

2023  
2(10)



ISSN 2181-2551  
E-ISSN 2181-2561

**IQTISODIYOT VA TURIZM**  
xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali

**ЭКОНОМИКА И ТУРИЗМ**  
международный научно-  
инновационный журнал

**ECONOMICS AND TOURISM**  
international scientific and  
innovative journal

ISSN 2181-2551



9 772181 255890

E-ISSN 2181-2561



9 772181 256001



**ISSN 2181-2551**  
**E-ISSN 2181-256X**

**"IQTISODIYOT VA TURIZM"**  
**xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali**

**«ЭКОНОМИКА И ТУРИЗМ»**  
**международный научно- инновационной журнал**

**"ECONOMICS AND TOURISM"**  
**international scientific and innovative journal**

**№2(10) 2023**

**O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2022 yil 30 apreldagi 315/5-son qarori bilan iqtisodiyot fanlari buyicha falsafa doktori (PhD) va fan doktori (DSc) ilmiy darajasiga talabgorlarning dissertatsiya ishlari yuzasidan dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan.**



Jurnal haqida

*"Iqtisodiyot va turizm" xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali*

"Iqtisodiyot va turizm" xalqaro ilmiy-innovatsion jurnaliga taqdim etilgan ilmiy maqolalarga qo'yiladigan asosiy talablar falsafa doktori (PhD), fan doktori (DSc) dissertatsiyalarining asosiy ilmiy natijalarini xalqaro standartlar va O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzurida "Oliy attestatsiya komissiyasi to'g'risidagi Nizom" talablari, shu jumladan elektron ilmiy-texnik jurnallarga qo'yiladigan talablar tizimi hisoblanadi.

*«Экономика и туризм» международный научно- инновационной журнал*

Основные требования к научным статьям, представляемым в международном научно-инновационном журнале «Экономика и туризм» являются научные труды, рекомендованные для публикации основных научных результатов докторских (PhD), (DSc) диссертаций в соответствии с международными стандартами и «Положением о Высшей аттестационной комиссии» при Кабинете Министров Республики Узбекистан, в частности требования к электронным научно-техническим журналам.

About the magazine

*"Economics and Tourism" international scientific and innovative journal*

The main requirements for scientific articles submitted to the international scientific and innovative journal "Economics and Tourism" are scientific publications recommended for the publication of the main scientific results of doctoral (PhD), (DSc) dissertations in accordance with international standards and the "Regulation on the Higher Attestation Commission" Under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan, including from templates in the system of requirements for electronic scientific and technical journals.



## EDITORIAL BOARD



### *Chairman of the Editorial Board*

**Navruz-Zoda Bakhtiyor Negmatovich**

Bukhara State University Professor Doctor of Economical sciences (DSc)

### *Vice-Chairman of the Editorial Board*

**Khamraev Khalim Razikovich**

Bukhara State University Docent Doctor of economical sciences

### *Main editor*

**Khidirova Gavkhar Rustamovna**

Bukhara State University Docent Doctor of philosophy (PhD) Economical sciences

### *Members of editorial board*

**Khamidov Obidjon Khafizovich**

Bukhara State University Professor Doctor of Economical sciences (DSc)

**Akhmedov Tursun Mukhitovich**

Institute of forecasting and macroeconomic researcher (IFMR) Deputy director professor,  
Doctor of Economic Sciences (DSc)

**Maydyrova Aigul Bulatovna**

Doctor of Economics, Professor. Head Department of "Economics and Entrepreneurship" of the Faculty of Economics of the Eurasian National University L.N. Gumilyov

**Ivlieva (Shaposhnikova) | Olga Vasilevna**

Doctor of Geography, Professor of the Tourism Department of the Higher School of Business of the Southern Federal University

**Mutalieva Lyailya Maratovna**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department "Tourism" of the Eurasian National University L.N. Gumilyov

**Djavlonbek Kadirov**

Place of work: Victoria University of Wellington PhD in Marketing

**Khazhimov Pazliddin Zukurovich**

National university of Uzbekistan Docent Doctor of philosophy (PhD) of Economic sciences

**Navruz-zoda Zebiniso Bakhtiyorovna**

Doctor of philosophy on economic sciences (PhD), Associate Professor Department of Economics of the Bukhara State University

**Oripov Makhmud Ashurovich**

Bukhara State University associate professor Department of "Agribusiness and Agro Logistics"

**Abdullaev Ilyos Sultanovich**

Urgench State University professor Doctor of economic sciences

**Alimova Mashhura Toirxonovna**

Samarkand Institute of Economics and Service Professor of the Department of Management  
DSc in Economics

**Juraev Abror Turobovich**

Bukhara State University Vice-rector for International Cooperation Candidate of economic sciences

**Ibragimov Nutfillo Salimovich**

Bukhara State University Professor Doctor of Economical sciences (DSc)

**Yavmutov Dilshod Shoyimardonkulovich**

Bukhara State University Docent Doctor of philosophy (PhD) Economical sciences

**Tadjieva Sayyorakhon Uralovna**

Bukhara State University Head of the Department Candidate of economic sciences

**Responsible editor: Gavhar Xidirova**

**Web-administrator: Erkin Farmonov**



## MUNDARIJA

<b>Xamroyev Xalim Rozikovich.</b> Turizm ekologik madaniyatni shakllantirish omili sifatida .....	5
<b>Sarimsakov Doniyorbek Khomidovich.</b> Construction of multi-factor econometric models in the food industry.....	14
<b>Гавхар Рустамовна Хидирова.</b> Особенности формирования внутреннего туризма в регионе .....	23
<b>Talapova Nargiza Baxriddinovna.</b> Problems in financial provision of social sectors and their solutions .....	30
<b>Жоллыбеков Владимир Бахтиярович.</b> Агротехнологияларни молиялаштиришда банк кредитларининг роли .....	37
<b>Sharipova Nigina Djurakulovna.</b> Priority direction and liberalization of the banking system of the Republic of Uzbekistan .....	46
<b>Абдуразакова Н.Р.</b> Приток прямых иностранных инвестиций в Узбекистан .....	51
<b>Арипова Махлиё Салахиддиновна.</b> Особенности брендинга в сфере туризма.....	59
<b>Исомов Бекмурот Сайфиддинович.</b> Инвестиционная политика сферы туризма в условиях рыночных отношений .....	69
<b>Усманова Азиза Фозил кизи.</b> Перспективы культурного туризма в Самарканде .....	80
<b>Явмутов Дилшод Шойимардонкулович, Бурхонов Жавохирбек Хуршид ўғли, Каримова Камола Саъдуллаевна.</b> Яшил иқтисодиётни қўллашда хорижий давлатлар тажрибаси ва уни Ўзбекистонда жорий қилиш имкониятлари .....	89
<b>Кулиев Б.М.</b> Маиший хизматлар соҳасини ривожлантиришда рақамли инновацион-технологияларни роли .....	97
<b>Сафаров Фарход Анварович.</b> Хизматларнинг турлари ва шакллари бўйича таснифи ва уни такомиллаштириш йўналишлари .....	105
<b>Сатторов Алишер Ҳасан ўғли.</b> Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги мамлакатларида аудиторлик фаолиятини ўрганиш тажрибаси.....	113
<b>Қурбонов Самандар Пулатович.</b> Унумли бандлик тақчиллиги даражасини баҳолашнинг камбағалликни қисқартиришдаги зарурати.....	125



UDK: 338.48

DOI: 10.56937/v2i10a1

*Xamroyev Xalim Rozikovich*

Bux.DU, kafedra prof., i.f.n.

[hamraevhalim@mail.ru](mailto:hamraevhalim@mail.ru)

## TURIZM EKOLOGIK MADANIYATNI SHAKLLANTIRISH OMILI SIFATIDA

### **Annotatsiya:**

**Kirish.** Maqolada hozirgi sivilizatsiya uchun shakllanishi o'ta zarur bo'lgan ekologik madaniyatning mohiyati, xususiyatlari hamda uni shakllanishida turizm tarmog'ining o'ziga xos o'rni tahlil qilib chiqilgan, jahonning turizmni tartibga soluvchi xalqaro tashkilotlarining bu borada ishi ko'rib chiqilgan. Muallif madaniyatning bu qirrasini shakllanishida hukumat va jamiyat oldida turgan vazifalar, ularni bajarish zarurati haqida so'z yuturiladi.

**Tadqiqot metodlari.** Maqolada monografik usul va ilmiy abstraktsiya metodidan foydalanib ekologik madaniyatni, uning iqtisodiy jihatlari tahlil qilingan, tizimli tahlil usulini qo'llash orqali ushbu madaniyatni shakllanishida turizm sohasining o'ziga xos vazifalari ko'rib chiqilgan. Bundan tashqari, ilmiy izlanishda tarixiylik metodidan, analiz va sintez metodidan foydalanib madaniyatning ushbu qirrasini takomillashtirish vazifalari belgilangan. Tadqiqotda bundan tashqari kuzatish, solishtirish, iqtisodiy-matematik tahlil kabi metodlardan ham foydalanilgan.

**Natijalar va munozara.** Insonning tabiiy jarayonlardan noto'g'ri foydalanishi natijasida XX asrning o'rtalarida ekologik muammolar juda avj ola boshladi. Insonning tabiatga aralashuvi asr oxiriga kelib esa, juda kata salbiy kuchgaaylanib ketdi. Insoniyatning kelajagi ushbu ekologik muammoni oqilona hal qilish bilan bevosita bog'liq bo'lib qoldi. Olimlar jamiyat tarixida insoniyat oldida hech qachon bunday keng ko'lamlı, ko'p qirralı va hal qilish qiyin bo'lgan vazifa ko'ndalang bo'lmagan, degan xulosaga kelishdi. Bu muammoni hal qilishning ishonchli va istiqbolli yo'llaridan biri esa ekologik turizm degan xulosaga kelindi. Zamonaviy insonning ekologik madaniyati va ekologik kompetentsiyasini shakllantirishni rag'batlantirish, insonlarning dunyoqarashlarini kengaytirish, adekvat hissiy va estetik rivojlanishni ta'minlash ushbu muammoni hal qilishning bosh yo'li ekanligi borgan sari aniq bo'lib bormoqda. Shu bilan birga, ekologik turizm ham sayyohlik faoliyatining ommabop shakliga aylana boshlandi.

**Xulosa.** Ekologik muammolarni hal qilishning muhim vazifalaridan biri insonlarni, jumladan turistlarni tabiiy va madaniy boyliklarga hurmat ruhida tarbiyalash zarur. Avvalom-bor shu vazifani bajarishga turizm xalqaro miqyosda insoniy munosabatlar sifatini yaxshilashga qodir, dunyo xotirjamligiga, iqtisodiyotni barqarorligiga erishish imkonini berishi mumkin. Ekologik turizm ekologik madaniyatning zarur sharti bo'lgan - ekologik bilimlar asoslarini o'zlashtirishga yordam beradi.

