга, сотилмай туриб қоладиган маҳсулотларни йўқотишдан келадиган зарарларни камайтиришга имкон беради;

- жаҳоннинг турли минтақаларидаги бозорларда фаолият кўрсатиш иқлимдаги хилма-хиллик ва мавсумийликка боғлиқ ҳолда маҳсулот турлари ҳамда ишлаб чиқаришни доимо диверсификация қилиш ҳамда жаҳон бозорларида йил давомида маҳсулот сотишга имконият яратиши мумкин;

- жаҳон бозорларида кучли рақобат муҳитининг мавжудлиги мева-сабзавот маҳсулотларининг турлари ва сифатининг яхшиланишига, кўшимча сервис хизматларининг трансформацияланишига олиб келади;

- миллий бозор сифими кичик бўлган мамлакатлар тадбиркорлари учун янги бозорларга чиқиш имконияти пайдо бўлади;

- миллий ва хорижий маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ўртасида ўзаро тажриба алмашишга, янги билим ва кўникмаларни эгаллашга ҳамда илғор технологиялар ва инновацион ғоялардан биргаликда фойдаланишга имконият яратилади.

Ҳар бир экспортчи жаҳон бозорларида ўзининг рақобат устунлигидан унумли фойдаланишга интилади. Рақобат устунлиги экспортчининг табиий, ташкилий-иқтисодий, техник-технологик ва бошқа шарт-шароитлари таъсирида унинг маҳсулотларини жаҳон мева-сабзавот маҳсулотлари бозоридаги бошқа рақобатчилар маҳсулотларидан устун мавқеини белгилаб беради. Бу эса, кучли рақобат шароитида ютиб чиқиш ва муваффақиятга эришиш имкониятини таъминлайди.

Бугунги кунда Болтиқбўйи, Европа ва Жануби-Шарқий Осиё давлатларида Ўзбекистоннинг янги ва қуритилган мева-сабзавот маҳсулотларига талаб катта. Шу боис, БАА, Япония, Жанубий Корея, Франция, Германия ва бошқа мамлакатлар компаниялари билан экспорт ҳажмини ошириш борасида бир қанча келишувларга эришилган, аммо баъзи муаммолар туфайли ҳалигача экспорт ҳажми кескин ошгани йўқ. Ҳукуматимизнинг тегишли қарорлари билан экспортёрлар (юримдик шахслар) га дастлабки тўловсиз, аккредитив очмасдан, банк кафолатини расмийлаштирмасдан ҳамда экспорт шартномасини сиёсий ва тижорат хавфларидан суғурта полисисиз экспорт қилиш ҳуқуқи берилган. Тадбиркорлик субъектлари улгуржи савдо қилиш лицензиясига эга бўлмасдан, мева-сабзавотларни, узум, полизни божхона кўригидан ўтказмасдан экспорт қилишлари мумкин бўлмоқда.

Жаҳон бозорларида катта миқдорда мева-сабзавот маҳсулотлари экспорт қилинмоқда. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспортга чиқариш стратегиясини ишлаб чиқишда Ўзбекистоннинг жаҳон озиқ-овқат бозорларида тутган ўрни ва эгаллаган улушини таҳлил этиш муҳим. Бу экспортчи корхоналарга жаҳон озиқ-овқат бозорлари конъюнктурасини ўрганиш орқали талабга мос корпоратив логистик тизим стратегиясини ишлаб чиқишга имкон беради.

Таҳлиллар шуни кўрсатадики, жаҳон озиқ-овқат бозорларида ҳўл ва қуритилган мева-сабзавотлар экспорт қилишда АҚШ, Испания, Хитой, Нидерландия, Мексика, Италия, Туркия, Франция, Германия, Эрон, Бельгия, Ҳиндистон, Ўзбекистон, Польша, Жанубий Африка, Чили, Канада, Аргентина, Греция, Миср, каби мамлакатларнинг тутган ўрни ва позицияси юқоридир. Бу мамлакатлар жаҳон аграр ва озиқ-овқат бозорларига экспортга чиқарилаётган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг экспорт ҳажми ва экспорт қиймати бўйича ҳисоблаганда аксарият қисмини етказиб беради.

Ҳозирги кунда жаҳон мамлакатларида мева-сабзавот маҳсулотлари истеъмолчиларининг талабини мақсадли ва узлуксиз қондиришни ташкил этишда корпоратив логистик тизимини йўлга қўйиш долзарб масалалардан ҳисобланади. Айниқса мева-сабзавот маҳсулотлари экспортида корпоратив логистик тизимини тартибга солиш мамлакатларда ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг бош муаммоси сифатида қаралмоқда. Жаҳон банки маълумотларига кўра халқаро савдо айланмаси 2019 йилда 0,1 фоизга пасайган бўлса, 2020 йилда 2019 йилга нисбатан қарийб 10,1 фоизга пасайиш кузатилди¹. Мамлакатлар чегараларнинг ёпилиши ва таъминотнинг узилиши халқаро товар ва хизматларни етказиб бериш, айниқса мева-сабзавот маҳсулотлари логистикасининг ривожланишига тўсиқ бўлаётганлиги ташқи савдода инновацион ечимлар топиш муаммосини юзага келтирмоқда.

Мева-сабзавот маҳсулотларининг истеъмол бозори учун талаб ва таклиф, истеъмол ва ишлаб чиқариш мувозанати энг муҳим муаммо ҳисобланади. Ушбу тоифаларнинг

¹ Englund, T. R., Zhou, M., Duffey, K. J., & Kraak, V. I. (2020). A Qualitative Study to Understand Stakeholders' Views About the Fruits & Veggies (FNV) Social Marketing Campaign to Promote Fruit and Vegetable Consumption in the United States. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*.

нисбати бозорнинг шаклланишига ҳам, аҳолининг мева-сабзавот истеъмолига бўлган эҳтиёжини қондиришга ҳам бевосита таъсир қилади.

Бугунги кунда мева-сабзавот маҳсулотларини сақлаш, қайта ишлаш ва сотиш асосан мева-сабзавот маҳсулотларини етказиб берувчи логистик компаниялар томонидан амалга оширилади. Улгуржи савдо тармоғини ривожлантиришнинг энг муҳим йўналиши-бу мева-сабзавот маҳсулотларини сақлаш, қайта ишлаш ва тарқатиш бўйича йирик кишлоқ хўжалиги кластерларини яратиш, корпоратив логистик тизим бўйича инновацион тарқатиш марказлари, онлайн-маконда ўз хизматларини кўрсатадиган мева-сабзавот маҳсулотлари бўйича маълумотлар базасини яратишдир.

Дунё мамлакатларида мева-сабзавот маҳсулотлари сотилишини ташкил этиш тажрибаларига асосланган ҳолда ҳозирги кунда бозор савдосининг жаҳон амалиёти мева-сабзавот маҳсулотларини самарали корпоратив логистик тизимини ташкил этишнинг кўплаб мисолларини келтиради. Бу асосан улгуржи ва чакана савдо бозорлари бўлиб, улар улгуржи сотиладиган маҳсулотларни узоқ муддатли шартномалар асосида кейинчалик уларни улгуржи ёки чакана сотиш мақсадида сотиб олишнинг яхши йўлга қўйилган тизимлардир. Бундай бозорлар доимий етказиб берувчилар ва харидорларга эга бўлиш билан бирга оммавий талаб юқори бўлган бозор маҳсулотларининг доимий савдосини амалга оширади. Ғарбий Европа ва АҚШда улгуржи мева-сабзавот маҳсулотлари бозорлари - бу барча хизмат кўрсатиш турлари, маҳсулотларни қабул қилиш, қайта ишлаш, сақлаш ва сотишга тайёрлаш учун ёрдамчи биноларга эга замонавий савдо марказларидир.

Жаҳон тажрибасига кўра, мева-сабзавот маҳсулотларининг улгуржи бозорларини унинг ишлаб чиқарилиши ва талабининг маҳаллий концентрациясини ҳисобга олган ҳолда жойлаштириш мақсадга мувофиқдир. Бундан ташқари, уларни моддий-техника ресурслари мавжуд улгуржи савдо корхоналари асосида жорий этиш мумкин. Бозорни шакллантиришнинг асосий мақсади улгуржи савдони ташкил этиш, истиқболда маҳсулот сотиш учун яхши алтернатив (ишлаб чиқарувчилар томонидан товарларни чакана савдога етказиб беришдан ташқари) вариантга айланиши мумкин¹.

Хусусан, Европа Иттифоқи мамлакатлари истеъмомолчи талабларининг ўзгаришига ўз вақтида жавоб берадиган мослашувчан мева-сабзавотларнинг логистик тизимини яратди. Бунда логистиканинг турли шакллари қамраб олган миллиардлаб доллар айланмаси бўлган улкан ассоциациялардан тортиб, кичик бозорларни ўз ичига олади. Мева-сабзавот маҳсулотларини сотишнинг асосий йўллари қайта ишлаш корхоналари, улгуржи савдо, фермер хўжаликларидан маҳсулотларни чакана савдога тўғридан-тўғри етказиб бериш ҳисобланади. Мева-сабзавот маҳсулотларининг улгуржи савдоси кооперативлар ва турли логистик ассоциациялари ҳамда ким опси савдолари, савдо марказлари, улгуржи бозорлар, савдо фирмалар томонидан амалга оширилади. Масалан, улар орқали Францияда 30 фоизгача сабзавот ва 42 фоизгача мевалар, Голландияда 80-85 фоиз мева-сабзавот маҳсулотлари сотилади.

АҚШ, Франция, Италия, Белгия каби давлатларда мева-сабзавот маҳсулотларининг улгуржи савдо бозорлари кенг тарқалган бўлиб, улар замонавий омборхоналар, саралаш ва қадоқлаш линиялари ҳамда уларни экспорт қилишда логистик компаниялар муҳим аҳамият касб этади.

Бугунги кунда замонавий дунё бозори жуда тез ривожланмоқда. Бозор ривожланиши билан кенг ривожланган логистика тизимида ифодаланадиган глобал иқтисодий алоқалар ҳам ривожланиб бормоқда. Ҳар бир мамлакатнинг дунё харитасида жойлашиши унинг логистика имкониятлари, салоҳияти ва бошқа мамлакатлар билан рақобатлашиш қобилиятига катта таъсир кўрсатади. Германия Европанинг марказида жойлашганлиги сабабли улкан салоҳиятга эга ва бу муваффақиятли молиявий фаолиятга айланади.

¹ Декамбаева Римма Владиславовна. Исследование устойчивого потребления и устойчивого маркетинга. «SCI-ARTICLE» (декабрь) 2019

Германия транзит давлат сифатида кўплаб логистика жараёнларида иштирок этади. Ўзидан ўтган транспорт оқимлари орқали Германия иқтисодиёт даражасини, логистика самарадорлигини оширади.

Сўнгги маълумотларга кўра, Европа Иттифоқи мамлакатларида логистика соҳасида 42 миллионга яқин мутахассис ишлайди. Германия эса умумий соннинг тахминан 6 миллионини эгаллайди. Германияда логистика соҳасида ҳар йили 75 минг менежер талабга эга. Бундан ташқари, 10 минг бўлажак ходимлар олий маълумотга эга бўлишлари шарт. Ҳозирги кунда логистика бозорининг моддий-техник таъминоти жадал ўсиб бормоқда ва самарали ривожланмоқда¹.

Логистика Германия иқтисодиётининг деярли энг катта қисмидир. Логистика қуйидагиларни ўз ичига олади: турли хил товарларни ташиш, сақлаш ва маҳсулотларни саралаш. Логистика хизмати соҳасида иш билан банд бўлганлар сони бўйича Германияда логистика биринчи ўринда туради. Умумий фойда миқдори бўйича логистика автомобилсозлик ва тиббиётдан кейинги ўринда туради. Германияда логистика турли хил товарларни ташиш, сақлаш ва қайта ишлашдан ташқари, ҳар хил турдаги ускуналарни ўрнатиш ва техник хизмат кўрсатиш билан шуғулланади. Шу муносабат билан логистика ходимларига талаб бозори 20 фоизга ўсиши мумкин.

Дунёдаги энг йирик логистика компаниялари Германия давлати билан алоқа қилади. Улар орасида:

- DHL Logistics
- Kuehne & Nagel
- DB Schenker Logistics
- Dachser & Co.

Умуман олганда ушбу компанияларнинг жаҳон бозоридаги умумий улуши 23 фоиздан ошади. Хусусан, Германияда йирик логистика компанияларидан ташқари, кўплаб кичик компаниялар ҳам мавжуд бўлиб, улар ҳам мамлакат иқтисодиётини қўллаб-қувватлайдилар ва кўпинча бирлашадилар, шунингдек, аутсорсинг логистика фаолиятида катта ўрин тутаяди. Германияда логистика бўйича аутсорсинг 48 фоиздан ошади.

Германияда янги мева-сабзавот маҳсулотларининг қарийб 60 фоизи кооператив ишлаб чиқарувчилар бирлашмаларига тегишли савдо марказлари орқали сотилади. Савдо марказларига маҳсулотлар фермер хўжаликларидан, тузилган шартномаларга мувофиқ келади ва одатда, улгуржи харидорларга сотилади. Улгуржи бозорларда асосий етказиб берувчилар хусусий улгуржи савдогарлар, фермер хўжаликлари кооперативлари ва ишлаб чиқарувчилар уюшмалари, камдан-кам ҳолларда алоҳида йирик фермерлар ва озиқ-овқат саноати компаниялари иштирок этади. Германия логистика марказларининг концепцияси 1.1-расмда келтирилган.

Германия логистика марказларининг асосий шаклланиш хусусиятлари қуйидагилар ҳисобланади:

- давлат томонидан кучли қўллаб-қувватлашниши, барча фаолият федерал қонунлар орқали амалга оширидиши;
- немис модели логистика марказларини режалаштириш, лойиғалаштириш ҳамда лойиҳаларни амалга ошириш босқичларида давлат органларининг фаол иштироки;
- лойиҳаларни амалга оширишни молиявий қўллаб-қувватлашда федерал бюджет, штат ва маҳаллий бюджет, шунингдек, Европа иттифоқининг субсидиялари шаклида, маҳаллий ва хорижий инвесторларнинг, транспорт компанияларининг, банк кредитлари орқали амалга оширилиши;
- логистика марказларини бошқариш давлат ҳамда назорат органлари орқали амалга оширилади: бирлашмалар ва уюшмалар, инвесторлар ёки инвестиция концорциумлари, муниципалитет;
- Германиянинг асосий логистика марказлари темир йўл ва автомобиль транспорти марказларида жойлашган бўлиб, улар: Бремен шаҳри, Эрфурт ва Кассел марказлари,

¹ <https://ekonomika.snauka.ru/2018/01/15679>

шунингдек, денгиз портларида Росток ва Гамбург, Липцк, Нюринбург, Дрезден, Тревир ҳисобланади.



1.1-расм. Германия логистика марказларининг концепцияси¹

Германия логистика марказларининг асосий хусусиятлари шундаки, унда маҳсулотларни сифатли сақлаш ҳамда муддатида “эшикдан-эшиккача” етказиб бериш юқори даража ташкил этилган.

Германия тажрибасида корпоратив логистика марказлари фаолиятини ривожлантиришнинг яна бир усули сифатида уларни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш тизимини ишлаб чиқилган. Бунда давлат корпоратив логистика марказларини ташкил этиш ва молиялаштиришнинг барча босқичларида иштирок этади. Давлат молиялаштириш жараёнида иштирок этувчи томонлар федерал бюджет, Германия темир йўллари (Deutsche Bahn AG), хусусий инвесторлар, транспорт компаниялари, федерал фондлар ва банкларни иштирок этишига бевосита ёрдам беради. Шунингдек, янги ташкил этилган корпоратив логистика марказларига солиқ ва божхона имтиёзлари берилади².

Ривожланган давлатлар тажрибаларидан келиб шуни таъкидлаш жоизки, мамлакатимизда мева – сабзавот маҳсулотларини сақлаш, қайта ишлаш, экспорт қилиш ҳамда корпоратив логистик тизимни ривожлантиришда хорижий мамлакатлар

¹ В. А. Тодуа, Д. С. Бельницкий Российский университет транспорта РУТ (МИИТ) (Москва, Россия), ТРАНСПОРТНЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ОБЗОРЫ

² Englund, T. R., Zhou, M., Duffey, K. J., & Kraak, V. I. (2020). A Qualitative Study to Understand Stakeholders' Views About the Fruits & Veggies (FNV) Social Marketing Campaign to Promote Fruit and Vegetable Consumption in the United States. Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics

тажрибасини республикаимиз амалиётига қўллашда қуйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

1. Худудларда мева – сабзавотларни етиштириш ва қайта ишлаш ҳамда логистика хизматлари бўйича агрокласстерлар ташкил этиш.

2. Хўл мева-сабзавот ва тайёр маҳсулот экспорт қиладиган хўжалик субъектларининг корпоратив логистик тизимида юзага келадиган ташкилий муаммоларни бартараф этиш ҳамда имтиёзлар тизимини ишлаб чиқиш. Бунда, давлат ва хусусий ширкатлар шерикчилигини йўлга қўйиш ҳам давлатлараро муносабатларга, ҳам давлат ва тадбиркорлар ўртасидаги муносабатларга ижобий таъсир кўрсатади.

3. Мева-сабзавот маҳсулотларини етиштириш ва бир вақтнинг ўзида қайта ишлаш ҳамда логистик фаолият билан шуғулланувчи ишлаб чиқариш мажмуалари, холдинглар ва илмий ишлаб чиқариш бирлашмалари фаолиятини кенгайтириш.

Зойиров Зайниддин Худойкулович, к.э.н., доц.
НавГПИ, (Навои Узбекистан)
Чуллийев Сухроб Раббонакулович
ст. преп. НавГПИ, (Навои Узбекистан)

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И ПУТИ ЕГО ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы, связанные с туристическим потенциалом Республики Узбекистан, а также пути эффективного использования имеющихся туристических ресурсов.

Ключевые слова: туризм, туристический потенциал, активный туризм, духовно-просветительские виды туризма, религиозный туризм, этнический туризм, экотуризм.

Annotatsiya: Maqolada O'zbekiston Respublikasining turizm salohiyati bilan bog'liq masalalar, shuningdek, mavjud turizm resurslaridan samarali foydalanish yo'llari haqida so'z boradi.

Kalit so'zlar: turizm, turizm salohiyati, faol turizm, turizmning ma'naviy-ma'rifiy turlari, diniy turizm, etnik turizm, ekoturizm.

Annotation:

The article discusses issues related to the tourism potential of the Republic of Uzbekistan, as well as ways to effectively use existing tourism resources.

Keywords: tourism, tourist potential, active tourism, spiritual and educational types of tourism, religious tourism, ethnic tourism, ecotourism.

Туристическая отрасль, во всем мире, в силу своих особенностей занимает определенное место в воспроизводственном процессе. По некоторым данным, Туризм занимает третье место в мировом экспорте по доходности, после нефтедобывающей и автомобильной промышленности и его доля составляет 10 процентов, а по оказанию платных услуг 35 процентов.

Узбекистан, расположенный на перекрестке «Великого шелкового пути» имеет огромный туристический потенциал и свои преимущества в этой сфере.

Туристическая деятельность Республики включает как активные виды отдыха и спортивного туризма типа скалолазания и горнолыжного спорта, так и путешествия по археологическим и духовно-просветительским местам, а также по местам паломничества (религиозный туризм).

Из года в год в стране растет число иностранных туристов. Например, в 2017 году число туристов, посетивших Узбекистан составило 2,5 миллиона человек, а в 2018 году 5,3 миллионов, из них 5 миллионов из стран СНГ, 325 тысяч из дальнего зарубежья. Согласно статистике, в 2019-м году в Республике побывало 6748500 туристов. А к 2023

году прогнозируется привлечь в страну до 8 миллионов человек, в т.ч. до 3,3 миллиона молодых иностранных туристов. Большинство которых приехали из Казахстана, Таджикистана, Киргизской Республики, Туркменистана, Российской Федерации, Турции, Китайской Народной Республики (КНР), Республики Корея и Индии.

Объем экспорта туристических услуг составил 1,3 млрд. доллара США (1, 041 млрд. доллара в 2018-м)

Возникает вопрос, чем же так привлекателен туризм в Узбекистане и что выделяет его среди сотен других туристических направлений. Ответ однозначно один, тем же, чем привлекли Александра Македонского почти два с половиной тысячелетия тому назад, или арабов в VII веке, или воинов-кочевников Чингизхана (Темучина) в 12 столетии нашей эры. Это могучие города-оазисов, край щедрых полей и садов, дарующие сладкие урожаи винограда, граната, бахчевых, овощей и т.д. Тепло и солнце. Сухой климат и т.п.

Империя Македонского и завоевателя Чингизхана развеяны ветрами времени, рассыпались и рассыпаны песком. Но следы тех времен до сих пор можно увидеть в историко-архитектурных памятниках, некоторых остатках разрушенных городов и древних крепостей, на примере «Афрасиаб» Самарканда, «Пайкент» Бухарского региона, старинных буддийских храмах Сурхандарьи.

Самарканд, Бухара, Хива, Шахрисабз – объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО. Эти города, познавшие и увидевшие великих завоевателей пол мира – Македонского, Ибна Кутайба, Чингизхана, великого Эмира Темура (Тамерлана).

В Республике имеются неповторимые архитектурные памятники-мавзолей «Биби-Ханум», «Гур-Эмир», «Шахи-Зинда», площадь «Регистан», обсерватория Улугбека в Самарканде, крепость «Арк», Минарет «Калян» и мечеть «Калян», комплекс-ансамбль «Ляби-хауз», купола «Токи-Заргарон», мавзолей «Самани» в Бухаре, комплекс «Ичан кала», минарет «Ислам Ходжа», мавзолей «Пахлаван Махмуд»а, дворец «Таш-хаули» в Хиве, комплекс «Дорус Саодат», «Дор-ут Тиловат», «Ак-сарай», мечеть «Кук Гумбаз» в городе Шахрисабз, буддийский храм, комплекс «Султан Саодат», «Фаязтепа» в городе Термез.

Однако, каждый город Узбекистана дает сотни поводов посетить его. Ташкент, Коканд, Наманган, Андижан – это бесконечная восточная сказка. Предлагают различные виды туристической продукции и туристических услуг-Ташкентский плов, Шахрисабзский тандыр-кебаб, Гиждуванский шашлык, ручная вышивка сюзане Бухары и Нураты, Маргиланский атлас, Шахриханский нож-пичак и другие.

Узбекистан располагает и другими ресурсами для привлечения большего числа иностранных гостей. Например, пустыни «Кизил-Кум» и «Кара-кум», заповедник джейранов (Бухарский олень), озеро «Айдаркуль» с современными пляжами, юртами для иностранных туристов, разнообразный животный и растительный мир (иногда встречающийся только в Узбекистане), горные вершины и реки, имеющие огромное значение для развития активного вида туризма; минеральные источники с целебной водой, расположенные в Ферганской долине, Ташкентской, Самаркандской, Сурхандарьинской, Бухарской областях, горячие источники и пески «Кизил-кум»а и «Кара-кум»а.

Рекреационные ресурсы республики позволяют организовать различные виды отдыха, туристические маршруты и принимать туристов круглый год.

Современная туристическая инфраструктура в Республике «Каракалпакстан», Бухарской, Хорезмской и Навоийской областях предлагают путешествия по пустыням с уникальными возможностями совершить поездку на верблюдах, пожить в юрте, оснащенной необходимыми условиями для проживания туристов. Туристы имеют возможность увидеть «Каменный лес», расположенный недалеко от знаменитого города Уч-кудука (Три колодца).

Горы Узбекистана также являются живописными пейзажами Центральной Азии. На окраине Кызылкумов - это урочище Сармышской в 30-40 км к Северо-Востоку от города

Навои известны памятники древней деятельности человека, сконцентрированной на площади приблизительно 20 км². Самыми привлекательными являются наскальные петроглифы – около 10 000 фрагментов, свидетельствующие о деятельности первобытного человека.

Крупный куполообразный горный массив «Большой Чимган», входящий в состав Чаткальского хребта, расположенный в Северо-Восточной части Ташкентской области в 80 км от Ташкента, известен своими зимними –оздоровительными комплексами «Бельдерсай» и «Амирсай». Новая инновационная туристическая инфраструктура отвечает мировым стандартам.

Особое внимание туристов привлекает оздоровительная инфраструктура – санатории, зоны отдыха, пансионаты и т.д. Например: санаторий «Чимьян» Ферганской, «Омонхона» Сурхандарьинской, «Мохи-Хоса» Бухарской, «Чартак» Наманганской, «Замин» Джизакской областях. Эти здравницы при СССР были всесоюзными.

Особого внимания иностранных туристов заслуживают проводимые этнографические фестивали «Весна Байсун» (Бойсун Бахори) в Сурхандарье, где демонстрируются старинные обычаи, свадебные церемонии, искусство и культура, ремесленничество, национальная борьба «КУРАШ», скачки и т.п., узбекского народа, его гостеприимства. Интересен и разнообразен всенародный весенний праздник «Навруз», который отмечается в день равноденствия, 21 марта.

Огромный интерес у туристов вызывают архитектурные памятники, расположенные в местах паломничества, таких, как комплекс «Имам-Бухари», «Имам Матуриди» в Самарканде, «Бахауддин Накшбанд», «Чар Бакр» в Бухаре, «Имам Термези», «Хаким ат - Термези» в городе Термез.

Гостиницы, расположенные в туристических регионах Узбекистана удовлетворяют желания и потребности каждого нашего гостя.

Всего в Узбекистане на сегодняшний день около 400 гостиниц, принимающих туристов и предоставляющих сервис соответствующий мировым стандартам.

В стране создана и работает развитая транспортная инфраструктура туризма. Это быстрое и комфортное перемещение на борту авиатранспорта в крупнейшие города республики. Регулярно курсируют высокоскоростные электрические поезда «Афрасиаб» и «Шарк» по всем регионам.

Из вышесказанного и изложенного можно прийти к выводу, что Узбекистан в годы независимости сумел создать современную туристическую инфраструктуру и по итогам 2019 года занял четвертое место в рейтинге стран с самой быстроразвивающейся индустрией туризма. К вышесказанному можно добавить, что в регионах Республики безопасно, интересно, чисто и спокойно. Это тоже имеет для иностранных туристов немаловажное значение.

Однако, в 2020 году Узбекистан посетило 1,5млн иностранных туристов, им было оказано услуг на 261млн долларов. Показатели внутреннего туризма составили 1,8млн человек. Основная причина, пандемия корона вируса «COVID-19». В результате глобального кризиса, наступившего из-за пандемии корона вируса, туризм стал одной из самых пострадавших отраслей.

Как известно, туризм является одним из главных источников финансовых поступлений для субъектов предпринимательства, а для государства объектом налогообложения. В Обращении Президента Ш.Мирзиёева к Парламенту Республики Узбекистан говорится, что «Мы поставили перед собой цель и дальше увеличивать валовой внутренний продукт на душу населения, мобилизовав для этого имеющиеся в стране ресурсы и возможности. В результате к 2030 году Узбекистан должен войти в ряд государств с доходами на душу населения выше среднего уровня. Достичь этой цели планируется прежде всего за счет стимулирования частного сектора и увеличения его доли, а также привлечения прямых иностранных инвестиций».

Указом Президента Республики поставлена задача «Увеличение объема валового внутреннего продукта на душу населения в последующие пять лет в 1,6 раза за счет обеспечения стабильно высоких темпов роста в отраслях экономики с доведением его размера к 2030 году до 4 тысяч долларов США на душу населения и созданием предпосылок для вхождения в категорию «государств с доходом выше среднего». Увеличение числа местных туристов до свыше 12 миллионов и доведение числа зарубежных туристов, пребывающих в республику, до 9 миллионов в рамках реализации программы «Путешествуйте по Узбекистану».

Широкое внедрение в основных туристических городах страны инфраструктуры без барьерного туризма. Увеличение к 2026 году численности занятого населения в сфере туризма в два раза с доведением их числа до 520 тысяч.

Развитие инфраструктуры объектов туристического и культурного наследия и принятие государственной программы по эффективному использованию более 8 тысяч объектов культурного наследия.

Строительство в Заминском, Фаришском, Бахмальском районах и Айдар-Арнасайской системе озер дополнительных туристических зон и зон отдыха, реализация проектов на сумму 300 миллионов долларов США, создание 25 тысяч рабочих мест.

Увеличение объема туристических услуг как минимум в десять раз в последующие пять лет путем трансформации Самарканда в «Врата туризма». Обеспечение занятости 40 тысяч человек в сфере туризма. Создание в 2022 году туристического центра Самарканд, включающего в себя исторический комплекс «Вечный город» с необходимой инфраструктурой.

Реализация отдельной программы по развитию экотуризма Республики Каракалпакстан и Приаралья с широким использованием потенциала нового аэропорта Муйнака.

Принятие отдельной программы по превращению сферы туризма в Хорезмской области в основной «драйвер» создания новых рабочих мест.

Реализация отдельной программы по ускоренному развитию туризма в Бухарской области.

Эффективное использование потенциала паломнического и экологического туризма в Навоийской области.

Дальнейшее улучшение туристической инфраструктуры в городе Ташкенте.

Разработка отдельной программы по поднятию на новый уровень туристического потенциала в Ташкентской области.

С этой целью «Мы должны превратить индустрию туризма в стратегическую отрасль экономики». Исходя из выше поставленной задачи, на наш взгляд необходимо обратить внимание на следующие проблемы:

– совершенствовать Законодательство Республики Узбекистан по туризму с целью устранения незаконного вмешательства государственных органов в деятельность предпринимателей;

– открыть новые, современные, инновационные объекты и маршруты для туристов по регионам Республики;

– расширить номенклатуру и ассортимент тур продукции и туристских услуг;

– систематически осуществлять комплексные меры по организации туристических поездок по стране;

– расширить и улучшить качество, комфортность, мобильность транспортных услуг;

– строительство новых и капитальный ремонт действующих автомобильных и железных дорог по требованиям мирового стандарта;

– создать условия для равноправной конкуренции между субъектами авиации, железной дороги и автомобильного транспорта;

– установить финансовые льготы и преференции, в особенности вновь созданным субъектам малого, частного и семейного предпринимательства. При этом необходимо учесть малоразвитые и отдаленные регионы с точки зрения туризма;

– увеличить кадровый потенциал (туроператоров) и качество туристических услуг;

– ввод новых, современных инновационных технологий в отрасль с учетом цифровой экономики;

– построить новые рестораны, кафе-бары, восточные базары, различные маркеты, гостиницы, мотели, кемпинги, семейные гостиничные дома для иностранных туристов. Создать инновационные юрты на территории «Кизил-кум»ов и «Кара-кум»ов по мировым стандартам.

Вышеуказанные мнения, на наш взгляд, в конечном итоге принесут немаловажную пользу в решении двух взаимосвязанных проблем экономики – безработицы и проблемы увеличения семейных доходов населения страны.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента Республики Узбекистан №УП-4947 от 7 февраля 2017 г. «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан».
2. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. 25.01.2020 г.
3. *Выступление вновь избранного Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева на торжественной церемонии вступления в должность на совместном заседании палат Олий Мажлиса. 06.11.2021.* <https://president.uz/ru/lists/view/4743>
4. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-60 от 28 января 2022 г. «О стратегии развития нового Узбекистана на 2022 — 2026 годы».
5. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. Учебное пособие. Т., изд-во ‘‘O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi ‘‘ 2006
6. www.stat.uz

**Хомидов Сохибмалик Олимович, Тошкент давлат иқтисодий университети
“Иқтисодийда математик методлар”
кафедраси доценти, PhD.**

ФАРМАЦЕВТИКА САНОАТИНИНГ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШ ДАРАЖАСИ БЎЙИЧА ХУДУДЛАРНИ ОПТИМАЛ ТАСНИФЛАШ УСЛУБИЁТИ

Аннотация. Мақолада кўп ўлчовли кузатувларни таснифлаш услубиёти ёритилган бўлиб, унинг татбиғи фармацевтика саноатининг инновацион ривожланиш даражаси бўйича ҳудудларни оптимал таснифлаш масаласида кўриб чиқилган. Мақола сўнгида мазкур услубиёт асосида олинган эмпирик натижалар умумлаштирилган ва бу борада илмий хулосалар шакллантирилган.

Таянч сўзлар: кластер, тўплам, метрика, кўп ўлчовли кузатув, Евклид масофаси.

Аннотация. В статье описана методология классификации многомерных наблюдений, применение которой рассматривается в вопросе оптимальной классификации регионов по уровню инновационного развития фармацевтической отрасли. В конце статьи обобщаются эмпирические результаты, полученные на основе данной методологии и формируются научные выводы по этому поводу.

Ключевые слова: кластер, множество, метрика, многомерное наблюдение, евклидово расстояние.

Abstract. The article describes the methodology for classifying multidimensional observations, the application of which is considered in the issue of optimal classification of regions according to the level of innovative development of the pharmaceutical industry. At the

end of the article, the empirical results obtained on the basis of this methodology are summarized and scientific conclusions about this are formed.

Key words: cluster, set, metric, multidimensional observation, Euclidean distance.

Кириш

Кўп ўлчовли кузатувларни таснифлаш мураккаб жараён бўлиб, у бевосита катта меҳнат ва мураккаб ҳисоблашларни талаб этади. Ўз навбатида таснифлаш масаласи, кластер таҳлил усуллари ёрдамида амалга оширилади. Кластерлашдан асосий мақсад - объектлар ўртасида ўхшаш гуруҳларни шакллантириш ва улар орасидаги ўзаро алоқаларни таҳлил қилишдан иборатдир.

Тадқиқотимизда кўп ўлчовли кузатувларни таснифлаш масаласи ёритилган бўлиб, унга кўра фармацевтика саноатининг инновацион ривожланиш даражаси бўйича ҳудудлар шартли маълумотлар асосида қуйи, ўрта ва юқори синфларга ажратилади. Қаралаётган шартли ҳудудларни тажрибавий маълумотлар асосида муайян ривожланиш даражаси бўйича саралаш ва бу борадаги қонуниятларни аниқлаш, ҳар бир ҳудуднинг ўзига хос индикаторлар тўплами билан характерланади ва шунинг учун ҳам уларни бир хил даражада саралаб бўлмайди. Бу эса объектларни таснифлаш масаласи олдида янгича илмий ёндашувларни қўяди. Кўриб чиқиладиган услубиётнинг илмий жиҳатдан долзарблиги унда фақатгина объектларни таснифлаш масаласининг ечилиши билан эмас, балки объектларни таснифланган гуруҳларга ривожланиш мойилликларини аниқлаш кабилар билан ҳам изоҳланади.

Тадқиқотда объектларни таснифлашда параллел кластерлаш алгоритмидан фойдаланилган. Параллел жараёнларнинг моҳияти шундаки, ҳар бир алгоритм қадамида барча индикаторлар бир вақтнинг ўзиде таққослаб, ҳисоблаб борилади [1]. Чунки, кичик сондаги синфларга ажратишда ҳам танлаб олишни амалга оширилиши анча мураккаб. Шунинг учун ҳам ҳар хил параллел таснифлаш алгоритмларини ишлаб чиқишнинг асосий моҳияти, қўйилган мақсадни тез ечишни таъминлай оладиган, танлаш вариантларини қисқартирадиган усулни аниқлашдан иборатдир.

Тадқиқот услубиёти

Фармацевтика саноатининг инновацион ривожланиш даражаси бўйича ҳудудларни оптимал таснифлашда дастлаб энг муҳим бўлган бир қанча иқтисодий индикаторларни танлаб оламиз, сўнгра улардан хусусий индикаторларни ҳосил қиламиз. Бунинг учун қуйидаги белгилашларни киритамиз:

q_i^t - t даврда i ҳудуднинг фармацевтика саноатида яратилган инновацион маҳсулотлар ҳажми;

p_i^t - t даврда i ҳудуднинг фармацевтика саноати учун олинган патент ва ишланмалар сони;

qe_i^t - t даврда i ҳудуднинг инновацион фармацевтика маҳсулотлари экспорти ҳажми;

te_i^t - t даврда i ҳудуднинг фармацевтика саноатида банд бўлган тадқиқотчилар сони;

Юқоридагилар асосида қуйидаги хусусий индикаторларни шакллантираамиз:

$z_{i,1}^t = \frac{q_i^t}{grp_i^t}$ - t даврда i ҳудуд ялпи ҳудудий маҳсулотида инновацион фармацевтик

маҳсулотларнинг улуши (фоизда);

$z_{i,2}^t = \frac{p_i^t}{wp_i^t}$ - t даврда i ҳудуд фармацевтика саноати учун олинган патент ва

ишланмалар сонининг республикадаги улуши (фоизда);

$$z_{i,3}^t = \frac{qe_i^t}{wqe^t} - t \text{ даврда } i \text{ худуднинг инновацион фармацевтика маҳсулотлари экспорти}$$

ҳажмининг республикадаги улуши (фоизда);

$$z_{i,4}^t = \frac{te_i^t}{re^t} - t \text{ даврда } i \text{ худуднинг фармацевтика саноатида банд бўлган тадқиқотчилар}$$

сонининг жами худудий бандликдаги улуши (фоизда).

Хусусий индикаторлардан t даврда худудлар фармацевтика саноатининг инновацион ривожланишини характерловчи қуйидаги вектор ҳосил бўлади:

$$Z_i^t = (Z_{i,\rho}^t)_{\rho=1,2,3,4}, \quad i = 1, 2, \dots, n. \quad (1)$$

Келтирилган (1) дан худудлар фармацевтика саноатининг инновацион ривожланишини характерловчи ва “объект-хосса” деб аталувчи қуйидаги матрица вужудга келади [2].

$$Z_i^t = \begin{pmatrix} z_{1,1}^t & z_{1,2}^t & z_{1,3}^t & z_{1,4}^t \\ z_{2,1}^t & z_{2,2}^t & z_{2,3}^t & z_{2,4}^t \\ z_{3,1}^t & z_{3,2}^t & z_{3,3}^t & z_{3,4}^t \\ z_{4,1}^t & z_{4,2}^t & z_{4,3}^t & z_{4,4}^t \end{pmatrix}, \quad (2)$$

бунда, $z_{i,\rho}^t$ - t даврда i худуд фармацевтика саноатининг инновацион ривожланишини ифодаловчи ρ кўрсаткич, $\rho = 1, 2, 3, 4$.

Агар Z_i^t матрица $t = 1, 2, \dots, T$ моментларда қараб чиқилса, у ҳолда худудлар фармацевтика саноатининг инновацион ривожланишини ўзида ифода этувчи даврий фазовий (макон) кўрсаткичлар ҳосил бўлади.