**Kalit so'zlar:** ekologik muammo, ekologik madaniyat, ekologik ta'lim, ekologik tarbiya, ekoturizm.

### **Kirish.**

Hozirgi vaqtda inson faoliyati ta'sirida biosferaning o'zgarishi juda tezlik bilan boryapti. Inson Yer planetasining qiyofasini o'zgartirishda katta geologik kuch sifatida vujudga kelganini V.I.Vernadskiy tomonidan ta'kidlab o'tilgan edi [26]. Insonning tabiiy jarayonlardan noto'g'ri foydalanishi natijasida XX asrning o'rtalarida ekologik muammolar juda avj olib ketdi. Ekologik muammo deganda, insonning tabiatga ko'rsatayotgan ta'siri bilan bog'liq holda tabiatning insonga aks ta'siri, ya'ni inson hayotda, uning iqtisodiyotida xo'jalik ahamiyatiga molik bo'lgan jarayonlar, tabiiy hodisalar bilan bog'liq bo'lgan har qanday hodisa tushuniladi. Iqlim o'zgarishi, hayvonlarning yalpi ko'chib ketishi, kamayishi, yo'qolib borishi kabi muammolar tabiatdagi muvozanatning buzilishi oqibatida turli miqyosdagi ekologik muammolar shakllanmoqda. Ekoturizm - bu ifloslanmagan tabiatning unikal obyektlari ko'rinishidan bahra

olish va rohatlanish, yovvoyi tarzda o`sadigan va hayot kechiradigan o`simlik va hayvonlar hayoti bilan tanishish hamda bunday joylardagi har qanday madaniy ko`rinishga aloqador tushunchadir. Ekoturizm, bir tomondan, zararli oqibatlarini minimallashtirgan holda, umuman turizmning izchil va barqaror rivojlanishini ta`minlashga qodir bo`lsa, ikkinchi tomondan, hozirgi va kelajak avlodlarning hayotiy ehtiyojlarini, birinchi navbatda, sog`lom turmush tarzi muhitiga bo`lgan ehtiyojini uyg`unlashtiradi.

Bir qarashda atrof-muhit muammolari oddiy va bir ma'noli ko`rinadi. Ushbu murakkab masala bilan mutlaqo tanish bo`lmagan odamlar tabiatni muhofaza qilish, tabiatni oqilona boshqarish va ekologik ongni shakllantirish usullari haqida o`z fikrlarini bildiradilar. Adabiyotlarda (hatto ilmiy) yoki mansabdor shaxslarning nutqlarida "yomon ekologiya", "atrof-muhitni muhofaza qilish", "ekologiya uchun kurash", "atrof-muhitning keskinlashuvi" iboralari qo`llaniladi. Bu esa ishtirokchilarning ekologik madaniyati pastligidan dalolat beradi. Atrof-muhit muammolari bo`yicha jamoatchilik fikri doimo "ekologik infantilizm" yoki aksincha, "ekoisteriya" tartibida bo`ladi. Ekologik ta`lim va tarbiya tizimi zamonaviy odamlarda ekologik ongni shakllantirishning faol vositasidir, shuning uchun umumiy ta`lim jarayoniga ekologik tarkibiy qismlarni organik ravishda jalb qilish va uning didaktik yukini sezilarli darajada oshirish muammosi paydo bo`ldi.

### **Adabiyotlar sharhi.**

Ekologik muammo, ekologik madaniyat masalalarini nafaqat zamonaviy filosoflar (M.Xaydegger, L.Memford, S.Krimskiy, M.Mamardashvili, E.Fromm, I.Frolov va boshqalar), zamonaviy Yevropa mentalitetlari tomonidan (A. Eynshteyn, M. Born, N. Wiener, V. Heisenberg, P. Kapitsa, M. Semenov va boshqalar), balki tabiatshunos olimlar tomonidan ham ekologik muammolar ko`rib chiqilgan, ularning asarlari ekologik turizm fanning shakllanishiga hissa qo`shgan [27.,28.,29.,30.,31]. Ekoturizm terminini esa birinchi bo`lib V.V. Xrebovchenko fanga kiritgan bo`lib, eng to`g`ri tushunchani 1997-yil G.S. Gujin, M.Yu. Belikov va E.V. Klimenkolar bergan: "Ekoturizm asosida tabiatni muhofaza etish tashvishlari yotadi" [32].

Inson tabiatan madaniy mavjudotdir, chunki u o`z madaniyatiga ko`ra tabiiy mavjudotdir, deb E. Morin o`zining "Yo`qotilgan paradigma: inson tabiati" (1995) asarida ta`kidlagan [33]. Tabiat yodgorliklari va madaniy diqqatga sazovor joylarni muhofaza qilish masalasi muhokama qilinayotgani shundan dalolat beradi. Akademik D.Lixachev "Madaniyat ekologiyasi" atamasini ilmiy muomalaga kiritdi va haqiqatda bu yo`nalishga asos soldi. Madaniy muhitni saqlash, uning fikricha, tabiiy, biologik xilma-xillikni saqlashdan kam emas. Tirik shakllarning haqiqati va hududlarning tabiiy xilma-xilligi hayot mazmunini, jumladan, ijtimoiy hayotni kafolatlaydi va mintaqalarning etnik-madaniy xilma-xilligi tabiiy biologik xilma-xillikni saqlashning kafolati hisoblanadi. Biroq, D.Lixachevning fikricha, tabiiy muhitda yo`qotishlarni qayta tiklash mumkin, ammo madaniyatda emas [14].

Tabiatshunos B. Grzimek, aksincha, yovvoyi tabiat insoniyat uchun qadimgi cherkovlar, yunon haykallari va Misr piramidalaridan kam bo`lmagan madaniy qadriyat ekanligini ta`kidlaydi. Hayvonlar nobud bo`lmoqda va "hech bir arxeolog ularni bir necha asrlardan keyin yana yerdan qazib ololmaydi" [4].

Hozirgi vaqtda "ekologik turizm" atamasi keng tarqalmoqda, bu tabiat va madaniyat qadriyatlarining uyg`unligini rag`batlantirilishi mumkin bo`lgan jamiyatning haqiqiy hodisasini anglatadi. Ekologik turizm - madaniy, ma`naviy-ma`rifiy, ilmiy, sport va rekreatsion ahamiyatga ega bo`lgan faol dam olishning o`ziga xos shakli bo`lib, atrof-dagi tabiiy va madaniy muhit bilan tanishish maqsadida odamlarning doimiy yashash joyidan tashqarida sayohat qilishlari va qolishlari jarayonida yuzaga keladigan munosabatlar va hodisalar yig`indisi sifatida belgilanadi [12.,19.,20.,24.,25]. Ekologik muammo va ekologik madaniyat kategoriyalarni Rossiyaning qator olimlari tomonidan ko`rib chiqilgan, boyitilgan: Г. П. Долженко, О. В. Ивлиева, Пазенок В. С., Путрик Ю.С., Савенкова Л.Б., Зорин И. В., Квартальнов В. А., Крисаченко В. С., Федорченко В.К. [5.,6.,7.,8.,9.,10.,11.,16.,17.,18.19,22]. Badalova M.F., Joldasov I.,

Mahkamova M., Aydarov Ye.B., Xudoyqulov X.J. kabi o'zbek olimlarning asarlarida ekologik madaniyatning ayrim qirralari bayon etilgan [35., 36.].

### **Tahlil va natijalar.**

“**Ekologiya**” so‘zi yunoncha bo‘lib “oikos” - uy, yashash joyi, “logos”- fan degan ma‘noni beradi. “Ekologiya” atamasini fanga XIX asrda nemis olimi E. Gekkel olib kirgan. Ekologiya - tabiiy muhitning tirik ogranizmlarga ta‘hiri va ular o‘rtasidagi munosabatlardir. Ekologik muammo - bu atrof-muhitning buzilishiga olib keladigan muammodir. Bu kabi muammolarni ikkiga ajratish mumkin: inson va tabiatning o‘zaro ta‘hiri bilan bog‘liq yoki insonning atrof-muhitga ta‘hiri bilan bog‘liq.

O‘tgan asr davomida insoniyatning yashash tarzi shunchalik darajada o‘zgardiki, insoniyat sivilizatsiyasida hali mutlaqo kuzatilmagan global isish, dengiz va yer ekotizimlarining misli ko‘rilmagan darajada kamayib borishi-yu, yer yuzining turli mintaqalarida qurg‘oqchilik, suv toshqinlari kabi bir qator salbiy holatlar ham yuz berayotganligi barchamizga ayondir. Bir so‘z bilan aytganda, insonning tabiatga aralashuvi aql bovar qilmaydigan darajaga yetishga ulgurdi. Insoniyatning kelajagi esa ekologik muammoni oqilona hal qilish bilan bevosita bog‘liq bo‘lib qoldi. Jamiyat tarixida insoniyat oldida hech qachon bunday keng ko‘lamli, ko‘p qirrali va hal qilish qiyin bo‘lgan vazifa ko‘ndalang bo‘lmagan.

Ekologik voqelikning davlatning siyosiy, iqtisodiy, demografik, ijtimoiy- gumanitar va ma‘naviy-axloqiy rivojlanishining barcha jabhalariga ta‘hiri shu qadar yaqqol va keng ko‘lamli, unga e‘tibor bermaslik uzoqni o‘ylamaslik va mas‘uliyatsizlikdir.

Bir qarashda atrof-muhit muammolari oddiy va bir ma‘noli ko‘rinadi. Ushbu murakkab masala bilan mutlaqo tanish bo‘lmagan odamlar tabiatni muhofaza qilish, tabiatni oqilona boshqarish va ekologik ongni shakllantirish usullari haqida o‘z fikrlarini bayon etadilar. Adabiyotlarda (hatto ilmiy) yoki mansabdor shaxslarning nutqlarida "yomon ekologiya", "atrof-muhitni muhofaza qilish", "ekologiya uchun kurash", "atrof-muhitning keskinlashuvi" iboralari qo‘llaniladi. Bu esa ishtirokchilarning ekologik madaniyati pastligidan dalolat beradi. Atrof-muhit muammolari bo‘yicha jamoatchilik fikri doimo "ekologik infantilizm" yoki aksincha, "ekoisteriya" tartibida bo‘ladi.

Beton va asfaltar orasida yashagan, tabiiy muhitga juda kam chiqadigan megapolislarda yashovchi zamonaviy odam o‘zini tabiat bilan bog‘lash qobiliyatini asta-sekin yo‘qotdi, tabiat insoniyat tomonidan yaratilgan ijtimoiy institutlar, iqtisodiyotning, davlatning va hokozolarning "qo‘shimcha" mahsulotiga aylandi. Shuni inobatga olgan holda, tabiiy va ijtimoiy, axloqiy va ratsionallik, ilmiy xarakter va "sofizm" o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik muammolari nihoyatda dolzarb bo‘lib qoldi.

Oddiy inson tabiiy muhitni alohida bo‘laklar holda idrok etadi, uni bir butun sifatida ko‘rishga moyil emas, o‘zini tabiatdan alohida mavjud bo‘lgandek tutadi. Shu sababli, murakkab ob‘ektiv voqeliklarni (ijtimoiy va tabiiy) anglash eng ustuvor vazifa bo‘lib, ularsiz sivilizatsiya rivojlanishi juda muammoli ko‘rinadi. Buni Rio-de-Janeyro (1992) va Yoxannesburg (2002) da bo‘lib o‘tgan BMTning atrof-muhit va rivojlanish bo‘yicha ikki xalqaro konferentsiyalari materiallari ishonchli tasdiqlaydi.

Hozirgi paytda insoniyat o‘z evolyutsiyasi yo‘llarini qayta ko‘rib chiqishi va sivilizatsiyaning real istiqbollarni ob‘ektiv baholashi zarurdir. Texnika taraqqiyoti insonning tabiiy va intellektual muhitini, dunyoqarashini tubdan o‘zgartirdi. Bundan tashqari, o‘tgan asrlar odamining an‘anaviy - "piyodaning ko‘rinishi" o‘rnini avtomobil yoki samolyot oy‘nasidan "ko‘rinish" egalladi. Insonning ko‘rgan narsasini (sayyoh sifatida ham, internet - televizordan ko‘rganini ham tushunishga vaqti yo‘q).

Ekologik ta‘lim va tarbiya tizimi zamonaviy odamlarda ekologik ongni shakllantirishning faol vositasidir, shuning uchun umumiy ta‘lim jarayoniga ekologik tarkibiy qismlarni organik ravishda jalb qilish va uning didaktik yukini sezilarli darajada oshirish muammosi ham paydo bo‘ldi.

Zamonaviy ekologik ta‘lim tizimi klassik rasionalizm vositalariga tayanishda davom etmoqda, uning ideali inson taqdiriga bog‘liq bo‘lmagan ob‘ektiv haqiqatdir. Agar ekologik ta‘lim



obyekti sayyoradagi energiyaning "bio-geo-kimyoviy" energiyaga aylanishlariga, ekotizimlarning turlariga va tabiatdan oqilona foydalanish tamoyillariga yo'naltirilgan bo'lsa, maqsadga erishilgan deb hisoblanar edi. Ammo, bu unchalik to'g'ri emas. Ekologik ta'limning strategik vazifalari tabiatdan foydalanishning fundamental asoslaridan biri sifatida umumiy ekologiya nazariyasi va amaliyotini o'zlashtirishdan tashqariga chiqadi. Turli xil ekologik empirizm haqidagi bilimlar yagona konseptual tizimga organik ravishda birlashtirilishi kerak. Ushbu muolaja juda muhim va ayni paytda murakkabdir. Hatto Albert Eynshteyn ham odamlar ko'p narsani bilishini va kam tushunishlarini ta'kidlagan edi. Tushunish ichki e'tiqod, sezgi bilan uzviy bog'liq bo'lib, dunyoga oqilona, muvozanatli munosabatda bo'lish sharti oldida muhimdir. Vaziyatni tushunish va bilish chuqur ijtimoiy-madaniy va axloqiy kontekstga xosdir.

Turizm falsafasining muhim tarkibiy qismlaridan biri - uning ekologik komponentidir. Ekologiya ishlab chiqarish, iqtisodiyot, sog'liqni saqlash, atrof-muhitni boshqarish, siyosat, milliy va inson xavfsizligining an'anaviy hayotiy masalalarini o'zaro bog'laydi, u insonning moddiy va ma'naviy manfaatlarining namoyon bo'lishini birlashtiradi.

Jahon miqyosida turistlar oqimining o'sib borishi tabiiy muhitga ortib borayotgan bosim sifatida tahdid solmoqda. Kelgusi 20 yil ichida xalqaro turizm jahon bo'yicha kamida uch baravar oshishi kutilmoqda, shunga mos ravishda ekologik yuk ham ortadi.

**"Ekoturizm"** - bu ifloslanmagan tabiatning unikal obyektlari ko'rinishidan bahra olish va rohatlanish, yovvoyi tarzda o'sadigan va hayot kechiradigan o'simlik va hayvonlar hayoti bilan tanishish hamda bunday joylardagi har qanday madaniy ko'rinishga aloqador tushunchadir. Ekoturizm, bir tomondan, zararli oqibatlarini minimallashtirgan holda, umuman turizmning izchil va barqaror rivojlanishini ta'minlashga qodir bo'lsa, ikkinchi tomondan, hozirgi va kelajak avlodlarning hayotiy ehtiyojlarini, birinchi navbatda, sog'lom turmush tarzi muhitiga bo'lgan ehtiyojni uyg'unlashtiradi. Ekologik turning mohiyati quyidagicha ifodalanadi: Ekotizimlar yaxlitligini buzmaganda ma'lum bir hududning tabiiy va madaniy hamda etnografik xususiyatlari haqida tasavvurga ega bo'lish uchun tabiati nisbatan bokira bo'lgan, yani inson qadami deyarli tegmagan joylarga sayohat qilish.

Ekoturizm sohasida umumiy iqtisodiy va bozor manfaatlari, shahar va qishloq aholisining talablari kesishadi, hozirgi zamon insonlarining o'z hayotini ma'noli o'tkazish va kelajak avlodlar hayotiga mas'uliyat bilan munosabatda bo'lishning yangi paradigmasi shakllanmoqda.

**Ekologik madaniyat** – bu tabiat haqidagi bilim, ong, idrok, savodxonlik, intellektual salohiyat va uni amalda qo'llay bilish faoliyati, atrof-muhitga nisbatan faoliyatning yuksak ko'rsatkichi, ongli va ma'suliyatli yondashuvdir.

Yaqin vaqtlargacha tadqiqotchilar biosferaning unsuri sifatida insonga unchalik qiziqish bildirmaganlar va tabiiy muammolarning butun qatlami ijtimoiy fanlar nazaridan chetda qolgan, shuning uchun ular zamonaviy ekologik muammolarga tayyor emas edilar: "Faqat ekologiya orqali g'oyalar paydo bo'ladi. Tabiatshunoslikning, birinchi navbatda, o'z-o'zini tashkil etish nazariyasi (universal evolyutsionizm) jamiyat faniga kirib, uning tabiat bilan bog'liq eng murakkab masalalarini yoritib bera boshladi" [15].

Zamonaviy inson hech bo'lmaganda vaqti-vaqti bilan urbanizatsiya va texnogen dunyoni tark etib, tabiatga murojaat qilishi kerak. Binobarin, V.Kutyrev ta'kidlaganidek, tabiat bo'laklarini "tabiat yodgorliklari" deb atash to'g'ri bo'lardi. Sayyorada afsuski, sun'iy muhitning uzluksiz massivida faqat kichik bir individual tabiat qo'shimchalari (qo'riqxonalar, bog'lar va boshqalar) saqlanib qolgan [13].

Bugungi kunda turizm bilan shug'ullanish uchun juda ko'p sabablar mavjud. Odamlar real sharoitlarda jismoniy imkoniyatlarni boshdan kechirishga harakat qiladilar, ya'ni tabiat hayotiga faol ishtirok etishni xohlashadi. Sensorli tajribani boshdan kechirish va instinktlarni uyg'otish istagi birinchi o'ringa chiqadi. Yuqori texnologiyali uskunalar: poyabzal, kiyim-kechak, chodirlar, dubulg'alar, namlovchi qoplar, ko'chma suv tozalagichlar ishlab chiqarish ko'paymoqda. Bularning hammasi kishilarni turizm bilan shug'ullanish istagini ro'yobga chiqarmoqda.

So'nggi paytlarda zamonaviy turizmning quyidagi yangi shakllari paydo bo'ldi: ekologik, ekstremal, harbiy (harbiy dramatisatsiyalarda ishtirok etish), sport (alpinizm, so'rfining va

boshqalar). Zamondoshlar sayohatlarining ko'pchiligini "shopping turizm", qishloq turizmi, agroturizmi, sarguzashtli sayohat, kosmik turizm, virtual sayohat, tibbiy sayohatlar ham o'sib bormoqda. Tibbiy turizm plastik jarrohlik, jinsni o'zgartirish, transplantatsiya va shunga o'xshash maqsadlarda sayohatlar kabi yangi shakllarni oldi. Misol uchun, Interpol ma'lumotlariga ko'ra, braziliyaliklar Yoxannesburgga boradilar va u yerda badavlat bemorlarga a'zolarni xususiy klinikalar orqali sotadilar.

Turizmning rentabelligiga haddan tashqari e'tibor berish, uning asosiy maqsadini soddallashtirishga olib kelmoqda. Turizmning bunday "industriya" tamoyili "barchadan ustunlik" g'oyasini rivojlantirmoqda. Dam olish maskanlarida qulay sharoitlar yaratish va shu orqali iste'molchining dunyoga munosabatini shakllantirishga katta mablag' sarflanadi. Frantsuz faylasufi J.Bodriard zamonaviy turizmni gipertrofiyalangan birgalikda yashash shakli sifatida izohlaydi.

Tabiatni vahshiylarcha ekspluatatsiya qilishdan farqli o'laroq, ekologik turizm mavjud bo'lib, uning asosiy g'oyasi ishlab chiqilgan. Jahon sayyohlik tashkiloti ta'rifiga ko'ra, ekoturizm - bu hayvon va o'simlik dunyosini kuzatish, o'rganish, madaniy qadriyatlar bilan tanishish maqsadida tabiatning nisbatan bokira bo'lgan inson xo'jalik faoliyatidan uzoqlarga sayohat. Turizmning boshqa turlaridan farqli o'laroq, ekologik turizm rivojlangan infratuzilmani talab qilmaganligi sababli tabiiy muhitga kamroq salbiy ta'sir ko'rsatishi kerak [25].

Shunday qilib, ekologik turizm sayyohlik faoliyatining ommabop shakliga aylanadi, u zamonaviy insonning ekologik madaniyati va ekologik kompetentsiyasini shakllantirishni rag'batlantiradi, uning dunyoqarashini kengaytiradi, adekvat hissiy va estetik rivojlanishni ta'minlaydi.

Biroq, avtomagistrallarni, restoranlarni hamda zamonaviy turizm va rekreatsiya infratuzilmasining zarur tarkibiy qismlarini yaratishni ta'minlaydigan, foydali, qulay turizm yovvoyi tabiatning bokiraligini buzadi va uning tanazzulga uchrashiga olib keladi. Oqibatda yovvoyi tabiatning noyob joylari, vohalari yo'q bo'lib ketadi, yangi ekomadaniyat esa bunday jarayonni to'xtatadi. Zamonaviy turizm sanoati (yo'llar, lagerlar, transport va boshqalar) tabiiy muhitning normal ekologik rivojlanishini buzmay qolmaydi. Shuning uchun tabiat, inson va jamiyatning uzviy birligi g'oyasi shaxsning dunyoqarashining shakllanish jarayonida asosiy g'oyaga aylanishi kerak.

Hozircha esa turistik industriya va infratuzilmaning tabiiy muhitga salbiy ta'siri davom etmoqda. Turli mamlakatlarning qonunchiligi va me'yoriy hujjatlarida tabiatni muhofaza qilish ustuvorligi e'lon qilinganiga qaramay, bu sohada iqtisodiy va moliyaviy manfaatlar ustunlik qilmoqda. Ammo, hatto biznes ham tabiat talablari bilan hisoblashishi kerak. Uni amalga oshirish mamlakatda istiqbolli va barqaror turizmni shakllantirish uchun zaruriy shartdir.