Демак, t даврда i худуд фармацевтика саноатининг инновацион ривожланишини характерловчи $Z_i^t = (Z_{i,\rho}^t)_{\rho=1,2,3,4}$, $i = 1, 2, \dots, n$ даврий фазовий кўрсаткичлар вектори орқали

$O = \{O_i, i = 1, 2, \dots, n\}$ худудлар тўпламини $S^u = \{S_1^u, S_2^u, S_3^u\}$ дан иборат бўлган 3 та синфга ажратиш мумкин. Бунда, S_1^u , S_2^u ва S_3^u лар мос равишда фармацевтика саноатининг инновацион ривожланиши “қуйи”, “ўрта” ва “юқори” даражада бўлган худудлар гуруҳини ўз ичига олувчи тўпламлардан иборат. Шунингдек, $S_i \cap S_j = \emptyset$ учун $i \neq j$,

$\bigcup_{i=1}^k S_i = \{i, i = 1, 2, \dots, n\}$, бунда k - синфлар сони.

Бизда қаралаётган жараёнда барча хусусий индикаторлар тенг қийматли, яъни уларнинг улушлари бир хил, шунинг учун умумлашган индикатор қуйидагига тенг бўлади:

$$\omega_i^t = \frac{1}{4} \sum_{j=1}^4 z_{i,j}^t, \quad i = 1, 2, \dots, n. \quad (3)$$

Берилган $O = \{O_i, i = 1, 2, \dots, n\}$ худудлар тўпламини синфларга ажратишнинг жуда кўплаб усуллари мавжуд бўлиб, улар ичидан энг яхшисини танлаш мезони сифатида $Q(S)$ катталики киритамиз. $Q(S)$ катталик, i ва j худудлар фармацевтика саноати инновацион ривожланишини характерловчи Z_i^t ва Z_j^t вектор кўрсаткичлари ўртасидаги масофани $d(Z_i^t, Z_j^t)$ топиш орқали аниқланади ҳамда $O_i \in O - d(O_i, O_j)$.

Қаралаётган жараёнда белгиланган масофани ўлчашда оддий Евклид масофасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ [3]:

$$d_e(Z_i^t, Z_j^t) = \sqrt{\sum_{\rho=1}^4 (z_{i,\rho}^t - z_{j,\rho}^t)^2} \quad (4)$$

Мос метрикани танлаганимиздан сўнг, параллел кластер жараёни ёрдамида кластерлашни амалга оширамиз. Қаралаётган, t даврда $O = \{O_i, i = 1, 2, \dots, n\}$ хуудлар тўпламини $S^u = \{S_1^u, S_2^u, S_3^u\}$ учта синфга ажратишда юқорида қурилган умумлашган индикатор $\{\omega_i^t, i = 1, 2, \dots, n\}$ ёрдамида дастлабки S^0 ажратишни 2 вариантда, яъни: йиғма индикаторлар симметрик ва носимметрик тақсимот ҳолатларида амалга ошириш мумкин.

Куйида биз, асосан йиғма индикаторлар симметрик тақсимланганда синфларга ажратиш алгоритмини кўриб чиқамиз ва дастлаб, умумлашган индикаторларни ранжирлаб оламиз:

$$\omega_{i_1}^t \leq \omega_{i_2}^t \leq \omega_{i_3}^t \leq \dots \leq \omega_{i_n}^t \quad (5)$$

Йиғма индикаторларнинг барча мумкин бўлган ўзгаришлар диапазонини 3 та интервалга ажратиш мумкин [4]:

$$\left[\omega_{i_1}^t, \omega_{i_1}^t + \frac{\omega_{i_n}^t - \omega_{i_1}^t}{3} \right), \left[\omega_{i_1}^t + \frac{\omega_{i_n}^t - \omega_{i_1}^t}{3}, \omega_{i_1}^t + \frac{2}{3}(\omega_{i_n}^t - \omega_{i_1}^t) \right), \left[\omega_{i_1}^t + \frac{2}{3}(\omega_{i_n}^t - \omega_{i_1}^t), \omega_{i_n}^t \right] \quad (6)$$

Агар, $i_l = \max_i \arg \omega_i^t$ бўлса, у ҳолда:

$$\omega_{i_l}^t \in \left[\omega_{i_l}^t, \frac{\omega_{i_n}^t - \omega_{i_l}^t}{3} + \omega_{i_l}^t \right), \omega_{i_{l+1}}^t \notin \left[\omega_{i_l}^t, \omega_{i_l}^t + \frac{\omega_{i_n}^t - \omega_{i_l}^t}{3} \right) \quad (7)$$

Бундан, $S_1^0 = \{i_1, i_2, \dots, i_l\}$ келиб чиқади. Агар, $i_q = \max_i \arg \omega_i^t$ бўлса, у ҳолда:

$$\omega_{i_q}^t \in \left[\omega_{i_q}^t + \frac{\omega_{i_n}^t - \omega_{i_q}^t}{3}, \omega_{i_q}^t + \frac{2}{3}(\omega_{i_n}^t - \omega_{i_q}^t) \right) \text{ яъни } \omega_{i_{q+1}}^t \notin \left[\omega_{i_q}^t + \frac{\omega_{i_n}^t - \omega_{i_q}^t}{3}, \omega_{i_q}^t + \frac{2}{3}(\omega_{i_n}^t - \omega_{i_q}^t) \right) \quad (8)$$

Бундан, $S_2^0 = \{i_{l+1}, \dots, i_q\}$ келиб чиқади. Юқоридагилардан S_3^0 синф автоматик равишда $S_3^0 = \{i_{q+1}, \dots, i_n\}$ бўлади.

Олинган натижалар

Мазкур услубиёт ва тажрибавий маълумотлар асосида олинган эмпирик натижалар куйида келтирилган 1-жадвалда ўз аксини топган. Таҳлилларга кўра, T_1 - T_4 даврларда фармацевтика саноатининг инновацион ривожланиши куйи даражада бўлган биринчи гуруҳга (S_1^u) X_{13} хууд кирган бўлса (индекс ўртача қиймати 8.63), T_1 даврда мазкур гуруҳга 13.41 ҳамда T_3 даврда 7.25 қийматлар билан X_1 хууд киради.

1-жадвал

Хуудлар бўйича фармацевтика саноатининг ривожланиш индекслари (фоизда)¹

Хуудлар	T_1 -давр	T_2 -давр	T_3 -давр	T_4 -давр
X_1	13,41	26,83	7,25	27,25
X_2	26,83	25,41	26,35	25,90
X_3	22,27	21,90	21,24	21,78
X_4	29,52	29,88	30,36	30,99
X_5	28,91	28,66	27,94	26,83
X_6	27,16	24,80	26,25	26,02
X_7	32,68	26,97	31,13	31,51
X_8	21,13	21,38	21,75	22,23
X_9	27,32	26,68	27,53	27,76

¹ Ракамлар шартли.

Худудлар	T_1 -давр	T_2 -давр	T_3 -давр	T_4 -давр
X_{10}	28,38	27,10	30,22	27,25
X_{11}	29,37	27,00	28,08	28,24
X_{12}	23,17	21,26	25,74	24,54
X_{13}	8,54	8,33	8,85	8,78
X_{14}	26,50	26,63	27,84	27,67
X_{15}	25,07	24,45	25,95	26,63

Таҳлилларнинг кўрсатишича, аксарият худудларнинг фармацевтика саноати юқори даражада инновацион ривожланган учинчи гуруҳга (S_3'') мансубдир. Бундан кўринадики, қаралаётган худудларнинг катта қисми юқори инновацион ривожланиш даражаси билан характерланади.

T_1 - T_4 даврларда фармацевтика саноати ўрта даражада инновацион ривожланган иккинчи гуруҳга (S_2'') X_8 ва X_3 худудлар, T_1 ва T_2 даврларда эса X_{12} худуд кирази. Жумладан, X_{12} худудда ушбу индекс T_1 даврда 23.17 қийматни, T_2 даврда эса 21.26 қийматни ташкил этади.

Юқорида таъкидланганидек, фармацевтика саноатининг ривожланиш даражалари бўйича худудларнинг табақалаштирилган гуруҳларга ривожланиш мойилликларини ҳам аниқлаш мумкин. Унга кўра, T_1 - T_4 даврлар давомида X_{13} худуд фармацевтика саноати 100 фоиз эҳтимоллик билан, X_1 худуд фармацевтика саноати эса 50 фоиз эҳтимоллик билан биринчи гуруҳдаги инновацион ривожланишга мойилдирлар. Шунингдек, X_3 ва X_8 худудларнинг фармацевтика саноатлари 100 фоиз эҳтимоллик билан ҳамда X_{13} худуд фармацевтика саноати эса 50 фоиз эҳтимоллик билан иккинчи гуруҳ инновацион ривожланишига мойил. Қолган барча худудларнинг фармацевтика саноатлари 100 фоиз эҳтимоллик билан учинчи инновацион ривожланиш гуруҳига мойилдирлар.

Хулоса ва таклифлар

1. Тадқиқотда қўлланилган услубиётнинг татбиғи жараёнида олинган эмпирик натижалар турлича ривожланиш тенденциясига эга бўлган худудларнинг фармацевтика саноатини узоқ муддатли инновацион ривожлантириш юзасидан муайян стратегияларни ишлаб чиқиш, мазкур тармоқ бўйича фаол ва сустривожланаётган худудларни аниқлаш ва унинг сабабларини ойдинлаштиришга кенг имкониятлар яратиб беради.

2. Тадқиқотда худудлар фармацевтика саноатининг инновацион ривожланиш индекслари (ИРИ) кўрсатилган бўлиб, унга кўра мазкур индекс $0 \leq PI \leq 100$ интервал чегарасида ўзгариб туради. Қайсики, индекс қийматининг максимумга интилиши худудлар фармацевтика саноатининг барқарор инновацион ривожланаётганлигидан далолат беради.

3. Тажриба асосида олинган эмпирик натижалар X_{13} худуд фармацевтика саноати 100 фоиз эҳтимоллик билан, X_1 худуд фармацевтика саноати эса 50 фоиз эҳтимоллик билан қуйи даражада, X_3 ва X_8 худудларининг фармацевтика саноатлари 100 фоиз эҳтимоллик билан ҳамда X_{12} худуд фармацевтика саноати эса 50 фоиз эҳтимоллик билан ўрта даражада инновацион ривожланишга, қолган барча худудларнинг фармацевтика саноати эса 100 фоиз эҳтимоллик билан юқори даражадаги инновацион ривожланишга мойилдирлар.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Vakharia A.J., Mahajan J. (2000). Clustering of objects and attributes for manufacturing and marketing applications / European Journal of Operational Research 123. pp. 640-651.

2. Айвазян С.А. Мхитарян В.С. Прикладная статистика и основы эконометрики. М.: ЮНИТИ. 1998. - 487 с.

3. Салаев С.К. Кичик бизнес ривожланиш тенденцияларини моделлаштириш ва башоратлаш (Ўзбекистон Республикаси мисолида). Иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. Т.: 2008. - 38 б.

4. Егорова Н.Е., Хачатрян С.Р., Королева Н.В., Маренный М.А., Шумейко Г.Г. Методы измерения взаимодействий малого и крупного бизнеса в ходе реструктуризации предприятий. / Препринт # WP/2001/109. - М.: ЦЭМИ РАН, 2001. - 71 с.

Очилов Шерали Баратович, к.э.н., доц.
Авезова Шахноза Махмуджановна, докторант (PhD)
Пулатова Зарифа Аскарровна, преп.школы №24
Бухарский инженерно-технологический институт
e-mail: avezova.78@inbox.ru; тел: +998936511182

ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫЙ МЕТОД ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА ОСНОВЕ КОРРЕЛЯЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ

Аннотация: В статье предлагается универсальный метод разработки корреляционной модели, которые можно применить при решении экономических задач в планировании и прогнозировании. На основе уравнения разработанной корреляционной модели спрогнозированы численность трудовых ресурсов Бухарской области на период 2021-2030 г. и определены их перспективные тенденции

Ключевые термины: моделирование, корреляционная модель, трудовые ресурсы, корреляционно-регрессионный анализ, прогнозирование, точность, пригодность, рынок труда.

DIFFERENTIAL METHOD FOR FORECASTING LABOR RESOURCES BASED ON CORRELATION MODELS

Abstract: The article proposes an universal method for developing a correlation model that can be applied in solving economic problems in planning and forecasting. Based on the equation of the developed correlation model, the number of labor resources of the Bukhara region for the period 2021-2030 is predicted and their prospective trends are determined

Key words: modeling, correlation model, labor resources, correlation and regression analysis, forecasting, accuracy, suitability, labor market.

Введение

Для научного познания любого экономического явления или процесса можно пользоваться в качестве инструментариев такими четырьмя методами: теоретическим анализом, наблюдением, научным экспериментом, моделированием. Если первые три подхода успешно используются, например, в технических науках, то на долю экономики и управления последнее (за исключением наблюдения, используемого в статистике). Объяснить это можно тем, что экономические процессы достаточно длительны. Для сбора необходимого для теоретического анализа статистической информации часто необходимы годы и десятилетия, из-за этого усложняется проявление действующих закономерностей и влияние многочисленных отдельных факторов. Научное управление в экономике состоит в том, чтобы обеспечить эффективное использование факторов. Для этого нужно знать насколько единиц изменится тот или иной показатель, если другой изменится на единицу. Для исследования интенсивности и формы зависимостей применяется корреляционно-регрессионный анализ, который является методическим инструментарием при решении

задач прогнозирования, планирования и анализа хозяйственной деятельности предприятия.

Корреляционная модель – это математическое выражение типа уравнения, в котором среднее значение результативного показателя формируется под влиянием одного или нескольких факторов. Она позволяет определить ожидаемое значение результативного показателя. Корреляционную модель используют для того, чтобы проверить правильно ли используются ресурсы и обосновать величину экономических показателей на перспективу.

Основная часть. Существующий метод построения корреляционных моделей типа $y=f(x)$ при наличии данных о состоянии изучаемого объекта y_i и x_i широко используется в практике планирования и прогнозирования. О недостатках этого метода мы рассказали в опубликованных работах.

В данной статье предлагаем универсальный метод определения зависимости типа $y=f(x)$ отличающий от существующих.

Пусть реальный процесс протекает на некоторому закону $y=f(x)$. И пусть функция $f(x)$ непрерывная и гладкая т.е. имеет производную n -го порядка. Как известно, все функции используемые при прогнозирования социально-экономических явления является такими. А данных x_i имеющихся в нашем распоряжении является значением функции $y=f(x)$ в точках x_i .

Так как в нашем условии функция $f(x)$ имеет производную n -го порядка,

$$\text{то } \lim_{x_{i+1} \rightarrow x_i} \frac{f(x_{i+1}) - f(x_i)}{x_{i+1} - x_i} = f^n(x_i) \quad (1)$$

$$\text{Следовательно } \lim_{x_{i+1} \rightarrow x_i} \frac{f(x_{i+1}) - f(x_i)}{x_{i+1} - x_i} = f^n(x_i) \quad (2)$$

$$\text{Таким образом } \lim_{x_{i+1} \rightarrow x_i} \frac{f^{n-1}(x_{i+1}) - f^{n-1}(x_i)}{x_{i+1} - x_i} = f^n(x_i) \quad (3)$$

На основе (1), (2), (3) можно написать следующее равенство:

$$\lim_{x_{i+1} \rightarrow x_i} \frac{f^{n-1}(x_{i+1}) - f^{n-1}(x_i)}{x_{i+1} - x_i} \approx f^n(x_i) \quad (4)$$

Теперь рассмотрим на конкретном примере.

В следующей таблице 1 приведены реальные данные о численности населения Бухарской области Республики Узбекистан в период 2016-2020 гг. Требуется сделать прогноз по этим показателям в период например 2020-2025гг.

$$\text{Пусть } \lim_{x_{i+1} \rightarrow x_i} \frac{f^{n-1}(x_{i+1}) - f^{n-1}(x_i)}{x_{i+1} - x_i} \approx f^n(x_i) = \Delta^n Y_i$$

На основе этого равенства заполняем другие графики таблицы. Здесь $x_{i+1} = x+1$ и $x_i = t$ следовательно $x_{i+1} - x_i = t + 1 - t = 1$ при всех $i=1, x_n$ и $x=1, x_n$

Таблица 1

t_i	Y_i	$\Delta^1 Y$	$\Delta^2 Y$	$\Delta^3 Y$	$\Delta^4 Y$
1	1815	-	-	-	-
2	1843	28	-	-	-
3	1870	27	-1	-	-
4	1894	24	-3	-2	-
5	1923	29	5	8	10

И так по нашим данным: $y^{IV} = 10$, при условии $y^{III}(1) = -2$. Поэтому $y^{III} = \int 10dx y^{III} = 10x + e$
 $y^{III} = 10 * 1 + e = -2$, отсюда $e = -12$ и $y^{III} = 10x - 12$.

Таким

образом:

$$\frac{d^2y}{dx^2} = \int(10x - 12)dx \Rightarrow y' = 10 \frac{x^2}{2} - 12x + e, \text{ при } y''(1) = -1 \text{ и}$$

$$y''(1) = 5 \cdot 1 - 12 + e = -1 \rightarrow e = 6.$$

$$\text{Поэтому } y'' = \int(5x^2 - 12x + 6)dx$$

$$y' = 5 \frac{x^3}{3} - 6x^2 + 6x + e \rightarrow y'(1) = 28. \text{ Далее } \frac{5}{3} - 6 + 6 + e = 28 \rightarrow e = 28 - 1,67 \quad e = 26,33;$$

$$y' = \frac{5}{3}x^3 - 6x^2 + 6x + 26,33, \text{ при условии } y(1) = 1815;$$

$$y = \int(\frac{5}{3}x^3 - 6x^2 + 6x + 26,33) dx = \frac{5}{12}x^4 - 2x^3 + 3x^2 + 26,33x + e$$

$$y(1) = \frac{5}{12} - 2 + 3 + 26,33 + e = 1815 \rightarrow e = 1787$$

Искомая функция имеет следующий вид:

$$y = \frac{5}{12}x^4 - 2x^3 + 3x^2 + 26,33x + 1787$$

Проверив данную функцию, можно убедиться в пригодности построенной модели. Но предложенная методика имеет следующие недостатки:

а) если количество данных увеличивается, то степень многочлена $y=f(x)$ также увеличивается пропорционально количеству данных. Например, если количество данных $n=20$, то получаем многочлен 20-й степени, после $n=20$ краткая интегрированные;

б) Так как точность построенных моделей зависит от $|x_{i+1} - x_i| < \delta$ при решении экономических задач $|t_{i+1} - t_i| = 1$. Особенно если рассматриваются динамические ряды, но при решении задачи физики, химии и биологии $\Delta x = x_{i+1} - x_i$ можно уменьшить неограниченно, так как это будет зависеть от желания научного исследователя, проводящего эксперимент.

При решении экономических задач можно успешно применить предложенный метод, ограничив вычислением $\Delta^2 y, \Delta^3 y$.

В таблице 2 приведены данные о трудовых ресурсов по Бухарской области Республики Узбекистан в период 2010-2020 гг. Необходимо сделать прогноз на основе этих показателей на период 2021-2030 годы. Используем вышеизложенную методику. При этом ограничимся только $\Delta^2 y$ или $\Delta^3 y$.

Таблица 2

T	y	Δy	$\Delta^2 y$	$\Delta^3 y$
1	971,9	-	-	-
2	1008,3	36,4	-	-
3	1025,7	17,4	-19	-
4	1035,1	9,4	-8	11
5	1045	9,9	0,5	8,5
6	1055,8	10,8	0,9	0,4
7	1065,4	9,6	-1,2	-2,1
8	1073,1	7,7	-1,9	-0,7
9	1081,6	4,7	-3	-1,1
10	1083,8	3,2	-1,5	1,5
11	1070,4	-10,6	-13,8	-12,3

В дальнейшем для определения функции $y=f(x)$ вычислим среднее значение $\Delta^2 Y_{cp} = \frac{-19-8+0,5+0,9-1,2-1,9-3-1,5-13,8}{9} = \frac{-47}{9} = -5,2$ $y'' = -5,2$ или

$$\frac{d^2y}{dx^2} = -5,2 \quad \text{при} \quad \text{условии} \quad y' \quad (1)=36,4$$

$$\frac{dy}{dx} = -5,2x + c \quad \text{и} \quad 36,4 = 5,2 \cdot 1 + e \rightarrow e = 41,6$$

$y' = -5,2x + 41,6$ при начальном условии $y(1) = 971,9$

$$\frac{dy}{dx} = -5,2x + 41,6$$

$$y = -1,73x^2 + 41,6x + e$$

$$971,9 = -1,73x^2 + 41,6x + e \rightarrow e = 932,03$$

В итоге данная функция имеет вид: $y = -1,73x^2 + 41,6x + 932,03$

Для проверки надёжности найденной функции сопоставляем фактические y_{ϕ} и расчетные значения изучаемого процесса с помощью программы Excel.

Таблица 3

y_{ϕ}	971,9	1008,3	1028	1035	1048	1056	1065	1073	1077	1081	1070
y_x	971,9	1005,3	1034	1057	1076	1084	1098	1095	1099	1093	1082
$y_{\phi} - y_x$	0	+3	-6	-22	-28	-28	-32	-22	-22	-12	-12

Если $y' = (-1,73x^2 + 41,6x + 932,03) = 0$ то мы получаем $x = \frac{41,6}{1,73} = 12,02$.

Это означает, что максимальное значение трудовых ресурсов достигало в период $12 < x \leq 13$. И в дальнейшем происходит снижение количество трудовых ресурсов в этой области.

Используя предложенную методику и предположения относительно тенденции основных показателей численности трудовых ресурсов Бухарской области за 2010-2020г.г. проведем расчет прогнозных значений численности трудовых ресурсов в период 2021-2030г.г. Результаты расчетов представлены в табл. 4.

Таблица 4

Годы	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Численность трудовых ресурсов	1182,11	1176,56	1174,66	1166,75	1154,72	1139,22	1120,31	1098,44	1072,22	1042,77

Таким образом прогнозное значение численности трудовых ресурсов к 2030 году снизится на 28 тыс.чел. по сравнению с 2020 годом, это 3%, что объясняется в первую очередь со снижением прироста численности населения Бухарской области.

Несмотря на снижение данных показателей, в любом случае перед региональными органами власти и обществом стоит задача неуклонного увеличения рабочих мест, чтобы не увеличить дополнительную напряжённость на рынке труда Бухарской области.

Для динамичного экономического развития Бухарской области и решения Программных задач по достижению указанных целевых показателей и для достижения прогнозных показателей численности трудовых ресурсов, а также для достижения высокого уровня занятости следует применить следующие меры и механизмы:

- повышение качества рабочих мест, совершенствование системы оплаты труда как основы повышения уровня жизни населения;
- развитие кадрового потенциала предприятий Бухарской области, внедрение инновационных методов управления трудовыми ресурсами;
- создание эффективной политики занятости, обеспечивающей оптимальный баланс количественного и качественного состава трудовых ресурсов в соответствии с потребностями рынка труда Бухарской области;
- развитие высококвалифицированного кадрового потенциала, обновления профессиональных кадров как важнейшего интеллектуального и профессионального ресурса, обеспечивающего высокие темпы социально-экономического развития Бухарской области.

Также надо подчеркнуть, что нахождение и интегрирование среднего значения Δu и $\Delta^2 u$ не является единственным способом установления зависимости $y=f(x)$.

Рассмотрим данные таблицы №1. $\Delta^2 Y$ имеет значение $\Delta^2 y(1) = -1$ $\Delta^2 y(2) = -3$ и $\Delta^2 y(3) = 5$

Находим функцию y'' в виде $y'' = \alpha_0 + \alpha_1(x - x_1) + \alpha_2(x - x_1)(x - x_2)$ или $\alpha_0 + \alpha_1(x - 1) + \alpha_2(x - 1)(x - 2)$.

Подставим $x=1$ $y''(1) = -1$ и найдем $\alpha_0 = -1$ и при $x=2$ $y''(2) = -3$ и найдем $\alpha_0 = -2$ а потом при $x=3$ $y''(3) = 5$ найдем $\alpha_2 = 5$.

И так наша функция имеет вид $y'' = -1 - 2(x - 1) + 5(x - 1)(x - 2)$ или

$$y'' = 5x^2 - 17x + 11$$

Теперь интегрируя два раза последнюю функцию на основе начальных условий $y'(1) = 28$ и $y'(1) = 1815$ определим функцию. Она имеет вид $y = 0,467x^4 - 2,83x^3 + 5,5x^2 + 23,8x + 1788$

Пригодность этой модели можно проверить, поставив x в соответствующие значения.

На основе вышеизложенной теории можно сделать следующие выводы:

1) Если в имеющихся статических данных $x_{i+1} - x_i < \delta$ или другими словами $\Delta x = x_{i+1} - x_i \Rightarrow 0$ то как в таблице 1.

Найдём $\Delta^n Y = A$, где $A = \text{cong } t$ или после замены $\Delta^n Y$ на $Y^{(n)}$ мы получим $Y^{(n)} = A$. Интегрируя n раз, мы получим искомую функцию.

2) Если $x_{i+1} - x_i = \Delta x$ не стремится к нулю, то $f(x_{i+1}) - f(x_i) \approx f'(x_i)(x_{i+1} - x_i)$ нарушается. Поэтому необходимо поступить следующим образом, достаточно вычислить Δu , $\Delta^2 u$ или $\Delta^3 u$.

На следующем этапе вычислим эти значения. Среднее значение и заменяется Δu , $\Delta^2 u$, $\Delta^3 u$ на y' , y'' и y''' мы получим уравнение типа $y'(x)=A$, $y'' = \beta$ или $y''(x) = e$. Решив эти дифференциальные уравнения, мы получим данную модель.

3) На этом этапе мы закончим вычисления Δu , $\Delta^2 u$, $\Delta^3 u$, и точечное значение этих переменных заменяем на непрерывную функцию. Например, если на колонке $\Delta^2 u$ имеется только 3 данных, то функция выглядит следующим образом:

$$y'' = \rho(x) = \alpha_0 + \alpha_1(x - x_1) + \alpha_2(x - x_1)(x - x_2).$$

После двойного интегрирования этой функции мы получаем данную функцию.

Заключение.

Функционирование рынка труда в современных условиях экономики характеризуется высокой степенью нестабильности и неопределённости. Для того чтобы выжить, субъекты рынка труда должны быть способны своевременно реагировать на изменяющиеся условия функционирования, как можно более безболезненно приспосабливаться, извлекая максимум выгоды из рыночных возможностей, используя имеющийся трудовой потенциал региона. Это требует от государственных властей постоянного прогнозирования и контроля за изменениями на рынке труда, применения адекватного экономико-математического инструментария, а также создание методики, позволяющей эффективно анализировать динамику рыночных показателей труда.

Важнейшим достоинством предложенной методики является построение корреляционной модели опирающейся на определение производной функции. На основе этого искомая функция не берётся из определённой функции, а получается в результате последовательного интегрирования. Математическим обоснованием является теорема высокой аппроксимации любой непрерывной функции при помощи многочленов и степени в курсе математического и функционального анализа. Модель, описанная в данной статье, представляет собой первый шаг на пути к построению реально функционирующей системы принятия управленческих решений региональными органами власти на основе прогноза рынка труда. Прогноз ситуации на рынке труда имеет важное экономическое, социальное и политическое значение. В завершение хотелось бы

отметить, что предложенная методика поддаётся компьютерному программированию и может быть использована при оценке перспектив развития рынка труда при разработке программ содействия занятости, составлении прогноза основных показателей социально-экономического развития региона.

**Садыкова Гульдана Тлегеновна, докторант
Евразийского национального университета
им. Л.Н. Гумилева, г. Нур-Султан,
Республика Казахстан**

СОЗДАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КОРИДОРА ШЫМКЕНТ-ТАШКЕНТ-ХУДЖАНД: ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

Аннотация

В статье говорится о нераскрытом экономическом потенциале Центральной Азии и показана роль региональных экономических коридоров в раскрытии этого потенциала, целесообразность и эффективность экономических коридоров для процветания региона.

Азиатский Банк развития (АБР) предложил создать новый коридор для интеграции стран Центральной Азии «Казахстан-Узбекистан-Таджикистан» (Шымкент-Ташкент-Худжанд).

Автор рассматривает предпосылки создания регионального экономического коридора Шымкент-Ташкент-Худжанд, делает акцент на перспективных возможностях и вместе с тем, обращает внимание на необходимость определения барьеров и рисков в развитии РЭК Шымкент – Ташкент – Худжанд. Кроме того, в статье показаны факторы, определяющие барьеры и риски и аспекты функционирования экономического коридора, которые необходимо учесть при развитии данного экономического коридора.

Abstract

The article talks about the untapped economic potential of Central Asia and shows the role of regional economic corridors in unlocking this potential, the expediency and effectiveness of economic corridors for the prosperity of the region.

The Asian Development Bank (ADB) proposed to create a new corridor for the integration of Central Asian countries "Kazakhstan-Uzbekistan-Tajikistan" (Shymkent-Tashkent-Khujand).

The author considers the background for the Shymkent-Tashkent-Khujand regional economic corridor creation, focuses on promising opportunities and, at the same time, draws attention to the need to identify barriers and risks in the development of the Shymkent-Tashkent-Khujand REC. In addition, the article shows the factors that determine the barriers and risks and aspects of the economic corridor functioning that must be taken into account in this economic corridor development.

Центральная Азия – регион с нераскрытым экономическим потенциалом. Путь к экономическому росту центральноазиатских стран — это взаимовыгодное сотрудничество между ними. Международный опыт показывает, что не маловажную роль в этом могут сыграть региональные экономические коридоры, которые откроют перспективные возможности по повышению социально-экономической устойчивости и экономическому росту.

Реализация концепции региональных экономических коридоров в азиатских странах и существующих региональных коридоров других странах мира показывают целесообразность и эффективность экономических коридоров для процветания региона.

В последнее время произошли определенные изменения в политическом курсе Узбекистана, что создало благоприятные условия для использования потенциала регионального сотрудничества и интеграции с такими соседними странами, как Казахстан и Таджикистан. Целью такого сотрудничества и интеграции является стимулирование экономического роста, развитие экспорта, развитие торговой и экономической инфраструктуры, создание новых постоянных рабочих мест и улучшение качества жизни граждан этих стран. И в нынешних условиях для Казахстана, Узбекистана и Таджикистана в углублении их экономической интеграции друг с другом и с остальным миром может быть очень полезным создание транснациональных экономических коридоров (ТНЭК) [1, 115].

В результате этого торговые и туристические потоки между тремя странами значительно увеличились в течение 2017–2019 годов. Примечательно, что объем двусторонней торговли товарами между Казахстаном и Узбекистаном вырос с 1,8 млрд. долларов США в 2016 году до 4,1 млрд. Долларов США в 2019 году. Объем двусторонней торговли между Таджикистаном и Узбекистаном вырос за тот же период с 81,8 млн. долларов США до 470,6 млн. долларов США. Число граждан Таджикистана, Посетивших Казахстан и Узбекистан, увеличилось в 4,4 раза в период с 2016 по 2018 годы, а количество граждан Узбекистана, посетивших Казахстан и Таджикистан, более чем удвоилось за тот же период. Пандемия коронавирусной инфекции (COVID-19) вызвала временный спад в региональной экономической интеграции в Центральной Азии. В постпандемийный период страны Центральной Азии намерены возобновить старые связи и продолжить сотрудничество, особенно Узбекистан и Таджикистан.

Азиатский Банк развития (АБР) предложил создать новый коридор для интеграции стран Центральной Азии «Казахстан-Узбекистан-Таджикистан».

Три года назад для развития коридора странами-участницами (Казахстан, Узбекистан, Таджикистан) была одобрена Дорожная карта с начальным объемом технической помощи \$800 тыс, профинансированных АБР.

Импульсом для создания экономического коридора послужили смена статуса Шымкента (стал городом республиканского значения), а также улучшение делового климата между Узбекистаном и Таджикистаном [2].

Географическая направленность создания ЭКШТХ (Экономический коридор Шымкент-Ташкент-Худжанд) будет сосредоточена на городе Шымкент и Туркестанской области Казахстана, городе Ташкенте и Ташкентской области Узбекистана, а также на Согдийской области, включая город Худжанд Таджикистана. В будущем предполагается расширение географического охвата данного коридора путем включения других городов и/или областей Казахстана, Таджикистана и Узбекистана и может быть распространен на остальную часть Ферганской долины и т.д. [3, 1].

Шымкент расположен на международных перекрестках Европы-Восточной Азии и Российской Федерации-Ближнего Востока, и Южной Азии, а Ташкент и Худжанд являются туристическими центрами. Три города и прилегающие области имеют уровень экономической взаимодополняемости, особенно в сфере сельского хозяйства и продовольствия.

Также между ними имеется легкая трансграничная мобильность рабочей силы, чему способствуют тесные исторические, культурные, этнические и языковые связи между тремя странами.

Все это позволяет сделать вывод, что эти города также стратегически связаны с международными рынками.

Шымкент - один из трех городов а, имеющих статус республиканского значения, третий мегаполис, крупный промышленный, торговый и культурный центр Казахстана. Имеет большие перспективы для дальнейшего развития. Его выгодное геополитическое положение позволяет стать крупным логистическим хабом для всего региона и стран Центральной Азии.

Территория города Шымкент составляет 116,3 тыс. га (0,04% от территории страны), население города составляет 1 061,5 тыс. человек (5,6% от населения Республики Казахстан).

Также важно отметить, что через Шымкент проходит международный транспортный автобан Западная Европа – Западный Китай [4]. Ташкент – столица и крупнейший город Узбекистана и республиканского подчинения. Считается крупнейшим городом по численности населения в Средней Азии (2 766 400 человек). Ташкент является важнейшим политическим, экономическим, культурным и научным центром страны. Расположен на северо-востоке страны, недалеко от границы с Казахстаном.

На Ташкент приходится наибольший удельный вес в структуре выпуска промышленной продукции Республики Узбекистан – 19,2 % от республиканского объема промышленности. Наибольшая доля потребительских товаров республики также производится в Ташкенте – 27,1 % от общего объема потребительских товаров [5].

Города Шымкент и Ташкент являются важными авиационными, железнодорожными и автомобильными узлами.

Перспективные возможности, открываемые с созданием РЭК Шымкент- Ташкент-Худжанд:

- инновационное развитие экономических коридоров является важным компонентом построения глубокой региональной экономической интеграции в этой редконаселенной части мира;

- создание возможностей для развития бизнеса и увеличения занятости населения, альтернатива ЕАЭС;

- формирование торгово-распределительной системы, объединяющей производителей, торгово-логистические компании. Налаженная торгово-транспортная инфраструктура станет основой для дальнейшего торгово-экономического сотрудничества между Казахстаном, Узбекистаном и Таджикистаном [6].

- для региона, который не имеет выхода к морю, сухопутные логистические пути имеют важное стратегическое значение и являются эффективным комплексным решением вопросов в области международных перевозок для повышения их качества и сокращения сроков доставки;

- развитие транзитных систем в регионе повысит интеграцию между тремя странами и повлияет на международную торговлю, которые на сегодня сдерживают транзитный грузопоток;

- создание новых транспортных коридоров на основе существующих путей сообщения, что обеспечит полноценное функционирование режима свободной торговли и расширит сотрудничество азиатского региона;

- создание конкурентоспособной экономики, которая ориентирована на применение инновационных экологически чистых природосберегающих технологий [7].

- совершенствование отношений между странами Центрально-Азиатского региона и активное участие в реализации совместных проектов (в ноябре 2018 году АБР одобрил грант в размере \$35 миллионов для подключения электросетей Таджикистана к Центральноазиатской энергетической системе (ЦАЭС) через Узбекистан) [8].

- Азиатский банк развития (АБР) предоставит Таджикистану в виде гранта \$110 млн на строительство объездной дороги Обигарм – Нуробод. Она является частью международных транспортных коридоров стран — участниц программы Центрально-Азиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС). Эта важная дорога международного коридора обеспечивает доступ к экономическим возможностям и социальным услугам для 17 населенных пунктов. Проект включает строительство около 75 км двухполосной дороги, нескольких мостов и туннелей, которое должно завершиться к 2023 г. с выделенными суммами около \$350 млн.

АБР дополнительно мобилизовал 1 млн долл. США в объем ТП, чтобы помочь Казахстану, Узбекистану и Таджикистану в реализации дорожной карты и дальнейшей работе в определенных тематических областях [9].

Все это формирует условия для расширения взаимовыгодного трансграничного экономического сотрудничества и интеграции.

Развитие Экономического коридора Казахстан-Узбекистан-Таджикистан откроет возможность в привлечений инвестиций, развитии городских агломерации, туризма, сектора услуг и диверсификации экспорта [8].

Несмотря на выгоды от создания ЭК необходимо определить барьеры и риски в развитии РЭК Шымкент – Ташкент – Худжанд.

Существуют факторы, определяющие барьеры и риски в развитии региона ЭКШТХ, которые заключаются в следующем:

1) *риски, связанные с нарушениями принципов сбалансированности национальных интересов;*

2) *риски, определяемые возможностью формирования наднационального органа управления ЭКШТХ что может, как мы уже отмечали выше, в первой главе работы, к избыточному функционалу, способствующему формированию искусственных барьеров и снижающему эффективность управления;*

3) *риски, связанные с конъюнктурой геополитической повестки в мировом и субрегиональном масштабах.*

Помимо этого, на наш взгляд, необходимо учесть следующие аспекты функционирования экономического коридора:

1) хотя результат функционирования экономического коридора и заслуживает внимания, все же сотрудничество в отдельных секторах может привести к столкновению с рядом ключевых трансграничных ограничений в рамках стран, входящих в экономический коридор;

2) простое наличие критически важных компонентов, необходимых для успешного развития коридора не может гарантировать успех, если не будут предприняты запланированные усилия по их интеграции в единое целое для достижения ключевых целей развития региона;

3) в азиатской части Евразийского континента проблем неизмеримо больше в силу больших пространств со слабыми транспортными сетями и несопоставимости экономических уровней, а значит, и инвестиционных возможностей стран. Учитывая местоположение Казахстана, отсутствие выхода к морю и рассредоточенные схемы расселения, важной областью остается транспортная инфраструктура.

Список использованной литературы:

1. Садыкова Г.Т. Концептуальные подходы к определению экономического коридора //Экономическая серия вестника ЕНУ имени Л.Н. Гумилева. – 2021. - № 1. - С.108-118.

2. АБР поможет создать экономический коридор между Худжандом, Ташкентом и Шымкентом, 31.05.19. <https://fergana.news/news/107875/>.

3. Дорожная карта развития экономического коридора Шымкент-Ташкент- Худжанд. - АБР. ЦАРЭС, январь 2021. – 94 с.

4. Создание экономического коридора Шымкент-Ташкент-Худжанд может расширить региональный динамизм. [https://kun.uz › news › 2019/05/31 › sozdaniye-ekono...31 мая 2019 г.\)](https://kun.uz › news › 2019/05/31 › sozdaniye-ekono...31 мая 2019 г.))

5. Ташкент – Википедия. <https://ru.wikipedia.org › wiki › Ташкент>.