Hozirgacha erishilgan ekologik madaniyat darajasi samarasiz bo'lib kelmoqda. Ommaviy turizmning tabiat va madaniyatga halokatli ta'siri davom etmoqda. Ekologiya va boshqa soha olimlari mulkdorlar bilan uzoq davom etayotgan "urush"ni davom ettirib, ularni milliy tabiiy boyliklarni asrab-avaylash, inshootlar qurish, muhofaza etiladigan hududlarda transport aloqalarini cheklash, turistik marshrutlarni ekologik jihatdan tekshirish zarurligiga ishontirmoqda, xolos. Olimlar va mulkdorlar o'rtasidagi ziddiyatni hal qilishning qiyinligiga bir misol keltirish mumkin: madaniyat vazirligining sayyohlarni jalb qilish maqsadida muzey qo'riqxonalari hududida mehmonxonalar tarmog'ini barpo etish tashabbusi muzey biznesining rivojlanishiga salbiy ta'sir qilishi mumkin.

Turizm nafaqat uyushgan sayohat, balki diqqatga sazovor joylarni ko'rishning kengayishi, xilma-xil va murakkab dunyoda insonning birgalikda mavjudligi hissini tasdiqlashdir. Globallashuv sharoitida uning muhim vazifasi boshqa madaniyatlarni tushunish qobiliyatini shakllantirish, kommunikativ madaniyatni egallashdir. Turizm, ayniqsa, ekologik turizm noyob tabiiy va madaniy qadriyatlar bilan tanishish imkonini beradi. Bunday vaziyatlarga tayyor bo'lmagan odamning notanish madaniyatga sho'ng'ishi natijasida o'ziga xos stress olishi mumkin. Madaniyat zarbasi shaxsning jamiyatda faoliyat yuritishiga yordam beruvchi tanish psixologik omillar yo'qolib, ularning o'rnida noma'lum va tushunarsiz bo'lib ko'ringanida yuzaga keladi"

[16], masalan, kechikish odatiy hol, kulish suhbatdoshning eshitib turishini anglatishi mumkin va hokazo. Ammo, bular turli xil madaniyat vakillariga turlicha ma'noga ham ega va boshqa madaniyat vakiliga boshqacha ta'sir qilishi mumkin. Bunday madaniyat zarbasi boshqa madaniyatni tushunish qobiliyatini shakllantirish uchun rag'batlantiruvchi omil bo'lib hisoblanadi. Bu jihatda turizm etikasini yoki V. Pazenkning fikricha, turizm tashkilotchilariga ham, umumiy turizm hamjamiyatiga xos bo'lishi kerak bo'lgan "ma'naviy-psixologik komponent"ni rivojlantirish zarurati tug'iladi [18]. Notanish odamlar va vaziyatlar bilan uchrashganda odoblilik va yaxshi xulq-atvor e'tiborli, do'stona va mehmondo'st bo'lishga imkon beradi, shuning uchun turizm individual va jamoaviy takomillashtirishning samarali vositasidir.

Turizmning rivojlanishi boshqa soha va tarmoqlarning tadbirkorligi uchun yangi imkoniyatlar ochadi. Jahon sayyohlik tashkilotining sobiq bosh kotibi F.Franjiallingning so'zlariga ko'ra, so'nggi 50 yil ichida turizm biznesi va dam olish sanoati Yevropa va Shimoliy Amerikaning iqtisodiy rivojlanishining kuchli omiliga aylandi. Osiyo, Yaqin Sharq, Lotin Amerikasi va ba'zi Afrika mamlakatlari ham turizmning ijobiy ta'sirini boshdan kechirmoqda. "Turizm rivojlangan joyda qashshoqlik kamayadi" [23].

Turizm asosan sanoatlashgan sohaga aylangan bo'lib, uni ekologik toza yo'nalishga yo'naltirish bo'yicha harakatlarni birlashtirish juda murakkab muammo bo'lib hisoblanadi. Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi (1989) tamoyillarida qayd etilganidek, tabiiy, madaniy va insoniy muhit turizmni rivojlantirishning asosiy shartidir. Turizmni oqilona tashkil etish tabiiy landshaftlar va madaniy merosni muhofaza qilish, turmush darajasini oshirishga qodirdir [1]. Buning uchun xalqni, jumladan, turistlarni tabiiy va madaniy boyliklarga hurmat ruhida tarbiyalash zarur. Faqat shunday turizm xalqaro miqyosda insoniy munosabatlar sifatini oshirishga qodir hamda dunyo tinchligiga va barqarorligiga erishishga imkon berishi mumkin.

Keyingi paytlarda chiqindilarni utilizatsiya qilish, sayyohlarni mahalliy ekologik muammolarni hal qilishga jalb etishga katta e'tibor qaratilmoqda. Ekologik turizm esa tabiatni muhofaza qilish mahalliy aholi uchun foydali bo'ladigan iqtisodiy sharoitlarni yaratadi. Turizmning bu tarmog'i tabiiy va madaniy muhitni asrashga qaratilgan bo'lib, ularning faol himoyachisining zarur belgilarini shakllantiradi.

Zamonaviy ekologik turizm har doim ham faqat ryukzak ko'tarib qilinadigan sayohat hamda jismoniy tayyorgarlikka ega odamlar uchun emas, balki hamma uchun juda qulay, ammo atrof-muhit uchun zararsiz bo'lishi mumkin. Shu munosabat bilan ekologik transport - velosipedlar, motorli qayiqlar, paraplanlar va boshqalardan foydalanish samaralidir. Ammo, muhim muammo - dam olish joylarini (ovqat tayyorlash, o'choqlar, axlatlarni tozalash va boshqalar) oqilona, ekologik talablarga javob beradigan tarzda tashkil etish qoladi.

Ekologik madaniyatning huquqiy va axloqiy asosini shakllanishiga katta qadam bo'lgan turizmning Global axloq kodeksi 1999-yil 1-oktabrda Chilining Santyago shahrida BJTT Bosh Assambleyasining XIII sessiyasida qabul qilingan [2]. Turizmning axloq kodeksida yangi ming yillik boshlanishida jahon turizmini mas'uliyatli va izchil rivojlantirish bo'yicha ko'rsatmalar to'plami belgilangan. U ko'plab oldingi shunga o'xshash deklaratsiyalar va amaldagi professional kodekslarning g'oyalariga asoslanadi va XXI asr boshida bo'lgan jamiyatdagi o'zgarishlarni aks ettirish uchun yangi fikrlashni keltirib chiqardi.

Birlashgan Millatlar Tashkilotining Barqaror rivojlanish bo'yicha komissiyasi 1999 yil aprel oyida Nyu-Yorkda bo'lib o'tgan sessiyasida ushbu Kodeksning konsepsiyasini ma'qulladi va BJTTga uni xususiy sektor, nodavlat va mehnat tashkilotlarining qo'shimcha takliflari bilan boyitishni taklif qildi. Kodeksga BJTTga a'zo davlatlar va turli tashkilotlar tomonidan 70 dan ortiq yozma izohlar kelib tushdi.

**Turizm uchun global axloq kodeksi o'nta moddadan iborat:**

- 1-modda. Turizmning xalqlar va jamiyatlar o'rtasidagi o'zaro tushunish va hurmat qilish.
- 2-modda. Turizm individual va jamoaviy takomillashtirish omilidir.
- 3-modda. Turizm barqaror rivojlanish omilidir.
- 4-modda. Turizm insoniyatning madaniy merosidan foydalanadigan va uni boyitishga hissa qo'shadigan sohadir.



5-modda. Turizm mezbon mamlakatlar va jamoalar uchun foydali faoliyatdir.

6-modda. Turistik jarayon ishtirokchilarining majburiyatlari.

7-modda. Turizm huquqi.

8-modda. Turistik sayohat erkinligi.

9-modda. Turizm sohasida ishchilar va tadbirkorlarning huquqlari.

10-modda. Turizmning global axloq kodeksi tamoyillarini amalga oshirish.

Kodeksda turizm sohasidagi quyidagi masalalar yoritilgan: turizmning odamlar va jamiyatlarning o'zaro tushunishi va o'zaro hurmatiga qo'shgan hissasi; turizm biznesi mutaxassislarining majburiyatlari; turizm huquqi; turistik harakat erkinligi; turizm industriyasidagi ishchilar va tadbirkorlarning huquqlari.

Turizmga individual va jamoaviy o'zini-o'zi anglashning dvigateli sifatida qaraladi; u barqaror rivojlanish omili; madaniy merosdan foydalanuvchi va yaratuvchi; mezbon mamlakatlar va jamoalar uchun foydali faoliyat.

Ushbu kodeksga tayangan holda Xalqaro Ekologik Turizm Jamiyati (XETJ) quyidagi **"Turistik axloq kodeksi"**ni taklif qildi:

- Yerning zaifligini yodda tuting;
- Faqat iz qoldiring, faqat suratga oling;
- Siz tushgan dunyoni o'rganing, tanishing;
- Mahalliy aholini hurmat qiling;
- Atrof-muhitga tahdid soladigan mahsulotlarni xarid qilmang;
- Faqat yaxshi iz qolgan, bosilgan yo'llardan yuring;
- Atrof-muhitni muhofaza qilish bo'yicha faoliyatni va tabiatni muhofaza qilishga hissa qo'shadigan tashkilotlarni qo'llab-quvvatlang;
- Ekologik turizm tamoyillarini qo'llab-quvvatlaydigan kompaniyalar bilan sayohat qiling.

Ekologik turizm ekologik madaniyatning zarur sharti bo'lgan ekologik bilimlar asoslarini o'zlashtirishga yordam beradi. Zero, tabiat ham estetik qadriyat vazifasini bajaradi. Qolaversa, faylasuf O.Spengler ta'kidlaganidek, "manzara insonning ruhini shakllantiradi" [34].

Xullas, zamonaviy turizm industriyasi daromadlarining katta qismini ta'minlovchi ekoturizm faol rivojlanmoqda. Turizm faoliyatini tashkil etish va turizm infratuzilmasi bo'yicha mutaxassislar tayyorlash shakllari takomillashtirilmoqda, turizm fanlarining yaxlit, fundamental tizimi shakllantirilmoqda [3]. Bular esa ekologik muammolarni hal qilishga o'z hissasini qo'shadi.

#### **Xulosa.**

○ Hozirgi sivilizasiya shu darajaga yetib keldiki, inson faoliyati tomonidan vujudga kelgan hamda kelayotgan ekologik muammolarni hal qilmasdan turib, bundan keyin taraqqiy qila olmaydi. Hozirgi zamondagi ekologik voqelik davlatlarning siyosiy, iqtisodiy, demografik, ijtimoiy - gumanitar va ma'naviy-axloqiy rivojlanishining barcha jabhalariga ta'siri shu qadar yaqqol va keng ko'lamlil bo'lib ketdi. Avvalom-bor, bu muammolarni muhimligini tushunib yetish zarur, so'ngra ularni bartaraf etish ushuni inson mavjudotining ekologik madaniyatni shakllantira bilish kerak. Bu madaniyatni shakllantirishning eng samarali vositasi bo'lgan ekologik turizmni rivojlantirish maqsadga muvofiqdir.