6. Мигранян А. А. , Маршрут Худжанд-Ташкент-Шымкент: чем будет полезен такой торговый коридор, 3 июня 2019., Источник: <https://materik.ru/analitika/marshrut-hudjand-tashkent-shymkent-chem-budet-polezen-takoy-torgovyy-koridor/>)

7. Между Худжандом, Ташкентом и Шымкентом будет создан экономический

коридор. 3-06-2019., Источник: <http://berlek-nkp.com/tadzhikistan/7622-mezhdudhuzhandom-tashkentom-i-shymkentom-budet-sozdan-ekonomicheskii-koridor.html>).

8. Экономические коридоры ЦА – пути к региональному росту <https://kapital.kz> > Финансы.

9. Виртуальный региональный семинар по вопросам реализации Дорожной карты развития экономического коридора Шымкент-Ташкент-Худжанд. - Манила, 20 апреля 2021г. <https://www.carecprogram.org/uploads/Final-...PDF>.

Жанназарова Гаухар Каипназаровна,
старший преподаватель,
Национальный университет Узбекистана
имени Мирзо Улугбека

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА ПУТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ ЭКОНОМИКАХ

Аннотация: В данной статье рассмотрены вопросы инновационного развития региона как один из путей экономического прогресса в развивающихся экономиках, в условиях меняющегося мира.

Annotatsiya: Ушбу мақолада ўзгараётган жаҳон шароитида худудларнинг инновацион ривожланиш масалалари иқтисодий тараққиётни ривожланиш йўли сифатида кўрилган.

Abstract: This article discusses the issues of innovative development of the region as one of the ways of economic progress in developing economies in a changing world.

Ключевые слова : инновации, экономика региона, экономический рост, инвестиции, трансформация промышленности, инфраструктура.

Калит сўзлар: инновациялар, минтақа иқтисодиёти, иқтисодий ўсиш, инвестициялар, саноатни ўзгартириш, инфратузилма.

Keywords: innovations, regional economy, economic growth, investments, industry transformation, infrastructure.

Инновационное экономическое развитие региона, становится необходимым условием долгосрочного экономического развития страны в целом.

На совместном расширенном заседании Сената Олий Мажлиса и Парламента Республики Узбекистан Президент Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёев отметил, что ... «Сегодня мы переходим на путь инновационного развития, направленного на коренное улучшение всех сфер жизни государства и общества. И это закономерно. Ведь кто выигрывает в нынешнем стремительно развивающемся мире? Только то государство, которое опирается на новую мысль, новую идею, инновацию. Если мы сегодня начинаем строить наше великое будущее, то должны делать это прежде всего на основе инновационных идей, инновационного подхода»¹.

Пандемия Covid -19, столкнул все государства мира с беспрецедентным экономическим, экологическим и медицинским кризисом. Как показывают исследования, в то время как традиционные факторы экономического роста, такие как потребление энергии, финансовое развитие, туризм ускоряют накопление ВВП, они также и могут привести к ухудшению экологической ситуации в развивающихся странах².

Следовательно, актуальным вновь становится вопрос о роли инноваций (науки и человеческого капитала) в обеспечении устойчивого экономического прогресса в развивающихся экономиках. Инвестиции в технологии и человеческий капитал, как

¹ <https://uza.uz/ru/posts/poslanie-prezidenta-respubliki-uzbekistan-shavkata-mirziyeev-23-12-2017>

² <https://link.springer.com/article/10.1007/s13132-021-00732-x>

известно, должны стать движущей силой трансформации промышленности, инфраструктуры, транспорта и системы здравоохранения. Такая модель энергоэффективного экономического роста должна иметь наименьший ущерб для окружающей среды.

Стратегия развития Нового Узбекистана делает значительный упор на внедрение инновационных технологий и решений в строительной отрасли, водном, сельском и лесном хозяйстве, а также создание инструментов по коммерциализации зеленых инновационных технологий и продуктов.

Установить новый порядок работы с регионами в рамках задач по комплексному социально-экономическому развитию регионов, определенных в Стратегии развития, в соответствии с которым:

ежегодно в разрезе регионов разрабатываются программы развития с глубоким изучением проблем и возможностей всех районов и городов на основе программ комплексного социально-экономического развития регионов на 2022 — 2026 годы;

важные проекты, направленные на реформирование социально-экономической сферы и развитие приоритетных отраслей, принимаются после широкого обсуждения с участием общественности, принимая во внимание требования всех регионов и предложения инициаторов на местах.

Сегодня, Каракалпакстан, как и другие регионы государств бассейна Аральского моря, развивается в напряженной экономической, водохозяйственной, демографической и экологической обстановке. Природе - по существу единственному источнику жизни человека - причинен огромный ущерб. Экономическая машина цивилизации стала разрушительной силой для биосферы и даже самого человека, не предложив ничего для поддержки гармоничного состояния окружающей среды. Человек, неразумно используя природные ресурсы, поставил под угрозу здоровье и благополучие не только ныне живущих, но и будущих поколений. Загрязнение атмосферы и водных источников, потепление климата, опустынивание и обезлесивание, накопление промышленных и бытовых отходов - лишь некоторые результаты безответственной хозяйственной деятельности человека.

Развитие экономики сопровождается воздействием на окружающую среду и наоборот вынужден принимать во внимание фактор отрицательного воздействия экологии на экономику. Создание новых и расширение существующих компонентов рыночной инфраструктуры, то есть производств, прогресс в технологиях не только приводят к положительным экономическим и социальным результатам, но и имеют отрицательные стороны, в частности, ухудшение экологической обстановки. Построение моделей эколого-экономических процессов и основанные на них прогнозы дают возможность разработать перспективную концепцию путей развития региона с учетом особенностей его территорий. Различные сценарии развития экономики предполагают соответственно существенно различающиеся экологические последствия, которые необходимо анализировать и учитывать при принятии решений государством и властями региона.

С началом рыночных реформ фактически стала формироваться новая система управления экономикой регионов, которая строилась на основе адаптированных к новым условиям методов рыночной экономики, заимствованных из развитых стран, успешность применения которых невозможна без учета специфики региона. В связи с этим потребовалось создание новой региональной системы прогнозирования, стратегирования и программирования развития экономики.

Как известно, анализ процесса развития рыночной инфраструктуры региона и выявление существующих тенденций осуществляется на основе *дальнесрочного прогнозирования*. В данном случае строятся демографические, ресурсные и агрегированные прогнозы развития экономики в целом, а также влияния на неё создания и развития необходимой рыночной инфраструктуры, с экологической особенностью Каракалпакстана на 20-40 лет. На этой стадии необходимо с помощью простых моделей оценить степень воздействия процессов, происходящих в экономике, на окружающую

среду, выявить сложившиеся тенденции и сформулировать ограничения, которые были учтены при разработке концепции развития регионов Узбекистана, в целях учета требований улучшения качества жизни населения. В XII пункте Обеспечение устойчивого и сбалансированного развития регионов¹, данного документа излагается система представлений о стратегических целях и приоритетах социально-экономической политики региона, важнейших направлениях и средствах реализации указанных целей, а также ограничениях, в том числе экологических. Основу документа составляет анализ сложившихся тенденций и возможностей их развития. Концепция призвана способствовать успешному взаимодействию в регионе компонентов рыночной инфраструктуры.

На основе указанной стратегии разрабатываются более детальные модели развития отдельных видов экономической деятельности с оценкой их воздействия на окружающую среду².

Основы экологической политики Узбекистана закреплены в таких документах, как: Конституция Республики Узбекистан, Закон «О собственности в Республике Узбекистан» (31 октября 1990 года, №152-ХП), Закон «О государственном санитарном надзоре» (3 июля 1992 года, №657-ХП), Закон «Об охране природы» (9 декабря 1992 года, №754-ХП), Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 17 ноября 1994 года № 556 «О государственной поддержке международного фонда экологии и здоровья "Экосан"», Постановление Олий Мажлиса Республики Узбекистан «Об утверждении Положения о Государственном комитете Республики Узбекистан по охране природы» (26 апреля 1996 года, №232-1), Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О национальной комиссии Республики Узбекистан по устойчивому развитию» (12 ноября 1997 года, № 510), Земельный кодекс Республики Узбекистан (30 апреля 1998 года), Закон «О недрах» (23 сентября 1994 года, № 2018-ХП), Закон «О воде и водопользовании» (6 мая 1993 года, № 837-ХП), Закон «Об охране и использовании растительного мира» (26 декабря 1997 года, № 543-1), Закон «Об охране и использовании животного мира» (26 декабря 1997 года, №545-1), Закон «Об особо охраняемых природных территориях» (7 мая 1993 года, № 871-ХП), Закон «Об охране атмосферного воздуха» (27 декабря 1996 года, № 353-1), Закон «Об охране здоровья граждан» (29 августа 1996 года, № 265-1), Закон «Об отходах» (5 апреля 2002 года, № 362-11) и др.

Однако для успешного решения экологических проблем недостаточно создания сильной природоохранной системы, принятия правовых актов и соответствующего финансирования. Достижение эффективной экологической политики возможно при глубоких экономических преобразованиях, которые затрагивали бы все стороны общественной жизни. Это позволило бы обеспечить условия для перехода общества к устойчивому развитию, когда антропогенное воздействие на природную среду не нарушало бы экологического равновесия.

Устойчивость развития региона предполагает соответствие способов использования природных ресурсов к стратегии социально-экономического развития территорий с учетом максимально возможного предотвращения негативных последствий природопользования³.

Построение эколого-экономических систем обычно основано на синтезе достаточно сложных моделей экологии и экономики, которые трудоемки для проведения расчетов и сложны для теоретического анализа. Поэтому для целей дальне- и

¹ Постановление Президента Республики Узбекистан, Концепция комплексного социально-экономического развития Республики Узбекистан до 2030 года, ID-8839, https://regulation.gov.uz/ru/document/8839kontseptsiya_kompleksnogo_sotsialno_ekonomicheskogo_razvitiya_respubliki_uzbekistan_do_2030_goda

² XIII. Перспективы улучшения показателей Узбекистана в международных рейтингах и индексах, Пункт5, https://regulation.gov.uz/ru/document/8839-kontseptsiya_kompleksnogo_sotsialno_ekonomicheskogo_razvitiya_respubliki_uzbekistan_do_2030_goda

³ Бектурдыев М.Б. Использование природно-ресурсного потенциала и особенности устойчивого развития Республики Каракалпакстан. // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Т.: Институт макроэкономических и социальных исследований, 2000. -С. 8.

долгосрочного прогнозирования представляется перспективным подход, связанный с построением более простых моделей, результаты расчетов по которым за ретроспективный период дают относительно небольшое количество альтернативных управленческих решений. Данный подход в значительной степени базируется на работах по теории производственных функций¹.

Прогноз экологических воздействий осуществляется по отдельным компонентам окружающей среды. Как правило, оцениваются воздействия на воздушную и водную среду (поверхностные воды); почвы и подземные воды; шумовую обстановку; экосистемы, растительный и животный мир; ландшафт; социально-экономическую ситуацию (в том числе – здоровье населения); климат. Исходной информацией для прогноза являются официально публикуемые по регионам статистические экологические показатели, а также оценки, представляемые экспертами – о выбросах загрязняющих веществ в атмосферу от стационарных источников, сбросе загрязненных сточных вод в поверхностные водоемы, заборе воды из природных водных источников для дальнейшего использования, образовании токсичных отходов и др. На основе простых показателей для долгосрочного прогнозирования строятся комплексные показатели, отражающие развитие рыночной инфраструктуры региона в условиях экологической напряженности.

В проведенных исследованиях в качестве экологических факторов, воздействующих на развитие региона, использовались следующие показатели (количественные и структурные) – валовой региональный продукт (ВРП), оборот организаций, основные фонды, инвестиции в основной капитал и их структура, инвестиции в охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов, текущие затраты на охрану окружающей среды и др.

Агрегирование позволяет в данном случае исследовать влияние структурной и инвестиционной политики, строя сценарии развития экономики региона при различном распределении инвестиций по секторам и направлениям (новое строительство, модернизация или природоохранная деятельность), оценивать воздействие на окружающую среду.

Основное преимущество предлагаемых двухфакторных функций загрязнения (1) и трехфакторных экологических инвестиционных функций (2), связывающих экономические и экологические показатели, состоит в том, что они позволяют исследовать динамику экологической эффективности инвестиций, анализировать влияние изменения структуры инвестиций и экономики и учитывать возможность компенсации одного фактора другим²:

$$Z(t) = F(U_1(t), U_2(t), t), \quad (1)$$

$$Z(t) = F(U_1(t), U_2(t), U_3(t), t), \quad (2)$$

где: $Z(t)$ – исследуемый экологический показатель; $U_1(t)$ – фактор, отражающий развитие экономики и, как правило, отрицательно влияющий на окружающую среду (инвестиции в экономику и новое строительство, ВРП и др.); $U_2(t)$ – фактор, отражающий природоохранную деятельность и положительно влияющий на окружающую среду (инвестиции в охрану окружающей среды, текущие затраты на эти цели и др.); $U_3(t)$ – фактор, отражающий изменение действующих производств и, как правило, положительно влияющий на окружающую среду (инвестиции в модернизацию производства и др.); t – год.

Экологические инвестиционные функции позволяют учесть неоднозначность влияния развития рыночной инфраструктуры на экологические показатели региона в зависимости от вида деятельности и структуры инвестиций. Развитие экономики в

¹ Иванилов Ю.П., Рассадин В.Н., Положищников В.Б. Производственная народнохозяйственная функция. М.: ВЦ АН СССР, 1983. Бессонов В.А. Проблемы построения производственных функций в российской переходной экономике. М.: ВШЭ, 2002.-

² Дружинин П.В., Шкиперова Г.Т., Морочкина М.В. Моделирование влияния развития экономики на окружающую среду. Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2009. White Sea. Its Marine Environment and Ecosystem Dynamics Influenced by Global Change. Springer. 2005.

основном ведет к количественному росту, большинство проектов оказывает чаще отрицательное воздействие, создание новых производств увеличивает в той или иной степени нагрузку на окружающую среду. В то же время модернизация действующего производства, переход к новым технологиям, инновационные проекты, перепрофилирование могут оказать положительное воздействие – существенно снизить нагрузку на экологию. Начавшийся с 1999 г. рост экономики в большинстве регионов Узбекистана, сопровождался значительным ухудшением экологической ситуации в Каракалпакстане. 2000 года характеризуются крайним маловодьем в регионе, оттоком трудовой силы и т.д.

Несмотря на суровые экологические условия и низкий стартовый уровень социально-экономического развития с 2004 года в регионе наблюдается тенденция роста основных макроэкономических показателей. За этот период темпы роста промышленной продукции составили 112,4 % инвестиции -174,6%, розничного товарооборота -120,7%. Вместе с тем не удалось решить ряд сложных проблем, к тому же появились и новые. Имеющиеся специфические природно-климатические условия во многом определяют стратегию регионального устойчивого развития. Зонирование на три климатические зоны -Южная, Северная и Центральная оказывают непосредственное влияние на формирование структуры рыночной инфраструктуры Каракалпакстана.

Таким образом, развитие рыночной инфраструктуры в регионе является масштабным элементом, с внедрением инновационных проектов для развития современных новых и востребованных продуктов (бизнеса, услуг) - стартапов, продвижения и коммерциализации инновационных и успешно проверенных результатов, финансирование высокотехнологичных проектов, стартапов, коммерческих банков и их помощь в реализации инновационных идей, разработок и технологий.

Каленов Кузберген Тлегенович
Бердак номидаги Қорақалпоқ давлат университети
муस्ताқил тадқиқотчиси
катта уқитувчи
Мобильный +99891 3760575

ХИТОЙ БОЗОРИГА МЕВА-САБЗАВОТ МАҲСУЛОТЛАРИ ЭКСПОРТИНИ СУҒУРТАЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Аннотация: Ўзбекистонлик экспортёр ёки унинг банкининг контракт мажбуриятларини экспорт жўнатмаси амалга ошгунича ёки жўнатма амалга ошгандан кейин бажара олмаслик ҳолатларидан суғурталаш.

Калит сузлар: Экспорт, импорт, сифат, қадоклаш, экспорт суғиртаси, импорт суғиртаси, жаҳон бозори, экспорт салоҳияти, логистика.

Аннотация: Страхование контрактных обязательств узбекского экспортера или его банка от неисполнения до или после осуществления экспортной поставки.

Ключевые слова: Экспорт, импорт, качество, упаковка, страхование экспорта, страхование импорта, мировой рынок, экспортный потенциал, логистика.

Annotation: insurance of the contract obligations of the exporter or his bank of the Republic of Uzbekistan in cases of non-fulfillment of the contract until the export shipment is carried out or after the shipment is carried out.

Key words: Export, Import, quality, packaging, export irrigations, import irrigations, world market, export potential, logistics.

Хитойнинг мева импорт қилиш имкониятлари ошиб бормоқда ва бу борада Марказий Осиё давлатлари, шу жумладан Ўзбекистон ушбу имкониятдан фойдаланиш борасида етарли салоҳиятга эга. Минтақанинг географик жойлашуви, унинг табиий бойликлари, ҳосилдорликни ошириш имкониятлари ва қишлоқ хўжалиги соҳасида самарали ислохотлар амалга оширилаётган ҳозирги даврда хусусий инвестициялар жалб

қилиш учун зарур шарт-шароитларнинг яратилаётганлиги дунёдаги энг йирик ва шу билан бирга аҳолисининг турмуш тарзи ошиб бораётган Хитойга мева ва сабзавотлар экспортини ошириш имконини беради.

Ушбу тадқиқот доирасида амалга оширилган таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, Ўзбекистон бундай маҳсулотларни етиштириш ва экспорт қилишда нисбий афзалликларга эга. Мамлакатнинг қулай иқлим шароитлари ва ишлаб чиқариш харажатларининг пастлиги Хитой бозорида рақобатбардош бўлишга эришиш имконини беради. Бирок, мазкур мақсадга эришиш учун Ўзбекистон ҳукумати мева экспортчилари учун бир қатор мавжуд чекловларни олиб ташлаши ҳамда қўшимча шарт-шароитлар яратиш бериши керак деб ҳисоблаймиз.

Хитой мева бозорларига маҳсулот экспорт қилиш борасида очилаётган имкониятдан тўлиқроқ фойдаланиш учун Ўзбекистон яна кўпгина ишларни амалга ошириши керак. Биринчидан, Хитой бозорлари экспортчи мамлакатлардан етказиб беришнинг барқарор сифати ва ҳажмини талаб қилади. Иккинчидан, Хитой бозорига чиқиш, қачонки сифатни бошқаришнинг замонавий тизимлари, замонавий тарзда ташкил этилган логистика схемалари мавжуд бўлганда янада реал бўлади. Маҳсулот ишлаб чиқариш ва ундан кейинги жараёнлар бўйича қатъий талабларга риоя қилинишини таъминлаш масаласига ҳам алоҳида эътибор қаратиш ва бунда мева-сабзавотлар хавфсизлиги бўйича Хитойда қабул қилинган стандартларга амал қилиш, юз бериши мумкин бўлган муаммоларнинг олдини олади. Учинчидан, Хитой мева бозорларининг тарқоқлиги ва рақобат муҳити, маҳаллий хитойлик шериклар билан доимий алоқада бўлишни талаб қилади. Тўртинчидан, Хитойлик истеъмолчилар жозибали қадоқлаш ва маркали маҳсулотларни қадрлашади.

Ўзбекистондаги мева ишлаб чиқарувчиларнинг кўпчилиги кичик фермерлар бўлиб, уларнинг аксарияти молиявий ва маълумот-таълим ресурсларидан фойдалана олмайдилар. Шу туфайли, уларнинг маҳсулот ҳажми чекланган ва сифати барқарор эмас. Кичик фермерлар анъанавий маҳаллий сотувчилар тармоғи орқали мева сотишга одатланган бўлиб, халқаро бозорларга чиқиш борасида тажрибага ва потенциалга эга эмас. Шунинг учун ҳозирда Хитойнинг асосий импортёрлари бўлган, юқори ривожланиш даражаси ва техник имкониятларга эга бўлган Чили ва Америка қўшма штатлари билан Ўзбекистон фермерлари рақобатлаша олмайди (озик-овқат хавфсизлиги ва сифатни таъминлаш тизими, божхона назорати ва инспекция органлари). Бундан ташқари, маҳаллий фермерларнинг Хитойнинг мавжуд импорт имкониятлари ва уларга чиқиш йўллари тўғрисидаги маълумотларга эга эмаслиги ушбу имкониятдан тўлиқ фойдаланиш имконини бермаяпти.

Импорт меваларнинг улгуржи савдоси бўйича Хитойда 4 та асосий бозор фаолият кўрсатади:

- 1) Гуанчжоудаги Цзяннань мева ва сабзавотлар бозори;
- 2) Шанхайдаги Хуэйчжань мева ва сабзавотлар бозори;
- 3) Пекинда жойлашган Синьфади бозори;
- 4) Шэньянда жойлашган қишлоқ хўжалик маҳсулотлари савдо маркази ҳисобланган Дили бозори.

Гуанчжоу умуммиллий даражадаги йирик тақсимот маркази ҳисобланади. Шу ердан маҳсулотлар мамлакатнинг турли ҳудудларига жўнатилади, шу билан бирга Пекин, Шэньян ва Шанхайдан ҳам ушбу ҳудудларга охириги истеъмол учун маҳсулотлар тўғридан-тўғри келиб тушади. Импорт меваларнинг чакана бозорида иккита янги тенденция шаклланди, булар: чакана электрон савдоларнинг онлайн ва офлайн каналлари ва йирик дўконларнинг майдалашуви. Замонавий чакана савдо тизимининг ҳиссасига жами озик-овқат маҳсулотларининг 67,4 фоизи тўғри келмоқда (Producer Marketing Association, 2016). Аммо сўнгги йилларда электрон савдо тизимларининг ривожланиб бораётганлиги супермаркет ва гипермаркетлар савдо ҳажмининг ўсиш тезлигини пасайтирмоқда. Интернетнинг кундалик ҳаётга кириб бораётганлиги ва мобил технологияларнинг ривожланиши истеъмолчиларнинг импорт меваларни электрон савдо платформалари орқали осонгина сотиб олиш имконини бермоқда.

Экспорт рақобатбардошлигини таҳлил қилиш натижалари шуни кўрсатдики, Хитойга мевалар экспорти бўйича Ўзбекистоннинг потенциали асосан гилос, ўрик (хўл ва қуритилган), олхўри (хўл), узум (хўл) ва грек ёнғоғи ҳисобланади. Узум, гилос ва шафтолининг экспорт потенциали йиллик 486 млн. АҚШ доллари миқдорида баҳоланиб, бундан ташқари 115 млн. АҚШ доллари миқдоридаги ўрик ва олхўри етказиб бериш имконияти мавжуд. Аммо бугунги кунда мавжуд потенциалнинг 50 фоизга яқини амалга оширилмоқда. Ҳозирда бу борадаги Ўзбекистон экспорти диверсификацияланмаган ва асосан Евроосиё иқтисодий иттифоқи мамлакатлари – Қирғизистон, Қозоғистон ва Россия Федерацияси мамлакатлари билан чегараланиб қолмоқда ва Қозоғистонга экспорт қилинган гилос ўртача 1,77 АҚШ долларига сотилмоқда. Ушбу гилоснинг нархи Хитойда 3,07 АҚШ доллари ва Кореяда 3,6 АҚШ долларига сотилмоқда. Хитой ва Корея мамлакатларига хўл мевалар экспорти бўйича баъзи қийинчиликлар мавжуд, масалан, йиғиб олинган маҳсулотни қайта ишлаш ва маркетинги, ишлаб чиқариш ҳажмининг чегараланганлиги (бозорда асосан майда ишлаб чиқарувчилар), яъни маҳсулотни бир жойда тўплашнинг қийинлиги, сифатнинг пастлиги ва моддий-техник ресурсларнинг етишмаслиги (суғориш, уруғлик ва кўчатлар етишмаслиги, ўғитлар етишмаслиги ва молиялаштириш муаммолари), ишлаб чиқариш ва сотиш борасидаги амалий тажрибаларнинг ҳамма ишлаб чиқарувчиларда етарли эмаслиги, совитиш ва сақлаш тизимларининг етишмаслиги, халқаро санитар ва фитосанитар талабларга жавоб бермаслиги, мева таркибида зарарли моддаларнинг максимал даражадан ортиб кетиш ҳолатлари, экспорт билан боғлиқ мураккабликлар, логистика тизимларининг талаб даражасида эмаслиги, электрон савдоларнинг яхши ривожланмаганлиги.

Экспорт контрактини амалга ошириш жараёнида муҳим омил бўлиб, ҳамкорлар ўртасида жавобгарликларни ўзаро тақсимлаш ҳамда кўзда тутилмаган ҳолатлар юз бериши натижасида юзага келиши мумкин бўлган зарарларни қоплашнинг молиявий манбаларини белгилаб олиш ҳисобланади. Ушбу масалада асосий тизим суғурта фаолияти ҳисобланади. Ўзбекистон суғурта бозорида экспортёрлар учун таклиф этилаётган суғурта хизматларининг турлари қуйидагилардан иборат: экспорт контрактлари суғуртаси, йўлдаги юклар суғуртаси, комплекс суғурта. Экспорт контрактлари суғуртаси сиёсий ва тижорат фаолияти билан боғлиқ ҳодисалар юз бериши натижасида чет эллик ҳамкор ёки унинг банкнинг ёки Ўзбекистонлик экспортёр ёки унинг банкнинг контракт мажбуриятларини экспорт жўнатмаси амалга ошгунича ёки жўнатма амалга ошгандан кейин бажара олмаслик ҳолатларидан суғурталашдан иборат. Ташқи савдо юклари суғуртаси ушбу юкни экспортёрдан импортёргача етказиб бериш жараёнида унинг қисман йўқотилиши, зарарланиши ёки тўлиқ йўқотилиши натижасида кўрилган зарарни қоплаш, шу билан бирга, уни ташиш, сақлаш, ортиш-тушириш жараёнларида юзага келадиган зарарларни қоплаб беришни кўзда тутади.

Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги улкан экспорт салоҳиятига эга бўлиб, бу серқуёш заминда етиштирилаётган мевалар, сабзавот ва полиз маҳсулотлари дунё бозорларида мустаҳкам ўрин эгаллаши мумкинлиги тобора ойдинлашиб бормоқда. Буни дунё мамлакатларининг Ўзбекистонда етиштирилаётган мевалар ва бошқа қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига бўлган талабининг ортаётганлигида кўриш мумкин. Ортиб бораётган бундай талабни эътиборга олган ҳолда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспорт қилувчилар томонидан жаҳон бозорларига қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етказиб беришда агросаноат мажмуаси корхоналари ва унга хизмат кўрсатувчи корхоналар фаолиятни суғурталаш ва суғуртавий ҳимояни кенгайтириш айнан, ҳукуматимизнинг диққат марказида бўлиб келаётган стратегик масалалардан бирига айланиб бормоқда.

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштирувчи аграр соҳа вакиллари ҳисобланган фермер хўжаликлари фаолиятини суғурталаш ҳукуматнинг доимий диққат марказида бўлиб келаётгани ва бу соҳада қулай имкониятлар яратилганига қарамай қуйидаги муаммолар қишлоқ хўжалигини суғурталашнинг кенгайтишига тўсиқ бўлмоқда:

- қишлоқ хўжалигида юз бераётган турли табиий ҳодиса ва жараёнлар хусусиятларини илмий жиҳатдан ўрганиш, қишлоқ хўжалигини суғурталаш тамойиллари ва қоидалари етарли даражада ривожланмаган;

- кишлоқ хўжалигини суғурталаш бўйича мутахассис кадрлар тайёрлаш тизими шаклланмаганлиги туфайли бу борада кадрлар етишмовчилиги мавжуд;
- агросаноат мажмуаси корхоналари фаолиятини суғурталашда худудлар табиий шарт-шароитларини ҳисобга олиш яхши йўлга қўйилмаган;
- кўпчилик фермерлар ва деҳқонлар ханузгача кишлоқ хўжалигини суғурталаш тўғрисида ва уни амалга ошириш тартиблари, амал қилувчи меъёрий-ҳуқуқий қонунчилик ҳужжатлари ва қоидалар тўғрисида керакли иқтисодий ва ҳуқуқий билим ва кўникмаларга эга эмас;
- кишлоқ хўжалиги корхоналарини суғуртлаш бўйича кучли рақобат муҳити шаклланмаган ва шундай муҳитнинг шаклланишига олиб келувчи ҳукумат томонидан яратилган воситалар етарли даражада мавжуд эмас, бу эса суғурта компанияларининг зарарлилик даражаси юқори ҳисобланган кишлоқ хўжалиги суғуртасига бўлган қизиқишини таъминламаяпти;
- кишлоқ хўжалиги суғуртаси билан ҳамон фақат тижоратга асосланган, тариф ставкалари нисбатан юқори бўлган суғурта ташкилотлари шуғулланмоқда, суғуртанинг муқобили ҳисобланган нотижорат шаклидаги ўзаро суғурталаш жамиятлари фаолияти шаклланмаган.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Кариев Х.Х., Васильева Н.П. Состояние и развитие страхового рынка Узбекистана//Страховое дело.-2004.-№10 -с.60
2. A.Yadgarov. Issues of food safety on the basis of agricultural insurance. The American Journal of Agriculture and Biomedical Engineering ISSN: 2689-1018. JULY 2020. Page No.: 43-52 Volume-II Issue-VII PUBLISHED: 30 JULY 2020. <https://usajournalshub.com/index.php/tajabe/article/view/576/539>
3. www.agroinsurance.com
4. www.agros.uz
5. Ўзбекистон Республикаси статистика давлат қўмитаси (сайт). URL: <http://www.stat.uz/reports/74/>

Хабиб Толибович Содиков
Магистр совместной образовательной программы
Бухарского государственного университета и
Казанского (Приволжского) федерального университета
по направлению «Управление человеческими ресурсами»

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ

Аннотация. В статье уделено внимание развитию транспортной сферы в Узбекистане. Рассматривается роль инновационных методов мотивации персонала в повышении производительности труда транспортной компании. Перечислены инновационные методы мотивации персонала.

Annotation. The article focuses on the development of the transport sector in Uzbekistan. The role of innovative methods of personnel motivation in increasing the productivity of a transport company is considered. Innovative methods of staff motivation are listed.

Ключевые слова: транспортная сфера, мотивация персонала, инновационные методы, материальные стимулы, нематериальные стимулы.

Key words: transport sector, staff motivation, innovative methods, material incentives, non-material incentives.

Сфера услуг - одна из трех составляющих экономики наряду с промышленностью и сельским хозяйством. По удельному весу сферы в ВВП можно судить об уровне прогрессивности экономики государства.

Постиндустриальная трансформация превратила сектор услуг в лидирующий по занятости и объему ВВП во всех развитых странах мира и в ряде развивающихся государств. В Узбекистане доля сферы услуг в ВВП по итогам 2021-го равна 38,6 процента. Наибольшей долей сферы услуг в отраслевой структуре ВВП обладает город Ташкент (55,5 %), а наименьшие доли сферы услуг отмечена в Навоийская область (12,3 %). В Бухарской области долей сферы услуг в отраслевой структуре ВВП -28,6%.

В структуре оказанных рыночных услуг по видам экономической деятельности наибольший удельный вес занимают услуги торговли (25,7%), второе место в доле услуг занимает транспортная сфера -23,8%. Узбекистан занимает ключевое положение в Центральноазиатском регионе и играет значительную роль в региональных процессах. Важной особенностью географического положения страны является наличие развитой системы транспортных коммуникаций. От общего объема транспортных услуг доля автомобильного транспорта составляет 55,0 %. Наибольшая часть транспортных услуг приходится на услуги по перевозке грузов и пассажиров автомобильным транспортом. Этот вид, по сравнению с другими, является одним из наиболее востребованных, благодаря маневренности и сравнительно невысокой стоимости оказываемых услуг. За январь-сентябрь 2021 года объем рыночных услуг, оказанных автомобильным транспортом, был равен 26 078,3 млрд. сум. По сравнению с январем-сентябрем 2020 года, рост этих услуг увеличился на 13,4 %.

Но все же, на наш взгляд, пока еще не все резервы задействованы в этой сфере. Для повышения производительности труда в транспортных организациях важна разработка систем мотивации персонала. Мотивация труда персонала является ключевым направлением кадровой политики любого предприятия. Мотивация персонала включает в себя совокупность стимулов, которые определяют поведение конкретного сотрудника компании.

Принято считать, что классической и наиболее эффективной формой мотивации является материальное стимулирование. Современные инновационные подходы в мотивации персонала часто основываются на нематериальном поощрении. Нематериальная мотивация служит мотивом для качественной и продуктивной работы и не зависит от финансовой стороны. Помимо экономического мотивирования в виде денежных бонусов и высоких зарплат активно используются нематериальные инновационные способы стимулирования (табл. 1).

Таблица 1

Условное разделение стимулов

Формы материальной мотивации персонала	Формы нематериальной мотивации персонала
<ul style="list-style-type: none"> - Должностной оклад и его соответствие сложности работы; - Перспективы увеличения должностного оклада; - Постоянные надбавки за квалификацию, заслуги перед организацией; - Участие в собственности предприятия (процент от прибыли, дивиденды по акциям); - Система штрафов. 	<ul style="list-style-type: none"> - Социальные льготы; - Оплата проезда, мобильной связи, обедов и т.д. - Возможность само реализоваться, подняться по карьерной лестнице; - Организация гибкого графика работы сотрудника; - Обучение за счет компании; - Комфортные условия труда; - Корпоративные мероприятия; - Дополнительные отгулы и выходные.

Инновационный подход к мотивации персонала имеет ряд особенностей. Его задача заключается в построении мотивационной системы, максимально соответствующей реализации всего комплекса организационных целей. При этом результаты работы компании напрямую зависят от взаимодействия между сотрудниками, а не только от индивидуальных достижений. Руководителям компаний сегодня необходимо делать ставку на «командообразование», осуществлять программы, направленные на формирование команд, ориентированных на доверие, открытый обмен информацией внутри команды.

Инновационные методы мотивации сотрудников можно классифицировать следующим образом:

1. Экономические стимулы всех типов (зарплата во всех ее разновидностях, включая контрактную, премии, льготы, страховки, беспроцентные кредиты и т. п.). Успешность их воздействия определяется тем, насколько коллектив понимает принципы системы, признает их справедливыми. Одним из методов инновационного управления персоналом организации может стать использование аналитической системы оплаты труда, особенностью которой является дифференциальная оценка в баллах сложности выполняемой работы с учётом квалификации исполнителя, физических усилий, условий труда. В настоящее время на Западе используется система «Хэй-метод», «метод направляющих профильных таблиц Хэя» (The Hay Chart Profile Method), или «грейдинг». Эта система позволяет понять относительную ценность каждой работы, каждой должности, помогает определить «рыночную стоимость» должности и выстроить прозрачную, справедливую систему оплаты труда, снизить текучесть кадров, оптимизировать численность персонала.

2. Управление по целям. Методы данной группы применяются в той или иной форме примерно 50% крупных западных корпораций. Ключевой момент здесь — гармонизация потребностей работников и организационных целей. Эта система предусматривает установление для личности или группы целей, способствующих решению главной задачи организации (достижение определенных количественных или качественных уровней, повышение квалификации персонала и т. п.). Достижение каждой цели автоматически означает повышение уровня зарплаты или другую форму поощрения. Новым методом управления персоналом может быть нетрадиционная компенсация, включающая в себя плату за результаты и знания (система Скэнлона), премирование работников за увеличение объема условно чистой продукции в расчете на одну единицу заработной платы (система Ракера), премирование работников за экономию рабочего времени в человеко-часах (система Ипрошеар), вознаграждение за продолжение образования, премии за рационализаторские предложения. Использование таких методов позволит добиться повышения производительности труда за счёт материальной заинтересованности сотрудника.

3. Обогащение труда. Система в большей степени относится к неэкономическим методам и означает предоставление людям более содержательной, перспективной работы, значительной самостоятельности в определении режима труда, использовании ресурсов. Во многих случаях к этому добавляется и рост оплаты труда, не говоря уже о социальном статусе. Популярным является метод, подразумевающий разделение рабочего задания. Работу, охватывающую 40 часов в неделю, разделяют между двумя или несколькими служащими. Система обеспечивает преимущество как для отдельных служащих, так и для организации в целом, так как благодаря этому методу, может быть использован опыт не одного, а нескольких сотрудников. К тому же такой подход дает возможность организации нанимать квалифицированных служащих, которые не хотят или не могут работать полный рабочий день. Компания «Google» официально позволяет сотрудникам 25% рабочего времени посвящать личным проектам. Объясняется это следующим образом: специалист с широким профессиональным кругозором полезнее для компании. Работа в «Google» начинается в 12 часов, широко распространена практика удаленной

работы, компания проводит 90% профессиональных тренингов в режиме on-line. Система участия в настоящее время существует в многообразных формах: от широкого привлечения коллектива к принятию решений по важнейшим проблемам производства и управления до соучастия в собственности путем приобретения акций собственного предприятия на льготных условиях, что, в свою очередь, позволяет устанавливать зависимость между будущим доходом сотрудника и курсом акций корпорации — важнейшим показателем успеха компании. Участвуя в плане приобретения акций, сотрудники становятся непосредственно заинтересованными в повышении их курса, а, следовательно, увеличении рыночной ценности компании, и связывают свое благополучие в долгосрочной перспективе с ее процветанием. Опционы являются практически бесплатной для организации формой вознаграждения, поскольку они предоставляют сотруднику возможность приобрести акции по фиксированной цене, а не награждают его бесплатным пакетом акций. Так же, как в случае с премией, опционы могут оказывать стимулирующее влияние на поведение сотрудников, если их материальная ценность значима, т.е. представляет существенную величину (10-20%) от его заработной платы.

При учете всех мотивирующих воздействий, включенных в инновационный подход, руководитель транспортной компании может адекватно проанализировать ситуацию и стимулировать работников в зависимости от вклада в цели компании. Во избежание эффекта привыкания сотрудников к воздействиям, в каждом конкретном случае необходима различная комбинация форм воздействия. Так как в каждой транспортной организации свои цели и находится она в определенных условиях, можно сделать вывод о том, что в каждой компании система мотивации должна быть уникальной. Следует помнить, что не существует универсальных систем мотивации, в различных случаях эффективными являются те или иные инструменты управления, даже в одной организации могут существовать несколько систем мотивации, в зависимости от подразделений и категорий персонала. В определенный момент времени необходимо разработать, для каждой организации, свою систему мотивации персонала, которая позволит решить возникшие проблемы и в конечном итоге поспособствует достижению организационных целей.

Список использованной литературы

1. Крюкова А. А., Гизатулина М. Ф. Инновационные подходы к мотивации персонала //Карельский научный журнал. – 2017. – Т. 6. – №. 2 (19). – С. 67-68.
2. Таджиева С. У., Кодирова М. М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане //Современные тенденции развития науки и производства. – 2016. – С. 374-377.