○ Ekologik muammolarni hal qilishning muhim vazifalaridan biri insonlarni, jumladan turistlarni tabiiy va madaniy boyliklarga hurmat ruhida tarbiyalash zarur. Ushbu vazifani bajarishga ekologik turizm xalqaro miqyosda insoniy munosabatlar sifatini yaxshilashga qodir. Ekoturizm rivoji dunyo xotirjamligini, iqtisodiyotni barqarorligini ta'minlashga imkon berishi mumkin bo'lgan eng oqilona yo'ldir.

○ Ekologik turizm ekologik madaniyatning zarur sharti bo'lgan ekologik bilimlar asoslarini o'zlashtirishga yordam beradi. Ekologik turizm - madaniy, ma'naviy - ma'rifiy, ilmiy, sport va rekreatsion ahamiyatga ega bo'lgan faol dam olishning o'ziga xos shakli bo'lib, dam olish, atrofda tabiiy va madaniy muhit bilan tanishish maqsadida odamlarning doimiy yashash joyidan tashqarida sayohat qilishlari va qolishlari jarayonida yuzaga keladigan munosabatlar va hodisalar yig'indisi sifatida belgilanadi.

○ Экологик та'лим ва тарбия тизими zamonaviy odamlarda ekologik ongni shakllantirishning faol vositasidir, shuning uchun umumiy ta'lim jarayoniga ekologik tarkibiy qismlarni organik ravishda jalb qilish va uning didaktik yukini sezilarli darajada oshirish maqsadga muvofiqdir.

○ Ekoturizm, bir tomondan, tabiatga yetishtiriladigan zararli oqibatlarni minimallashtirgan holda, umuman turizmning izchil va barqaror rivojlanishini ta'minlashga qodir bo'lsa, ikkinchi tomondan, hozirgi va kelajak avlodlarning hayotiy ehtiyojlarini, birinchi navbatda, sog'lom turmush tarzi muhitiga bo'lgan ehtiyojni uyg'unlashtiradi.

○ Экологик madaniyat – bu tabiat haqidagi bilim, ong, idrok, savodxonlik, intellektual salohiyat va uni amalda qo'llay bilish faoliyati, atrof-muhitga nisbatan faoliyatning yuksak ko'rsatkichi, ongli va ma'suliyatli yondashuvdir. Planetada hozirgacha erishilgan ekologik madaniyat darajasi samarasiz bo'lib kelmoqda. Ommaviy turizmning tabiat va madaniyatga halokatli ta'siri davom etmoqda. Экологик madaniyatni talab darajasiga chiqarish uchun davlatlar va tashkilotlar o'z ta'sir doirasida ekologik madaniyatning huquqiy va axloqiy asosini shakllanishiga katta qadam bo'lgan BMT tomonidan qabul qilingan turizmning Global axloq kodeksini hamda Xalqaro Экологик Turizm Jamiyati (XETJ) tominidan taklif qilingan “Turistik axloq kodeksi”ni har bir mamlakat, har bir korxonona va tashkilot hamda har bir fuqaroning hayotiga tadbiiq qilish ustida ish olib borishlari maqsadga muvofiqdir.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. «Гагская декларация по туризму» Гага, март-апрель 1989. - /<https://ecis.info/cooperation/3029/77713/>
2. «Глобальный кодекс этики туризма» Принят в 1999 г. На XXIII сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации.- /[https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/pdf/tourism.pdf](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pdf/tourism.pdf).
3. Горбань А.В. Экологическая культура – мировоззренческая сущность и ценностная ориентация экологии человека. Вопросы духовной культуры – Филологические науки N1. - 1-6с. /<http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/89774/39-Gorban.pdf?sequence=1>.
4. Гржимек Б. Дикое животное и человек / Б. Гржимек. – М., 1982.
5. Долженко Г. П. Туризмведение / Г. П. Долженко, О. В. Ивлиева; – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2014. – Выпуск 1. – 168 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: /<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445306> (дата обращения: 30.12.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-1247-8.
6. Долженко Г.П. Туризмология, туризмведение или туристика. URL: <http://gennadiy-dolzhenko.ru>.
7. Долженко Г.П., Путрик Ю.С., Савенкова Л.Б. Наука о туризме: основания выбора номинации // География и туризм. 2010. Вып.9. С.3-11.
8. Долженко Г.П., Путрик Ю.С. Туризмведение - формирующаяся научная дисциплина о сфере туризма // Вопросы туризмведения. 2012. № 2. С.5-11.
9. Зорин И. В. Туристика: монография / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. - М.: Советский спорт, 2001. 288 с. /<https://search.rsl.ru/ru/record/01000730508>
10. История туризма: учебник для академического бакалавриата / Г.П. Долженко, Ю.С. Путрик, А.И. Черевкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 227 с. - /<https://biblio-online.ru/book/istoriya-turizma-428448>.
11. Квартальнов В. А. Биосфера и туризм: Глобальное взаимодействие и экология, география научных исследований территорий туристического назначения, культура мира системы трудовых миграции, педагогика, социология и стратегия управления: в 5 т. /В. А. Квартальнов - Т. 1: Теория и практика туристских исследований. – М.: Наука, 2002.
12. Крисаченко В. С. Экологическая культура / В. С. Крисаченко. – К. 1996.-352с.
13. Кутырев В. А. Могущественный раб техники... / В. А. Кутырев // Человек. - 2006. - № 4.





## CONSTRUCTION OF MULTI-FACTOR ECONOMETRIC MODELS IN THE FOOD INDUSTRY

**Annotation.** Multi-factor econometric models have been developed to increase the efficiency of business development in the food industry, production volume, household consumption costs and consumption levels. Therefore, using these econometric models, the effective (elasticity) coefficients of the factors were determined, their reliability levels were compared, and the significance level of the factor was determined.

**Keywords:** efficiency, production volume, consumption rate, sensitivity of factors, elasticity, reliability, tightness, econometric forecasting, determination coefficient.

### **Introduction.**

The importance of entrepreneurship in the food industry is growing due to the growing share of the private sector in the economy of Uzbekistan. But in today's pandemic environment, small food businesses and micro-firms are completely private. Our country has become self-sufficient in basic foodstuffs. However, some types of products that are not produced in the country are imported. Consequently, it is impossible to ensure the full economic development of any country without involving it in world economic relations, no matter how its economy is developed.

The possible negative consequences of the pandemic process of the economy will inevitably affect the economic development of any country. As the President of the Republic of Uzbekistan Sh.M.Mirziyoev noted, "...it is necessary to ensure the balance and stability of the national economy and increasing its share in industry, services, small business and private entrepreneurship, deep restructuring of high-tech industries and local raw materials, to produce high value-added finished products, further strengthen the country's food security and increase the export potential of agricultural products"[1].

In the article, the need for a targeted approach to modernizing the markets by introducing new modern foreign techniques and technologies, which are in constant demand, is widely revealed and proposed.

**Literature review.** Scientific researches of a number of foreign scientists have been devoted to analysis of the multifactor econometric models of business development in the food industry: S. Djankov, M. Desai, R. Dennis, T. Ovaska, J. Robinson, R. Capone, S. Negi, B. Lovder [2, 3,4,5,6,7,8,9].

It was extensively described in the research among the CIS scientists O. Gogb, G. Zinchuk, M. Kisel, G. Seyalova, D. Khodos, N.E. Pavlenko [10,11,12,13,14,15].

From local Uzbek scientists B.Berkinov, I.Boboev, O.Ismailov, K.Muftaydinov, U.Gafurov, N.Sotvoldiev [16,17,18,19,20,21] and others studied this theme.

Although the above-mentioned scientific research reflects a systemic approach to the problem under study, it shows that today the articles on improving the analysis of multifactor econometric models of entrepreneurship development in the food industry of the country have not been sufficiently studied. This determines the choice of the research topic, its purpose and specific tasks

**Research methods.** The methods of scientific abstraction, comparative comparison, data grouping, economic-mathematical modeling, correlation and regression analysis were used in the research process.

### **Analysis and results.**

Based on the trend of demand for the level of consumption of basic foodstuffs per capita, it was found that the coefficient of determination of linear functions is closely related to 3 types of products (see “Table 1”).

**Table 1**

**Linear and nonlinear functions of the level of consumption of food by business entities in the country [22]**

№	Name of the products	Features for forecasting	R <sup>2</sup>	F-statistics
1	<b>Meat and meat products:</b> Linear function	$Y_{go'sht}=28,12+1,09*t_i$	0,76	44,9
	Nonlinear function: -degree -indicative -hyperbola	$Y_{go'sht}=26,014* t_i^{0,182}$	0,46	23,2
		$Y_{go'sht}=1,396*1,036^{t_i}$	0,54	35,9
		$Y_{go'sht}=32,84-155,41/t_i$	0,58	39,4
2	<b>Milk and dairy products:</b> Linear function	$Y_{sut}=99,8+4,5*t_i$	0,45	11,3
	Nonlinear function: -degree -indicative -hyperbola	$Y_{sut}=88,84* t_i^{0,215}$	0,35	6,2
		$Y_{sut}=1,57*1,049^{t_i}$	0,40	5,9
		$Y_{sut}=120,6-570,6/t_i$	0,38	7,5
3	<b>Bread and bakery products:</b> Linear function	$Y_{non}=96,9-1,39*t_i$	0,63	23,8
	Nonlinear function: -degree -indicative -hyperbola	$Y_{non}=97,62* t_i^{-0,074}$	0,55	19,5
		$Y_{non}=1,49*1,044^{t_i}$	0,44	15,3
		$Y_{non} =87,6-414,52/t_i$	0,28	17,8

Therefore, we have chosen the regression equation for the linear function. This is because the range of determination coefficients is [0; 1], indicating the degree of linear dependence of the values of  $t_i$  and  $y_i$ . Correlation and regression coefficients and coefficients of R<sup>2</sup>-determination were found in the econometric forecasting of consumption of certain types of food products by business entities in the country. Depending on the coefficient of determination in the model, it is possible to check whether the indicators in the model are interrelated. Therefore, the linear function obtained by the prediction can be trusted and used since the determination coefficients of a particular type of food are close to the coefficient { 1 }.

In particular, the most favorable function for the prognosis is the consumption of meat and meat products (R<sup>2</sup> = 0,76), for bread and bakery products (R<sup>2</sup> = 0,63).

A multifactor econometric model was developed to determine the number of business entities in order to increase the efficiency of entrepreneurship in the country. The effect of factors on this model is determined by the coefficients of its sensitivity (elasticity) through the following table (“see Table 2”).

**Table 2**

**The results of the econometric model of factors affecting the number of business entities in the country [23]**

Method: The least squares method

Selection periods: 2003 2018

Number of observations received: 16

Variables	Coefficient	Standard error	t-statistics	Probability
Number of business registration processes (LN_PROCED_)	0.144604	0.197495	0.732191	0.4827
The average time that takes to register - a day (LN_DAY)	-0.084383	0.087237	-0.967285	0.3587
Official registration costs (LN_COST)	-0.048429	0.066894	-0.723977	0.4875
Number of procedures regulating judicial activity (LN_EPROCED)	-0.318591	0.114337	-2.786424	0.0212
Formal costs of fulfilling the terms of the contract (LN_ECOST)	0.189020	0.091006	2.077013	0.0676
Food production capacity (LN_Q)	-0.176905	0.443211	-0.399143	0.6991
Constanta(C)	6.243916	0.334152	18.68588	0.0000
R <sup>2</sup>	0.716283	F-statistics 3.786961		
Probability value	0.036489	Darbin-Watson sta. 3.083		

This leads to the appearance of the following model, i.e. the state after setting the regression coefficients:

$$LN(ENTERP)_{it} = 6,24 + 0,14 * LN(PROCED)_{it} - 0,084 * LN(DAY)_{it} - 0,048 * LN(COST)_{it} - 0,31 * LN(EPROCED)_{it} + 0,19 * LN(ECOST)_{it} - 0,18 * LN(Q)_{it} \quad (1)$$

The following conclusions and opinions can be made about the factors influencing the increase in the number of business entities in the future as a result of changes in the values of indicators.

**First**, 2 out of 8 indicators in the model, ie the minimum capital issued on the level of sensitivity since 2014, the time and date required to resolve disputes in the courts were not accounted for by the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. Only two - the number of business registration processes, as well as the official costs of fulfilling the terms of the contract (as a percentage of the amount of debt) have the strongest impact on business activity. A 1-day decrease in the number of business registration processes will increase the number of business entities by 0,14 points, and a 1% decrease in the official costs of fulfilling the terms of the contract will increase the number of business entities by 0.19 points.

**Second**, due to the reduction of the registration day (DAY) from 4 to 2 days, the number of procedures regulating judicial activity (EPROCED) from 18 to 15 days, the reduction of DAY from 2 days to 0.084 points, the reduction of EPROCED from 3 days to 0.31 points. affects the increase in the number.

In the scientific work, a linear model is proposed to analyze the state of food production in the context of sustainable economic development. The results of the calculations performed on this model are as follows ("see Table 3").

The scientific work proposed a natural logarithmic linear model that determines the volume of production of 4 types of food products in the future. Coefficients of susceptibility of factors to the volume of food production by types of meat, milk, bread and melons and vegetables were developed. We also obtained the following multifactor regression model based on the results of the calculations of the first meat production volume given in table 3:

$$LN(Q) = -38,79 + 3,87 * LN(POP) - 0,039 * LN(GDP/POP) - 0,072 * LN(Epl) - 0,033 * LN(P) - 0,14 * LN(TAX) - 0,002 * LN(\pi) \quad (2)$$

According to the results of the econometric analysis obtained on the multiplicative function of meat production, the multidimensional determination coefficient (R<sup>2</sup>) was 0.996, indicating that the value calculated by Fisher's F-criterion (F<sub>account</sub> = 573.7 > F<sub>table</sub>) was greater than its table value.



3-table

**The results of the econometric model of factors affecting the volume of production of meat products [23]**

Method: The least squares method

Selection periods: 1999 2018

Number of observations received: 20

	Coefficient	Standard-error	t-statistics	Probability
Number of consumers (LN_POP_)	3.871227	0.575961	6.721333	0.0000
Per capita income (LN_GDP_POP_)	-0.038052	0.034587	-1.100177	0.2912
The number of people employed in the food industry (LN_EPL_)	-0.072451	0.069922	-1.036178	0.3190
Prices of finished products in the food industry (LN_P_)	-0.032889	0.043595	-0.754425	0.4640
Tax rate set for the food industry (LN_TAX_)	-0.140631	0.094631	-1.486100	0.1611
Price index of products in the food industry (LN_π_)	-0.001893	0.010543	-0.179581	0.8603
C	-38.74758	5.335640	-7.262031	0.0000
R <sup>2</sup> (R-squared)	0.996238	Meandependentvar		0.494750
Adjusted R-squared	0.994501	S.D. dependentvar		0.361608
S.E. of regression	0.026815	Akaikeinfocriterion		-4.130521
Sumsquaredresid	0.009347	Schwarzcriterion		-3.782014
Loglikelihood	48.30521	Hannan-Quinn criter.		-4.062489
F-statistics (F-statistic)	573.7166	Darbin-Watson stat.		1.789114
Probability value	0.000000			

However, the regression equation was obtained by comparing the number of free degrees and the value of alpha 0.05 with the Student's value in the table (the t-criterion is 2.0860). Also, all influencing factors t-Student criteria  $t_{POP1}=6,69 > t_{x_{\text{жад}}}=2,0860 > t_{TAX5}=-1,47 > t_{GDP/POP2}=-1,14 > t_{Epl3}=-1,027 > t_{P4}=-0,71 > t_{\pi6}=-0,233$  |.

Darbin-Watson statistics  $d_L$  and  $d_U$ , the significance level was calculated at  $\alpha = 0.05$   $d_{wl} = 0.60 < d_w = 1.79 > d_{wu} = 1.74$ . In this model, when we check the reliability of the main influencing factors, the price index of meat product for meat production  $t_{\pi6} = | -0,233 |$  and the cost of the finished product in the meat industry  $t_{P4} = | -0,71 |$  The condition excluded from the model because the factors are lower than the value of  $t_{\text{tab}}$ :

$$\text{LN}(Q) = -35,96 + 3,579 * \text{LN}(\text{POP}) - 0,034 * \text{LN}(\text{GDP}/\text{POP}) - 0,048 * \text{LN}(\text{Epl}) - 0,114 * \text{LN}(\text{TAX}) \quad (3)$$

Fisher criterion  $F = 905.4$ ;  $R^2 = 0.9958$ ;  $\alpha = 0.05$  and t-Student criterion values by factors  $t_{POP1}=7,16 > t_{x_{\text{таб}}}=2,0860 > t_{TAX5}=-1,324 > t_{GDP/POP2}=-1,042 > t_{Epl3}=-0,741$  | calculated. As a result, the Darbin-Watson statistic  $d_L$  and  $d_U$ , the significance level  $\alpha = 0.05$   $d_{wl}=0,60 < d_w = 1,691 < d_{wu} = 1,74$ . From this model, the per capita income of the population below the value of  $t_{x_{\text{таб}}}$   $t_{GDP/POP2} = | -1,042 |$  and the number of people employed in the meat industry is  $t_{Epl3} = | -0,741 |$  mode removed from the model (see "Table 4").

4 coefficients were found to be statistically insignificant and the values of 2 influencing factors were found to be significant. As a result, based on the results of the calculations of meat production in Table 4, we have the following multifactor regression model:

$$\text{LN}(Q) = -31,26 + 3,08 * \text{LN}(\text{POP}) - 0,089 * \text{LN}(\text{TAX}) \quad (4)$$

In this model, the number of consumers was found to be directly proportional and the change in tax rates to be inversely proportional. The Fisher criterion ( $F = 1690.5$ ;  $R^2 = 0.995$ ) was determined for this last regression model. The values of the t-student criterion by the coefficients of sensitivity (elasticity) of the factors were determined by the factors  $t_{\text{POP1}}=11,84 > t_{\text{TAX5}}=|-2,22| > t_{x_{\text{tab}}}=2,0860$ , ie MAPE-13.85, TIC-0.02 .

**Table 4**

**The results of the econometric model of the most reliable of the factors affecting the volume of production of meat products[23]**

Method: The least squares method

Selection periods: 1999 2018

Number of observations received: 20

Variables	Coefficient	Standard-error	t-statistics	Probability
Number of consumers (LN_POP_)	3.080056	0.260127	11.84059	0.0000
Tax rate set for the food industry (LN_TAX_)	-0.089084	0.040187	-2.216731	0.0406
C	-31.25664	2.579425	-12.11768	0.0000
R <sup>2</sup> (R-squared)	0.994997	Meandependentvar		0.4947
S.E. of regression	0.027040	Akaikeinfocriterion		-4.2455
Sumsquaredresid	0.012430	Schwarzcriterion		-4.0961
Loglikelihood	45.45535	Hannan-Quinn criter.		-4.2163
F-statistics	1690.500	Darbin-Watson stat.		1.0143
Probability value	0.000000			

As a result, the Darbin-Watson statistic  $d_L$  and  $d_U$ , the significance level  $\alpha = 0.05$   $d_{w1} = 0.60$   $< d_w = 1.014 < d_{w2} = 1.74$ .

The effect of the number of consumers and tax rates on the model for dairy production has been identified. For the production of bakery products, it was found that the result of the latest model will be affected by changes in per capita income and tax rates at the expense of the correct relationship.

The final model for melons and vegetables shows that the influencing factors are directly proportional to the number of consumers and per capita income, and the price of the finished product is inversely proportional (see Table 5).