Фаттаева Нигора
ТДИУ ассистенти

ЛОГИСТИК ТИЗИМЛАР ФАОЛИЯТИ ҲАМДА УЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация

Мазкур мақола логистик тизимларни ташкил қилиш ва уни такомиллаштириш йўллариға бағишланган бўлиб, унда корхонада логистик тизимларни ташкил қилишнинг назарий асослари, корхона фаолиятида логистикани ривожлантиришнинг ҳозирги ҳолати таҳлили каби масалалар кўриб чиқилган. Логистикани ташкил қилишдаги мавжуд муаммолар ва унинг ўзига хос хусусиятлари аниқланган ва уларни бартараф этиш бўйича асосланган илмий таклиф ва амалий тавсиялар ишлаб чиқилган.

Аннотация

Данная статья посвящена организации и совершенствованию логистических систем, в которой рассматриваются теоретические основы организации логистических

систем на предприятии, анализ текущего состояния развития логистики в деятельности предприятия. Выявлены существующие проблемы в организации логистики и ее особенности, разработаны научные предложения и практические рекомендации по их устранению.

Annotation

This article is devoted to the organization and improvement of logistics systems, which analyzes the theoretical foundations of the organization of logistics systems at the enterprise, the current state of logistics development at the enterprise. The existing problems in the organization of logistics and its features are identified, scientific proposals and practical recommendations for their elimination will be developed.

Хозирги замон мутахассилари маҳсулот ҳаракатланишини замонавий ташкил қилишда захираларнинг ўрни жуда катта деб қайд этмоқдалар ва захираларни бошқариш жараёнига тижорат муносабатлари иштирокчиларига логистик хизмат кўрсатиш сифатини ошириш имконини берувчи ягона омил сифатида қарайдилар.

Логистикани йўлга қўйиш компанияларни логистик тизимини шакллантиради ва улар орқали самарадорлик таъминланади. Логистик тизимлар микро ва макрологистик тизимларга бўлинади.

Макро логистик тизим - бу мамлакатнинг ҳар хил минтақаларида ёки ҳар хил мамлакатларида жойлашган саноат корхоналари ва ташкилотларини, турли хил соҳаларда иш юритувчи воситачи, савдо ва транспорт ташкилотларини қамраб олувчи, моддий оқимларни бошқариш тизимидир. Макрологистик тизим минтақа, мамлакат ёки мамлакатлар гуруҳи иқтисодиётининг инфратузилмасини ташкил этади. Макрологистика даражасида логистик тизимларнинг учта тури ажратилади:

тўғри алоқали - моддий оқимни истеъмолчигача етказиб бериш тўғри хўжалик алоқалари асосида амалга оширилади;

эшелонлаштирилган - бундай тизимларда моддий оқим ишлаб чиқарувчидан истеъмолчигача етиб боргунича камида битта воситачи корхонадан ўтади;

эгиловчан - бундай ҳолларда моддий оқимни истеъмолчигача етказиб бериш ҳам тўғри алоқалар, ҳам воситачи корхоналар орқали амалга оширилади.

Кам талаб этиладиган қисмлар тўғридан - тўғри марказий омборхонадан қабул қилувчига бориб туширилади, стандарт қисмлар эса воситачи корхоналар омборидан туширилади.

Микрологистик тизимлар макрологистик тизимларнинг тузилмавий ташкил этувчилари, ички ишлаб чиқарувчи логистик тизимларнинг синфларидир, уларнинг таркибига бир бутун инфратузилма билан бирлаштирилган ишлаб чиқаришнинг технологик боғловчилари қиради (ишлаб чиқариш ва савдо корхоналари, территориял (худудий) — ишлаб чиқарувчи комплекслар).

Мамлакатимизда бозор инфратузилмаларини яратилиши бевосита логистик тизимларнинг вужудга келтиришда асосий механизм вазифасини бажаради. Микро ва макрологистик тизимларнинг ўзаро интеграцияси ҳам таъминлаш ўта муҳим масала ҳисобланади. Мамлакатимиз иқтисодиётида логистик тизимларнинг ўзаро боғлиқлиги ва худудларда уни ривожланиши нафакат инфратузилма балки миллий иқтисодиёгга рақобат муҳитини таъминлаш каби ута муҳим вазифаларни бажарди. Амалиётда корхоналар ёки умуман хўжалик юритувчи субъектлар турли логистик тизимларда бирлашадилар ва улар ана шу тизимларда самарали фаолиятини таъминлашга интиладилар, улар қуйидагилар:

“Етказиб бериш тизими (just in time)” - Бу тамойил ишлаб чиқариш ва истеъмолчиларга ўз вақтида етказиб бериш тамойили ҳисобланади, бунинг асосий мақсади захираларни суғурталаш ва қискартириш кабиларни ўз ичига олади.

“Қанбан” тизими - бу тизим ҳар бир ишлаб чиқарувчи объектларни таъминоти, охириги ишлаб чиқариш жараёнигача ҳар бир хом ашё ва материалларни самарали таъминотини ташкил этиш тамойилига асосланган тизимдир.

“Етказиб беришни таъминлаш (SDP - system delver planning)” - аниқ “муддатда етказиб бериш” тизимидир

DRP (Distribution Requirements Planning) тизими - тақсимот тизимини бошқариш. Унинг асосий хусусияти ҳар бир буюртманинг аниқ муддатларини белгилаш, унга мос захираларни шакллантириш, ишлаб чиқариш, тақсимлаш, сотиш, юклаш ва тушириш каби ларни ўз ичига олади.

LRP тизими (Logistic Requirements Planning) - унинг асосий хусусияти ишлаб чиқариш қувватларига мос ҳолда ички ва ташқи таъминотни шакллантириш масалаларини ечишга асосланган тизим ҳисобланади.

ORM тизими (Quick Response Method) - улгуржи ва чакана савдо корхоналарига товарларни етказиб бериш ва ассортиментни бошқариш тизимларини бошқариш жараёнларини амалга оширувчи логистик тизим ҳисобланади.

Логистика тизимининг ишлаши мустаҳкам бўлишида ишлаб чиқариш, тарқатиш ва сотиш жараёнларининг тўғри, аниқ режалаштирилиши катта аҳамиятга эга. Бу ерда шуни ҳам ҳисобга олиш керакки, тезлик билан бажариладиган режаларга нисбатан, катъий режаларнинг роли каттароқ. Бундай стратегик режаларнинг юқори даражада ишончли бўлиши учун атроф -муҳит вазияти, биринчи ҳолатда бозордаги вазият ҳар хил бўлиши мумкин бўлган ҳолатларни ўрганиш ва туғилган саволларга стратегик жавоблар аниқлаш зарур.

Логистик тизимлар материаллар оқимини бошқариш билан бир қаторда тақсимланиш жараёнини назорат қилишда асосий қурол бўлиб қолапти.¹ Шунингдек, логистика тизимини ташкил қилишнинг асосий компонентлари сифатида, миждозга хизмат қилишни аниқлаш, талабни прогностлаш, буюртмани қайта ишлаш, коммуникация, харид, захираларни бошқариш, қадоқлаш, юкларни қайта ишлаш, завод ва омборларни жойлаштириш, сақлаш усуллари ва транспортировкаларни киритишимиз мумкин.

Логистик тизимлар ишининг ўзига хосликлари қуйидагиларда намоён бўлади:
 сотиладиган маҳсулотларни ассортиментига бўлган башорат қилиб бўлмайдиган ўзгарувчан талаб;
 сервисга бўлган юқори талаб;
 омборлар тармоғининг истъеъмолчиларга яқинлиги;
 воситачилар кўплиги.



1-расм Корхоналарда логистик тизимининг соддалаштирилган чизмаси.

Логистик сервис масалалари ҳал қилинмаган тақдирда, маҳсулотларни бозорда самарали сотишни амагга ошириб бўлмайти. Кўплаб транспорт узеллари учун мультимодал транспортировка жараёнларида иштирок этадиган ўхшаш транспорт турлари ўртасидаги муносабатларда номуттаносиблик кузатилади.

Халқаро валюта фондининг изланишларига кўра логистика учун сарф - харажатлар корхоналар қамровида даромадининг 4% дан 30% гача бўлган суммани ташкил қилади, Европа корхоналарида ушбу кўрсаткич улар даромадининг 9% дан 11% гача бўлган суммани ташкил қилади.²

Ишлаб чиқариш ва савдонинг глобаллашиш жараёнида логистика жуда муҳим аҳамият касб этади. Ва шунга боғлиқ равишда ҳар бир корхона учун логистиканинг аҳамияти ошиб бормоқда, чунки корхона харажатларининг кўп қисмини аксарият

¹ Гайдаенко А.А., Гайдаенко О.В. Логистика. Учебник. - М.: КНОРУС, 2009. - 272 с

² Стаханов В.Н. Промышленная логистика. -М.: Экономика, 2011, 96 с.

холатларда транспорт харажатлар ташкил қилади. Агарда корхона ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш учун арзонроқ ресурсларни чет элдан излаётган бўлса, унда логистик харажатларнинг улуши сезиларли даражада ошади.

Корхонанинг логистикаси олдида турган максадлардан бири бу материаллар захирасини ушбу материалларни қисқа муддатларда сотиб олиш тўғрисидаги ахборотга алмаштиришдир. Шунга боғлиқ равишда захираларни бошқариш назарияси бир неча методни кўзда тутди: ABC, "Канбан", "Джит"¹.

ABC методи ҳақида батафсилроқ тўхталиб ўтамиз. Ушбу методга кўра омборхонада сақланадиган барча буюмлар учта гуруҳга бўлинади:

а) А буюмлар. Нисбатан қимматбаҳо буюмлар (омборхонада сақланаётган буюмлар умумий нархининг тахминан 75-80% ташкил қилади), бироқ миқдор жиҳатидан омборхонада мавжуд бўлган буюмлар сонининг атиги 10-20 % ташкил қилади;

б) В буюмлар. Ўртача нархдаги буюмлар (омборхонада сақланаётган буюмлар умумий нархининг тахминан 10-15% ташкил қилади), бироқ миқдор жиҳатидан омборхонада мавжуд бўлган буюмлар сонининг атиги 30-40 % ташкил қилади;

с) С буюмлар. Энг арзон буюмлар (омборхонада сақланаётган буюмлар умумий нархининг тахминан 5-10% ташкил қилади), бироқ миқдор жиҳатидан омборхонада мавжуд бўлган буюмлар сонинг атиги 40-50 % ташкил қилади;

Қилинган таҳлил натижасида шу хулосага келиндики, омборхоналарда сақланаётган товарларнинг 20 % га захирага ажратилган маблағларнинг 80 % тўғри келади. Ушбу омборхоналарда товарларнинг арзимас бир сақланаётганида корхона капиталининг куп қисми ҳавога учиб кетишидан дарак беради, яъни маблағлар бекорга ҳавога сарф қилинади.² Корхоналар фаолиятига логистикани жорий қилиниши товарларни ўз вақтида буюртмачига етказилишини таъминлаш билан бир қаторда уни сифатли ва оптимал йўллар билан амалга оширилишини таъминлайди. Ҳамда ушбу соҳанинг ривожланиши мамлакат иқтисодиётига ҳам катта фойда келтиради. Ушбу соҳадаги муаммоларни ечимини топиш, уларни ўзгартириш ва янада яхшилашга қаратилган бир қатор чора тадбирларнинг бўлаётгани ҳам бежизга эмас.

*ЎЗМУ, магистранти
Н.Ш.Хасанова*

ИНСОН РЕСУРСЛАРИНИ БОШҚАРИШ СТРАТЕГИЯСИНИНГ МОҲИЯТИ ВА АҲАМИЯТИ

Аннотация. Мақолада сўнги пайтларда инсон ресурсларини бошқариш тушунчасига катта эътибор берилаётганлиги ҳамда унинг моҳияти тўғрисида фикрлар келтирилган. “Инсон ресурсларини бошқариш” билан “персонални бошқариш” тушунчаларининг фарқли томонлари асосланган. Инсон ресурсларини бошқариш стратегияси моҳияти тушунтирилган. Корхонанинг умумий стратегияси билан инсон ресурсларини бошқариш стратегиясини боғлиқ равишда амалга ошириш афзалликлари кўрсатилган.

Калит сўзлар: Инсон ресурслари, персонални бошқариш, инсон ресурсларини бошқариш, умумий стратегия, инсон ресурсларини бошқариш стратегияси, меҳнат фаолияти, функционал стратегия, ички ва ташқи омиллар.

Замонавий менежментнинг тенденцияларидан бири бу инсон ресурсларини бошқариш (ИРБ) муаммосига қизиқишнинг сезиларли даражада ошиши билан ишлаб чиқариш тизимида инсон роли ортиб боришининг тан олинди. Сўнги ўн йилликларда ҳар қандай ташкилот учун жуда муҳим бўлган инсон ресурсларини бошқариш тизимидан самарали фойдаланиш ташкилотга ўз мақсадларига эришишга,

¹ Zhifeng Zhang, Janet David. An entropy-based approach for assessing the operation of production logistics. Expert Systems with Applications, Volume 119, 1 April 2019, Pages 118-128.

² Ковалева Е. «Ески» ишлаб чиқаришда тизимида янги функция // Логистика ва тизим. № 3.2014. С. 12-15.

стратегияни амалга оширишга, иш самарадорлигини оширишга, агрессив рақобат муҳитида омон қолишга имкон беради. Охирги пайтларда ташкилот бошқарув тизимида кенг тарқалган “персонал” тушунчасига қараганда “инсон ресурслари” тушунчасида кўпроқ эътибор қаратилмоқда. Бу муаммо ҳали етарли даражада тадқиқ қилинмаган.

Бошқарувда узоқ вақт давомида “кадрлар менежменти” ва “персонални бошқариш” каби атамалар қўлланилган, шунинг учун “инсон ресурслари” тушунчасининг аниқ таърифи мавжуд эмас. Бироқ, на “кадрлар” тушунчаси ва на “персонал” тушунчалари инсон ресурслари нима деган саволга жавоб бера олмайди.

Кадрлар - умумий мақсадларга биргаликда эришиш учун жамоага бирлашган ходимлар мажмуи; персонал - ходимларнинг шахсий таркиби (шу жумладан доимий ва вақтинчалик), ташкилот билан алоқада бўлганлар, меҳнат шартномаси ёки ижтимоий ҳамжамияти билан тартибга солинувчи маълум бир корхона ходимларидир¹. Инсон ресурслари тушунчаси эса бу атамалардан кўра маъно жиҳатдан анча кенгрокдир. Инсон ресурслари – бу инсон капиталига эга бўлган (касбий билим, кўникма, қобилият, тажриба, ижодий ва тадбиркорлик қобилиятларидир. Шу билан бирга ходимларнинг умумий маданияти, ахлоқий-психологик фазилатлари, салоҳияти ва ташкилотнинг омон қолишини, умумий корпоратив ҳамда шахсий мақсадларга эришишни таъминлай оладиган ташкилотнинг барча ходимларини мисол қилиб айтишимиз мумкин. Бу инсон ресурслари ҳар қандай ташкилотнинг асосий ресурслари эканлигини англатади².

Шуни таъкидлаш керакки, кадрлар, персонал ва инсон ресурслари бутунлай бошқа тушунчалар бўлиб, уларни аниқлаб бўлмайди. Агар “кадрлар” ва “персонал” атамаси фақат ходимларнинг миқдорий хусусиятларини акс эттирса, “инсон ресурслари” тушунчаси анча кенгрокдир, у сифат хусусиятларини ҳам акс эттира олади.

Биз биламизки, ҳеч қандай ташкилот одамларсиз мавжуд бўлолмайди. Керакли кадрларсиз эса ҳеч бир ташкилот ўз мақсадларига эриша олмайди ва омон қолмайди³. Шунинг учун бозор иқтисодиёти шароитида корхоналарнинг омон қолишини таъминлаш учун ИРБ тизимини ишлаб чиқиш керак. Корхонанинг самарали ва узоқ муддатли фаолият юритиши учун инсон ресурсларини бошқаришда стратегик ёндашувдан фойдаланиш жуда зарурдир.

Илгари ташкилотларда кадрларни бошқариш тизимидан фойдаланганлар. XX асрнинг 50-60-йилларида ривожланган мамлакатлар иқтисодиёти фан-техника тараққиёти таъсирида таркибий ўзгаришларга дуч келган. Шунда ташкилотлар кадрларни бошқариш тизимини, ходимларни бошқариш тизимига алмашди, бунда ходим энди меҳнат функциясини бажарувчи сифатида эмас, балки меҳнат муносабатлари субъекти, ташкилот ички муҳитининг фаол элементи сифатида кўриб чиқилди. Инсон ресурсларини бошқариш концепцияси ривожланган мамлакатларда 20-асрнинг охирида одамларни бошқаришда технократик ва гуманистик ёндашувларни бирлаштирган ҳолда кенг тарқалган.

Уларнинг фарқини тушуниш учун “персонални бошқариш” ва “инсон ресурсларини бошқариш” тушунчаларини таққослайлик. Персонални бошқариш - бу режалаштириш, ташкил этиш, йўналтириш, рағбатлантириш ва мақсадларга эришишни таъминлаш учун ходимларнинг фаолиятини назорат қилиш жараёнидир⁴. ИРБ - бу ходимларни энг қимматли ресурс сифатида баҳолаб, ходимларни бошқариш жараёни, персонални ривожлантириш учун шароит яратиш, ходимларга индивидуал ёндашувдан фойдаланиш, корпоратив маданият ва кадриятларни шакллантириш, ишлаб чиқариш

¹ Armstrong, M. (2020). A handbook of Human Resource Management Practice. 10th Edition. London and Philadelphia: Kogan Page.

² Вигман С.Л. Стратегическое управление в вопросах и ответах: учеб. пособие / С.Л. Вигман. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2019.

³ Самыгин С.И., Столяренко Л.Д. Менеджмент персонала / С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко. – Ростов-н/Д: Изд-во «Феникс», 2018.

⁴ Amodeo, J. (2020). *Why do Human Resource departments need HRIS post COVID-19?* Retrieved November 10, 2020, from: <https://www.employeeconnect.com/blog/whyhuman-resource-departments-need-human-resource-information-systems-hris-postcovid-19/>

самарадорлигини таъминлаш, ташкилотнинг ва ходимларнинг стратегик мақсадларига эришиш, шунингдек, компаниянинг рақобатбардошлигини сақлаб қолиш демакдир.

Биз “персонални бошқариш” ва “инсон ресурсларини бошқариш” тушунчалари моҳиятан жуда ўхшашлигини кўраемиз: иккала тушунча ҳам ходимларнинг ишини тартибга солиди, ташкилот мақсадларига эришишни таъминлайди, корхона самарали фаолиятига таъсир қилади. Бироқ, ИРБ персонални бошқаришдан фарқли ўлароқ ходимларни ташкилотнинг энг қимматли ресурси сифатида белгилайди, нафақат корxonанинг, балки стратегик йўналишга эга бўлиб ҳар бир ходимнинг мақсадларига эришишга ҳисса қўшади¹.

Шундай қилиб, ИРБ персонални бошқаришдан ажратиб турадиган қуйидаги хусусиятларини келтиришимиз мумкин: бошқарувда стратегик йўналишга эга, ходимларга индивидуал ёндашув, чизикли бошқарувда кадрлар сиёсатининг фаоллиги, инсон капиталига узоқ муддатли инвестицияларнинг қўйилиши, ташкилий маданиятнинг муҳимлигини тушуниш алоҳида аҳамият касб этади.

ИРБ жараёни бўйича турли нуқтаи назарларни таҳлил қилиб, қуйидаги схемага эга бўламиз:

Оқилонга меҳнат шароитларини таъминлаш
Меҳнат самарадорлигини баҳолаш
Меҳнат муносабатлари сифатини яхшилаш
Ижтимоий сиёсат

1.Расм. Инсон ресурсларини бошқариш жараёни²

ИРБ стратегиясининг кўплаб таърифлари ўхшаш бўлиб, қуйидаги таърифни келтиришимиз мумкин: бу самарали, юқори профессионал, масъулиятли ва бирлашган жамоани яратиш учун зарур бўлган, шунингдек, ташкилот ва ходимларнинг корпоратив ва индивидуал мақсадларига эришиши учун тузилган узоқ муддатли кенг қамровли режадир. Шунини таъкидлаш жоизки, ИРБ стратегияси бошқа функционал стратегиялар билан чамбарчас боғлиқ бўлиши керак ва корxonанинг умумий стратегияси билан интеграцияланиши лозим.

ИРБ стратегияси корxonанинг ҳар бир функционал бўлинмаси томонидан ишлаб чиқилган ва амалга ошириладиган корxonанинг функционал стратегияларидан биридир. Бошқа ҳар қандай функционал стратегия сингари, у ташкилотнинг умумий стратегияси билан чамбарчас боғлиқ бўлиши муҳим. Аммо фақат корxonанинг умумий стратегияси билан боғланишнинг ўзи етарли эмас. Агар ушбу жараёнда иштирок этаётган одамлар ва функциялар ўртасида муносабатлар интеграцияси бўлмаса, у муваффақиятсизликка маҳкумдир³.

Шунини таъкидлаш керакки, ИРБ стратегиясини аниқлаш учун корxonанинг умумий стратегиясини ишлаб чиқиш мақсадида маълум ҳаракатлар кетма-кетлигидан фойдаланиш керак, ташқи муҳитни таҳлил қилиш, атроф-муҳитни таҳлил қилиш, ички муҳит ва ресурс

¹ Wood, S. (2017) 'High commitment management and organization in the UK', *The International Journal of Human Resource Management*, February, pp. 41-58.

² Поршнева А.Г. Менеджмент: теория и практика в России: учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, М.Л. Разу, А.В. Тихомировой. – М., 2019.

³ Youndt, M., Snell, S., Dean, J. and Lepak, D. (1996) 'Human resource management, manufacturing strategy and firm performance', *Academy of Management Journal*, 39 (4), pp. 836-866

салоҳиятини таҳлил қилиш, ташкилотни ривожлантиришнинг стратегик йўналишларини аниқлаш, унинг миссияси, узоқ муддатли ва қисқа муддатли мақсадлари, стратегик вариантларини ишлаб чиқиш, уларни баҳолаш, стратегияни танлаш, стратегияни амалиётга татбиқ этиш, стратегиянинг амалга оширилишини назорат қилиш ва унинг самарадорлигини баҳолаш, зарурат туғилганда ташқи ёки ички шароитларнинг ўзгариши туфайли мақсадлар, миссия, стратегияга тузатишлар киритиш. ИРБ стратегиясини ишлаб чиқишда қуйидаги схемада тасвирланган тизимли ёндашувдан фойдаланиш лозим.

ИРБ стратегиясини муваффақиятли амалга ошириш шартлари қуйидагилардан иборат: ташкилотнинг миссияси ва корпоратив вазифаларидан келиб чиққан ҳолда қўйилган мақсадларнинг аниқлиги ва ҳаққонийлиги; ички ва ташқи ўзгаришларда диагностиканинг объективлиги ва мураккаблиги; ташкилий режаларнинг аниқлиги ва изчиллиги; бошқарув ходимларининг профессионаллиги; стратегик режаларни ишлаб чиқиш ва амалга оширишда ходимларни жалб қилиниши ва иштирок этиши; стратегик режанинг бажарилиши устидан назорат сифати ва унинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини баҳолаш¹.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, ИРБ стратегияси бошқа функционал стратегиялар билан ўзаро боғлиқ ва корхонанинг умумий стратегияси билан интеграциялашган бўлиши керак. Ушбу мувофиқликка эришиш ёндашуви ташкилот турига, унинг ҳаёт циклига ва танланган рақобат стратегиясига боғлиқ. Шундай қилиб, муваффақиятли стратегия ишлаб чиқиш учун ИРБ тизимли ёндашувни қўллаши керак. Бу муаммо тегишли даражада ўрганилмаган, у жуда кўп ноаниқликларга эга, бу кўпинча менежерларни фақат ўзларининг интуицияларига асосланган ҳолда қарорлар қабул қилишга мажбур қилади. Шундай қилиб, ушбу муаммо бўйича амалий ишланмалар, алгоритмлар, схемалар ишлаб чиқишни ривожлантиришга катта эътибор бериш керак.

**Ўзбекистон Республикаси Жамоат хавфсизлиги университети профессори и.ф.ф.д.,
доц. А.А.Бозоров**

**Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитаси Фискал институти ўқув-
услубий бўлими етакчи услубчиси А.О.Бозоров,
Жамоат хавфсизлиги университети курсанти Е.Я.Билялов**

Тел: (90) 901-67-97

ЎЗБЕКИСТОНДА ХИЗМАТЛАР СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА СОЛИҚЛАР ДАСТАГИДАН ФОЙДАЛАНИШ МАСАЛАЛАРИ

ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЛОГОВЫМИ РЫЧАГАМИ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ

USING ISSUES OF TAX LEVERS IN THE IMPROVING OF SERVICE SECTORS IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Аннотация: Ушбу мақолада мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш борасида амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар тадқиқ этилган. Республика миқёсида кўрсатилган хизматлар ва аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажмининг ўзгариш тенденциялари таҳлил қилинган. Хизматлар соҳасини солиқлардан имтиёз ва енгилликлар бериш орқали ривожлантириш йўналишлари эътироф этилган. Шунингдек, Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни солиқлар орқали рағбатлантириш юзасидан таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

¹ Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури [Пер. с англ. под ред. Л.И. Евенко]. – М.: Дело, 2020.

Калит сўзлар: хизмат, хизмат кўрсатиш, хизматлар соҳаси, солиқ, имтиёз, бандлик, ЯИМ, рағбатлантириш, аҳоли жон бошига хизматлар.

Аннотация: В данной статье рассматриваются проводимые экономические реформы в сфере развития сферы услуг в нашей стране. Проанализированы тенденции изменения объема предоставляемых услуг на душу населения в республике. Признаны направления развития сферы услуг за счет налоговых льгот и освобождений. Кроме того, разработаны предложения и рекомендации по стимулированию развития сферы услуг в Узбекистане за счет налогов.

Ключевые слова: услуга, предоставление услуг, сфера услуг, налог, льгота, занятость, ВВП, льготы, услуги на душу населения.

Annotation: This article discusses the ongoing economic reforms in the development of the service sector in our country. Trends in the volume of services provided per capacity and services per capita in the country are analyzed. Directions for the development of the service sector through tax incentives and exemptions have been recognized. In addition, proposals and recommendations have been developed to stimulate the development of the service sector in Uzbekistan through taxes.

Key words: service, servicing, service sector, tax, benefits, employment, GDP, awarding, services per capita.

Ўзбекистонда тадбиркорлик фаолиятини модернизациялаш, норматив ҳуқуқий ҳужжатларни такомиллаштириш асосида бозор иқтисодиёти шароитига мослаштириш – ялпи ички маҳсулот ҳажми ошириш, макроиктисодий кўрсаткичларнинг барқарор ўсишини таъминлаш учун муҳим асос бўлмоқда. Мамлакатда тадбиркорлик ва ишбилармонлик муҳитини тубдан яхшилаш, уларни иқтисодиётда тутган ўрнини мустаҳкамлаш, аҳоли турмуш даражасини оширишнинг асосий омили бўлиб ҳисобланади.

Шиддат билан ривожланиб бораётган мамлакатимиз иқтисодиётини юқори суръатларда ривожлантириш, аҳоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулот ҳажминини ошириш, фуқароларни иш билан таъминлашнинг янги йўналишларини ишлаб чиқиш каби мушкул вазифаларни олдимизга қўймоқда. Янги иш ўринлари яратиш, аҳоли бандлигини таъминлаш ва даромадларини оширишда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасининг алоҳида ўрни бор. Бу соҳада янги иш ўринларини кам харажат билан ва қисқа муддатда ташкил этиш мумкин. Чунки мамлакатимизда бу тармоқни ривожлантириш имкони катта бўлиб, у ортиқча маблағ талаб этмайди.

Ҳозирги кунда хизматлар соҳаси иқтисодиётнинг тез ривожланувчи тармоқлари бўлиб, у Ўзбекистон иқтисодиётини тараққиётини белгиловчи янги йўналиш сифатида намоён бўлмоқда. Хизматларнинг хилма-хил янги турлари кенгайиб, хизматлар бозорида салмоқли ўринни эгаллаб бораётган банк-молия, туризм, суғурта, ахборот-коммуникация хизматлари ва бошқаларни ривожлантириш ҳисобига янги иш ўринлари барпо этилмоқда.

Мамлакатимиз Президенти Ш.М.Мирзиёев раислигида ўтказилган видеоселектор йиғилишида ҳудудларда хизмат кўрсатиш соҳаси йўналишларини ривожлантириш масалалари муҳокама қилиниб, соҳага доир ҳар бир лойиҳа ижросини назоратга олиб, тадбиркорларга кўмаклашиш, янги лойиҳаларни шакллантириб бориш юзасидан аниқ вазифалар белгилаб берилгани бежиз эмас.

Тан олиш керак, бугун жойларда аниқ методология яратилмаган. Сектор раҳбарларининг эътиборсизлиги оқибатида кўрсатилаётган хизматлар ҳажми, объектлар сонини аниқлаш ва ҳудудлар салоҳиятини тўғри баҳолашнинг имкони йўқ. Шу боис, йиғилишда мутасадди вазирликларга ўз йўналишида хизматларни ривожлантириш бўйича ҳудуд раҳбарлари билан бирдек ишлаб, натижадорлик учун жавоб бериши белгиланди.

Ҳар ойнинг охириги ҳафтасида ҳудудларни ривожлантириш бўйича белгиланган вазифаларнинг бажарилиш ҳолатини ўрганиш, халқ билан мулоқот қилиш мақсадида ҳудудларда бўлганимизда тадбиркорлар томонидан янги хизмат турларини йўлга қўйиш

бўйича кўплаб мурожаатлар бўлади. Бу йўналишдаги ютуқлар билан бирга, ечимини кутаётган масалалар ҳам мавжуд экани кўзга ташланади.

Масалан, аҳолининг пойабзал ва чарм буюмлари, маиший техникани таъмирлаш, компьютер хизматлари, шунингдек, сартарошхона ва гўзаллик салонлари каби хизмат кўрсатиш ва сервисдан фойдаланиш имкони ҳамма жойда бир хил даражада эмас. Биргина Андижон вилоятининг Шаҳрихон, Асака туманларида пойабзал таъмирлаш устахонаси, сартарошхона, фотосалон, кийимларни кимёвий тозалаш бўйича хизмат кўрсатиш шохобчаларига эҳтиёж сезилади.

Ўтган йиллар мобайнида хизмат кўрсатиш сферасини кенгайтириш, сервисни сифат жиҳатидан янги босқичга олиб чиқиш уларнинг қулай иш жараёни билан таъминлаш, шу орқали ушбу соҳанинг мамлакатдаги аҳоли жон бошига тўғри келадиган ялпи ички маҳсулотдаги улушини оширишга эришишилган. Ўзбекистонда йилдан йилга ялпи ички маҳсулот ва унинг таркибидаги хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси ўсиб бормоқда.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг ўсиш динамикасига кўра 2010 йилдан то бугунги кунга қадар Ўзбекистон Республикаси бўйича кўрсатилган хизматлар ва аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажми барқарор равишда ўсиш тенденциясига эга. Бунда Республика миқёсида кўрсатилган хизматлар ҳажми 2010 йилга нисбатан 2020 йилда 27 126,8 млрд. сўмдан 219 978,5 млрд. сўмга яъни 8,1 баробарга, аҳоли жон бошига тўғри келадиган хизматлар ҳажми эса 949,7 минг сўмдан 6 426,1 минг сўмга яъни 6,8 баробарга кўпайган. Бунга асосий сабаб мамлакатимизда хизмат кўрсатиш фаолияти билан шуғулланувчи тадбиркорлик субъектларининг эркин ишлашлари учун кенг имкониятлар яратилинаётганлиги ҳисобланади.

Шу ўринда алоҳида таъкидлаш жоизки, мамлакатимизда хизматлар соҳасини ривожлантириш юзасидан Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 27 январда қарори¹ қабул қилиниб, ушбу ҳужжатга мувофиқ 2022 йилда хизматлар соҳасини ривожлантиришга янгича ёндашувларни жорий этиш орқали бозор хизматлари ҳажмини 1,5 бараварга ошириш ҳамда қўшимча 1,5 миллион янги иш ўринларини яратиш имкониятлари мавжуд эканлиги эътироф этилган.

Жаҳон амалиётидан маълумки, ҳар қандай мамлакатда тадбиркорлик фаолияти, жумладан хизматлар соҳасини ривожлантириш учун солиқлар ва бошқа мажбурий тўловлардан имтиёзлар ва енгилликлар берилиши ижобий натижа беради. Шу нуқтаи назардан мамлакатимиз Президенти томонидан қабул қилинган мазкур ҳужжат орқали ҳам хизматлар соҳасини янада ривожлантириш бўйича солиқлар ва божхона божларидан қуйидаги йўналишларда имтиёзлар ва енгилликлар белгиланди²:

I. 2022 йил 1 апрелдан 2025 йил 1 январга қадар чакана савдо ва умумий овқатланиш, меҳмонхона (жойлаштириш) хизматлари, автотранспортда йўловчи ва юк ташиш, транспорт воситаларини таъмирлаш ва уларга техник хизмат кўрсатиш, компьютер хизматлари, маиший техникани таъмирлаш, агро ва ветеринария хизматларини кўрсатувчи ҳамда кўнгилочар масканларда хизматлар кўрсатувчи тадбиркорлик субъектлари учун ижтимоий солиқ ставкасини 1 фоиз этиб белгилаш. Бунда:

- солиқ имтиёзи тадбиркорлик субъектлари томонидан, агар уларнинг мазкур фаолият турларини амалга оширишдан олган даромадлари жорий ҳисобот (солиқ) даври якунлари бўйича жами даромаднинг камида 60 фоизини ташкил этса, қўлланилади;

- юқоридаги фаолият турлари билан шуғулланувчи тадбиркорлик субъектлари томонидан ходимлар сонини яшириш ҳолатлари аниқланганда, солиқ имтиёзининг амал қилиши тўхтатилади ҳамда қонунчиликда белгиланган молиявий санкциялар қўлланилади;

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 27 январдаги “Хизматлар соҳасини ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 104-сонли қарори.

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 27 январдаги “Хизматлар соҳасини ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 104-сонли қарори.

II. тадбиркорлик субъектларига 2022 йил 1 январдан бошлаб 2027 йил 1 январга қадар меҳмонхона (жойлаштириш воситалари) ва майдони 5 минг квадрат метрдан юқори бўлган савдо комплекслари (шу жумладан, улар эгаллаган ер участкалари) бўйича:

- юридик шахслардан олинадиган ер солиғи ва юридик шахсларнинг мол-мулкига солинадиган солиқ ставкаларини 90 фоизга камайтириш. Бунда, 2027 йил 1 январгача янгидан қуриладиган объектларга (шу жумладан, улар эгаллаган ер участкасига) нисбатан мазкур имтиёзни улар фойдаланишга топширилган ойдан бошлаб 5 йил муддат давомида қўллаш;

- фойда солиғини ҳисоблашда биноларнинг қийматини икки йил давомида амортизация харажатлари сифатида чегириш ҳуқуқини бериш;

III. 2022 йил 1 апрелдан бошлаб 2025 йил 1 январга қадар мазкур қарорнинг 1-илоvasида келтирилган туман ва шаҳарларда белгиланадиган туризм ҳудудларида рўйхатдан ўтган ҳамда ушбу ҳудудда умумий овқатланиш, меҳмонхона (жойлаштириш), савдо, кўнгилочар, туроператор ва турагент хизматларини кўрсатаётган тадбиркорлик субъектлари учун:

- айланмадан олинадиган солиқ ставкасини — 1 фоиз;

- ушбу ҳудудлардаги объектлар ва улар эгаллаган ер участкаси бўйича юридик шахсларнинг мол-мулкига солинадиган солиқ ва юридик шахслардан олинадиган ер солиғи миқдорларини — мазкур солиқлар бўйича ҳисобланган сумманинг 1 фоизи миқдорида белгилаш.

Бунда, туман ва шаҳарларнинг туризм ҳудудлари чегаралари Туризм ва спорт вазирлиги ҳамда Иқтисодий тараққиёт ва камбағалликни қисқартириш вазирлигининг ҳудудий бош бошқармалари ҳулосалари асосида Қорақалпоғистон Республикаси Жўқорғи Кенгеси, халқ депутатлари вилоятлар Кенгашлари томонидан белгиланади;

IV. жисмоний шахслар томонидан маҳаллалараро савдо-хизмат кўчалари бўйида жойлашган тураржой объектларини ушбу банднинг «а» кичик бандида келтирилган хизмат кўрсатиш турлари бўйича нотураржой объекти тоифасига ўтказилганда 2024 йил 1 январга қадар уларга нисбатан мол-мулк солиғи ва ер солиғининг жисмоний шахслар учун ўрнатилган ставкасини сақлаб қолиш;

V. 2022 йил 1 январдан уяли алоқа операторлари учун уяли алоқа хизматларига солинадиган акциз солиғи ставкасини 10 фоиз этиб ўрнатиш;

VI. 2022 йил 1 апрелдан бошлаб қишлоқ жойларда антенна-мачта металл конструкцияларини, уларга ўрнатилган ва уларнинг ажралмас қисми бўлган конструкциялар ҳамда улар эгаллаган ер участкаларини юридик шахсларнинг мол-мулкига солинадиган солиқдан ва юридик шахслардан олинадиган ер солиғидан озод этиш.

Ушбу берилган имкониятлар доирасининг кенглигига қарамай соҳа ривожини учун тўсиқ бўлаётган баъзи тўсиқлар ҳам йўқ эмас. Янги ташкил этилаётган хизмат кўрсатувчи тадбиркор ишини бошлаши учун дастлабки маблағ манбаларига эҳтиёж сезади. Тадбиркорларга банклар томонидан бериладиган кредитларни расмийлаштириш, тегишли ҳужжатларни тайёрлаш ва унинг учун гаровга қўйиладиган мулк бўйича тартибларни эркинлаштириш зарур. Уларга имкон қадар имтиёзли кредитлар бериш, банкротлик ёқасига келиб қолган тадбиркорлик субъектларини соғломлаштириш чораларини такомиллаштириш зарур. Уларга хўжалик юритиш ва солиқларни тўғри ҳисоблаб чиқариш, ўз вақтида тўлаш бўйича керакли маслаҳат ва тушунчаларни ваколатли органлар томонидан берилишини кенгайтириш мақсадга мувофиқ.

Бугунги кунда тобора такомиллашиб бораётган ахборот-коммуникация технологиялари, шу жумладан Интернет-технологиялари ёрдамида тижорат ва хизмат кўрсатишнинг янги усулларини жорий этиш орқали қулай ишбилармонлик муҳитини шакллантириш мумкин. Дунёнинг ривожланган давлатлари иқтисодиётининг кенг тарқалган йўналишиларида бири электрон тижоратдир. Шундай экан, мамлакатимизда, Электрон тижорат фаолиятини солиққа тортишда ривожланган мамлакатлар

тажрибасидан келиб чикиб, электрон тижорат субъектлари фаолиятини хизмат кўрсатиш соҳаси сифатида қараб, солиқлардан имтиёз берилиши мақсадга мувофиқ бўлади.

**Ходжаева Д.Х., Бухарский государственный университет,
старший преподаватель кафедры «Экономика сферы сервиса»
E-mail:hodjaevadilbar@mail.ru. тел: +998(97)3047600**

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В статье рассмотрены формирование экологической культуры, его основные направления и современные тенденции развития экологического образования в современном обществе. Концепция устойчивого развития рассматривается как предпосылка долговременного прогресса человечества, сопровождаемого приумножением капитала и улучшением экологических условий.

Ключевые слова: экологическое образование, устойчивый экономический рост, экологическая культура, экологические проблемы.

BARQAROR IQTISODIY O'SISH VA EKOLOGIK TA'LIM

Аннотация: Maqolada ekologik madaniyatni shakllantirish, uning asosiy yo'nalishlari va jamiyatda ekologik ta'limni rivojlantirishning dolzarb tendentsiyalari ko'rib chiqiladi. Barqaror rivojlanish kontsepsiyasi kapitalning o'sishi va ekologik sharoitning yaxshilanishi bilan birga insoniyatning uzoq muddatli taraqqiyotining zaruriy sharti sifatida qaraladi.

Калит сўзлар: ekologik ta'lim, barqaror iqtisodiy o'sish, ekologik madaniyat, ekologik muammolar.

ENVIRONMENTAL EDUCATION AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY

Abstract: The article considers the formation of ecological culture, its main directions and current trends in the development of environmental education in modern society. The concept of sustainable development is seen as a prerequisite for the long-term progress of mankind, accompanied by the growth of capital and the improvement of environmental conditions.

Keywords: environmental education, sustainable economic growth, environmental culture, environmental problems

Заинтересованность населения всего мира в области культурно-познавательного и природно-ориентированного туризма растет, что делает экологическое образование всё более необходимым. На современном этапе развития образования одной из важнейших задач является воспитание гармонично развитого поколения, способного противостоять различным угрозам и вызовам, воспитывать подрастающее поколение физически здоровым и духовно зрелым. По мнению большинства учёных и педагогов, экологическое воспитание является неотъемлемой частью нравственного воспитания личности.

Его задача – не просто достижение знаний экологии, а главное – формирование экологического сознания, поведения и экологической культуры, убеждений и активной жизненной позиции по вопросам защиты окружающей среды.

Экологическое обучение и воспитание объективно становятся стержнем концепции образования XXI века, отражая историческую необходимость перехода человека к новому типу отношений с природой, производством и обществом. В сферу высшего образования все активнее входит экологическая составляющая, что способствует взвешенному отношению к природе и человеку.

В целом, экологическое образование или воспитание – это непрерывный процесс обучения, самообразования, накопления опыта и развития личности, направленный на формирование ценностных ориентаций, норм поведения и получение специальных знаний по охране окружающей природной среды и природопользованию, реализуемых в экологически грамотной деятельности¹.

По мнению большинства учёных, основными направлениями экологического образования являются:

- системное представление об экологическом знании в обществе;
- проблемы взаимодействия общества с окружающей средой;
- усвоение идеи охраны природы;
- формирование экологической этики и общей экологической культуры;
- получение профессиональных и специализированных знаний по охране окружающей среды и природопользования;
- перспективы безопасного развития системы «человечество–экология–экономика».

Цель любого образования состоит в усвоении социального опыта, накопленного предыдущими поколениями людей, а результат его проявляется в знаниях и поведении человека в конкретной обстановке.

Целью же экологического образования и воспитания является формирование системы научных знаний, взглядов и убеждений, обеспечивающих становление ответственного отношения людей к окружающей среде вне зависимости от рода их деятельности.

Формирование экологической культуры учащихся включает в себя деятельность учителей (на всех уровнях образования), родителей, подрастающее поколение и непосредственно окружающая среда в целом. Такая деятельность направлена на овладение системой знаний о взаимодействии природы и общества, на выработку экологических ценностных ориентаций, норм и правил поведения в отношении к природе, умений и навыков ее изучения и охраны. Задачу экологического воспитания, исходя из выше рассмотренного, принимает на себя учебные заведения всех уровней образования. Формирование экологической культуры личности становится важнейшим элементом учебно-воспитательного процесса. В современном мире экологическое образование становится обязательным и актуальным для всех, как овладение грамотностью, воспитанием, культурными ценностями и т.д.

До сих пор образование помогало человеку приспособить окружающую среду для своего безопасного и удобного существования. Сегодня осуществление такой цели предполагает обучение заботе об этой среде. Мы должны учить подрастающее поколение не только тому, что и как можно взять у природы, но и тому, что ей необходимо отдать. Воспитание бережного, внимательного отношения к окружающей среде, расширение знаний и навыков, необходимых для ее охраны и ее улучшения должны стать неотъемлемой частью общей системы просвещения, образования, подготовки кадров.

Вопросы актуальности экологических проблем современности рождают актуальность вопроса чему, каким образом и в каком качестве нужно формировать экологическую культуру и воспитывать общество в целом. Воспитание экологического сознания и формирование экологической культуры личности является сложным, многогранным, многоаспектным учебно-воспитательным процессом. Это, прежде всего преодоление пассивности, безразличия человека в отношении экологических проблем, а также формирование способности правильной оценки экологической ситуации, что является одним из факторов, обеспечивающих ценность такого воспитания.

В Конституции Республики Узбекистан охрана окружающей среды возведена в ранг государственной политики. В ней четко определено: “Земля, ее недра, вода, растительный

¹ Акимова Т.В. Экология. Учебник для студентов вузов/ 2-е изд., перераб. и дополн.- М.:ЮНИТИ, 2009.- 556 с.

и животный мир и другие природные ресурсы являются общенациональным богатством, подлежат рациональному использованию и охраняются государством”.¹

В нашем государстве вопросы экологического воспитания подрастающего поколения вызвали пристальный интерес ученых педагогов еще с середины прошлого столетия. Именно в этот период наша страна столкнулась с экологическими проблемами мирового масштаба – это загрязнение атмосферы, опустынивание, качественное ухудшение земельных ресурсов, отходы производства алюминия, проблема использования водных ресурсов трансграничных рек, их последствия для людей и самое трагичное это высыхание Аральского моря. По своему экологическому и социально-экономическому воздействию проблема Арала, по мнению экспертов ООН, представляет собой одно из самых больших бедствий XX века.

Вопросы экологии показывают сложность и долгосрочность их решения, так как не существуют конкретных, ясных, оптимальных решений экологических проблем и восстановления уже разрушенных экосистем. Для сохранения природной среды и решения экологических проблем немаловажную роль играет уровень экологической культуры всего общества. Для формирования и развития у населения экологической культуры необходимо создать специальную методологию экологического воспитания, опираясь на которую и с помощью которой люди смогли бы контролировать свои действия и активно формировать экологическую культуру. Поэтому становится актуальным экологическое образование, как способ активной жизнедеятельности человека в современных условиях жизни.

«Самое страшное загрязнение – это загрязнение человеческого сознания. Оно обходится дороже всего». Эти слова принадлежат академику И.В. Петрянову-Соколову. В действительности, именно «рациональное» человеческое сознание способно обеспечить устойчивое экономическое развитие общества в целом.

Устойчивое развитие — такое развитие общества, при котором улучшаются условия жизни человека, а воздействие на окружающую среду остаётся в пределах хозяйственной емкости биосферы, так что не разрушается природная основа функционирования человечества.²

При устойчивом развитии удовлетворение потребностей осуществляется без ущерба для будущих поколений. Концепция устойчивого развития рассматривается как предпосылка долговременного прогресса человечества, сопровождаемого приумножением капитала и улучшением экологических условий. Концепция устойчивого развития подразумевает развитие региона через самоорганизацию при рамочной внешней поддержке, предупреждающей возможность его перехода в состояние необратимой деградации среды. Для человечества в целом эта концепция подразумевает частичное, целенаправленное, поддерживающее перемещение финансовых ресурсов из богатых регионов в бедные при широком обмене экологическими знаниями и информацией.

Достижение устойчивого развития - это проблема общемирового масштаба, но уровень и степень ее решения зависит от усилий каждого государства. От приверженности каждой страны принципу неразрывности и взаимозависимости экономики и экологии складывается общемировое устойчивое развитие. Экологические проблемы заняли прочное место в государственной политике большинства стран, стали объектом серьезных научных исследований и разработок.

Для Республики Узбекистан стратегическими целями устойчивого развития определяются:

- ✓ обеспечение здоровой и плодотворной жизни каждого ее гражданина при поступательном и стабильном социально-экономическом росте и духовном возрождении нации на основе завершенных структурных и институциональных преобразований;

¹ Конституции Республики Узбекистан - Т.: Ўзбекистон, 2014. - 46

² <https://ru.wikipedia.org/wiki>

- ✓ формирование социально - ориентированной рыночной экономики, в отлаженном правовом демократическом государстве, интегрированной на достойных условиях в систему мирохозяйственных связей;
- ✓ преодоление последствий экологического кризиса Аральского моря и оздоровление напряженной экологической ситуации в других зонах республики;
- ✓ сохранение и улучшение благоприятной окружающей среды;
- ✓ рационализация и эффективное земле-водопользование и других природных ресурсов с сохранением их для использования будущими поколениями Узбекистана.

Достижение стратегических целей устойчивого развития в будущем обеспечит необходимые условия для развития как экономической, культурной, социальной, правовой системы всего общества в целом. основополагающим аспектом при этом будет защита и охрана окружающей среды.

Современный мир переживает эпоху громадных исторических перемен, очевидного осознания роста взаимосвязанности и взаимозависимости всех стран мира, возрастает роль глобального сотрудничества и различных механизмов изучения и решения общечеловеческих проблем. Нынешняя тенденция глобализации проблемы развития человечества особенно четко проявляется в сфере охраны природной среды. Любая экологическая проблема затрагивает интересы всех без исключения народов, и поэтому она должна быть решена только на основе международного сотрудничества.

Список использованной литературы:

1. Акимова Т.В. Экология. Учебник для студентов вузов/ 2-е изд., перераб. и дополн.- М.:ЮНИТИ, 2009.- 556 с.
2. Коробкин В.И. Экология: Учебник для студентов вузов/ В.И. Коробкин, Л.В.Передельский. -6-е изд., доп. И перераб.- Ростон н/Д: Феникс, 2007.- 575с.
3. Перринг Ч. "Экономический рост и устойчивое развитие". М.: Мир науки, 1991; т. 35, N0 1. 5-9 с.
4. Ходжаева Д. Х. Экологические проблемы и экономический рост //Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования. – 2017. – С. 193-197.
5. Ходжаева Д.Х. «Инновационные процессы в системе образования // “Ta’lim va iqtisodiyot sohalarini takomillashtirish masalalari.- Xalqaro ilmiy-amaliy anjumanning maqolalar to’plami. 1-қисм. Бухоро саноат касб-хунар коллежи.2017й.Б-38-41.
6. Ходжаева Д. Х. Актуальность и взаимосвязь экономических и экологических проблем //Дни науки–2017. – 2017. – С. 191.
7. Ходжаева Д. Х. Сельский туризм как источник роста доходов населения в сельской местности Узбекистана //Достижения науки и образования. – 2020. – №. 3 (57).
8. Таджиева С. У., Ходжаева Д. Х. Основные направления развития промышленного производства региона //Современные тенденции развития науки и производства. – 2016. – С. 377-380.

**Хусайнов О.Дж. – ҚарМИИ
“Инновацион иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси**

ЧОРВАЧИЛИК СОҲАСИДА ИНФРАТУЗИЛМА ХИЗМАТЛАРИНИ ЙЎЛГА ҚЎЙИШДА ИСРОИЛ ДАВЛАТИ ТАЖРИБАЛАРИНИНГ АҲАМИЯТЛИ ЖИҲАТЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада чорвачилик соҳасида инфратузилма хизматларини йўлга қўйишда Исроил давлати тажрибаларининг аҳамиятли жиҳатларига эътибор қаратилган.

Калит сўзлар. Инфратузилма хизматлари кўрсатиш, зооветеринария, биогенетика, рақамли технологиялар ва сунъий интеллект, озиклантириш тизими, чорвачиликда фундаментал тадқиқотлар.

Аннотация. Эта статья посвящена важным аспектам Израильского опыта создания инфраструктурных услуг в секторе животноводства.

Ключевые слова. Инфраструктурные услуги, зооветеринария, биогенетика, цифровые технологии и искусственный интеллект, системное кормление, фундаментальные исследования в животноводстве.

Annotation. This article focuses on important aspects of the Israeli experience in creating infrastructure services in the livestock sector.

Keywords. Infrastructure services, veterinary medicine, biogenetics, digital technologies and artificial intelligence, systemic feeding, basic research in animal husbandry.

Ўзбекистон Республикасида чорвачилик соҳаси инфратузилма хизматлари тизимини ривожлантириш чорвачилик маҳсулотлари етиштиришни кўпайтириш мамлакат аҳолисини озиқ-овқат маҳсулотлари билан узлуксиз таъминлаш имкониятларини кенгайтиради. Олиб борилган таҳлилларнинг кўрсатишича республикада 4,7 млн. бошдан ортиқ сигирлар парвариш қилинаётган бўлиб, аммо сигирларнинг йиллик сут маҳсулдорлиги ўртача 2370 килограммни ташкил этмоқда. Агарда ушбу кўрсаткични ривожланган мамлакатларда эришилган кўрсаткичлари билан таққослайдиган бўлсак, жуда катта фойдаланилмаган имкониятлар борлигини англаш мумкин. Жумладан, чорвачилик соҳасида катта тажрибалар тўплаган ва дунёнинг етакчи давлатлари қаторига кирган Исроил давлатида сигирлар сут маҳсулдорлиги ўртача 11000 килограммни ташкил этади.

Агарда Исроил давлатида чорвачилик соҳасида эришилган ютуқлар тарихига эътибор берадиган бўлсак, бу натижаларга (11000-12000 литр сут соғиб олиш) 60 йил давомида эришилган. Ушбу натижаларнинг сабаби сифатида мамлакат чорвачилигида қуйидаги инфратузилма хизматларига жиддий эътибор қаратилганлигини кўрсатиб ўтиш жоиз:

1. Чорва моллари генетикаси ва селекцияси соҳасида:

- чорвачилик соҳасини ривожлантириш асосини чорва моллари генетикасини яхшилашга қаратилган узок йиллик ва самарали мураккаб меҳнат натижаси сифатида маҳаллий чорва моллари зотлари ва насли яратилиши ташкил этади;

- чорва молларининг янги турларини яратишда рақамли технологияларга асосланган компьютер қурилмалари ва энг сўнгги нано-биолабораториялардан фойдаланилади. Бунда яратилажак турлар буюртмачининг ихтисослашув, иқлим ва озиқлантириш шароитлари ҳисобга олинган ҳолда ҳосил қилинади.

- чорва моллари наслини яхшилаб бориш устида олиб борилаётган илмий тадқиқотларнинг сифатли ва ижобий натижавийлигининг асосий сабабини илм-фанга берилган эътибор натижаси деб қараш мумкин, яъни ишлаб чиқаришга илмий-техник таъминот хизматини кўрсатиш юксак даражада йўлга қўйилган;

- ветеринария соҳасидаги хизматлар асосини моддий манфаатдорлик ташкил этади. Жумладан, чорва моллари касалланиши олдини олиш ва уларни даволаш билан шуғулланувчи илмий лабораторияга мамлакатда етиштириладиган ҳар бир литр сут баҳосидан 1 центдан маблағ ажратиш белгилангани, биолабораторияларда ишлаш учун энг яхши мутахассисларни жалб қилишга моддий асос яратган.

2. Молларни озиқлантириш тизими ва озуқа билан таъминлаш хизматлари соҳасида:

- чорва фермаларидаги ҳар бир сигир соғиб олинган сут миқдорига мос равишда индивидуал режа бўйича озиқлантирилиши, маҳсулдорликни сақлаб туришга асос яратган;

- озуқа концентрат шаклида молларга етказиб берилади. Озуқа тайёрлаш бевосита чорвачилик фермасида амалга оширилмасдан, ихтисослашган озуқа тайёрловчи субъектлар томонидан тайёрланади ва чорвачилик тармоғига сотилади. Озуқа ишлаб чиқариш алоҳида тузилмалар томонидан амалга оширилиб сотилаётган бўлсада озуқанинг

баҳоси “Мамлакат чорвадорлари ассоциацияси” ва “Сут кенгаши” томонидан назорат қилиб борилади;

- чорвачилик хўжаликларида озуқа тайёрлаш ва озиқлантириш тизими тўлиқ механизациялашган ва механизмларни компьютер дастурлари ёрдамида назорат қилинади ва бошқариб борилади;

3. Зооветеринария хизматлари соҳасида:

- ветеринария хизмати кўрсатиш тизимли тарзда йўлга қўйилган бўлиб, ҳар бир фермада малакали ветеринар врач бир кунда икки марта назорат олиб боради. Ҳар бир сигирнинг танасига ўрнатилган рақамли биочиплари орқали уларнинг умумий ҳолати тўғрисидаги барча маълумотлар мамлакат бўйича яратилган ягона сервер-компьютер банкига келиб тушади ва шу орқали барча (110 минг бош) сигирларнинг соғлиги сунъий интеллектга асосланган рақамли компьютер қурилмалари назоратида бўлади;

- ҳар ойда бир марта ҳар бир сигирдан олинган сут намуналари марказий биологаторияга жўнатилган ҳолда, сутнинг сифат кўрсаткичлари билан биргаликда, касалланиш аломатлари олдиндан аниқланади ва қарши чоралар кўриб борилади;

- сутчилик фермаларидаги сигирлар синалган буқалар уруғлари билан 100 фоиз сунъий уруғлантирилади ёки янада маҳсулдор зот плацентаси қўйилади ва бу чорва молларининг насли биочиплар ёрдамида доимий назорат остида бўлади.

4. Маҳсулотни сотиш тизими соҳасида:

- мамлакатда етиштирилган сут тўлиқ қайта ишланади. Сут бир литрлик идишларда пастеризацияланган ҳолда савдога чиқарилади ва қайта ишланган сут маҳсулотлари ассортименти жуда кенг;

- ҳар бир сутчилик фермаси оладиган маблағи етиштирган сутининг марказлашган ҳолда текширилганда аниқланган сифатига қараб белгиланган баҳога мутаносиб равишда тўланади. Ишлаб чиқарувчининг харидор қидириш муаммоси ҳал этилган. Чунки ишлаб чиқариш миқдори квота билан чегараланган, ортиқча маҳсулот етиштирилишига йўл қўйилмайди. Ишлаб чиқарувчи белгиланган квота бўйича маҳсулот етиштириб олдиндан тузилган шартнома асосида савдо тармоғига маҳсулот сотади.

5. Илмий таъминот тизимидаги ютуқлар:

- чорвачилик соҳасининг ривожланиши билан боғлиқ фанларнинг фундаментал тадқиқотлар соҳаси давлат томонидан молиялаштирилади;

- мутахассис олимлар амалий муаммоларни ечишда бевосита чорвачилик фермалари буюртмалари асосида иш олиб боришади. Ҳар бир соҳа ихтисослашган бўлиб, бир мутахассис барча соҳани кам-кам билиб “универсал” бўлиши рағбатлантирилмайди;

- мамлакатнинг мавжуд табиий-иқлим шароитларига мос келадиган юқори маҳсулдор чорва моллари наслларини яратиш, узлуксиз равишда наслчилик ишлари олиб борилганда ишлаб чиқариш билан ветеринария, биогенетика соҳаларининг олимлари ва рақамли технологиялар мутахассисларининг узвий ҳамкорлиги йўлга қўйилган;

- илм-фан соҳасини моддий рағбатлантиришнинг энг самарали ва таъсирчан тизими жорий этилган.

Исроил давлати каби чорвачиликда юксак тараққий этган хорижий давлатларнинг ҳар бири чорвачилик соҳасида инфратузилма хизматларини ташкил этишда мамлакатнинг ўзига хос хусусиятларини эътиборга олган бўлсада, Ўзбекистонда чорвачиликка хизмат кўрсатувчи инфратузилма хизматларини ривожлантириш ва рақамли технологияларга асосланган босқичга олиб чиқишда аҳамиятли жиҳатлари ўрганиш ва мақбул жиҳатларини амалда жорий этиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Адабиётлар

1. Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н. Рақамли иқтисодиёт. Дарслик, Т.: ”INTELLEKT”, 2022, 523 бет.
2. Информационно-аналитический портал о цифровой экономике и ИКТ-политике в странах Евразии <https://digital.report>

3. Lobachevskiy Y.P., Dorokhov A.S. Digital technologies and robotic devices in the agriculture. *Agricultural Machinery and Technologies*. 2021;15(4):6-10.
4. Алена Беляя. Конец ручного управления. Какие цифровые технологии внедряются на животноводческих предприятиях. Журнал «Агроинвестор» март 2020

Шокир Шодмонов –КарМИИ тадқиқотчиси

ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИДА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ МОҲИЯТИ

Аннотация. Мақолада оилавий тадбиркорлик ва оилавий тадбиркорликнинг мазмун-моҳияти ҳамда қишлоқ жойларда оилавий тадбиркорликни ривожлантириш масалалари ёритиб берилган.

Калит сўзлар. Оила, оилавий тадбиркорлик, оилавий мулк, қишлоқ хўжалиги, тадбиркорлик фаолият.

Аннотация. В статье описывается сущность семейного бизнеса и семейного бизнеса, а также развитие семейного бизнеса в сельской местности.

Ключевые слова. Семья, семейный бизнес, семейная собственность, сельское хозяйство, предпринимательская деятельность.

Annotation. The article describes the essence of family business and family business, as well as the development of family business in rural areas.

Keywords. Family, family business, family property, agriculture, entrepreneurial activity.

Дунёнинг ривожланган мамлакатлари миллий иқтисодиётида оилавий тадбиркорлик алоҳида ўрин касб этмоқда. Оилавий бизнес институти маълумотларига кура «Буюк Британияда оилавий тадбиркорликнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 30,7% ва хусусий сектор корхоналари сонига улуши 87,6%ни, шунга мос равишда Испанияда 65 ва 75%, АКШда 60 ва 90%ни ташкил этади. Италия экспортининг 18 фоизи оилавий тадбиркорлик хисобига тўғри келади»¹. Шунингдек, «жаҳон буйича оилавий тадбиркорликнинг 26 фоизи иқтисодиётнинг бир нечта соҳаси ва турли мамлакатлар бозорларида диверсификациялашган»². Бундай шароитда оилавий тадбиркорлик фаолиятининг миллий иқтисодиёт хусусан, қишлоқ хўжалиги соҳаси буйича ихтисослашув даражасини ошириш алоҳида аҳамиятга эга бўлмоқда.

Қишлоқ хўжалигида оилавий тадбиркорликнинг асосий шакллари ва таркиби, унинг миллий иқтисодиётдаги роли ва оилавий муносабатлар ва бизнес тизимлар ўртасидаги узаро боғлиқлик ҳамда оилавий корхоналарда меҳнат муносабатлари тизимини худудлар ривожланишидаги аҳамияти жуда беқъёсдир.

Янги Ўзбекистонни барпо этиш шароитида қишлоқ хўжалиги соҳасини ривожлантириш, ушбу соҳада аҳолининг тадбиркорлик фаоллигини кўллаб-қувватлаш ва оилавий тадбиркорликни ривожлантириш орқали қишлоқ жойларда камбағалликни камайтириш масалаларига алоҳида аҳамият қаратилмоқда. “Камбағалликни камайтириш - бу аҳолида тадбиркорлик руҳини ўйғотиш, инсоннинг ички куч-қуввати ва салоҳиятини тўла руёбга чиқариш, янги иш уринлари яратиш буйича комплекс иқтисодий ва ижтимоий сиёсатни амалга ошириш, демакдир”³. Бу вазифаларни ҳал этишда оилавий тадбиркорликнинг миллий иқтисодиётда хусусан қишлоқ хўжалиги соҳасини ривожлантиришдаги ролини баҳолашнинг услубий ёндошувларини илмий асослаш ҳамда оилавий тадбиркорликни тартибга солишнинг ташкилий ва ижтимоий-иқтисодий асосларини такомиллаштириш билан изоҳланади.

¹ <https://www.ifb.org.uk/ifb-research-foundation/news/coronavirus-hit-family-business-sector-continues-to-be-the-backbone-of-the-uk-economy/>

² <https://www.pwc.ru/ru/assets/fbs-report.pdf>

³ Шавкат Мирзиёев: тадбиркорлик субъектлари ва янги иш уринлари худудлар раҳбарлари фаолиятини баҳолашда энг асосий мезон булади. <https://president.uz/uz/3319>

Қишлоқ хўжалигида оилавий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, ривожлантириш ва бошқаришга ёндошув тамойилларини қўллаш асосида оилавий тадбиркорлик умумий оилавий капиталга таяниб, оила аъзоларининг биргаликдаги ҳаракати, ўзаро кумаклашуви ва ўзини-ўзи бошқаришга асосланган тадбиркорлик фаолияти ҳисобланади.

Қишлоқ хўжалигида оилавий тадбиркорлик муҳим ижтимоий-иқтисодий категория, хужалик юритишнинг илғор шакли ҳамда аҳолини ўз-ўзини банд этишдаги аҳамиятига эга.

Қишлоқ хўжалигида оилавий тадбиркорликнинг миллий иқтисодиётдаги аҳамияти унинг жамиятдаги ўрни ва функциялари билан боғлиқ. Бундай ёндашув асосида оила институтининг ижтимоий йўналтирилган функцияларини тадбиркорликга интеграциялаштириш масаласи ётади. Бу борадаги назарияларни қуйидаги ёндошувлар буйича таснифлаш мумкин:

- оиланинг жамиятда тутган урни;
- оиланинг иқтисодий вазифалари;
- оиланинг инсон капиталини қарор топтиришдаги функциялари.

Бундай ёндошувлар моҳиятига қара, оила ўзининг ижтимоий функциялари орқали жамиятга катта иқтисодий фойда келтириши, инсон ресурси жамият ва давлат учун зарур эканлиги, оила давлат функциясининг сезиларли қисмини ўз зиммасига олиши ва бу давлат манфаатларига мос келиши таъкидланган.

Шундай экан, оила ва тадбиркорлик функцияларининг давлат функциялари билан интеграциялашуви ҳамда “оила - мулк -тадбиркорлик (ишлаб чиқариш)” интеграцияси синергетика қонунига, яъни синергетик эффект қонунига асосланган. Сабаби, оила қишлоқ хўжалигида ўз мулкидан унумли фойдаланиши орқали ишлаб чиқариш ёки тадбиркорликга йўл очиши мумкин. Шу сабабли қишлоқ хўжалигида оила тадбиркорлик фаолияти унинг капитал-мулки билан боғлиқ.

Оиланинг ижтимоий йўналтирилган функциялари оилада тадбиркорликни қарор топишида устувор вазифасини ўташи керак. Чунки, бизнес учун рақобатбардош кадрларни етиштириш, уларда тадбиркорлик куникмаларини шакллантириш ва тарбиялаш айнан шу фазада таъминланади. Тадбиркорлик оила функциялари тизимининг энг муҳим, таркибий ва ажралмас қисмидир. Шу жиҳатдан, оилавий тадбиркорликга оила фаровонлигини таъминловчи энг асосий функция сифатида қараш тўғри бўлади. Шу сабабли, оилавий тадбиркорлик мурракаб функцианал таҳлилни талаб этиб, оила функциялари ўртасидаги боғлиқлик, уларнинг бир-бирини тўлдириши ва бир-бирига амал қилиши, узлуксизлиги ҳамда “оила функциялари - тадбиркорлик - фаровонлик” боғлиқликдаги назарий жиҳатдан акс этириш мумкин. Ўнга қўра, оила функциялари оилада тадбиркорликни ҳаракатга келтиради, бу эса фаровонликни таъминлайди. Шунга асосланиб, оила функциялари тизимига оила фаровонлигини таъминловчи омиллар, иккинчидан оилавий тадбиркорликни қарор топишида муҳим шарт сифатида қараш мақсадга мувофиқ бўлади.

Хозирги иқтисодий шароитда қишлоқ хўжалигида тадбиркорлик фаолияти - ҳар бир оиланинг энг муҳим функциясига айланиши лозим. Чунки, бугунги талаб ва эҳтиёждан келиб чиққан ҳолда, қишлоқ жойларда тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи оила бир қатор муаммоларни мустақил ҳал этишга имкон топади, булар:

- оиланинг ижтимоий ҳимояси ва маиший шарт шароитларини таъминлаш;
- оиланинг истеъмол талабларини қондириш ва янги имкониятларни излаш;
- оиланинг иқтисодий функцияларидан амалда тўлиқ фойдаланиш асосида ривожланиш учун янги имкониятларни яратиш;
- оиланинг ижтимоий-иқтисодий мавқеини ошириш ва камбағалликдан ҳоли бўлиш ва х.к.

Адабиётлар

1. Шавкат Мирзиёев: тадбиркорлик субъектлари ва янги иш уринлари ҳудудлар раҳбарлари фаолиятини баҳолашда энг асосий мезон бўлади.

<https://president.uz/uz/3319>

2. <https://www.ifb.org.uk/ifb-research-foundation/news/coronavirus-hit-family-business-sector-continues-to-be-the-backbone-of-the-uk-economy/>

3. <https://www.pwc.ru/ru/assets/fbs-report.pdf>

Самадкулов Мухаммад Ислом ўгли
Гулистон давлат университети
таянч докторанти

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНИНГ ИННОВАЦИОН САЛОҲИЯТИ ВА УНДАН ФОЙДАЛАНИШ САМАРАДОРЛИГИ

Аннотация. Ушбу мақолада инновация, инновацион салоҳият ва уни ҳисоблаш усуллари, Ўзбекистоннинг инновацион салоҳияти ва унинг ҳозирги ҳолати таҳлил қилинган ҳамда мазкур соҳадаги мавжуд муаммолар аниқланган ва уларни бартараф қилиш юзасидан илмий-амалий таклифлар ишлаб чиқилган.

Таянч сўзлар: инновация, инновацион салоҳият, рақамли иқтисодиёт, молиявий кўрсаткичлар.

Аннотация. В данной статье анализируются инновации, инновационный потенциал и методы его расчета, инновационный потенциал Узбекистана и его современное состояние, а также выявлены существующие проблемы в этой сфере и разработано научно-практические рекомендации по их решению.

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, цифровая экономика, финансовые показатели.

Annotation. This article analyzes innovations, innovative potential and methods for its calculation, the innovative potential of Uzbekistan and its current state, and also identifies existing problems in this area and develops scientific and practical recommendations for their solution.

Key words: innovations, innovative potential, digital economy, financial indicators.

Мамлакат инновацион салоҳияти нафақат иқтисодий, балки, шу билан биргаликда ижтимоий, сиёсий, маънавий-маърифий, илмий соҳаларни ҳам қамраб олади. Шунинг учун инновацион салоҳиятни баҳолаш жуда муҳим ва ўз навбатида, мураккаб жараён дур.

Ушбу мақолада республикада охириги йилларда инновацион салоҳиятнинг ўзгаришини таҳлил қиламиз. Ушбу таҳлил асосан инновацион салоҳиятнинг таркибий қисмлари, яъни, унинг молиявий, моддий ва кадрлар бўйича ҳамда натижавий таркибини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими асосида амалга оширилди. (1-жадвал)

Тадқиқотлар ҳозирги кунда республикада фаолият юритаётган корхоналар ичида инновацион товар ва хизматлар таклиф қиладиганлар улуши жуда паст даражада эканлигини кўрсатди.

1-жадвал

Ўзбекистонда инновацион салоҳиятнинг шаклланиши ва ундан фойдаланиш даражаси (нисбий кўрсаткичлар)

	Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2000	2005	2010	2015	2019	2020
1. Инновацион салоҳиятнинг молиявий таркибини ифодаловчи кўрсаткичлар								
1.	ИТТКИ киритилган инвестициялар ҳажми (ЯИМга нисбатан)	%	0,1	0,12	0,2	0,3	0,3	0,3
2.	Номоддий киритилган активларга инвестициялар ҳажми	%	11	11	12	12,5	12,3	12,7
3.	Илмий тадқиқот ва ишланмаларда корхоналарнинг	%	17	17,3	18	21	21	21,7

	ўз маблағлари ҳажми							
4.	Илмий тадқиқот ва ишланмаларга ажратилган бюджет маблағлари ҳажми.	%	2,8	3,7	5,1	5,7	6,4	8,5
5.	ИТТКИ учун ажратилган харажатларининг ЯИМдаги улуши	%	0,02	0,1	0,14	0,19	0,22	0,28
6.	ИТТКИ учун ажратилган харажатларининг давлат бюджетидagi улуши	%	1,2	1,5	1,9	2,1	2,7	3,2
2. Инновацион салоҳиятнинг моддий таркибини ифодаловчи кўрсаткичлар.								
1.	Асосий фондларнинг эскирганлик даражаси	Йил бошига	67	78	61	56	57	61
2.	Илмий соҳада асосий фондлар жами қиймати	%	31	28	32	33	37	34
3.	Асосий фондларнинг янгиланиш коэффициенти	%	9	12	12	14	15	15
4.	ИТТКИни амалга оширувчи ташкилотлар	%	1,1	1,3	1,8	2,4	3,4	4,7
5.	Инновацион-фаол корхоналар	%	9	9	11	13	18	21
6.	Саноат тармоғида инновацион-фаол корхоналар	%	6	6	8	9	12	11
3. Инновацион салоҳиятнинг кадрлар бўйича таркибини ифодаловчи кўрсаткичлар.								
1.	Илмий ходимлар ўртача иш ҳақининг иқтисодиётдаги ўртача иш ҳақига нисбати.	%	56	61	63	65	71	71
2.	Умумий бандликда ИТТКИда банд бўлганлар салмоғи.	%	1,4	1,7	2,1	2,6	3,1	3,3
3.	Умумий бандликда таянч докторант ва докторантлар салмоғи	%	1,1	1,3	1,3	1,2	1,5	1,8
4.	ОТМлар профессор-ўқитувчилари таркибида фан номзоди ёки фалсафа доктори (PhD) ва фан докторлари салмоғи.	%	32	32	35	28	29	31
5.	Фан ва илмий хизмат кўрсатиш тармоғида товар ва хизматлар ишлаб чиқариш харажатлари таркибида иш ҳақи харажатлари салмоғи	%	12	18	18	15	22	26
6.	Ишга кирган ва ишдан кетган илмий ходимлар нисбати	%	10	12	18	11	9	9
7.	Ҳар 10000 кишига тўғри келадиган талабалар сони	Киши	85	84	84	84	91,2	215
4. Инновацион салоҳиятнинг натижавий таркибини ифодаловчи кўрсаткичлар.								
1.	Фан ва илмий хизмат кўрсатиш тармоғидаги фойданинг жами саноатдаги фойдага нисбати	%	56	61	63	68	66	71
2.	Фан ва илмий хизмат кўрсатиш	%	72	72	76	78	81	83

	тармоғида жами ишлаб чиқарилган товар ва хизматларда фойда улуши							
3.	Саноатда инновацион товар ва хизматлар ҳажми	%	4	4,9	6,9	7,4	7,8	8,3
4.	Саноатнинг инновацион-фаол корхоналари томонидан ишлаб чиқарилган технологик инновацияларга қилинган жами харажатлар	%	72	75	78	81	84	87
5.	Яратилган ва амалиётга жорий қилинган илғор ишлаб чиқариш технологиялари нисбати	марта	1,4	1,7	2,1	2,6	2,8	2,8
6.	Экспорт ва импорт қилинган технологиялар нисбати	%	31	38	35	41	46	49
7.	Яратилган ва ҳақиқатда фойдаланилган янгиликларнинг ўсиш суръатлари	%	102,4	103,1	103,6	102,9	102,3	103,1
8.	Ҳар 1 млн. кишидан патент учун келиб тушган аризалар сони	Дона	182	210	518	1286	1869	1862
9.	Янги инновацион товар ва хизматлар улуши	%	9	12	16	28	31	26
10.	Ишлаб чиқаришда машинасозлик улуши.	%	4	4,8	5,7	6,3	7,4	7,1

Кейинги йилларда Ўзбекистонда илмий соҳани молиялаштириш ҳажми ЯИМга нисбатан 0,2% дан камроқни ташкил этди, ваҳоланки, бутун дунё бўйича ушбу кўрсаткич ЯИМга нисбатан ўртача 2,14 %ни ташкил қилиб, бизда ундан 11 баравардан кўпроқ паст даражада қолмоқда. Бир қатор халқаро ташкилотлар маълумотларига кўра, 2020 йилда илмий-тадқиқот ва тажриба-конструкторлик ишлари (ИТТКИ)га ажратилган харажатлар ЯИМга нисбатан АҚШда-2,79%, Японияда-3,29%, Германияда-2,93%, Францияда-2,22%, Швецияда-3,28%, Исроилда-4,25%, Жанубий Кореяда-4,23% ни ташкил қилган. Тадқиқотлар ривожланган мамлакатларда давлат харажатларининг ўртача 30-50% ини миллий ИТТКИга ҳамда кичик инновацион тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантиришга сарфланишини кўрсатди.

Бундан ташқари, Ўзбекистонда бир қатор омиллар, яъни, олий таълим қамровининг жуда торлиги, муҳандис-техник ходимларни тайёрлаш даражасининг пастлиги, АКТ соҳасининг етарли даражада ривожланмаганлиги (жамиятда ахборотлаштиришнинг паст даражаси, интернет орқали маълумот узатиш тезлигининг сустлиги, интернет хизматлари нархининг қимматлиги), янгиликларни тижоратлаштириш механизмларининг ишлаб чиқилмаганлиги инновацион товар ва хизматлар яратиш жараёнига салбий таъсир кўрсатмоқда. Миллий иқтисодиётнинг инновацион салоҳиятидан самарали фойдаланмаслик, ҳаттоки, республика бўйича барча ресурслар тўлиқ банд бўлган ҳолатда ҳам, аҳоли турмуш даражаси ва иқтисодий ўсиш суръатлари пасайиши ҳамда мамлакатнинг иқтисодий хавфсизлик даражаси ёмонлашувига олиб келиши мумкин.

Охириги бир неча ўн йилликлар мобайнида бир қатор ривожланган мамлакатларда (Буюк Британия, Франция, Германия, Канада, Хитой, Жанубий Корея ва бошқалар) юзага келган давлат бошқаруви тизимидаги ислохотлар натижасида уларда аҳолига давлат хизматлари кўрсатиш, ресурсларни тақсимлаш ва минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожланишда маҳаллий ўз-ўзини бошқариш ҳамда ҳудудий органларнинг роли кучайтирилди. Уларнинг давлат бошқарувида бизнесни бошқариш усуллари, яъни, режалаштириш, ташкил этиш, рағбатлантириш, назорат қилиш ва шу каби усуллардан тобора кенг фойдаланилмоқда.