Table 5

**A linear model that determines the volume of food production in the coming period<sup>1</sup>**

Dairy products	Bakery products	Melons and vegetables
$LN(Q)=-35,19+3,43*LN(POP)-0,071*LN(GDP/POP)+0,039*LN(Epl)+0,022*LN(P)-0,15*LN(TAX)-0,016*LN(\pi)$ ; F=367,2; R <sup>2</sup> =0,994; $\alpha=0,05$ ; $t_{POP1}=2,73 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{GDP/POP2}=-1,68 > t_{TAX5}=-1,43 > t_{\pi6}=-0,75 > t_{Epl3}=0,414 > t_{P4}=0,236$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,54 < d_{wu}=1,74$	$LN(Q)=4,785-0,691*LN(POP)+0,543*LN(GDP/POP)+0,352*LN(Epl)-0,211*LN(P)+0,273*LN(TAX)+0,016*LN(\pi)$ ; F=41,7; R <sup>2</sup> =0,95; $\alpha=0,05$ ; $t_{GDP/POP2}=3,07 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{TAX5}=0,82 > t_{P4}=-0,73 > t_{Epl3}=0,702 > t_{POP1}=-0,53 > t_{\pi6}=0,35$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,64 < d_{wu}=1,74$	$LN(Q)=-39,12+4,16*LN(POP)+0,241*LN(GDP/POP)-0,45*LN(Epl)-0,453*LN(P)-0,242*LN(TAX)-0,058*LN(\pi)$ ; F=310,9; R <sup>2</sup> =0,993; $\alpha=0,05$ ; $t_{POP1}=6,37 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{P4}=-2,038 > t_{GDP/POP2}=2,017 > t_{Epl3}=-1,63 > t_{\pi6}=-1,598 > t_{TAX5}=-1,593$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,95 > d_{wu}=1,74$
$\mu=(LN(Q)i-LN(Q)_{хис})^2=0$		
$LN(POP)=10,07+0,017*T$		
$LN(GDP/POP)=0,2695+0,2152*T$		
$LN(Epl)=6,72+0,088*T$	$LN(Epl)=7,24+0,0196*T$	$LN(Epl)=7,482+0,0042*T$
$LN(P)=-0,104+0,156*T$	$LN(P)=-0,097+0,162*T$	$LN(P)=0,161+0,144*T$
$LN(TAX)=-1,0767-0,1067*T$		
$LN(\pi)=-2,384+0,064*T$	$LN(\pi)=-1,548+0,024*T$	$LN(\pi)=-1,640+0,025*T$
<b>We examine the reliability of the influencing factors in these models</b>		
<b><math>t_{P4}=0,236</math></b> the condition in which the factors were excluded from the model $LN(Q)=-37,65+3,69*LN(POP)-0,067*LN(GDP/POP)-0,021*LN(Epl)-0,146*LN(TAX)-0,009*LN(\pi)$ ; F=464,3; R <sup>2</sup> =0,994; $\alpha=0,05$ ; $t_{POP1}=4,63 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{GDP/POP2}=-1,61 > t_{TAX5}=-1,42 > t_{\pi6}=-0,62 > t_{Epl3}=0,27$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,57 < d_{wu}=1,74$	<b><math>t_{X6}=0,35</math></b> the condition in which the factors were excluded from the model $LN(Q)=5,45-0,79*LN(POP)+0,53*LN(GDP/POP)+0,39*LN(Epl)-0,2*LN(P)+0,25*LN(TAX)$ ; F=53,3; R <sup>2</sup> =0,95; $\alpha=0,05$ ; $t_{GDP/POP2}=3,15 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{Epl3}=0,83 > t_{TAX5}=0,79 > t_{P4}=-0,72 > t_{POP1}=-0,64$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,57 < d_{wu}=1,74$	<b><math>t_{TAX5}=-1,593</math>; <math>t_{\pi6}=-1,598</math></b> the condition in which the factors were excluded from the model $LN(Q)=-41,1+4,49*LN(POP)+0,39*LN(GDP/POP)-0,58*LN(Epl)-0,55*LN(P)$ ; F=336,9; R <sup>2</sup> =0,989; $\alpha=0,05$ ; $t_{POP1}=6,16$ ; $t_{GDP/POP2}=4,26 > t_{P4}=-3,94 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{Epl3}=-1,806$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,44 < d_{wu}=1,74$
<b><math>t_{Epl3}=0</math></b> , the condition in which the factors were excluded from the model $LN(Q)=-39,32+3,87*LN(POP)-0,064*LN(GDP/POP)-0,13*LN(TAX)-0,008*LN(\pi)$ ; F=618,7; R <sup>2</sup> =0,994; $t_{POP1}=9,7 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{TAX5}=-1,72 > t_{GDP/POP2}=-1,65 > t_{\pi6}=-0,59$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,59 < d_{wu}=1,74$	<b><math>t_{POP1}=-0,64</math>; <math>t_{P4}=-0,72</math></b> the condition in which the factors were excluded from the model $LN(Q)=-1,087+0,414*LN(GDP/POP)+0,22*LN(Epl)+0,406*LN(TAX)$ ; F=96,5; R <sup>2</sup> =0,948; $\alpha=0,05$ ; $t_{GDP/POP2}=4,52 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{TAX5}=1,79 > t_{Epl3}=0,57$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,49 < d_{wu}=1,74$	<b><math>t_{Epl3}=-1,806</math></b> the condition in which the factors were excluded from the model $LN(Q)=-38,85+3,83*LN(POP)+0,401*LN(GDP/POP)-0,50*LN(P)$ ; F=392,7; R <sup>2</sup> =0,986; $\alpha=0,05$ ; $t_{POP1}=5,67 > t_{GDP/POP2}=4,06 > t_{P4}=-3,43 > t_{X_{жад}}=2,0860$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,47 < d_{wu}=1,74$
<b><math>t_{GDP/POP2}=-1,65</math>; <math>t_{\pi6}=-0,59</math></b> the condition in which the factors were excluded from the model $LN(Q)=-35,74+3,53*LN(POP)-0,034*LN(TAX)$ ; F=1183,6; R <sup>2</sup> =0,993; $\alpha=0,05$ ; $t_{POP1}=11,04 > t_{X_{жад}}=2,0860 > t_{TAX5}=-0,7$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,09 < d_{wu}=1,74$	<b><math>t_{Epl3}=0,57</math></b> the condition in which the factors were excluded from the model $LN(Q)=0,45+0,405*LN(GDP/POP)+0,346*LN(TAX)$ ; F=150,6; R <sup>2</sup> =0,946; $\alpha=0,05$ ; $t_{GDP/POP2}=4,59 > t_{X_{жад}}=2,0860 < t_{TAX5}=1,76$ ; $d_w=0,60 < d_w=1,37 < d_{wu}=1,74$	



**POP**-number of consumers; **GDP/POP**-per capita income; **Epl**-Number of people employed in the apple food industry; **P**-is the price of the finished product in the food industry; **TAX**-the established tax rate in the food industry; **π**- is the price index of the product in the food industry..

Calculations based on the author's development. Sensitivity coefficients of factors influencing household consumption expenditures have been developed (see "Table 6").

We also obtained the following multi-factor regression model based on the calculation results of Table 6 of household consumption expenditures:

$$\text{LN}(\text{IX})=2,83+1,87*\text{LN}(\text{IO})+0,28*\text{LN}(\text{OIS})+0,156*\text{LN}(\text{FS})-0,287*\text{LN}(1+\text{INI})+0,86*\text{LN}(1+\text{IHD})+1,27*\text{LN}(1+\text{TD})+0,65*\text{LN}(1+\text{ITD})-2,459*\text{LN}(\text{AS}) \quad (5)$$

**Table 6**  
**The results of the econometric model of factors affecting household consumption expenditures [23]**

Method: The least squares method  
Selection periods: 2003 2018  
Number of observations received: 16

Variables	Coefficient	Standard-error	t-statistics	Probability
GDP growth rate(LN_IO_)	1.874571	1.467510	1.277382	0.2422
The growth rate of food production (LN_OIS_)	0.279053	0.255948	1.090272	0.3117
Average annual interest rate on short-term loans (LN_FS_)	0.155860	0.095686	1.628868	0.1474
Consumer goods price index (LN_1_INI_)	-0.287532	0.237113	-1.212637	0.2646
Household income in the form of wages (LN_1_IHD_)	0.861140	0.542438	1.587535	0.1564
Business and other income of households Household and other forms of household income (LN_1_TD_)	1.278093	0.904752	1.412645	0.2006
Household income in the form of social payments (LN_1_ITD_)	0.652819	0.427550	1.526884	0.1706
Permanent population growth rate (LN_AS_)	-2.458669	1.916615	-1.282818	0.2404
C	2.833058	1.968216	1.439404	0.1932
R <sup>2</sup>	0.699362	Meandependentvar		-0.346477
Adjusted R-squared	0.355776	S.D. dependentvar		0.043859
Regression stand. error	0.035203	Akaike criterion		-3.557041
Involuntary change. arithmetic mean	0.008675	Schwartz Baes criterion		-3.122459
Proximity to logarithmic reality	37.45632	Xanan-Quinn criterion		-3.534786
F-statistics	2.035477	Darbin-Watson sta.		0.919860
Probability value	0.182333			

It is suggested that the increase in household consumption expenditures is mainly influenced by the constant population growth rate and the consumer goods price index. As a result, an increase in the consumer price index by 1% will lead to an increase in household consumption expenditures by 0.29%, and an increase in the rate of permanent population growth by 1%, leading to an increase in household consumption expenditures by 2.46%. The remaining indicators significantly affect household consumption expenditures.

These indicators include the growth rate of food production (OIS), household income in the form of wages (IHD), household income in business and other forms (TD), and household income in the form of social payments (ITD) 1 % increase, reducing household consumption expenditures by 0.28%, 0.86%, 1.27%, and 0.65%, respectively.

**Conclusion.**

In 2018, the minimum per capita budget for food consumption will increase by 2.6 times for dairy products, 15.2% for fruits and berries, 1.3 times for potatoes, or 13 times for meat according to rational medical standards. , 3 percent, melons 41.9 percent, fruits and berries 11.1 percent, eggs 27.4 percent less. This is due to a certain decrease in the income of the population and an artificially rapid increase in prices.

In assessing the development of production in the food industry and the competitiveness of their activists: the share of key sectors of the economy in production; participation in ensuring the functioning of food and food markets in the country; credit ratio of food industry enterprises; it is expedient to use indicators to determine the level of their fixed assets and their participation in export processes.

Establishment of a stable raw material base on farms specializing in the cultivation of meat, dairy, melons and vegetables and other products in the quantities required for processing and production of high quality food products and specialized enterprises exporting a significant amount of food products, in foreign markets a targeted approach is needed to modernize them by introducing new modern foreign equipment and technologies that are in constant demand.

**List of references:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 18 мартда “Аграр ва озиқ-овқат соҳаларини бошқариш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4643-сонли Қарори. / lex.uz
2. Djankov S. and Shifler A. (2001) The Regulation of Entry, Quarterly Journal of economics, 117, –P. 1-35.
3. Desai M. (2003) Institutions, Capital Constraints, and Entrepreneurial Firm Dynamics: Evidence from Europe, Harvard NOM Research – P.59.
4. Dennis R. (2018) Between the farm gate and the dinner plate: motivations for industrial change in the processed food sector, Ohio State University, United States, –P. 121-12.
5. Ovaska T. (2004) Entrepreneurship in Post-Socialist Economies, West Virginia University, Department of Economics Working Paper, 6.
6. Robinson J. (2002) Social and Institutional Barriers to Market Entry.
7. Capone R. (2014) Food Economic Accessibility and Affordability in the Mediterranean Region: an Exploratory Assessment at Micro and Macro Levels // Journal of Food Security. – vol. 2. –No. 1. – P. 1-12.
8. Negi, S. (2013). Food Processing Entrepreneurship for Rural Development: Drivers and Challenges. Ecology, Economy & Ethics, – P. 186-197.
9. Lowder B.V. Choosing a methodology for entrepreneurial research: a case for qualitative research analysis in the study of entrepreneurial success factors. 2009.
10. Gorb O. Organizational-economic mechanism of management of food industry enterprises competitiveness // Journal Annals of Agrarian Science 14. 2016. – P. 191-195.
11. Зинчук Г. Развитие продовольственного рынка: теория, методология, практика: Автореф. дис.. док. экон.наук.–Саранск, 2008. – 23с.
12. Кисель М. Совершенствование организационно-экономического механизма развития рыночных отношений в перерабатывающей промышленности АПК: Автореф. дис. канд. экон.наук. –Саратов, 2001. – 21 с.;
13. Сеялова Г. Организационно-экономический механизм управления предприятиями. Монография. – Оренбург:2006. – 139 с.
14. Ходос Д. Экономический механизм развития сельскохозяйственного производства.– Красноярск: Изд-во КрасГАУ, 2008. –234 с.
15. Павленко Н. Экономический механизм эффективного развития сельского хозяйства: Монография. –Белгород: 2010. –512 с.
16. Беркинов Б.Б., Ахмедов У.А. Аҳолини озиқ-овқат маҳсулотларига бўлган истеъмол талабларининг таҳлили // Bizines-Эксперт. – Тошкент. 2014. – №8. 47-б.