Бундан ташқари, ривожланган мамлакатларда маҳаллий ҳокимият органларининг ролини кучайтириш ва ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришда инновацион ғояларни рағбатлантириш мақсадида самарали минтақавий ривожланиш моделлари жорий этилмоқда ҳамда ҳудудлар ривожланиши учун давлат бюджети маблағларини ажратиш танлов асосида амалга оширилмоқда. Шаффофлик ва ошкоралик тамойиллари, жамоатчилик назоратининг амалга оширилиши ҳамда давлат бошқаруви органлари фаолиятида замонавий усулларнинг жорий этилиши натижасида ушбу соҳада самарадорликнинг сезиларли даражада ошганлиги кузатилди. Уларда олиб борилаётган маъмурий ислохотлар инновацион ривожланиш жараёнларига ижобий таъсир кўрсатди.

Шундан келиб чиққан ҳолда Ўзбекистонда ҳам “...давлат бошқаруви ва давлат хизмати тизимини давлат бошқарувининг марказлаштирилишидан чиқариш, давлат хизматчиларининг касбий тайёргарлик, моддий ва ижтимоий таъминоти даражасини ошириш ҳамда иқтисодий таъминоти бошқаришда давлат иштирокини босқичма-босқич кискартириш орқали ислоҳ қилиш; мамлакатни ижтимоий-сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш бўйича вазифаларни амалга оширишда ўзаро манфаатли ҳамкорликнинг самарасини оширишга қаратилган давлат-хусусий шерикликнинг замонавий механизмларини жорий этиш; давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлаш, жисмоний ва юридик шахсларнинг ҳуқуқ, эркинлик ва қонуний манфаатларига оид ахборотни тақдим қилишнинг замонавий шакллари жорий этиш; «Электрон ҳукумат» тизимини такомиллаштириш, давлат хизматлари кўрсатишнинг самараси, сифати ва аҳоли ҳамда тадбиркорлик субъектлари томонидан фойдаланиш имкониятини ошириш”¹ вазифалари белгилаб қўйилди.

Одатда товар ва хизматлар, шунингдек, ресурс бозорлари рақобатбардош бўлмагунча ишлаб чиқарувчилар инновацияга интилмайдилар. Корхона ва ташкилотлар кучли рақобат шароитида даромад даражаси деярли нолга тушиб қолган пайтдагина инновацияларни ривожлантирадилар. Бу шароитда улар ишлаб чиқариш технологияларини такомиллаштириш, ташкилий тузилмани ўзгартириш, бошқарувнинг янги тамойил ва усулларини қўллаш, бозорни тадқиқ қилиш ҳамда товар ва хизматлар турларини кенгайтиришни бошлайдилар. Ҳозирги замонавий шароитда ишлаб чиқарувчилар ўз маҳсулотлари билан бозорни тўлдиришни кутишмайди ва мунтазам равишда инновация яратишга ҳаракат қилишади. Бироқ, реал ҳолатда монополистлар инновациялардан манфаатдор эмас, улар маҳсулот нархини ошириш ва ишлаб чиқариш ҳажмини камайтириш ҳисобига ўз даромадини кўпайтиришга ҳаракат қилишади. Ўзбекистонда ҳозирги кунгача рақобат шаклланмаган товар ва хизматлар ҳамда ресурслар бозори мавжуд (масалан, автомобилсозлик, транспорт ва логистика хизматлари бозорлари, пахта толаси, қурилиш материаллари ва хизматлари, юқори малакали муҳандисларнинг меҳнатлари, кредит ресурслари ва бошқалар). Шунинг учун ҳам бозорда монополистик ҳукмронлик бор экан, у ерда ҳеч қачон инновация яратилмайди.

Давлат томонидан мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиёт стратегияси ва уни амалга оширишга қаратилган чора-тадбирлар тизимини ишлаб чиқиш инновацион ривожланишни таъминлашнинг муҳим омили саналади. Одатда, баъзи ривожланаётган мамлакатлар қўйилган мақсадга эришишда инновацион ривожланишга тўсқинлик қилувчи “етиб олиш модели” стратегиясини танлашади. Уларнинг асосий мақсади аҳоли турмуш даражасини ривожланган ёки муваффақиятли ривожланаётган мамлакатлар даражасига етказишдан иборат. Ушбу стратегия янги билим ва ишлаб чиқариш технологияларини яратиш эмас, балки, уларни импорт қилишга қаратилган. Ушбу стратегияни қўллаётган мамлакатлар арзон ишчи кучи ва паст нархли хом ашёдан фойдаланиш ҳисобига, ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш орқали, қўшни давлатлар бозорларидаги талабни қондириш ҳисобига экспорт ҳажмини оширишга интилмоқда.

¹ “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”. http://strategy.gov.uz/uz/pages/action_strategy

Аксинча, “инновацион ривожланиш модели”ни татбиқ этаётган мамлакатлар янги маҳсулот турларини ишлаб чиқиш, инновацион менежмент ва ишлаб чиқариш технологиялари, шу жумладан, жараёнларни автоматлаштириш асосида харажатларни камайтириш ҳисобига янги бозорларни яратиш орқали ўз экспорт ҳажмини оширишга интилади.

Шунингдек, айрим мамлакатлар бир вақтнинг ўзида иккала ривожланиш стратегиясини бирлаштирган ҳолда, яъни, “етиб олиш модели” ва “инновацион ривожланиш модели” стратегияларини уйғунлаштирган ҳолда қўллаш орқали ўз ижтимоий-иқтисодий тараққиёт моделини яратган. Тарихда бундай ходисалар кўп учрайди. Масалан, жаҳон банки маълумотларига кўра, 1960 йилларда Жанубий Кореяда аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМнинг жорий нархларда 158,2 долларни ташкил этиб, ушбу кўрсаткични Гана билан таққослаганда деярли 25 долларга паст бўлган (Ганада – 183 доллар бўлган). Ўша пайтларда Жанубий Корея қишлоқ хўжалиги устувор, асосий маҳсулоти гуруч бўлган камбағал мамлакат эди. Шу йилнинг ўзида ривожланишнинг “етиб олиш модели”ни қўллади ва ҳукумат замонавий ишлаб чиқариш технологияларини импорт қилиш дастурларини ишлаб чиқди. Шу билан бир пайтда, протекционистик воситалардан фойдаланиб, импорт ўрнини босувчи янги товар ва хизматлар ишлаб чиқаришни бошлади. Бундан ташқари, бир вақтнинг ўзида ўрта ва ўрта махсус таълимни ривожлантириш дастурларини ҳам амалга оширди. Натижада 1960-1975 йиллар мобайнида Жанубий Кореяда аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ 615,2 долларгача ўсди, Ганада эса, 285,8 долларни ташкил қилди. Кейинги йилларда протекционистик сиёсат давом эттирилди ва у экспортга йўналтирилган тармоқларни қўллаб-қувватлашга қаратилди. Ушбу сиёсат давлат бошқаруви соҳасидаги ислохотларни чуқурлаштириш, бозорларда соғлом рақобат муҳитини яратиш, ўрта махсус ва олий маълумотга эга бўлган муҳандис-техник ходимларни тайёрлаш миқдори ҳамда сифатини ошириш дастурларини яратишга қаратилди. Натижада, 1980-йилларнинг охирида аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ 6,5 минг долларга етди, Ганада эса, ушбу кўрсаткич атиги 400 долларгача ошди холос. Шундай қилиб, 1960-1990 йиллар мобайнида Жанубий Кореяда аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ 41 баробарга, иқтисодиёти очиқ ва эркинлаштирилган Ганада эса, ҳаёт даражаси атиги 2,2 баробар ошди. 1990-йилларнинг бошидан Жанубий Корея инновацион ривожланиш стратегиясини амалга оширишга интилмоқда. Бунда асосий эътибор унсурлари олий таълим, илмий-тадқиқот, ахборот-коммуникация технологиялари, технопарклар, венчур ва инновацион фондлар бўлган миллий инновацион тизимни шакллантириш ҳамда уни жадал ривожлантиришга қаратилмоқда. Тадқиқотлар кейинги йилларда Жанубий Кореяда минглаб талаба ва докторантлар жаҳоннинг энг нуфузли университетларида таълим олиш учун давлат грантлари асосида юборилганлиги, йилига ўнлаб технопарк ва технополилар яратилганлиги, минглаб инновацион лойиҳалар ҳаётга татбиқ этилганлиги, халқаро тан олинган илмий журналларда жуда кўп илмий мақолалар чоп этилганлигини кўрсатди. Бугунги кунда Жанубий Кореяда аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ 30 минг доллардан ошди, мамлакатда кенг миқёсда ўрта синф шаклланиб, аҳолининг юқори сифатли таълим даражаси 96 фоиздан ошди, Ганада эса, аҳоли жон бошига ЯИМ 1,6 минг долларни ташкил этмоқда .

Шундай қилиб, ривожланишнинг “етиб олиш модели” стратегиясини қўллаётган мамлакатлар иқтисодиёти бошқалардан ўз бозорларини инновацион бўлмаган товар ва хизматлар орқали тўлдириши билан фарқ қилади. Чунки, корхона ва ташкилотлар бозордаги талабга мослашиш ҳамда уни қондириш ҳисобига кафолатли фойда олиш мақсадида ривожланган мамлакатлардан илғор ишлаб чиқариш технологияларини импорт қилишади (ёки нусхалашади). Бундай ҳолатларда, талаб таклифни шакллантиради ва иқтисодиёт Кейнс таъбирича, шундай ҳолатда ривожланади. Ривожланган мамлакатлар одатда тўйинган бозор шароитида инновацион ривожланиш стратегиясини қўллайди. Чунки, янгилик ва инновацияларсиз даромад даражаси нолга тушади ва иқтисодий ўсиш

тўхтайдди. Шунинг учун ривожланган мамлакатлардаги ишлаб чиқарувчилар талабга эмас, балки, уни ўзларига мослаштиришади. Улар инновацион йўл билан талабни шакллантиришади, яъни, таклиф талабга юзага келтиради.

Тадқиқотлар республикамизда миллий инновацион тизимнинг ҳозирги ҳолати жаҳон стандартлари талабларига тўлиқ жавоб бераётганлигини кўрсатди. Бу мамлакатда фан, таълим ва бизнес ўртасида катта бўшлиқ мавжудлиги, иқтисодиёт субъектлари ўртасида инновацион ҳамкорлик даражасининг жуда пастлиги билан изоҳланади. Бундан ташқари, республикада инновацион воситачилар институти шаклланмаган, тармоқ ва ҳудудлар миқёсида барқарор инновацион кластерлар ташкил қилинмаган, давлат бюджетидан илм-фанга ажратилаётган харажатлар ишбилармонлик фаолияти билан номутаносиб ҳолатда амал қилмоқда, ОТМлари билан корхона ва ташкилотлар, тижорат компаниялари ўртасида инновацион ҳамкорлик алоқалари қониқарсиз даражада. Бир томондан, ОТМ ва ИТМларларда илмий-тадқиқотлар олиб борилмоқда, лекин, улар кўпинча бозор талабларига жавоб бера оладиган товар ва хизматлар яратишдан анча йироқда, чунки, тадқиқотчилар тадбиркорлик қобилятига эга эмас. Тижорат компаниялари ва ишлаб чиқариш корхоналари олимлар томонидан яратилган илмий янгиликларни бозорга олиб чиқишга ёрдам бериши мумкин, лекин, инновацион ҳамкорлик доирасидаги бўшлиқ туфайли компаниялар олий таълим муассасалари ва ИТМларида амалга оширилаётган кашфиётлардан беҳабар қолиб кетмоқда.

Мамлакатдаги ОТМларининг асосий қисми ўз фаолиятларида фақатгина таълим-тарбия, услубий ва маънавий-маърифий фаолият билан чекланиб қолмоқда. Уларда хўжалик шартномаларини тузиш ва бюджетдан ташқари маблағлар жалб қилиш даражаси жуда паст даражада қолмоқда. Профессор-ўқитувчиларнинг реал воқеликдан келиб чиққан ҳолда, кучли рақобат шароитида инновацион товар ва хизматлар яратиш ҳамда бозорни эгаллаш борасида стратегиялар ишлаб чиқишдаги малака ва қобилятилари пастлигидан хўжалик шартномалари тузиш ҳамда уларни амалга ошириш имконияти йўқ.

Бизнес соҳасидаги йирик корхона ва ташкилотларнинг аксариятида илмий-тадқиқот ва тажриба-конструкторлик бўлимлари мавжуд эмас. Фикримизча, бунинг сабаблари бўлиб инновацияга сармоя киритиш муҳимлигини чуқур англаб етмаслик, илмий-тадқиқот ва тажриба-конструкторлик бюроларини ташкил қилишда маблағ ҳамда малакали илмий кадрлар танқислиги ҳисобланади. Бундан ташқари, илмий-тадқиқот соҳасида давлат ва хусусий сектор шериклиги механизмлари мукамал ишлаб чиқилмаган.

Фикримизча, юқорида санаб ўтилган муаммоларни ҳал қилиш учун қуйидаги соҳаларда қатор чора-тадбирларни амалга ошириш зарур:

1. Давлат бошқаруви самарадорлигини ошириш мақсадида: биринчидан, давлат хизматлари тўғрисида қонун қабул қилиш; иккинчидан, маҳаллий ҳокимият органларининг ролини ошириш орқали давлат бошқарувини номарказлаштиришга қаратилган ислохотларни амалга ошириш; учинчидан, давлат бошқарув органлари фаолиятига жамоатчилик назорати механизмларини жорий этишни таъминлаш; тўртинчидан, давлат-хусусий шерикчилиги самарали амал қилишини таъминловчи замонавий ташкилий ва ҳуқуқий механизмларни жорий қилиш ва ривожлантириш зарур.

2. Товарлар, хизматлар ва ресурслар (автомобилсозлик, транспорт ва логистика хизматлари, пахта толаси, кўчмас мулк, қурилиш материаллари, юқори малакали муҳандисларнинг хизматлари, кредит ва х.к.) бозорларида кучли ва соғлом рақобат муҳитини таъминлашга қаратилган чора-тадбирлар тизимини ишлаб чиқиш. Бу республикада нафақат нархларни пасайтириш, шу билан бирга корхоналарнинг инновацион фаолиятини рағбатлантиришга ҳам қаратилган бўлиши лозим.

3. Бир қатор ихтисослашган маҳаллий олий ўқув юртларида инновацион менежмент соҳаси бўйича кафедралар ташкил қилиш, шунингдек, бўлажак мутахассислар (инженер, техник, технолог ва хоказолар)да кўникмалар ҳосил қилиш мақсадида “Инновацион менежмент” курсини ўқув режага киритиш мақсадга мувофиқ. Чунки, ушбу чора-тадбирлар тизими битирувчи мутахассисларда ўз ихтисосликлари бўйича билимларидан ташқари,

қўшимча равишда, турли хил янгиликларни излаш, танлаб олиш ва тижоратлаштиришга қодир бўлган инновацион лойиҳаларни бошқариш бўйича билим ва кўникмаларини оширади.

4. Муаллифлик ҳуқуқи ва интеллектуал мулкни ҳимоя қилиш бўйича қонун меъёрларини такомиллаштириш, инновацион фаолият билан шуғулланадиган корхоналар учун солиқ имтиёзлари ва преференциялар беришнинг ягона тартибини ишлаб чиқиш зарур.

**5-SHO‘BA:
SANOAT RAQAMLI
TRANSFORMATSIYASINING
JAMIYAT VA ATROF-MUHITGA
TA‘SIRI**

Абулкасимов Хасан Пирназарович,
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор,
Мирзо Улуғбек номидаги
Ўзбекистон Миллий университети

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ИҚТИСОДИЙ ХАВФСИЗЛИКНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Мақолада хизматлар соҳасининг мазмуни ва таркиби очиқ берилган, хизматлар соҳаси ривожланиши тенденциялари ва муаммолари, хизматлар соҳасида иқтисодий хавфсизликни таъминлашнинг ўзига хос хусусиятлари ва йўллари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: хизматлар соҳаси, хизматлар бозори, иқтисодий хавфсизлик, мижозлар, мижозлар билан муносабатларни бошқариш.

Абулкасимов Х.П. Особенности обеспечения экономической безопасности в сфере услуг.

В статье раскрыта сущность и структура сферы услуг, проанализированы тенденции и проблемы развития сферы услуг, особенности и пути обеспечения экономической безопасности в сфере услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, рынок услуг, экономическая безопасность, клиенты, управления взаимоотношений с клиентам.

Abulkasimov H.P. Ensuring economic security in the field of services characteristics

The article describes the content and structure of the services sector, services field development trends and problems, services in the field economic security of supply to himself specific properties and ways analysis made.

The key words: services field, services market, economic security, customers, customers with relationship management.

Хизматлар соҳаси – корхоналар, ташкилотлар ҳамда жисмоний шахслар томонидан кўрсатиладиган турли хизмат турларини такрор ишлаб чиқаришни ўз ичига олган жамланма соҳа ҳисобланади¹. Ҳозирги вақтда иқтисодий фаолият турлари бўйича хизматларни таснифлаш “Ўзстандарт” агентлигининг 2015 йил 19 январдаги 05-612-сонли қарори билан тасдиқланган ва жорий этилган Ўзбекистон Республикаси иқтисодий фаолият турлари бўйича маҳсулотларнинг (товарлар, ишлар, хизматларнинг) статистик таснифлагичига (МСТ) мувофиқ амалга оширилади. Бозор хизматлари ҳажми барча иқтисодий фаолият турлари бўйича маҳсулотларнинг (товарлар, ишлар, хизматларнинг) статистик таснифлагичига асосан таснифланган хизматларнинг тегишли қисми (G-S секциялар) бўйича шакллантирилади:

1. Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари.
2. Молиявий хизматлар.
3. Транспорт хизматлари.
4. Яшаш ва овқатланиш хизматлари.
5. Савдо хизматлари.
6. Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар.
7. Таълим соҳасидаги хизматлар.
8. Соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлар.
9. Ижара хизматлари.
10. Компьютерлар ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар.
11. Шахсий хизматлар.
12. Меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар.

¹ Аюбжонов А.Х., Саидумархонов С.С. Ўзбекистонда хизматлар соҳаси-иқтисодиёт ривожланишининг муҳим омили.//<http://tsue.uz/>

13. Бошқа хизматлар.

Ушбу хизмат турлари билан бир қаторда ноу-хау шаклидаги илмий-техник ахборотларини, лицензия, патентларни айрибошлаш ҳамда халқаро инжиниринг ва шу каби замонавий хизмат турлари ҳам жадал ривожланмоқда.

Иқтисодиётнинг барқарор ривожланишини таъминлаш, аҳолининг турмуш даражасини ошириш ва самарали иш билан бандликни таъминлашда хизматлар соҳасининг ривожланиши муҳим аҳамиятга эгадир. Ўзбекистонда 2016-2020 йилларда хизматлар ҳажми 2,3 баравар ўсган. Шу жумладан: алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари ҳажми 2 марта, молиявий хизматлар 4,6 марта, транспорт хизматлари 1,8 марта (шу жумладан, автотранспорт хизмати 1,5 марта), яшаш ва овқатланиш хизматлари 1,9 марта, савдо хизматлари 2,1 марта ва бошқа хизматлар 2,5 марта ошган. 2016-2019 йилларда хизматлар ҳажми юқори ўсиш суръатларига эга бўлган. 2020 йилда хизматлар соҳасининг кўплаб турларининг ўсиш кўрсаткичлари пандемия шароити таъсири сабабли пасайган. Фақатгина алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари, молиявий хизматлар ва таълим хизматларида барқарор ўсиш кўрсаткичларини кўриш мумкин. (қаранг: 1-жадвал).

1-жадвал

2016-2020 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизматлар соҳасининг ўсиш кўрсаткичлари (фоиз ҳисобида)

Кўрсаткичлар	2016й.	2017й.	2018й.	2019й.	2020 й.
Хизматлар – жами	114,7	110,7	108,9	113,2	102,3
асосий турлари бўйича:					
ахборот ва алоқа соҳасидаги хизматлари	114,6	121,3	115,9	108,3	115,3
молия хизматлари	119,8	136,5	121,5	147,0	125,6
транспорт хизматлари	107,8	109,9	104,5	106,7	91,6
автотраспорт хизмати	117,2	102,1	101,6	105,1	103,5
яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар	121,1	112,1	107,0	107,3	86,5
савдо хизматлари	120,5	100,3	104,9	107,4	101,7
кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар	117,5	106,6	107,9	104,7	91,1
таълим соҳасидаги хизматлар	107,8	125,6	110,5	109,5	107,4
соғлиқни сақлаш соҳасидаги хизматлар	122,2	116,9	113,4	114,7	89,9
ижара ва лизинг бўйича хизматлар	117,6	102,1	110,4	98,3	98,9
компьютерлар, шахсий фойдаланиш буюмлари ва маиший товарларни таъмирлаш бўйича хизматлар	115,6	102,6	104,2	107,1	96,1
шахсий хизматлар	113,8	100,7	102,2	105,4	92,1
меъморчилик, муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар	115,3	124,7	118,1	115,5	93,7
бошқа хизматлар	114,9	111,8	121,2	116,3	98,3

Манба. www.stat.uz

2020 йилда кўрсатилган бозор хизматлари ҳажмининг сезиларли даражада пасайиши овқатланиш ва яшаш хизматлари соҳасида қайд этилди (13,5 %). Шу билан бирга, соғлиқни сақлаш (10,1 %), кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар (8,9 %), транспорт хизматлари (8,4 %), яқка тартибдаги хизматлар (7,9 %), муҳандислик изланишлари, техник синовлар ва таҳлил соҳасидаги хизматлар (6,3 %), компьютерлар ва маиший буюмларни таъмирлаш (3,9 %) соҳасидаги хизматлар ҳажмларининг пасайиши қайд этилди.

Хизмат кўрсатиш соҳаси бозорида рақобат кураши кучайиши оқибатида иқтисодий хавфсизликни таъминлаш долзарб аҳамият касб этмоқда. Шунингдек, коронавирус пандемияси ва глобал молиявий-иқтисодий инқироз шароитида ўрнатилган чекловлар натижасида кўплаб хизмат кўрсатиш корхоналари банкрот ёки кризис олди ҳолатига тушиб қолди. Хизматлар бозоридаги хизматларга бўлган талабнинг камайиши, молиявий ресурсларнинг етишмаслиги соҳада иқтисодий хавфсизликни таъминлаш масаласини долзарблигини кўрсатади. Иқтисодий хавфсизликнинг бош мақсади хизмат кўрсатиш корхоналарининг молиявий барқарорлигини таъминлаш ҳисобланади. Хизмат кўрсатиш корхоналарида молиявий барқарорликни, шунингдек, иқтисодий хавфсизликни таъминлаш хусусияти қуйидагиларда намоён бўлади:

- хизмат кўрсатиш корхоналарида ишлаб чиқариш корхоналаридан фарқли ўлароқ ҳажм эффектини олиш анча мушкул;

- соҳада меҳнат унумдорлигини ошириш мижозлар билан алоқадорликнинг ўзига хос хусусияти сабабли чеклангандир. Соҳада мижозлар билан бевосита муносабатда бўлиш зарур бўлганлиги учун ҳам хизмат кўрсатиш жараёнини бутунлай ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланиш орқали бутунлай билвосита боғланиш режимига тўлиқ ўтиш мумкин эмас;

- хизмат соҳаси корхоналарининг фаолият кўрсатиш зонаси маълум ҳудуд билан чекланган;

- уларнинг фойда олиш имкониятлари ишлаб чиқариш корхоналарига нисбатан чекланган.

Хизматлар икки жараёни ўзида мужассам этади:

- ички фирма ишлаб чиқариш жараёни бўлиб, бу мижозлар учун кўринмайдиган жараёндир;

- мижозлар билан бевосита алоқадаги фаолият бўлиб, хизмат кўрсатишнинг ноашёвий жиҳати ҳисобланади.

Хизмат кўрсатишдаги ноашёвийлик даражаси хизмат турлари бўйича турлича бўлади. Аммо хизмат кўрсатишнинг барча ҳолатларида мижозлар билан бевосита муносабатда бўлиш хизматларнинг рақобатбардошлигига жиддий таъсир кўрсатади. Шунинг учун хизмат кўрсатиш корхонасининг иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш нуқтаи назаридан бу жараёни алоҳида назорат қилиш талаб қилинади. Шу муносабат билан уч жиҳатни кўрсатиш мумкин:

- биринчидан, хизмат кўрсатиш корхоналари мижозлардан ташқари бошқа субъектлар, яъни давлат, жамият ва етказиб берувчилар билан ҳам ўзаро муносабатга киришадилар;

- иккинчидан, хизмат кўрсатиш соҳасида корхонанинг репутацияси билан боғлиқ рисклар мавжуд бўлади. Корхонанинг репутацияси (обрўси) кўрсатилаётган хизматларнинг сифати ҳамда мижозлар билан хушмуомалалик билан белгиланади. Мижозлар билан низо юз берган ҳолда бундай нохушлик бирзумда оммага тез тарқалиб, репутациясини пасайиши ёки йўқотишинҳга олиб келади¹;

- учинчидан, мижозларнинг хизмат кўрсатувчи корхонага доимий мижоз бўлиб қолишига эришиш уларнинг рақобатбардошлигини ва иқтисодий хавфсизлигини таъминлашнинг муҳим йўналиши ҳисобланади².

¹ Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия [Текст] : пер. с англ. / К. Лавлок. – М. : Вильямс, 2005. – 108 с.

² Ткач В.В. Сервисные приоритеты управления логистическими цепями [Текст] / В.В. Ткач // Ж-л правовых и экономических исследований. – 2013. – №3. – С. 110-113.

Хизмат кўрсатиш корхонасининг мижозлар билан ўзаро муносабатларини бошқариш иқтисодий хавфсизликни таъминлашнинг муҳим шарти ҳисобланади ва у ўз ичига қуйидагиларни олади:

- хизмат кўрсатиш стандартларини ишлаб чиқиш;
- хизмат кўрсатиш (сервис) кафолатларини асослаш;
- хизматларга талабни бошқариш;
- мижозлар билан алоқа ўрнатишни бошқариш;
- мижозларнинг арз ва даволарини бошқариш;
- мижозлар билан низоларни бошқариш;
- мижозларнинг ҳурматига эришиш;
- хизмат кўрсатиш корхонасининг брендини бошқариш;
- персонални мижозлар билан тўғри муносабатда бўлишга ўқитиш;
- “нуфузли” мижозлар билан ўзаро муносабатларни бошқариш;
- хизмат кўрсатиш инфратузилмасини мижозга йўналтириш;
- хизмат кўрсатишнинг рақобатбардошлик даражасини баҳолашни асослаш (қаранг: 1-расм).

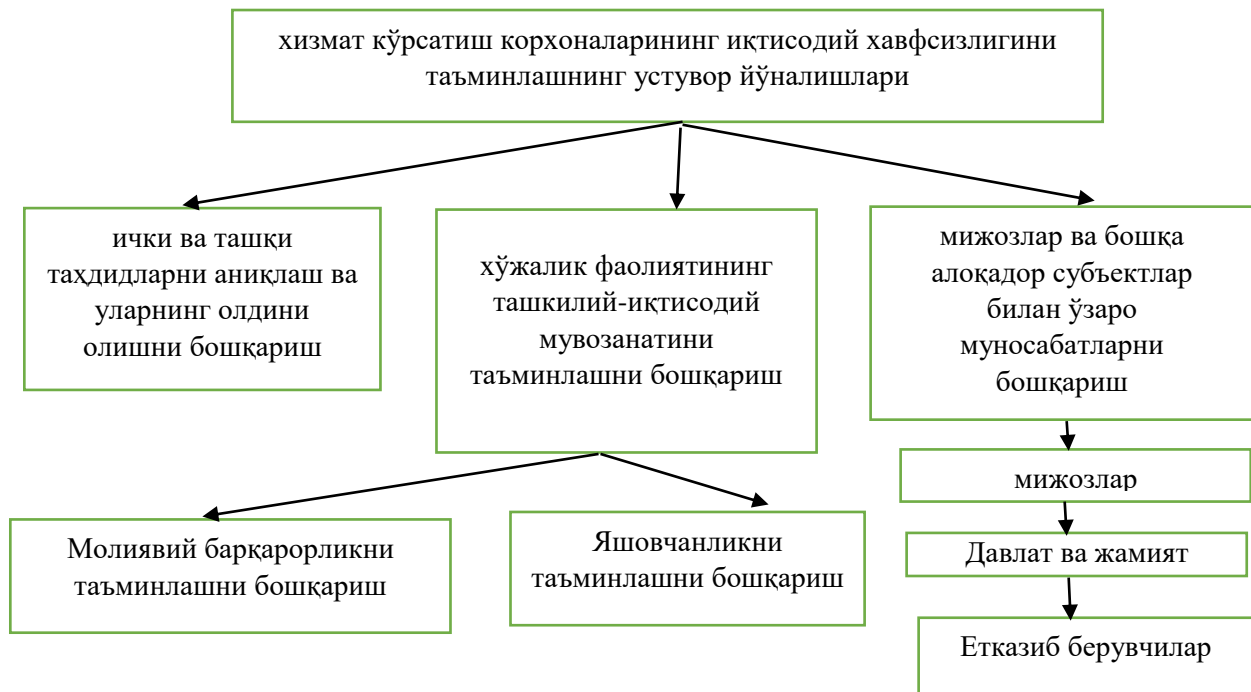


1-расм. Хизмат кўрсатиш корхонасининг мижозлар билан ўзаро муносабатларини бошқариш¹

Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарининг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашнинг муҳим йўналиши уларнинг яшовчанлигини таъминлаш ҳисобланади. Хизмат кўрсатиш корхоналарининг яшовчанлигини таъминлаш айниқса, коронавирус пандемияси ва глобал молиявий иқтисодий инқирози шароитида долзарб аҳамият касб этди. Демак, хизмат

¹ Шейнер Н.Ю. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ//https://auditfin.com/fin/2014/2/fin_2014_21_rus_10_28.pdf асосида муаллиф томонидан тузилган.

кўрсатиш корхоналарининг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашнинг устувор йўналишлари (1) ички ва ташқи таҳдидларни аниқлаш ва уларнинг олдини олишни бошқариш, (2) хўжалик фаолиятининг ташкилий-иқтисодий мувозанатини таъминлашни бошқариш ҳамда (3) мижозлар ва бошқа алоқадор субъектлар билан ўзаро муносабатларни бошқаришдан иборатдир (қаранг: 2-расм).



2-расм. Хизмат кўрсатиш корхоналарининг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашнинг устувор йўналишлари¹

Хизмат кўрсатиш корхонасининг хўжалик фаолиятининг ташкилий-иқтисодий мувозанатини таъминлашни бошқариш ўз ичига молиявий барқарорликни ва яшовчанликни таъминлашни бошқаришларни олади. Шунингдек, иқтисодий хавфсизликни таъминлашнинг муҳим йўналиши мижозлар, етказиб берувчилар, давлат органлари ва жамият билан ўзаро муносабатларни бошқариш ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш корхонаси иқтисодий хавфсизлигини таъминлашда қуйидаги чоратadbирларни амалга ошириш лозим бўлади:

-маркетинг тадқиқотларини амалга ошириш орқали хизматлар бозорини ўрганиб бориш;

-кўрсатиладиган хизматлар турларини белгилаш;

-уларнинг сифатини назорат қилиш;

-хизматларнинг ноашёвий қисмларининг нафлилигини аниқлаш;

- ҳар бир хизмат тури бўйича харажатларни баҳолаш ва уларнинг мижозлар учун мақбуллигини таъминлаш;

- хизматлар кўрсатилиши жараёнларини назорат қилиш;

-кўрсатиладиган хизматларнинг ишончлилигини таъминлаш ва баҳолаш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Аюбжонов А.Х., Саидумархонов С.С. Ўзбекистонда хизматлар соҳаси-иқтисодиёт ривожланишининг муҳим омили.//[http //tsue.uz/](http://tsue.uz/)

2. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия [Текст] : пер. с англ. / К. Лавлок. – М. : Вильямс, 2005. – 108 с.

¹ Шейнер Н.Ю. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ//https://auditfin.com/fin/2014/2/fin_2014_21_rus_10_28.pdf асосида муаллиф томонидан тузилган.

3. Регулирование деятельности субъектов малого предпринимательства в начале XXI века: мировой опыт: коллективная монография.- Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2020.-332с.
4. Совершенствование инновационного развития национальной экономики в условиях глобализации. Коллектив авторов. Монография.- Т.:»Университет»,2021. 700 с.
5. Ткач В.В. Сервисные приоритеты управления логистическими цепями [Текст] / В.В. Ткач // Ж-л правовых и экономических исследований. – 2013. – №3. – С. 110-113.
6. Шейнер Н.Ю. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ//https://auditfin.com/fin/2014/2/fin_2014_21_rus_10_28.pdf

Очилов Ваҳоб Шавкатович
Бухоро Давлат Университети мустақил тадқиқотчиси
Гренобл Менежмент Олийгоҳи делегати
«Boukhara Construction» қурилиш ташкилоти раҳбари
(Франция)

ИҚТИСОДИЁТ ТАРМОҚЛАРИДА РАҚАМЛИ ТРАНСФОРМАЦИЯНИНГ САМАРАСИ

***Аннотация:** Фаолиятларимизни ва яшаш тарзимизни тубдан ўзгартириши мумкин бўлган иқтисодий инқилоб арафасида турибмиз. Бу иқтисодий тараққиёт мураккаблиги, тезлиги ва таъсирлари билан бошқаларидан ажралиб туради ва иқтисодий тармоқларининг барча соҳаларида кузатилмоқда. Глобал миқёсда деярли барча иқтисодий тармоқларни ўзгартирмоқда ва тизимининг трансформациясидан дарак бермоқда.*

***Annotation:** we are on the cusp of an economic revolution that will fundamentally change the way we live and work. The current changes are the consequence of an economic revolution, totally different in speed, scope and impact. Compared to previous economic revolutions, it is evolving at an exponential rate. It is disrupting almost every business sector, everywhere in the world. The scope and importance of these changes herald the transformation of entire systems of production, management and governance.*

***Key words:** digital economy, digital technology, digital transformation, economic transformation, economic revolution, digital revolution, new economy, industrial revolution, technological innovation, new technology, digital platform, business platform, network effect.*

Муҳимлиги билан иқтисодий фанининг марказини эгаллаб турган долзарб мавзу – Рақамли Иқтисодиёт. Фанда ҳали-ҳануз аниқ бир таърифи мавжуд эмас, аммо у иқтисодиётнинг барча соҳа ва тармоқларида кузатилмоқда. Оммавий ахборот воситаларидан автомобилсозликкача, соғлиқни сақлашдан туризмгача, ҳаттоки қишлоқ хўжалик соҳасида ҳам рақамли тизимнинг ўрни кенг. Рақамли технология айни вақтда ишлаб чиқариш, айирбошлаш ва истеъмол қилиш усуллари тубдан ўзгартириб юборди. Кунимизда иқтисодиётнинг барча тармоқлари рақамли тизимга ўтиб бормоқда. Аксарият корхоналар учун интернет, жуда муҳим алоқа ва савдо каналига айланди. Туризм соҳасини мисол қилиб оладиган бўлсак, истеъмолчилар транспорт чипталарини сотиб олишда ёки меҳмонхона брон қилишда асосан интернетдан фойдаланмоқда.

Иқтисодиёт тарихи учта саноат инқилобига гувоҳ бўлди, рақамли иқтисодиётнинг пайдо бўлишини баъзи иқтисодчи олимлар тўртинчи инқилоб деб ҳисоблайдилар. Биринчи саноат инқилоби 1750 йилларда Буюк Британияда бошланиб 1850 йилларгача давом этди. Буюк Британиянинг дунёда етакчи ва салоҳиятли давлат бўлишига замин бўлди. Бу инқилоб, қишлоқ хуудларида аграр ишлаб чиқариш тизимидан, шаҳар хуудларида механикали ишлаб чиқариш тизимига ўтиш билан тавсифланади. Ёғоч ўрнини металнинг эгаллаши, пахтани йиғириш, буғли машиналар, буғли кемалар ва темир йўллари у даврнинг муҳим технологик ютуқларидан ҳисобланади.

Иккинчи саноат инқилоби 1850 йилларда бошланиб 1950 йилларгача давом этди ва бу инқилоб эвазига Америка Қўшма Штатлари дунёнинг етакчи давлатига айланди. Иқтисодий тизим эса келишилган шарт ва шароитлар асосида оммавий тарзда ишлаб чиқариш, тарқатиш ва алоқа қилиш тусини олди. Электр энергияси, радио-телевизор, пластмасса, антибиотик, телефон, ҳаво йўллари транспорти, йўл-магистраллар, ёқилғи двигателлари, ахлат ва чиқиндиларни йиғиб қайта ишлаш, сув ва канализация тармоқлари бу инқилоб натижасида майдонга келган асосий кашфиётлардан ҳисобланади.

Учинчи саноат инқилоби 1950 йилларда информатика, кибернетика ва телекоммуникациянинг ривожланиши билан бошланиб 2000 йилларгача давом этди. Дунё ҳаёт тарзининг тезлашишига ҳамда ишлаб чиқариш ва истеъмол ҳажмининг кескин кўтарилиб кетишига олиб келди. Бу инқилоб мобайнида юзага келган муҳим инновациялар: шахсий компьютерлар, электрон почта, факс, ксерокопия, интернет, электрон ҳужжатлар, электрон тижорат ва мобил алоқа. Бошқариш идоралари, ишлаб чиқариш ва тижорат соҳаларига информатика дастурларининг оммавий кириб бориши ҳамда ахборот ва алоқа технологияларидан кенг фойдаланиш бу жараёнда иқтисодий самарадорлик даражасининг кўтарилишига олиб келди.

XXI аср дунёда интернет ва мобил алоқа воситалардан кенг кўламда фойдаланиш билан бошланди ҳамда ахборот алоқа технологияларига эришиш арзонлашди. Бу соҳада амалга оширилган ақл бовар қилмас инновациялар дунёнинг ҳаёт тарзини тубдан ўзгартириб юборди, қисқача қилиб айтганда ҳамма соҳа Рақамли Трансформацияга учради. Дунёда глобал интернет трафиғи 1992 йилларда кунлик 100 гига-байт (ГБ) эди, 2017 йилга келиб бу кўрсаткич ҳар сонияда 45 000 ГБ, ҳозирги кунда эса 150 000 ГБ атрофида.¹ Бу борада табиий равишда бир савол туғилади, ажабо рақамли технология тўртинчи саноат инқилобими ёки учинчи инқилобнинг давомими, яъни ахборот ва алоқа технологиясининг эволюциясими? Бу мавзуда олимларнинг фикри иккига бўлинади. Иқтисодчи олим Роберт Ж. Гордон,² рақамли трансформацияни ахборот ва алоқа технологиясининг эволюцияси сифатида кўради. Унинг фикрича, рақамли тизимга ўтишдаги трансформация даражаси, илгари даврларда юз берган иқтисодий инқилоблардагидек юқори эмас ҳамда маҳсулдорлик даражаси сезиларли ва барқарор олмаган.

Иқтисодчи муҳандис Клаус Швабнинг³ фикрича, тўртинчи саноат инқилоби барпо бўлаяпти, ҳозирча таъсирлари кучли бўлмаслиғи мумкин, лекин у яқин келажакда иқтисодиётни ва жамиятни, муаллифнинг тили билан айтганда тубдан метаморфозлаштириб⁴ юборади, яъни кескин ўзгартириб юборади. Янада очикроқ қилиб айтадиган бўлсак, физика, информатика ва биология ифодалари орасидаги чегаралар уюшган технологиялар томонидан йўқ қилиб юборилади, яъни физика, рақамли ва биология бир-бирига қўшилиши натижасида, бир нарсага айланади. Кунимизда, лабораторияларда ва дунёда қилинаётган ўзгартиришлар нуқтаи назаридан мавзуга ёндашадиган бўлсак, К. Шваб унчалик ҳам ноҳақ саналмайди.

Биринчи саноат инқилоби, сув ва буғ ёрдамида ишлаб чиқаришнинг механикага; иккинчи саноат инқилоби, электр энергияси ёрдамида оммавий ишлаб чиқаришга; учинчи саноат инқилоби, электроника ва ахборот технологиялари ёрдамида ишлаб чиқаришни автоматлаштиришга олиб келди. Ажабо, тўртинчи саноат инқилоби, яъни Рақамли Иқтисодиёт, вазиятни қаерга ва нимага олиб боради. Қисқа ва ўрта муддатда бозорларда ва ташкилотларда, атроф-муҳитда ва жамиятда қандай ўзгаришлар содир бўлади. Рақобатга, инновацияга, иш билан бандликка, иқтисодий ўсишга, халқаро тижоратга ва инсонларнинг фаровонлиғига қанақа таъсирлари ва натижалари бўлади...?

¹ «Rapport de l'ONU sur l'économie numérique», Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, New York, 2019.

² Gordon R. J. «Perspectives on the Rise and Fall of American Growth», The American Economic Review, 2016.

³ Schwab K. «The Fourth Industrial Revolution», World Economic Forum, Geneva, 2016.

⁴ Метаморфоза – нарса ёки объектнинг шаклининг, табиатининг, тузилишининг ва таркибининг таниб бўлмайдиган даражада ўзгариши.

Рақамли иқтисодиётда даромаднинг даражаси мижозлар микдорига мутаносиб, яъни корхонанинг мижозлари қанчалик кўп бўлса самарадорлиги шунчалик юқори бўлади ва корхона ўз мижозларига, ўзгармаган бир хил нархларда сифатлироқ хизматлар тақдим қилади, бу эса ўз навбатида корхонага янги мижозларни жалб қилади.¹ Бу жараён, тармоқ эффекти билан боғлиқ, яъни кўрсатилган хизматнинг сифати тармоқнинг ҳажми билан мутаносиб. Фойдаланувчилар сони қанчалик кўп бўлса, ҳажм шунчалик катталашади. Тармоқ эффекти классик иқтисодиётда ҳам мавжуд, транспорт ёки меҳмонхоналар бунга мисол бўла олади.

Рақамли иқтисодий тизимда, таклиф қилаётган ва талаб қилаётган томонлар бири бири ҳақида аниқ маълумотларга эга бўлади. Чунки тарафлар рақамли технологиялар ёрдамида алоқа қилишади. Корхоналар ўзларининг маълумотлар баъзасида ҳар бир мижознинг барча хусусиятларини, рақамли алгоритмлар ёрдамида алоҳида тўплайди ва шунга қараб мижозга муомала қилади. Мижозлар эса хизмат ёки маҳсулотни таклиф қилаётганлар ҳақида батафсил маълумотга эга, чунки бу битта тугмага босиш қадар осон.² Бу жараён ўз навбатида улкан рақамли платформаларни пайдо қилмоқда, қаердаки хаваскор ёки ярим профессионаллар ҳам оптимал ва хавфсиз шароитларда мижоз топа олмақда ва уларга яхши, баъзан жуда яхши хизмат кўрсата олмақда. Бу воситачи платформалар мисли кўрилмаган даражада кенг фаолият кўрсатмоқда, бунинг яққол мисоли УБЕР, яъни рақамли такси, жуда қисқа вақт ичида катталашиб бутун дунёда фаолият кўрсатмоқда.

Рақамли иқтисодий тизимдаги тармоқ эффекти корхоналарни кенгайтишга, катталаштиришга ва концентрацияга ундайди. Рақамли тизимдаги бу концентрация, корхоналарни рақобатдан озод қилмайди ва буткул монополияга олиб бормайди, чунки рақамли иқтисодиётда монополия узоқ муддатга чўзилмайди. Рақамли иқтисодиётнинг қисқа тарихига назар солганимизда, янги бир технологик кашфиёт ёки инновация билан бозорга кирган рақобатчининг, монополь ҳукмронликни тугатганига гувоҳ бўлишимиз мумкин. Интернет қидириш базаси Web’нинг ҳукмронлиги Netscape ва Internet Explorer, кейинчалик Google Chrome тарафидан тугатилгани бунинг яққол мисолидир. Ҳозирги даврда эса Google Chrom’нинг бозордаги ҳукмронлиги Мобил Интернет томонидан таҳдид қилинмоқда. Рақамли иқтисодиётда тармоқ эффекти корхонанинг мижозларига ва фойдаланувчиларига акс эттира оладиган ишончига ва қафолатига боғлиқ, зеро ишонч, қафолат ва инновация фойдаланувчиларни ўзига жалб қилади. Классик иқтисодий тизимда бу эффект корхонанинг инфраструктурасига боғлиқ, аксарият ҳолларда ўзгармас харажатлар юқори.

Рақамли иқтисодий тизим корхоналарининг бозордаги самарадорлигини, улушини ва даромадини оширишида ҳамда узлуксиз равишда инновацияни рағбатлантиришида рақамли технология асосий ролни ўйнайди.³ Бу билан бир қаторда мижозларга қатор имкониятларни тақдим қилади, холбуки классик иқтисодиётда бунақа имкониятлар мавжуд эмас. Рақамли бозорда замон ва макон чеклови мавжуд эмас, яъни хизмат ва иловаларига хоҳлаган жойдан хоҳлаган вақтда эришиш мумкин. Нархлар максимал даражада шаффоф, чунки айти маҳсулот ва хизматнинг мингларча таклифи мавжуд ва бу маълумотлар фойдаланувчининг кўзи олдида, яъни экранда. Сифат қафолатланган, чунки тармоқ эффекти мижозлар тарафида, қолаверса рақамли мижозларнинг ҳуқуқлари қонун тарафидан жуда яхши ҳимоя қилинган.

Рақамли трансформацияни тижорат соҳасида яққол кўришимиз мумкин. Чакана савдо секторига тегишли корхоналар фаолиятларида ижтимоий тармоқлардан кенг кўламда фойдаланмоқдалар (Facebook, WhatsApp, Telegram, Imo ва ҳоказо). Маҳсулотларни тарғиб қилиш, истеъмолчиларнинг фикр-мулоҳазаларини йиғиш, янги мижозларни жалб қилиш ва мавжуд мижозларга сотиш учун жуда осон, қулай ва энг асосийси текин восита.

¹ Arthur W.B. «Increasing Returns and the New World of Business», Harvard Business Review, №4, 1996.

² Dyer J.H., Wujin C. «The Role of Trustworthiness in Reducing Transaction Costs and Improving Performance : Empirical Evidence from the United States, Japan, and Korea », Organisation Science Review, №1, 2003.

³ Katz, R. L., Koutroumpis P. «Measuring Digitization: A Growth and Welfare Multiplier», Technovation №10-11, 2013.

Тижоратдаги рақамли трансформация савдо соҳаси билан яқиндан боғлиқ бўлган логистикани ҳам трансформацияга ундади. Аслида мантиқ нуқтаи-назаридан ёндашадиган бўлсак, 90 йиллардан бошлаб факс, электрон почта ва баъзи нарсаларни интернетдан юклаш хизматларининг ўртага чиқиши, логистиканинг қисқаришини ҳаттоки инқирозга юз тутишини кузатишимиз керак. Лекин ҳақиқатда бунинг аксини кўрамиз ва логистикага бўлган талабнинг кескин ошганини кузатамиз.

90 йилларда жамиятга кирган баъзи инновациялар, логистиканинг бозордаги улушига салбий таъсир қилган бўлиши мумкин, лекин рақамли иқтисодиётнинг доирага кириши билан узатиладиган посилкалар сони кескин ошишга бошлади. Ер юзининг тўрт тарафига жўнатилаётган посилкалар сони ҳеч қачон рақамли иқтисодиёт давридаги каби юқори бўлмаган, кунлик 100 миллион атрофида посилка бутун дунё бўйлаб етказиб берилмоқда. Логистика базалари учун ишлайдиган юк машиналари, юкни етказиб берганидан кейин 50% га яқини бўш қайтишар эди. Рақамли технологияларнинг тизимга кирганидан сўнгра бу кўрсаткич 1% атрофида.¹ Яқин келажакда, инсонсиз транспорт воситалари ва дронларнинг логистикага жалб қилиниши кутилмоқда.

Рақамли инқилоб балкида меҳнат бозорини бироз беқарорлаштириши ва тенгсизликни кўзғатиши мумкин. Чунки ўз соҳасининг ҳаваскори ва ёш жиҳатидан жуда ёш бўлган, лекин рақамли технологияни яхши тушунадиган ва рақамли иқтисодиётнинг имтиёзларидан усталик билан фойдаланадиган рақамли ишчилар синфининг иш ҳаққи ва даромади, нисбатан жуда юқори бўлади. Холбуки ўз касбининг профессионали бўлган ва соҳасига йилларини бағишлаган малакали ишчилар синфининг маоши ва даромадлари рақамли ишчиларга нисбатан жуда паст бўлиши мумкин.

Рақамли иқтисодиётнинг такомиллашиши баъзи касбларга бўлган эҳтиёжнинг жуда камайиб кетишига ва баъзи касбларнинг умуман йўқолиб кетишига олиб келади. Чунки рақамли ёки ақлли технология аксарият иш ўринларини эгаллаб олмоқда. Бундан ўн йил илгари банкларда, идораларда, станцияларда, метроларда, савдо марказларида, аэропортларда ва бунга ўхшаш бир қанча жойларда кўришимиз мумкин бўлган идорачиларни, маслаҳатчиларни, кассирларни ва бошқа турли ишчиларни ҳозирги кунда камдан кам учратамиз ёки умуман кўрмаймиз. Сабаби, уларнинг иш жойларини аста-секинлик билан рақамли технология ва баъзи ҳолларда рақамли ишчилар эгаллаб олмоқда. Кунимизда котиблар, сотувчилар, турагентлар, маслаҳатчилар, адвокатлар, ўқитувчи-ўргатувчилар ҳаттоки шифокорлар ва бунга ўхшаш бир қанча касб эгалари ўз ишларини масофадан туриб рақамли технологиялар асосида бажармоқдалар, бу эса ўз навбатида меҳнат унумдорлигининг кўтарилишига олиб келмоқда.

Меҳнат бозорида қанақа сценарийнинг юзага келишини ҳозирги босқичда айтиш имконсиз, лекин тажрибалар шуни кўрсатадики классик ва рақамли иқтисодиёт мезонларининг комбинацияси натижасида саҳнага, рақамли иқтисодиётга хос мукамал бир сценарий чиқади, табиийки буни бизга вақт кўрсатади. Баъзи касблар йўқолиб кетади, бошқалари пайдо бўлади; баъзиларига бўлган талаб камаяди, бошқаларига ошади. Меҳнат унумдорлигининг кўтарилиши иш ҳақларининг ошишига олиб келади ва бунинг эвазига балкида иш соатлари камаяди. Илгариги иқтисодий инқилобларга назар солганимизда, кунлик иш соатларининг 18-20 соатлардан 15-16, сўнгра 12-14 ва 8-10 соатларга чекинганини кузатишимиз мумкин. Кунимизда эса бу кўрсаткич 7-8 соат атрофида.

Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг ҳисоботларига кўра, дунё миқёсида рақамли соҳада фаолият кўрсатадиган ишчилар сони 2010 йилда 35 миллион, 2015 йилда 40 миллион, кунимизда эса бу кўрсаткич 55 миллион атрофида. Бу эса дунёдаги ишчилар сонининг 2% га тўғри келади. Рақамли иқтисодиётнинг дунё миқёсида ялпи миллий маҳсулотдаги улуши 2005 йилда 5% атрофида экан, кунимизда бу кўрсаткич 17% атрофида. Охирги йилларда дунё миқёсида экспорт қилинган хизматларнинг 50% рақамли иқтисодиётнинг ҳиссасига тўғри келади ва 2018 йилда бу улуш 2900 миллиард доллар. Рақамли платформаларнинг роли глобал иқтисодиётда тобора кўтарилмоқда. Биржа

¹ World Economic Forum. «Digital Transformation of Industries: Logistics Industry», White Paper Digital of WEF in collaboration with Accenture, 2016.

капитали 100 миллион доллардан юқори бўлган рақамли платформаларнинг умумий қиймати 2015 йилда 4200 миллиард доллардан, 2017 йилга келиб 67% га ошди ва 7000 миллиард долларга эришди. Юқоридаги кўрсаткичлар шуни билдирадики, рақамли иқтисодиёт яқин келажакда иқтисодий тизимни тамоман эгаллаб олади, чунки классик иқтисодиёт билан таққослаганда иқтисодий самарадорлик ва иш маҳсулдорлиги жуда юқори.

Рақамли тараққиёт эвазига қисқа давр мобайнида рекорд бойликлар барпо бўлди, афсуски бу капитал озчилик шахсларнинг, компанияларнинг ёки давлатларнинг қўлида. Рақамли иқтисодиётнинг аянчли томонларидан бири, дунё миқёсида жуда адолатсиз, ҳақсиз ва тенгсиз тақсимотидир. Глобал миқёсда рақамли иқтисодиёт, бири ривожланган иккинчиси эса ривожланаётган икки давлат АҚШ ва Хитойнинг ҳукмронлиги остида, рақамли иқтисодиёт ва рақамли технология билан алоқали патентларнинг 75% бу икки давлатнинг тасарруфида. Янада аянчлиси, дунёдаги илк 70 та рақамли платформа АҚШ ва Хитойнинг (Microsoft, Apple, Amazon, Google, Facebook, Tencent, Alibaba) тасарруфида ва бу кўрсаткич рақамли иқтисодиёт биржа капиталининг 90% га мутаносиб, Европа 4%, Лотин Америкаси 1% ва Африка 1%. Ривожланган давлатларда аҳолининг 90% интернетга уланади, кам ривожланган ва нотинч давлатларда эса аҳолининг фақатгина 15% интернетга уланиш ва рақамли технологияга эришиш имконига эга.¹

Нима бўлишидан қатъий назар, шу бир ҳақиқатки рақамли инқилоб жамиятни, инсонларни ва ҳаёт тарзимизни мисли кўрилмаган даражада ўзгартирмоқда. Кенг имкониятлари мавжуд, лекин шу билан бир қаторда мураккаб жумбоқлардан ҳам холи эмас. Иқтисодий ижтимоий тизимнинг ўзига хос этикаси, жамиятнинг ўзига хос кадр-қийматлари, оила тушунчаси ва инсонларнинг, хусусан ёшларнинг дунёқараши ва ахлоқи хавф остида эмас дея ишонч билан айта олмаймиз. Рақамли технологиянинг инсонлар билан муқаррар бирлашмаси, фақатгина инсонларнинг табиатига хос бўлган ҳамдардлик ва ҳамкорлик каби баъзи инсоний қобилиятларнинг камайишига олиб келмоқда. Шахсларнинг смартфонлари билан қурган муносабатлари бунга яққол мисол. Инсонларнинг рақамли оламга узлуксиз боғланиши, уларни мазмунли суҳбатлар қуриш, мулоҳаза ва музокара каби ҳаётнинг асосий жиҳатларидан маҳрум қилмоқда. Балкида ҳеч қачон инсониятнинг иқтисодий-ижтимоий ахлоқига бўлган таҳдид ва эҳтимол бунчалик юқори бўлмаган. Ниҳоятда тақдир, дунёда ақли ва идроки билан ажралиб турадиган ягона борлиқ инсоннинг масъулиятида. Эҳтимол, ҳаммаси ижобий булади.

Karimov Aminulloh,
student of 4th year
Vilnius University Kaunas Faculty

CYBERSECURITY: THE KEY FACTOR OF A SUCCESSFUL DIGITAL TRANSFORMATION

Annotation: The value and amount of data are increasing. This is motivating organizations to digitally adapt in order to capitalize on the value of data and compete in a changing market. However, digital transformation exposes data to increased security threats, and cyber criminals are eager to capitalize on its value through theft, fraud, ransomware, and a variety of other cyber-attacks. This traps enterprises in a "digital impasse," preventing them from successfully transitioning. So, how can businesses seize the benefits of digital transformation while protecting themselves, their data, and their customers?

Аннотация: Ценность и объем данных растут. Это побуждает организации адаптироваться к цифровым технологиям, чтобы извлечь выгоду из ценности данных и конкурировать на меняющемся рынке. Однако цифровая трансформация подвергает

¹ «Rapport de l'ONU sur l'économie numérique», Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, New York, 2019.

данные повышенным угрозам безопасности, и киберпреступники стремятся извлечь выгоду из их ценности посредством кражи, мошенничества, программ-вымогателей и множества других кибератак. Это загоняет предприятия в «цифровой тупик», не позволяя им успешно осуществить переход. Итак, как компании могут воспользоваться преимуществами цифровой трансформации, защищая себя, свои данные и своих клиентов?

Key words: Digitalization, digital transformation, secure digitalization, cybersecurity in digital transformation.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, безопасная цифровизация, кибербезопасность в цифровой трансформации.

Introduction

Complex cyber-attacks in industrial contexts are among the most serious dangers to the proper operation of commercial processes. Every year, espionage, sabotage, and data theft wreak billions of dollars in harm. However, for a successful digital transition, security and trust are required. Closer coordination among corporations, politicians, and civil society is as important for public trust in digitalization as it is for Germany's cyber resilience.

Digitalization has nearly limitless potential: by 2025, Europe may contribute up to 2.5 trillion Euros to GDP, increasing GDP growth by one percent each year for the following decade. At the same time, every German customer is expected to own an average of 9.8 connected gadgets by 2023. Many so-called smart solutions, such as smart living, would be enabled as a result. However, the ever-increasing digital interconnection brings with it significant security risks that must be controlled. Only if cybersecurity can be ensured will trust in the digital transition last in the long run. The same is true for the growing digitization of industrial production, which is manifesting itself in the emergence of digital platforms - a significant contribution to improved productivity and economic growth in today's government.

Cyber-attacks: A major risk to business activities

The rising digitization and networking of all aspects of society, prompted, among other things, by the Corona epidemic, carries risks: Criminals are exploiting the fact that many industrial machinery, as well as simple gadgets (e.g., televisions and WiFi cameras) – which are increasingly software-controlled and connected to the Internet – have inherent weaknesses and do not receive frequent upgrades. Hackers take advantage of these flaws and attempt to obtain access to the software of these devices in order to launch so-called Distributed Denial of Service (DDoS) attacks. The implications of a successful cyber-attack may be severe for businesses, even leading to bankruptcy if not handled properly. According to the Allianz Risk Barometer 2021, cyber events are considered third as the largest business risk by firms on a worldwide scale.

Furthermore, industrial organizations are frequently the victims of even more complicated cyber crimes. Data theft, industrial espionage, and sabotage are expected to cost the German economy roughly 223 billion Euros by 2021. Almost nine out of 10 businesses were targeted by cyber-attacks. Aside from malware infection, the most typical techniques employed by thieves were theft of valuable corporate data and phishing attempts.

Over the course of the epidemic, the number of cyberattacks has increased, accompanied by new threat actor methods such as "double extortion," putting enterprises at greater risk of business disruption. The use of extra digital tools increases the likelihood of human error, which is frequently exploited by such threat actors. As many firms transition to a more digital environment to support both office-based and remote working, it is critical to examine and implement cybersecurity training, policies, and controls. Moving to a cloud-based email infrastructure, for example, without multi-factor authentication and sufficient phishing training and controls, may expose a business to a cybersecurity compromise.

Organizations should also examine if the digital environment to be adopted will allow them to gather data proof in the case of a cybersecurity incident and whether that evidence will be admissible in court.

In terms of contracting, the company should insist on clarity on the information security criteria that the provider must follow. The company should also be able to assess and audit the supplier's adherence to contractually stipulated obligations. Furthermore, the contract should explicitly describe the circumstances under which the supplier is liable for a cybersecurity incident, the degree of their financial culpability, and what expenditures the firm may be able to cover.

Big industry contributes to enhanced cyber resilience

To lessen the potential of assaults, the majority of large corporations use organizational, employee-related, and technical security measures. Furthermore, when it comes to connected devices, many German enterprises follow the "security-by-design" philosophy. As a result, they provide clients extremely cyber-resilient products and services.

Everyone engaged – from hardware and software makers to commercial operators, individual users, and government agencies – must work together to increase cyber-resilience. Because a high level of cyber-resilience is a key condition for the trouble-free operation of extensively digitalized processes in businesses, European industry will continue to contribute to this. At the same time, national and European legislators must provide enterprises with a legislative framework that improves Europe's cyber-resilience while meeting business demands.

Furthermore, in the sphere of cyber security, tight collaboration between public and private entities is critical. In this regard, the Alliance for Cyber Security, founded in 2012, is a successful model for fostering collaboration among state and non-state (commercial) actors. The Alliance for Cyber Security provides its members with up-to-date information on the state of IT security, as well as a variety of events for the sharing of knowledge and best practices, as well as a comprehensive range of consultancy and support services. Several thousand businesses and organizations, including the Federation of German Industries (BDI), have already signed on to the effort, and the number is growing.

What steps needs to be taken to counter cyber threats:

To reduce cyber dangers, many sorts of security measures are implemented. Here are three practical approaches for businesses to strengthen their cyber defenses:

- ***Encryption***

Encryption is the most basic yet crucial method of cybersecurity since it keeps data safe across the organization. Email, documents, and all other types of data must be encrypted to avoid being abused, stolen, or intercepted by a malevolent third party.

- ***Password protection***

A strong password that serves as a first line of defense is another popular but equally crucial aspect of cybersecurity. Employees in the office should also be vigilant in the event of phishing attempts, in which hackers send phony emails in order to get information. Spreading awareness, combined with the use of a safe password, can go a long way toward reducing cyberattacks.

- ***Constant up-gradation of software***

Organizations utilize a range of software in their everyday operations, and the usage of collaboration tools has expanded due to remote setup. Hackers and other digital criminals frequently attempt to obtain access to sensitive data using such software, thus it is critical to keep it up to date. Many changes are made as a result of this, including the use of software updates to close weak places that hackers can exploit.

Furthermore, businesses are under increased scrutiny to demonstrate compliance with privacy laws from multiple jurisdictions, which often makes it difficult to contract with suppliers who cannot guarantee compliance with privacy laws all over the world – particularly those with onerous compliance requirements. However, businesses must balance risk and opportunity, and where the privacy risk is too high (e.g., where noncompliance will result in significant monetary

penalties), businesses should consider whether the suggested technological solution can be scaled back, or more assurances from the provider can be secured.

Only a systematic approach to data security in a digital transformation endeavor can mitigate digital business risks. Among the paths to creating a strategic data protection capacity are:

- **Create a strategy:**

The key steps in beginning the data security journey include developing a strategy, creating a policy, and categorizing data. These processes involve identifying the present and target states, categorizing data, documenting data flows, developing policies and procedures, and developing an organizational roadmap.

- **Putting in place data privacy safeguards:**

Capabilities for data protection BYOK (bring your own key), which enables encryption with local key control, is a critical element that must evolve to facilitate multi-cloud operations.

- **Control 1** entails implementing database and application-level encryption.

- **Control 2** – Implement tokenization and database access monitoring with robust authentication.

- **Control 3** - Data loss prevention (DLP) measures should be established to guarantee that sensitive data does not leave the company or reach unauthorized individuals inside or outside the business.

- **Control 4** – To maintain security across multiple applications and to establish a trustworthy or untrusted environment, public key infrastructure (PKI) and certificate key management should be employed.

- **Control 5** – A Cloud Access Security Broker (CASB) should be utilized to monitor, encrypt, and prevent sensitive data from being exposed in the cloud.

The term "residual risk" is vital to remember since technology connected to data breaches is not impenetrable.

How to ensure Cyber Security within companies?

The decision-maker who must decide how to protect the firm will carefully evaluate the value aspects. Collecting corporate data is critical because it optimizes operations, increases production efficiency, and lowers costs. Connecting them in the cloud and being able to find them from anywhere is a fantastic opportunity, but never forget to have your back. How? With the investigation of both proactive and reactive tactics. In the first scenario, using the Cyber Risk Assessment, you may map a computer system's hazards and vulnerabilities and quantify the weight of potential harm. A guide is created using the reactive methods of the Cyber Emergency Response Plan, which outlines the measures to be performed in the case of a cyber-attack.

Sharing security data and insights, as well as building an ecosystem beyond cybersecurity silos, is a game-changing notion for the business that necessitates changes in people, processes, and technology.

As businesses embrace secure digital transformations, security professionals must take a risk-based approach to security management based on insights from many sources, including both technical and business contexts. From data governance and firewalling to securing apps on-premises and in the cloud, businesses must develop the correct security strategy for their company – and foresee, avoid, detect, and respond to all types of risk.

List of References

1. “The importance of Security” by London School of Business, April 2021. <https://www.fujitsu.com/global/services/security/insights/digital-transformation/>
2. <https://www.fujitsu.com/global/services/security/insights/digital-transformation/>
3. “Cybersecurity in a digital era” by McKinsey & Company <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk-and-resilience/our-insights/cybersecurity-in-a-digital-era>

Toxirov Akbarxon Toirxon o‘g‘li
Toshkent kimyo texnologiya instituti, katta o‘qituvchisi
Muxamedova Shoxista Akbarovna
Toshkent kimyo texnologiya instituti, katta o‘qituvchisi

YOG‘-MOY KORXONALARI IQTISODIY XAFVSIZLIGINI TA‘MINLASHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING SWOT – TAXLILI

Annotatsiya: Maqolada iqtisodiy xavfsizlik tushunchasining mazmun, mohiyati, korxonalarda iqtisodiy xavfsizlikni taminlashda raqamli texnologiyalarning o‘rni va SWOT tahlili va undan olingan natija va xulosalar keltirilgan.

Kalit so‘zlar: Iqtisodiy xavfsizlik, korxonalar, raqamli texnologiya, boshqaruv tizimi, ERP, SCRM, CRM.

Аннотация: В статье представлены содержание и сущность понятия экономической безопасности, роль цифровых технологий в обеспечении экономической безопасности на предприятиях и проведен SWOT-анализ и его выводы и заключения.

Ключевые слова: Экономическая безопасность, предприятия, цифровые технологии, система управления, ERP, SCRM, CRM.

Abstract: The article presents the content and essence of the concept of economic security, the role of digital technologies in ensuring economic security in enterprises and the SWOT analysis and its conclusions and conclusions.

Key words: Economic security, enterprise, digital technology, management system, ERP, SCRM, CRM.

Pandemiya davrida va undan keying davrlarda O‘zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirish hozirgi kunning ustuvor vazifalaridan biri hisoblanadi. Bu vazifalarni bajarishda raqamli texnologiyalarni davlat boshqaruvi va iqtisodiyotning barcha bo‘g‘inlariga kirib borishi muhim ahamiyat kasb etmoqda. O‘zbekistonda raqamli texnologiyalarni joriy qilish bo‘yicha bir qator ishlar amalga oshirilishi lozimligi dastlab O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning 2019 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida aks etdi. Murojaatnomada “Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamli texnologiyalar asosida yangilashni nazarda tutadigan Raqamli iqtisodiyot milliy konsepsiyasini ishlab chiqishimiz kerak. Shu asosda “Raqamli O‘zbekiston-2030” dasturini hayotga tatbiq etishimiz zarur” deb aytdi¹.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning 2020 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida 2020 yilga “Ilm, ma‘rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili” deb nom berishni taklif qildi va bajarilishi zarur bo‘lgan bir qator vazifalarni inobatga olib Raqamli O‘zbekiston – 2030 dasturini ikki oy ichida ishlab chiqish² to‘g‘risida hukumtga topshiriq berdi.

Iqtisodiyot tarmoqlari va ijtimoiy sohani jadal rivojlantirish, shuningdek 2017 — 2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasini “Ilm, ma‘rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili”da amalga oshirishga oid davlat dasturiga muvofiq “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora – tadbirlari to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-6079 sonli farmoni qabul qilindi. Farmonga ko‘ra mamlakat iqtisodiyotini raqami iqtisodiyotga o‘tkazish va raqamli iqtisodiyotning ustuvor yo‘nalishlariga quyidagilar kiradi:

- sanoat korxonalarida zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy qilish dasturlarini ushbu korxonalarini texnologik qayta jihozlash dasturlari bilan uyg‘unlashtirish;

¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning 2019 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasidan.

² O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning 2020 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasidan.

450 “DIGITAL TRANSFORMATION OF INDUSTRY AND SERVICES: TRENDS, MANAGEMENT, STRATEGIES”

- korxonada ta'minotining barcha bosqichlarini avtomatlashtirish va boshqarishni ta'minlash, shuningdek, bu orqali logistika va xarid xarajatlarini qisqartirish;
- innovatsion avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari va dasturiy mahsulotlarni joriy etish bo'yicha normativ-huquqiy bazani takomillashtirish;
- boshqaruv ma'lumotlarini qabul qilishni qo'llab-quvvatlash tizimini, jumladan, real vaqt rejimida biznes-tahlil tizimini joriy qilish orqali takomillashtirish;
- 2025 yilda korxonada resurslarini boshqarish tizimini (ERP) joriy qilgan yirik xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning ulushini 90 foizga etkazish;
- sanoat korxonalarida joriy etilayotgan ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirish (ERP, MES, SCADA va boshqalar), robotlashtirish, “Internet buyumlar”, “sun'iy intellekt” kabi texnologiyalarning dasturiy mahsulot qismini 2027 yilga kelib, apparat qismini esa 2030 yilga kelib davlat-xususiy sheriklik asosida mahalliyashtirish;¹

Yuqorida keltirilganlardan kelib chiqib sanoat korxonalarida boshqaruvida raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali korxonalar iqtisodiy xavfsizligini taminlash dolzar masala hisoblanadi. SWOT – taxlili asosida yog'-moy korxonalarining raqamli transformatsiyasi jarayonlarida iqtisodiy xavfsizligi taxlili tadqiqot ishi olib borildi va dastlabki ma'lumotlar olindi.

Nazariy jihatidan korxonaning iqtisodiy xavfsizligi– quyidagilarni baholash orqali aniqlanadi:

- ichki va tashqi xarakterga ega bo'lgan taxdidlar minimumni darajasiga muvofiqligini baholash.
- resurs salohiyati va uni rivojlantirish imkoniyatlarini baholash.
- korxonaning ishlab chiqargan maxsuloti yoki ko'rsatayotgan xizmatining raqobatbardoshligini baholash

Korxonalarda iqtisodiy xavfsizlik bilan bog'liq bo'gan barcha ma'lumotlar va ularning ishonchli himoyasini ta'minlash xo'jalik yurituvchi subektlarning masuliyati hisoblanadi. Avvalo korxonada iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlar amalga oshirish uchun uning xavfsizligiga tahdid soladigan xavf-xatarlarni bilish kerak. Buning uchun korxonada iqtisodiy xavfsizligini ifodalaydigan parametrlarni o'rganish va ularni tahlil qilish kerak.

Raqamli transformatsiya jarayonida iqtisodiy xavfsizlikni taminlashda korxonaning hozirgi ahvolini chuqur taxlil qilish lozim. Tahlil 2 bosqichdan iborat bo'lib u o'z ichiga quyidagilarni oladi. Bular:

1. Tashqi muhit tahlili – bunda korxonada o'zi bevosita tasir qila olmaydigan, lekin uning faoliyatiga salbiy yoki ijobiy tasir ko'rsatadigan faktorlarni aniqlash ularni oldini olish yoki ularga moslashish imkoniyatlarini izlab topish.
2. Ichki muhit tahlili – bunda korxonaning faoliyati uchun tasir etadigan ichki omillar tahlili amalga oshiriladi.

Iqtisodiy xavfsizlik tizimining asosiy elementlaridan biri bu boshqaruvning raqamli texnologiyalardan foydalangan holda amalga oshirilishi va real vaqt jarayonida qabul qilingan qarorlarning bajarilishi samaradorligini aniqlab borishdan iboratdir. **ERP, CRM va SCADA** raqamli texnologiyalarni boshqaruv jarayoniga qo'llashda bir qator afzalliklar bo'lib ular iqtisodiy xavfsizlik tizimini to'g'ri ishlashida hamda real vaqt rejimida samarali boshqaruvni amalga oshirishda yordam beradi.

Maqolada ishlab chiqarish korxonasi “ Toshkent yog'-moy kombinati”AJ ning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda raqamli texnologiyalardan keng foydalanish SWOT- analizi asosida tahlili qilindi.

Kuchli tomonlari	Kuchsiz tomonlari
Imkoniyatlar "O" — OPPORTUNITIES	Havf-xatar "T" — THREATS
Real vaqt rejimida alohida funktsioniy	Samarali ishlovchi, qamrov darajasi yuqori

¹ “Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora – tadbirlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentini PF-6079 sonli farmoni.

tuzilmalarning ish faoliyatini nazorat qilish imkonini beradi. Yuborilgan buyruq, farmoyish yoki buyurtmalarni qabul qilish, bajarilish holati va sifatini aniq bilish mumkin bo‘ladi; Hodimlarning ish samaradorligi ortadi;	bo‘lgan va xavfsizligi ta‘minlangan mahalliy ERP dasturlar hozirgi kunda deyarli yo‘q. Internet tezligining pastligi va internet xizmatlarining narxi nisbatan yuqoriligi;
Ustunliklar "S" — STRENGTH	Kamchiliklar "W" — WEAKNESS
Xisobotlarda aniqlik ortadi, noaniq ma‘lumotlar butkul yo‘qoladi; Buyruqlar, qarorlar yoki farmoyishlarni bajaruvchi hodimlar aniq bo‘ladi va nazorati kuchayadi, bu esa samaradorlikni oshiradi. Korxonada mavjud iqtisodiy xavfsizlik tizimini samaraliy ishlashiga yordam berib, uni ichki va tashqi xavf-xatarlardan saqlaydi.	ERP dasturlar nisbatan qimmat va ularni doimo yangilab (<i>update</i>) turish kerak; ERP dasturlarni tadqiq qilish orqali boshqaruv jarayoni tubdan o‘zgaradi bu esa kadrlarni o‘qitish va malakasini oshirish bilan bog‘liq harajatlarni talab qiladi; Samarali ishlovchi, qamrov darajasi yuqori bo‘lgan va xavfsizligi ta‘minlangan mahalliy ERP dasturlar hozirgi kunda deyarli yo‘q. Internet tezligining pastligi va internet xizmatlarining narxi nisbatan yuqoriligi;

Olingan natijalarni iqtisodiy havfsiz va himoyalanganlik sifatida quyidagicha taxlil qilinadi:

- **Raqamli transformatsiya jarayoni aktivligi** –ustun (kuchli tomon) tomonlarini imkoniyatlari bilan uyg‘unlashtiriladi (S-O)
- **Raqamli transformatsiya jarayoni passivligi** –kamchiliklarini (kuchsiz tomon) hal qilish orqali **havf hatarni** oldini olish (W-T)
- **Tor imkoniyatlar** – kamchiliklarni (kuchsiz tomon) hal qilish orqali yangi imkoniyatlarni egallash (W-O);
- **Havfsizlik va himoyalanganlik** – barcha (kuchli tomon) imkoniyatlarni ishga slogan holda havf hatarni oldini olish (S-T);

Bugun turli korxonalar ERP dasturlarida foydalanib kelishmoqda. Hususan “Toshkent yog‘- moy kombinat” AJ ham 1C dasturi bilan ishlab kelmoqda. Ammo 1C dasturini to‘liq ishga tushirmagan. Dasturning faqat moliya-buxgalteriya qisminigina ishlatmoqda. 1C dasturida ham ERP ning qamrov darajasini oshirish imkoniyatlari mavjud. Masalan zanjirli etkazib berishni tashkil qilish yoki savdo-distribyuterli tizimini qo‘llash imkoniyatlari mavjud.

Tadqiqot doirasida olingan natijalardan quyidagi hulosalar qilindi

1. “Toshkent yog‘- moy kombinat” AJda 1C dasturining boshqa qo‘shimcha funksiyalarini ishga tushirish va boshqaruv jarayonini to‘liq raqamli texnologiyalarga o‘tkazish lozim.
2. Ishlab chiqarish jarayonini raqamli texnologiyalarda ishlaydigan texnikalar bilan modernizatsiya qilish kerak;
3. Har bir tseklar va uchastkalariga ERP dasturlari bilan sinxron ishlaydigan dachiklarni o‘rnatish;
4. Logistika va distribyuterlik zanjirini ERP dasturlari orqaliy nazoratini olib borish imkonini yaratish.
5. Korxonaga joriy qilinadigan ERP dasturida ishlaydigan va raqamli texnologiyalarni ishlata oladigan kadrlarni ishga olishi yoki mavjud kadrlarni malakasini oshirishi yoki o‘qish lozim.
6. “Toshkent yog‘- moy kombinat” AJ ga 1C dasturidan boshqa zamonaviy ko‘p funksional SAP tizimini joriy etish.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora – tadbirlari to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentini PF-6079 sonli farmoni.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2019 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasidan.
 3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2020 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasidan.
 4. Экономическая безопасность. Производство, финансы, банки. М.: ЗАО «Финстатинформ», 1998, с.12
 5. Вечканов Г.С. Экономическая безопасность. Учебник. –СПб.: Питер, 2007, с.227-228.
 6. Ishmuhamedov A.E. Iqtisodiy xavfsizlik. O‘quv qo‘llanma. T.: TDIU-2004
 7. Дронов Р. Подходы к обеспечению экономической безопасности. “Экономист”, -2001
- Корхона ма’lumotlari**
1. “Toshkent yog‘- moy kombinat” OAJ malumotlari – 2017 – 2019 y.

Бурханова Шахноза Ботир кизи
Тошкент давлат иқтисодиёт университети
таянч докторнати

ИҚТИСОДИЁТНИ РАҚАМЛАШТИРИШНИНГ АҲОЛИ ДАРОМАДЛАРИГА ТАЪСИРИ ВА УНИ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ТАРТИБГА СОЛИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада иқтисодиётни рақамлаштиришнинг аҳоли даромадлари ва унинг табақаланишига таъсири тадқиқ қилинган ҳамда ўша жараёни давлат томонидан тартибга солишнинг устувор йўналишлари, усул ва воситаларини такомиллаштириш бўйича илмий таклиф ва амалий тавсиялар ишлаб чиқилган.

Таянч сўзлар: рақамли иқтисодиёт, инновация, ишсизлик, аҳоли даромадлари, даромадлар тенгсизлиги, камбағаллик.

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние цифровизации экономики на доходы населения и его расслоение, а также разработаны научные предложения и практические рекомендации по совершенствованию приоритетов, методов и инструментов государственного регулирования этого процесса.

Ключевые слова: цифровая экономика, инновации, безработица, доходы, неравенство доходов, бедность.

Annotation. This article examines the impact of digitalization of the economy on the incomes of the population and its stratification, and also develops scientific proposals and practical recommendations for improving the priorities, methods and tools of state regulation of this process.

Keywords: digital economy, innovation, unemployment, income, income inequality, poverty.

Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши ва келгуси тараққиётини илм-фан, илмий, ижтимоий-гуманитар технологиялар, рақамли иқтисодиёт асосида бошқариш ташкил этади. Бу тизим рақамли технологияларнинг жадал ривожланиши, ахборот соҳасида инқилоб ва иқтисодиётнинг глобаллашув жараёнларини тезлаштириш билан ажралиб туради. Мазкур соҳадаги ислохотларни амалга ошириш учун Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 28 апрелдаги ПҚ-4699 сон “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” қарори қабул қилинди. Қарорда янги лойиҳаларнинг молиявий манбалари ҳам аниқ кўрсатилган бўлиб, унда “Электрон ҳукумат” доирасида 1,3 триллион сўмлик 104 та, иқтисодиётнинг реал секторида 5,3 триллион сўмлик 87 та, телекоммуникациялар борасида 15,1 триллион сўмлик 35 та, аграр соҳада 24 та, ИТ парклар бўйича 18 та лойиҳалар амалга оширилиши белгиланган. Бироқ, ушбу чора-тадбирлар мамлакатда аҳоли даромадлари ва улар ўртасидаги мутаносибликнинг ўзгариши ҳамда камбағаллик даражасига қандай таъсир кўрсатишини ҳам илмий тадқиқ этиш ҳозирги куннинг долзарб муаммоларидан бири саналади.

Камбағаллик юртимизда кўп йиллар “ёпиқ мавзу” бўлиб, авваллари бу категориянинг ўрнига юмшатиш қабилида “кам таъминланганлик” тушунчаси билан

алмаштириб келинган эди. Бугун мамлакатимизда олиб борилаётган очик демократик сиёсат туфайли мазкур муаммонинг мавжудлиги, унинг ечими бўйича чуқур таҳлилларни амалга ошириш, уни пасайтириш ва келажакда бартараф этиш ҳақида юксак минбарларда ҳам очик-ойдин гапирилмоқда. Хусусан мамлакатимиз Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2020 йилнинг 24 январь куни Олий Мажлисга йўллаган Мурожаатномасида камбағалликни қисқартириш устувор вазифалардан бири сифатида белгиланди. Мурожаатномада таъкидлаганидек: “Худудларда, айниқса, қишлоқларда аҳолининг аксарият қисми етарли даромад манбаига эга эмаслиги сир эмас. Ҳар қандай мамлакатда бўлгани каби бизда ҳам кам таъминланган аҳоли қатламлари мавжуд. Турли ҳисоб-китобларга кўра, улар тахминан 12-15 фоизни ташкил этади. Бу ўринда гап кичкина рақамлар эмас, балки, аҳолимизнинг 4-5 миллионлик вакиллари ҳақида бормоқда. Бу уларнинг бир кунлик даромади 10-13 минг сўмдан ошмаяпти, дегани. Ёки бир оилада машина ҳам, чорва ҳам бўлиши мумкин, лекин бир киши оғир касал бўлса, оила даромадининг камида 70 фоизи уни даволатишга кетади. Хўш бундай оилани ўзига тўқ дейиш мумкинми?”.¹ Ўзбекистонда охириги 2 йил ичида ижтимоий нафақа олувчилар сони 1,3 баробарга кўпайди, нафақалар миқдори 2 баробарга ошди. Лекин кам таъминланган аҳолига ижтимоий нафақа ва моддий ёрдам пулини тўлаш ёки улар миқдорини ошириш орқали ушбу муаммо тўлиқ ечилмайди. Зеро ушбу ўринда қадимги Хитой файласуфи, даосизм асосчиси Лао Цзынинг чуқур ҳаётий мулоҳазалари асосида таъкидлаган ҳикматли сўздан иқтибос келтирадиган бўлсак, “Оч қолган инсонга балиқ берсанг, уни бир кунлик қорнини тўйдирасан. Агар унга қармоқ бериб, балиқ овлашга ўргатсанг, уни бир умр очликдан қутқарасан” дейди.

Мамлакатимизда 2010-2020 йилларда аҳоли даромадлари таркиби такомиллашиб, ишлаб чиқаришдан олинган даромадлари 75,2 фоиздан 74,2 фоизга камайгани ва мол-мулкдан олинган даромадлари эса 3,1 фоиздан 3,5 фоизга етганлигини кузатишимиз мумкин. Бу эса, ўз навбатида, мамлакатимиз аҳолисининг турмуш даражасининг ортиши ва тадбиркорлик билан боғлиқ фаолиятдан даромад олиш имкониятини устун даражада ортиб бораётганлигидан далолат беради. Шу билан бир қаторда, аҳолининг умумий даромадларида ижтимоий трансфертлардан олинган даромадларнинг улуши эса ҳисобот даврида 24,8 фоиздан 0,5 фоиз пункт бирликда ортган ҳолда 25,3 фоизга тенг бўлди. Ушбу ҳолат бозор муносабатларини ривожланиши ва аҳолини ижтимоий ҳимоя қилишнинг манзиллилигини кучайиб бораётганлигини акс эттиради (1-жадвалга қаранг).

1-жадвал

Ўзбекистонда аҳоли умумий даромадларининг таркиби
(фоиз ҳисобида)²

№	Кўрсаткичлар номи	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Умумий даромадлар, жами	100	100	100	100	100	100	100
	<i>шу жумладан:</i>							
I	Бирламчи даромадлар	75,2	73,2	73,1	75,6	79,7	84,0	74,7
	<i>шундан:</i>							
1.1.	Ишлаб чиқаришдан олинган даромад	96,9	96,9	96,2	96,8	96,5	96,3	96,5
1.2.	Мол-мулкдан олинган даромад	3,1	3,1	3,8	3,2	3,5	3,7	3,5
II	Трансфертлардан даромадлар	24,8	26,8	26,9	24,4	20,3	16,0	25,3

Ҳар қандай жамиятда даромадлар сиёсати давлат ижтимоий-иқтисодий сиёсатининг муҳим бир қисми ҳисобланади. У давлатда муайян пайтда мавжуд бўлган иқтисодий

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси. “Халқ сўзи” газетаси, 2020 йил 25 январь, № 19 (7521)

² Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг расмий маълумотлари асосида муаллиф томонидан таққосланган.

институтлар, давлат белгилаб берган устуворликлар ва у фойдаланадиган инструментлар билан боғлиқ равишда юзага келади.

Давлатнинг даромадлар соҳасидаги сиёсатининг мақсади - аҳоли фаровонлиги ва ривожланишини ошириш ва унинг ижтимоий тараққиётга интилишини рағбатлантиришдир. Бу мақсадни амалга ошириш учун даромадлар сиёсати куйидаги вазифаларни ҳал қилиши керак:

- аҳолининг кам таъминланган қатламларининг турмуш даражасини барқарорлаштириш;
- қашшоқлик миқёсларини қисқартириш;
- аҳоли даромадлари табақаланишининг ўсишини ҳамда жамиятнинг табақалашувини тўхтатиш;
- аҳоли пул даромадлари таркибидаги чуқур деформацияларни бартараф қилиш;
- меҳнатга ҳақ тўлашнинг даромадларнинг асосий манбаи ва ходимлар иқтисодий фаоллигининг энг муҳим рағбатлантирувчи омили сифатидаги ролини ошириш;
- кенг халқ оммасининг турмуш даражасини ошириш учун шарт-шароитлар яратиш.

Даромадлар сиёсати давлат ижтимоий сиёсатининг энг муҳим қисми сифатида куйидаги асосий тамойиллардан ташкил топади:

- ходимнинг ўз меҳнат қобилиятини тасарруф қилиш эркинлиги, фаолият тури ва касбини танлаш эркинлиги;
- меҳнага ҳақ тўлашни меҳнатнинг бозордаги қиймат асосида шакллантириш;
- жисмоний шахслар томонидан қонуний асосларда олинувчи даромадларнинг чекловларига йўқ қўймаслик;
- меҳнат фаолиятидан ва мулкдан келадиган даромадларга ягона ҳуқуқий ёндошув;
- меҳнатга лаёқатсиз аҳоли учун манзилли ижтимоий моддий ёрдам кўрсатиш;
- ишловчи аҳолининг давлат томонидан, шу жумладан, ишсизлик бўлиб қолса, ижтимоий суғурталаш.

Даромадлар сиёсати куйидаги асосий йўналишларда амалга оширилади:

- энг кам озик-овқат ва истеъмол саватлари, энг кам миқдордаги тирикчилик бюджети; энг кам иш ҳақи, бюджет соҳаси ходимлари меҳнатига ҳақ тўлаш учун ягона тариф сеткаси ва биринчи разряд тариф меъёри каби давлат ижтимоий стандартларини белгилаш орқали меҳнатга ҳақ тўлаш ўлчамларига таъсир қилиш;
- тирикчилик минимуми бюджетларини белгилашда мамлакат ҳудудини зоналаштириш асосида, шунингдек, иш ҳақига туман коэффициентларини ва иш стажлари учун устама ҳақларни ўрнатиш асосида даромадлар ва иш ҳақини минтақавий равишда тартибга солиш;
- ижтимоий шерикчилик тизимидаги даромадлар ва иш ҳақини тартибга солиш;
- олинаётган даромадлар миқдорига солиққа тортиш тизими билан таъсир кўрсатиш;
- пенсия таъминотини унинг қонуний регламентациясини, шунингдек, пенсияларнинг энг кам миқдорини белгилаш йўли билан тартибга солиш;
- аҳоли учун бандлик соҳасидаги ижтимоий кафолатлар, ишсизларни ижтимоий қўллаб-қувватлаш;
- меҳнат муҳофазаси тизимини ислоҳ қилиш, ноқулай меҳнат шароитлари учун имтиёз ва бадаллар тизимидан хавфсизлик даражасини ошириш ва меҳнат шароитларини соғломлаштириш тизимига босқичма-босқич ўтиш;
- меҳнатга лаёқатни, иш ҳақини, ишни йўқотиш билан боғлиқ касбий хавф-хатарлардан ҳимоя қилиш борасидаги кафолатларни таъминлаш йўналишида давлат ижтимоий суғурта тизимини такомиллаштириш;
- соғлиқни сақлаш, таълим, маданият, уй-жой коммунал хизмати соҳаларида аҳолини, айниқса унинг кам таъминланган қисмини ижтимоий ҳимоялаш кафолатлари.

Даромадлар сиёсати ижтимоий-иқтисодий муносабатлар иштирокчилари томонидан даромадларни ташкил қилиш, тақсимлаш ва улардан фойдаланиш соҳасидаги амалга

ошириладиган тадбирлар тизими бўлиб, бу тадбирлар уларнинг манфаатларини мувофиқлаштиришга ва қўйилган мақсадларга эришишни таъминлашга имкон беради.

Аҳоли даромадларининг табақаланиш жараёнини таҳлил қилиш куйидаги хулосаларни қилишга имкон беради:

Биринчидан, тегишли жараёнларнинг аниқ қонуний регламентациясининг йўқлигидаги трансформацияли туб ўзгаришлар даромадлар табақаланишининг ўсишига олиб келади. Ўтиш иқтисодий мамлакатларида энг кескин ўзгаришлар 1990 йилларнинг бошида содир бўлди. Албатта, меҳнатнинг бозор маҳсулдорлиги ва даромадлар ўртасида ўзаро боғлиқлик ўрнатишдан иборат бўлган ислохотлар шароитида аҳоли даромадлари табақаланишининг ўсиши муқаррар.

Иккинчидан, юқорида келтирилган маълумотларга асосланиб, аҳоли даромадлари табақаланишининг қулай, иқтисодий жиҳатдан самарали ва ижтимоий жиҳатдан йўл қўйиб бўладиган даражасини белгилаш қийин. Даромадлар табақаланишини жаҳон тажрибасида қабул қилинган кўрсаткичлар билан таққослаш мумкин. Масалан, Джини индекси қийматларини трансформатик ўзгаришларни амалга оширувчи бошқа мамлакатларнинг тегишли кўрсаткичлари билан қиёслаш Россияда Марказий ва Шарқий Европа мамлакатларига қараганда табақаланиш кўрсаткичларининг анча кескинроқ ўсишининг кузатилаётганлигидан далолат беради. Шу билан бирга, собиқ иттифоқнинг қолган мамлакатларидан ҳам даромадларнинг тўпланиш даражаси нисбатан юқори.

Умуман олганда, аҳоли даромадлари табақаланишини тавсифловчи кўрсаткичларни тадқиқ қилиш куйидаги мантиққа номувофиқ вазиятни аниқлаш имконини беради: даромад бўйича аҳоли тақсимотининг Ўзбекистон учун хос бўлган кўрсаткичлари паст даромадли мамлакат (Гана), ўртача даромадларга эга мамлакатлар (Тунис, Филиппин) ва юқори даромадли мамлакатларда ҳам (Швейцария, Буюк Британия) қайд қилинган кўрсаткичларга яқин. Шу билан бирга, энг юқори даромадли минтақалар бўйича маълумотлар даромадларнинг энг юқори даражада табақаланишига эга мамлакатлар (масалан, Бразилия) кўрсаткичларига яқин.

Даромадларни тартибга солишда *иқтисодий, қонуний, мувофиқлаштирувчи, маъмурий* усулларнинг ўрни катта.

Иқтисодий усулларга меҳнатга ҳақ тўлашнинг энг кам миқдорларини белгилаш, солиқ сиёсати, бюджет соҳаси ташкилотлари ходимлари ҳамда давлат хизматчилари меҳнатига ҳақ тўланишини, бандликни бошқариш киради.

Энг кам иш ҳақининг ўсиши жамиятда маълум босқичда вужудга келадиган иқтисодий имкониятларга боғлиқ. Агар бу омил ҳисобга олинмаса, унда бу ходимларга иш ҳақларини тўлашнинг ушланиб қолишига, бюджет танқислигига олиб келиши мумкин. Шу билан бирга, меҳнатга ҳақ тўлаш минимуми ишчи кучининг мўътадил жисмоний қайта тикланиши учун зарур бўлган пул маблағларини, яъни тирикчилик минимумини ҳисобга олган ҳолда белгиланиши керак, бу ўз навбатида, давлатнинг пул сиёсатида боғлиқ бўлади.

Бюджетга солиқ тушумларини солиқ сиёсати таъминлайди, бусиз даромадларнинг тақдор тақсимотини ташкил қилиш, иқтисодий ўсишнинг самарали рағбатланишини йўлга қўйиб бўлмайди. Масалан, кичик бизнесга солиқ имтиёзларини бериш аҳоли бандлигини оширишга кўмаклашади ҳамда юқори даромадга эга бўлишга ва бозорда ўз ўрнини эгаллашга имкон беради.

Давлат иқтисодий имкониятларидан келиб чиқиб, бюджет соҳасида меҳнатга ҳақ тўланишини тартибга солади. Бу соҳа кучлари билан ҳар қандай жамиятнинг инсон салоҳияти шаклланади. Шунингдек, бу соҳанинг соғлиқни сақлашда, бўш вақтни ўтказишда роли катта.

Қонуний усуллар. Даромадларни бошқаришда қонуний ва меъёрий асосни ишлаб чиқиш масалалари муҳим ўринни эгаллайди ва бутун бошқарув жараёнининг бошланғич пайтидир. Меъёрлар истеъмол бюджетларини ҳисоблаш учун, иш вақти меъёрлари – иш вақти тартибларини, корхоналардаги меҳнат таътилларининг давом этиш муддатларини белгилаш, хавфсиз меҳнат шароитларини яратиш учун; солиқ меъёрлари – даромад

солиқларини, юридик шахслардан олинадиган солиқларни (шу жумладан, ижтимоий солиқларни) ушлаб қолиш учун қўлланилади.

Аҳоли даромадларини ва турмуш сифатини тартибга солиш учун Конституция (Асосий қонун), Меҳнат кодекси, иқтисодий ислоҳ қилиш, бандлик ҳақидаги қонунлар, Президент Фармонлари, Ҳукумат қарорлари (энг кам иш ҳақларини ошириш, жамоавий меҳнат шартномаларини ҳуқуқий таъминлаш, ижтимоий таъминот ва суғурта, ижтимоий кафолатлар тўғрисидаги) жуда аҳамиятлидир.

Маъмурий усуллар. Бу усуллар иқтисодий (молиявий) зарарнинг қўшимча моддий рағбати ёки хавфини англаш билан боғлиқ эмас. Улар ҳукумат кучига асосланади ва таъқиқ чораларини, руҳсат ёки мажбурлашларни ўз ичига олади.

Бозор иқтисодиётига ўтиш билан баъзи бир илгариги маъмурий чоралар сақланиб қолди, лекин янгилари ҳам пайдо бўлди: монополия бозорлари устидан бевосита давлат назорати; стандарт ишланмалари, уларга амал қилинишини назорат қилиш; миллат манфаатларини ҳимоя қилиш – экспортга руҳсат бериш ёки импорт устидан давлат назорати.

Мувофиқлаштирувчи усуллар. Кўпгина мамлакатларда бу усуллар кенг тарқалган ва энг иқтисодий, “қон тўкилмайдиган” усул ҳисобланади. Ижтимоий шерикчилик – ҳукумат, тадбиркорлар ва ёлланма ишчиларнинг меҳнатга ҳақ тўлаш динамикаси ва ижтимоий трансферт масалалари бўйича ҳаракатларини мувофиқлаштиришидир.

Турли даражадаги битимларда (Бош битимда – мамлакат даражасида, тармоқ ва минтақавий тариф битимларида – тармоқ ва ҳудудий даражада, жамоавий битимларда – корхоналарда) меҳнатга энг кам ҳақ тўлаш, тариф меъёрлари, ижтимоий тўлов миқдорлари, даромадлар индексикацияси тартиби, иш вақтининг давом этиш муддати, зарар ўрнини қоплаш, меҳнат ҳуқуқлари кафолатлари, меҳнат муҳофазаси, уй-жой билан таъминлаш ҳақидаги масалалар акс этади.

Жамоа-шартнома тизими ёлланма меҳнат шахслари иш ҳақини бошқаришнинг самарали шаклидир. Унинг юзага келиши икки омилни тўхтатади:

– ишчи кучининг қадрсизланиши. Бунинг оқибатида иш ҳақи ўзининг такрор ишлаб чиқариш вазифасини бажара олмайди;

– иш ҳақининг битта тармоқ, ҳудуд корхоналаридаги ходимлар категориялари бўйича, шунингдек, алоҳида тармоқ ва минтақалар бўйича асоссиз табақаланиши.

Ҳар бир усул ўз ихтиёрида бевосита ва билвосита таъсир чораларига эга. Давлатнинг бевосита аралашув чоралари қаторига ўз ҳудудида иш ҳақи минимумининг давлат кафолатини ўрнатиш, бюджет соҳасида меҳнатга ҳақ тўлашни бошқариш, туман коэффицентлари тизимини ўрнатиш, давлатнинг сармоя солиши, ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш бўйича дастурларни субсидиялаш, солиқлардан озод қилиш, аҳоли айрим гуруҳлари учун иш ўринлари квотаси ажратишнинг мажбурийлиги бўйича бевосита маъмурий бошқарув, ходимларни қайта ўқитиш ташкил қилиш, ижтимоий зарур ишларни бажариш учун ходимларнинг маълум миқдорини ажратиш киради.

Билвосита таъсир усуллари қаторига эса аҳолининг муҳтож қатламларини имтиёзли солиққа тортиш, бепул бойликларни тақсимлаш тадбирларининг танлов хусусияти киради.

Иқтисодий ривожланишининг ҳозирги босқичида аҳоли даромадларини ҳудудлар бўйича тартибга солиш даромадларни тартибга солишни такомиллаштиришнинг энг мураккаб йўналишларидан бири ҳисобланади. Унинг муваффақиятли ҳал қилиниши ҳудудлардаги иқтисодий ислоҳотларнинг амалга оширилиши билан боғлиқ.

Ҳудудлардаги аҳоли даромадлари ва уларнинг табақаланиши, камбағаллик миқёслари, истеъмол даражаси иқтисодий ислоҳ қилиш давомида қатор салбий йўналишлар юзага келиши мумкин. Айтиш жоизки, уларнинг кескинлашуви ижтимоий кескинликнинг ўсишига олиб келиши ва иқтисодий ислоҳотларни таҳдид остига қўйиши мумкин.

Бу соҳадаги кескин муаммолардан бири – бу даромадларнинг кучайиб бораётган ҳудудий табақаланиши бўлиб, у кўпчилик ҳолларда иқтисодий ва ижтимоий жиҳатдан ноўриндир. Ўртача жон бошига тўғри келадиган энг юқори даромад Тошкент ва Навоий

вилоятлари ҳамда Тошкент шаҳрига хос, бу асосан мазкур ҳудудлардаги саноатнинг, шу билан бирга, хизмат кўрсатувчи ижтимоий, бозор инфратузилманинг ривожланганлиги, шунингдек, иш ҳақиға коэффициентлар ва қўшимча ҳақларнинг жорий қилиниши билан боғлиқ.

Бизнинг фикримизча, қишлоқ жойларида яшовчи аҳоли даромадлари ва истеъмоли соҳасидаги сиёсатни қуйидагиларга йўналтириш керак:

– қишлоқ аҳолиси ҳаёти ва фаолиятининг, ишчи кучининг ислоҳ қилинаётган аграр ишлаб чиқариш талабларига мувофиқ келувчи жадал тур бўйича қайта тикланишини таъминловчи даражасини шакллантириш;

– меҳнатга ҳақ тўлашда ишлаб чиқариш шароитларини тўлароқ ҳисобга олиш;

– қишлоқ оиласи бюджети таркибини даромадларнинг ҳар хил турлари учун энг қулай шароитларни яратиш йўналишида такомиллаштириш;

– пенсионерлар, ногиронлар, болали аёллар ва қишлоқ аҳолисининг бошқа энг кам ҳимояланган қатламларини ижтимоий ҳимоялашни кучайтириш;

– қишлоқда истеъмолчилар кооперациясини, қишлоқ аҳолиси меҳнат ва тадбиркорлик фаолиятини рағбатлантирувчи ривожланган бозорини яратиш.

Ҳозирги пайтда қишлоқ жойларида яшовчи ва турли хил кластерларда ишловчи ходимларнинг ўртача жон бошига тўғри келадиган даромадлари тирикчилик минимуми даражасини ҳам таъминлашга қодир эмас. Бошқача қилиб айтганда, қишлоқ оилаларининг учдан икки қисми камбағаллик чагарасидан ташқарида турибди ва фақат шахсий ёрдамчи хўжалиқдан олинadиган озиқ-овқат маҳсулотлари ҳисобига кун кўрмоқда. Бундай ҳолат меҳнатга ҳақ тўлашнинг рағбатлантирувчи вазифаси родини йўққа чиқарди, шу муносабат билан қишлоқ хўжалигида меҳнат унумдорлигининг пасайиши давом этмоқда. Шунинг учун меҳнатга ҳақ тўлашнинг шахсий ёрдамчи хўжалиқдан, мулкдан, (турар жой биноларини, дала ҳовли, омборларни ижарага бериш), меҳнатдан келадиган даромадларга ва шахсий ёрдамчи хўжалиқдан келадиган табиий тушумларга нисбатан аҳоли пул даромадларининг улуши қисқаришда давом этмоқда. Шу билан бирга, қишлоқда истеъмол кооперацияси тизимининг бекор қилиниши у ерда яшовчи одамларнинг даромадлари даражасига салбий таъсир қилмоқда.

MUNDARIJA

Buxoro davlat universiteti rektori O.X.Xamidovning tabrik soʻzi	3
1-SHOʻBA: OʻZBEKISTON VA XORIJIY DAVLATLARDA RAQAMLI IQTISODIYOT: MUAMMOLAR VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	
Khamidov O. Kh.	Development of the economic system "natural and recreational zones in the sphere of tourism" 6
Khayrullaeva N.N.	Худуд иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишнинг инновацион модели 10
Навруз-Зода Б.Н.	
D.Sh. Yavmutov	Oʻzbekistonda sanoatni yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida rivojlantirish masalalari 15
A.T.Joʻrayev	Elektron tijoratda raqamli bank xizmati 17
Ergashev R.X.	Аккредитация АССА экономических ВУЗов как инструмент оценивания квалификации их выпускников в рамках цифровой экономики 20
Хожиева И.А.	
Bazarova M.S.	Features of employment in the digital economy 24
Farmonova M.N.	Raqamli iqtisodiyot muammolari va rivojlanish istiqbollari 27
Шарипова М.М.	Пути эффективного использования трудовых ресурсов в цифровой экономике 32
Toxirov A.T.	Sanoat korxonalarini boshqarishda raqamli texnologiyalardan foydalanish orqali boshqaruv samaradorligini oshirish va iqtisodiy xavfsizlikni taminlash masalalari 35
Махмудова Н.Ж.	Methods of risk assessment in industrial enterprises in the digital economy 41
Qiyomov Y. T.	Raqamli iqtisodiyotning bugungi kundagi ahamiyati va uning muammolari hamda rivojlanish istiqbollari 44
Илхамова З.П.	Хоразм вилояти туризм соҳасини ақамлаштириш имкониятлари 48
А.Д.Анаркулов	Ўзбекистон Республикаси саноат иқтисодиётининг технологик ривожланиш даражаси 50
Тўраев Ш.А.	
Ashurova M.X.	Oʻzbekistonda pandemiya sharoitida taqchilikni bartaraf etish imkoniyatlari 54
Зайиров З.Х.,	Кооперативное хозяйство: история и проблемы развития 58
Халилова Л.М.	
Болтаева М.Ш.	Хизматлар соҳасини рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш имкониятлари 61
Djabbarov R.	Raqamli iqtisodiyot rivojlanishida mobil ilovalarni qoʻllashning statistik tahlili 66
Хашимов П.З.,	Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш конуниятлари ва хусусиятлари 70
Фахриддинова З.Ф.	
Ergasheva A. F.	Globalashuvning hunarmandchilik istiqboliga ta'siri 76
Farmanov E.	After the pandemic: improving the quality of transport services using the digital economy tools 80
Jalolov Otabek	Improving and developing the mechanism for managing the advertising activities of tourism organizations 84
Кулиев Н.Х.,	Озиқ-овқат саноатини трансформациялаш орқали унинг рақобатбардошлигини ошириш йўналишлари 86
Бакаева М.А.	
Арипов О.А.	Рақамли иқтисодиёт асосида ишбилармонлик муҳитини такомиллаштириш 90
Sharifova Sh. Sh.	Restoranlarda halol ovqatlanishga boʻlgan aholining ehtiyoji (Buxoro shahrida oʻtkazilgan tadqiqot natijalari tahlili) 97
Хакимов З.А.	Саноат кластерларнинг рақамли трансформацияси 102
Ахмадова Р.Ж.	

2-SHO‘BA:

**MAHSULOTLAR VA XIZMATLARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI
OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR**

Абдуллаев И.С., Сапарова М.А.	Современные технологии цифрового маркетинга для распределения товаров и услуг	108
Akhmedov T. M., Yakubov N.A.	Features of application of modern information and communication technologies in sociological surveys of living standards of the population	111
Мирсодиқов А.Т.	Курилиш соҳасида логистика харажатларини бошқаришнинг интеграциялашган тизимини такомиллаштириш	119
J.A.Kuralbaev G‘aniyev Sh.Sh.	Digital transformations in the tourism industry Inson resurslarini boshqarishda innovatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish yo‘nalishlari	123 127
Nurova G.N.	The role of strategic trade policy in the economic development of the country	131
Nayitov U.H.	Ta’limda axborot-kommunikatsiya texnologiyalardan foydalanishning ahamiyati	135
Хайтбоева Н.Б.	Тўқимачилик саноат корхоналарини ривожлантиришда рақамли маркетингдан фойдаланиш	138
Tadjieva S.U.	Digital transformation of higher education	141
Aliyeva G.I.	Xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish	145
Аминов Ф.Б.	Савдо соҳасида рақамли технологияларнинг самарадорлиги	147
Салаев С.К. Ходжаниязов Э.С.	AAS (mobility as a service) концепцияси туризм соҳасида сифатли ва барқарор транспорт хизматларини ишлаб чиқиш омили сифатида	151
Ходжаниязов Н.С.	Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятида рақамли маркетинг аҳамияти	154
Сапаев А.Д.	Минтақада транспорт хизматлари ривожига ахборот ва алоқа хизматлари ролини баҳолаш	157
Tursunxodjaev S.	Foreign experience of competitive intelligence tools enterprise’s economic security system	162
Хуррамов О.К.	Цифровые технологии в повышении конкурентоспособности туристических услуг	166
Ruziyeva G.F.	Milliy hunarmandchilik biznesini tashkil etishda raqamalshirishning o‘rni	170

3-SHO‘BA:

**RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI QO‘LLAB-QUVVATLASHNING
TASHKILIY VA IQTISODIY MEKANIZMLARI**

Маматов А.А. Мухтаров Ж.М. Бегдуллаев Ш.К.	Рақамли иқтисодиётнинг тармоқли тузилмалари рақобатбардошликни ошириш омили сифатида	176
Маҳмудов М.Ф. Хақимов З.А.	Саноат кластерлари инновацион иқтисодиётни шакллантиришнинг асосий драйвери сифатида	181
Мирсодиқов А.Т.	Курилиш соҳаси кластерларида логистик жараёнларни бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш	184
Mustafoyev Q.M.	Transformation of the fuel industry in the digital economy	188
Chulliyev S.R.	The role of venture capital on the digital economy	191
Жалилов Ж.Ф.	Саноат корхоналарини трансформация қилиш соҳасидаги ислохотларнинг асосий йўналишлари	194
Ибрагимов Ф.Ф.	Озиқ-овқат саноати корхоналарида трансформация жараёнларини амалга оширишнинг муҳим жиҳатлари	198

Паязов М.М.	Хизмат кўрсатиш соҳаларининг рақамли трансформацияси: тенденциялар, бошқарув, стратегиялар	202
Алимжанов Н.Х.	Рақамли трансформация шароитида электрон турдаги суғурта хизматларини такомиллаштириш	206
Курбанов Ф.Г.	Цифровые технологии – важный инструмент музейной коммуникации	211
Рустамов Н.И.	Иқтисодиёт тармоқларини трансформациялашга доир назарий қарашлар ва уларнинг илмий асослари	215

4-SHO‘BA:

MINTAQAVIY VA TARMOQ IQTISODIYOTINING INNOVATSION RIVOJLANISH MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

Ивлиева О.В.	Информационная обеспеченность разделов «туризм» на туристских сайтах субъектов Северного Кавказа	220
Муталиева Л.М.	Стратегические и тактические проблемы развития кадровой политики в отельном бизнесе Казахстана	226
Рахманов С.У.	Возможности развития внутреннего туризма в Бухарской области	231
Хидирова Г.Р., Касимова Ш.М.	Роль интернета в развитии устойчивого туризма в Узбекистане	236
Таджиева С.У.	Formation of a tourist brand in the Republic of Kazakhstan	239
Акрамова Н.А. Zharkenov B.R., Mukanov A.H.	Turizmda transport xizmatlarini optimallashtirish chora tadbirlari	244
Mutaliyeva L.M. Axmatova M.E.	The role of advertising in the movement of Bukhara tourism destination	248
Bozorova S.K. Rajabov O.O.	Priorities for improving the quality of hotel services through innovative development	252
Davronov I.O. Nurov Z.S.	Turizmning axloqiy o'lchamlari	256
Yuldashev K.Sh. Radjabov O.O.	The role of culture and arts in society and the development of managerial skills of leaders in this field	260
Hamroyev H.R. Navruz-zoda L.B.	Inson kapitali va undan foydalanish samaradorligini oshirish omillari	263
Negmurodova Sh. Jo'rayeva Z.T.	The role of diversification in the world economy	267
Kamolov X. Abdullayev A.J.	Mintaqalar iqtisodiyotini innovatsion rivojlantirish istiqbollari	270
Saidova F.K. Rajabova M.A.	Tourism development strategies in the scope of carec countries initiatives	273
Djabbarov I.G. Berdiqulova S.T.	Mintaqalar va tarmoqlar iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari va istiqbollari	276
Djuraeva D.D.	Organizational and economic mechanisms for ensuring the innovative development of science and services in the conditions of the formation of an innovative economy	280
Tukhtaev T.T.	Reunite the lost ties with the help of nostalgic tourism	284
Ibragimov N.S. Khidirova G.R.	The role and importance of tourism in the development of the country and the region	286
Maxmudova N.O'.	Ta'lim turizmi mohiyati va mamlakat iqtidiyotini rivojlantirishdagi o'rni	290

Nazarov N.N.	Strategic analysis and planning methodology of development of regions	295
Radjabov O.O. Davronov I.O. Nurov Z.S. Yuldashev K.Sh.	The role of communications in improving the quality of services in the hotel industry	298
Ravshanova G. Niyazova I.	Innovative ways of the management system of a family enterprise	302
Салимова С.Ф., Кадирова Ш.Х. Айтиева С.А.	Важность веб-сайтов и систем онлайн бронирования в продвижении услуг средств размещений	306
	Logistik tizimlarning iqtisodiyotda tutgan o‘rni va samaradorligi	311
Tokhirov J.R.	Possibilities of using online learning platforms to improve the quality of educational services	316
Yuldashev K.Sh., Davronov I.O., Radjabov O.O., Nurov Z.S.	Ўзбекистон республикасида мустақил туризм инфратузилмасини такомиллаштиришнинг устувор йўналишлари	320
Алимжанов Н.Х.	Суғурта соҳасида олий маълумотли кадрлар тизимини тайёрлаш давр талаби	325
Шадиёв А.Х.	Учебная экскурсия как инновационная форма обучения	330
Бердибекова А.	Анализ влияния политической обстановки на приток потенциальных туристов в Республику Казахстан	334
Касимова Ф.Т. Ашурметова Н.У. Ражапов Х.Б.	Тенденции цифрового маркетинга в малом бизнесе и предпринимательстве	338
	Озарбайжон Республикаси балиқчилик соҳасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни айрим хусусиятларини Ўзбекистонда қўллаш	342
Бойтўраев О.У.	Туризм соҳасини инновацион ривожлантиришдаги муаммолар	348
Dilmonov K.B.	The impact of self-employment in the service sector on the standard of living of the population	352
Khodjayev K.	South Korean experience in improving the public service system in Uzbekistan	355
Мадаминов С.	Тўқимачилик саноати корхоналарида ходимларни бошқариш тизимини такомиллаштириш	359
Батирова Н.Ш. Амонов Ў. Облақулов Ҳ.А. Рахматов Ю.Б. Буранов Ё.Р. Салихов С.А.	Тошкент вилоятида саноати ривожланишининг ташкилий-иқтисодий механизмининг такомиллаштириш	363
	Навоий вилоятининг демографик вазияти	372
	Мева – сабзавот маҳсулотлари экспортини самарали ташкил этишда хориж тажрибаси	377
Зойиров З.Х. Чуллийев С.Р. Хомидов С.О.	Туристический потенциал регионов республики Узбекистан и пути его эффективного использования	382
	Фармацевтика саноатининг инновацион ривожланиш даражаси бўйича ҳудудларни оптимал таснифлаш услубиёти	386
Очилов Ш.Б. Пулатова З.А. Садыкова Г.Т.	Дифференциальный метод прогнозирования трудовых ресурсов на основе корреляционных моделей	391
	Создание регионального экономического коридора Шымкент-Ташкент-Худжанд: перспективные возможности и риски	396
Жанназарова Г.К.	Инновационное развитие региона путь экономического	400

	прогресса в развивающихся экономиках	
Каленов К.Т.	Хитой бозорига мева-сабзавот маҳсулотлари экспортини суғурталашни такомиллаштириш	404
Содиқов Х.Т.	Иновационные методы мотивации персонала транспортной компании	407
Фаттаева Н.	Логистик тизимлар фаолияти ҳамда уларни такомиллаштириш йўллари	410
Хасанова Н.Ш.	Инсон ресурсларини бошқариш стратегиясининг моҳияти ва аҳамияти	413
Бозоров А.А.	Ўзбекистонда хизматлар соҳасини ривожлантиришда солиқлар дастагидан фойдаланиш масалалари	416
Бозоров А.О.		
Билялов Е.Я.		
Ходжаева Д.Х.	Экологическое образование как фактор устойчивого развития экономики	420
Хусаинов О.Дж.	Чорвачилик соҳасида инфратузилма хизматларини йўлга қўйишда исроил давлати тажрибаларининг аҳамиятли жиҳатлари	423
Шодмонов Ш.	Қишлоқ хўжалигида оилавий тадбиркорлик фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти	426
Самадқулов М.И.	Ўзбекистон Республикасининг инновацион салоҳияти ва ундан фойдаланиш самарадорлиги	428
5-SHO‘BA: SANOAT RAQAMLI TRANSFORMATSIYASINING JAMIYAT VA ATROF -MUHITGA TA'SIRI		
Абулкасимов Х.П.	Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий хавфсизликни таъминлашнинг ўзига хос хусусиятлари	436
Очилов В.Ш.	Иқтисодиёт тармоқларида рақамли трансформациянинг самараси	441
Karimov A.	Cybersecurity: the key factor of a successful digital transformation	445
Toxirov A.T.	Yog‘-moy korxonalari iqtisodiy xafvsizligini ta’minlashda raqamli texnologiyalardan foydalanishining SWOT – tahlili	449
Muxamedova SH.A.		
Бурханова Ш.Б.	Иқтисодиётни рақамлаштиришнинг аҳоли даромадларига таъсири ва уни давлат томонидан тартибга солиш йўналишлари	452

“Садриддин Салим Бухорий” МЧЖ босмахонасида чоп этилди.
Адади 50 нусха. Ҳажми 462 бет. Формат А4. Буюртма №78. 2022.

Бухоро шаҳри, М. Иқбол кўчаси, 11-уй.