17. Бобоев И.Х. Маҳаллийлаштириш асосида рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш стратегиясини шакллантириш (Ўзбекистон Республикаси озиқ-овқат саноати тармоқлари мисолида): Иқт. фан. ном. дис... автореф. – Т.: ЎзРФАИИ, 2008, 22-б.
18. Исмаилов О.Ш. Развитие пищевой промышленности Узбекистана на инновационной основе. // Экономика региона. 2010. №3. – С. 245-249.
19. Муфтайдинов Қ. Иқтисодий эркинлаштириш шароитида тадбиркорликни ривожлантириш муаммолари: Иқт. фан. док. дис... – Т.: МУЎМУ, 2004. 22-б.
20. Гафуров У. Кичик бизнесни давлат томонидан тартибга солишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштириш: и.ф.д. дисс. автореф. – Т.: 2017. 96-б.
21. Сотволдиев Н.Ж. Фарғона водийсида озиқ-овқат бозори ва унинг минтақавий фаолияти. // Иқтисодий ва инновацион технологиялар. – № 1, 2018. январь-февраль.
22. Муаллиф ҳисоб-китоблари. Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари
23. EViews-9.1 дастурий пакет асосида ҳисоблаб топилган.

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

### Аннотация

В статье рассматривается устойчивое развитие регионов, на основе эффективного использования местного туристического потенциала как уникального фактора экономического роста для стран мира. Также, уделяется особое внимание обеспечению экономического роста в регионах, повышению роли и значения туризма, в особенности внутреннего туризма, в решении важнейших социальных проблем (занятость, доходы, человеческий капитал и др.).

**Ключевые слова:** Общие виды туризма, устойчивое развитие регионов, социальные проблемы, внутренний туризм, природно-экономические ресурсы, драйвер, точка роста.

### Введение:

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), доля иностранного туризма в основных туристических направлениях составляет 25-30%, остальное приходится на внутренний туризм. Среди общих видов туризма внутренний туризм служит основным источником доходов, формирующих республиканский и местный бюджет. В частности, доходы от внутреннего туризма в развитых и развивающихся странах составляют 70-90 процентов от общего дохода. Этот показатель в 2018 году, по данным UNWTO, составил в Китае - 91,0 %, Бразилии - 95,0 %, Японии - 94,0 %, Корее - 93,0 %, Мексике - 88,0 %, Великобритании - 82,0 %, США-81,0 %, Австралии-73,0. %, Малайзии-75,0%, Франции-70,0%, Италии-71,0% и выше.

Из-за COVID-19 международный туризм пережил определенный кризис. Но в преодолении этого кризиса в качестве приоритета практически все страны мира сделали акцент на развитии и поддержке внутреннего туризма. В стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы в рамках программы «Путешествие по Узбекистану» (цели 33 и 34) планируется увеличить количество местных туристов с 12 млн человек (цель 35) [1]. Исследования, посвященные развитию внутреннего туризма в стране практически не проводились. Актуальность данного исследования заключается в формировании цепочки взаимосвязи внутреннего туризма с социально-экономическим развитием региона, проведении анализа и прогнозирование внутреннего туризма, разработке стратегии его развития, разработке научно-теоретических и методических подходов поддержки внутреннего туризма в регионах государством.

### Основная часть:

Пропорциональное социально-экономическое развитие региона, совершенствование его экономической структуры, превращение в точку роста в качестве драйвера во многом напрямую связано с внутренним туризмом. Поэтому, на наш взгляд, целесообразно уточнить определение, значение, цели, виды и формы внутреннего туризма с научно-теоретической точки зрения. Термин внутренний туризм определен в Законе Республики Узбекистан «О туризме». «Формами туризма являются международный и внутренний туризм. Внутренний туризм включает в себя путешествие в пределах Республики Узбекистан лиц, постоянно проживающих в Республике Узбекистан.» [2]

Другое официальное определение дает Госкомстат, согласно которому «внутренний туризм включает в себя деятельность посетителя, являющегося постоянным жителем данной страны, совершающего внутреннюю или выездную туристическую поездку в пределах этой страны». [3]



Путем обобщения и уточнения определений внутреннего туризма, содержащихся в официальных документах, а также данных зарубежными и отечественными учеными автор дал следующее определение: «Внутренний туризм – это формирование туристского потока местного населения на уровне страны, между ее регионами разного уровня».

Согласно требованиям международной статистики поток внутреннего туризма включает в себя следующее: находящиеся других регионах страны в командировках, краткосрочном обучении, отдыхе, посещении родственников и знакомых, лечении и восстановлении здоровья, посещении религиозных мест и святынь, закупке продуктов, решении вопросов, связанных с работой и другими личными целями.

Из данного следует, что формирование внутреннего туризма на основе целей путешествия относительно шире, и не все туристы непосредственно пользуются туристскими услугами. На наш взгляд, при углубленном анализе туристических направлений внутреннего туризма и населения и определении стратегии его развития необходимо формировать общий поток внутреннего туризма непосредственно исходя из цели путешествия. Если целевой внутренний туризм будет формироваться за счет туристов с основной туристической целью, то его практическое значение возрастет. В этом потоке, в первую очередь, необходимо обратить внимание на тех, кто отправился в паломничество, с целью отдыха и досуга, оздоровления и укрепления здоровья, а также изучения исторической культуры. В настоящее время, а также и в перспективе целевой внутренний туризм служит прочной основой для создания формирования спроса и предложения на него в регионе, развития транспортных и инфраструктурных объектов, подготовки научно-теоретических и практических предложений по развитию стратегии и концепции развития. Исходя из исследованных выше определения, значения, целевого строения внутреннего туризма, имеет научное и практическое значение уточнение его основных задач. (1.-схема).



### 1. схема. Цели и задачи развития внутреннего туризма в регионе<sup>1</sup>

Цели развития внутреннего туризма в регионе делятся на два направления..

1- важнейшей задачей является осуществление качественных изменений в социальной сфере и системе образования, направленных на повышение уровня и качества жизни населения.

<sup>1</sup> Источник: Разработка автора

2- Развитие индустрии туризма в первую очередь призвано удовлетворить нужды и потребности населения страны и регионов в туристских услугах, и направлено на поднятие человеческого капитала на более высокий уровень .

Наиболее актуальной и важной социальной задачей в регионах является обеспечение занятости быстро растущего населения. Внутренний туризм имеет ряд преимуществ в решении этой задачи. Это связано с тем, что в туризме относительно высокая производительность труда, а затраты на создание новых рабочих мест меньше. В свою очередь, новые рабочие места повысят доходы населения и сократят бедность.

В социальном направлении важнейшей и своеобразной задачей является обеспечение просвещения всех слоев населения, в первую очередь детей и молодежи, посредством внутреннего туризма. Следует отметить, насколько важен паломнический туризм в воспитании подрастающего поколения, для того чтобы они могли самостоятельно делать выводы из истории, расти достойными сынами своих великих предков, пробуждать дух патриотизма, правильно разьяснять суть священной религии Ислам, расширять кругозор.

Уникальным положительным опытом, в сфере преобщения населения к местной культуре через паломнический туризм, служит опыт стран Юго-Восточной Азии (Япония, Южная Корея, Малайзия, Индонезия).

По словам Президента Узбекистана Шавката Мирзиёева: «В рамках программ развития внутреннего туризма особое внимание следует уделить организации поездок молодежи по нашей республике в период каникул». [4]

Развитие внутреннего туризма создает уникальную почву для сохранения и укрепления национальных ценностей, обычаев, традиций гостеприимства. Создание благоприятной среды и условий для туристов требует развития городов и сел, жилищно-коммунального хозяйства, учреждений дошкольного образования, общеобразовательных школ, высших учебных заведений, учреждений здравоохранения, культуры и спорта. Необходима разработка конкретных мер по удовлетворению потребности в высококвалифицированных менеджерах, маркетологах и программистах, отвечающих мировым стандартам, направленных на подготовку, переподготовку и повышение квалификации национальных кадров по направлениям создания новых рабочих мест, поддержка частного предпринимательства в инфраструктуре туризма. Среди важных социальных направлений необходимо наметить разработку и реализацию в регионах специальных программ по сохранению и консервации памятников истории, их охране, охране природы на всех объектах туризма, соблюдение экологических требований.

В экономическом направлении среди относительно новых задач следует выделить следующие:

- в целях улучшения состава региональной экономики в обмен на относительно высокие темпы развития увеличить долю сферы услуг, в том числе туристической отрасли;
- быть примером использования передовых инноваций и цифровых технологий во внутреннем туризме;
- создание благоприятной деловой среды для развития внутреннего туризма как драйвера региональной экономики и усиления инвестиционной активности;
- создание благоприятных условий для развития промышленности, сельского хозяйства, строительства и сферы услуг на основе взаимосвязи с туризмом;
- поддержка предпринимательства в целях рационального использования туристских ресурсов и местного потенциала;
- эффективное использование имеющихся возможностей для формирования туристских зон и кластеров.

Согласно определению, данному Комитетом Государственной статистики Республики Узбекистан, «туристские ресурсы - это совокупность природно-климатических, оздоровительных, историко-культурных, образовательных и социально-бытовых объектов соответствующей территории». В официальных статистических данных перечислены следующие туристические ресурсы:

- Туристические фирмы и организации;
- Санатории и санаторно-курортные учреждения;

- Средства размещения;
- Туристические организации;
- Розничная торговля;
- Культурно-развлекательные учреждения;
- Физкультура и спорт;
- Человеческие ресурсы (подготовка кадров).

В законе Республике Узбекистан «О туризме» сами туристические ресурсы не указаны. По нашему мнению, туристские ресурсы состоят из природно-климатических, исторических, социокультурных и других объектов, которые призваны удовлетворять духовные потребности туристов, восстанавливать и укреплять их здоровье путем их показа. Туристские ресурсы или, как синоним, туристский потенциал включают в себя не только определенные объекты, но и некоторые реалии и события. В том числе религиозные праздники, спортивные и культурные мероприятия, национальные традиции и обычаи и т.д.

В соответствии с целевой сегментацией внутренний туризм можно разделить на различные формы и виды. Следует отметить, что основные различия между видами внутреннего и внешнего туризма заключаются в том, что потоки туризма различны по размеру и направлению. В ниже представленной схеме представлена система классификации внутреннего туризма, сформированная на основе мирового опыта и опыта нашей республики. (2. - схема)



**2- схема. Система классификации рынка внутреннего туризма Узбекистана<sup>1</sup>**

По официальной информации (Закон Республики Узбекистан «О туризме»), туризм является культурно-историческим, паломническим, экологическим, познавательным, этнографическим, гастрономическим, деловым, социальным, может быть разделен на спортивный, лечебный, молодежный туризм, агротуризм и другие виды туризма.

В качестве важных туристических направлений является изучение богатой и уникальной природы нашей страны. Одной из важных целей географического туризма является организация поездок всех слоев населения, и особенно молодежи, на лоно природы, к бесценным рекреационным памятникам заповедников. «Наша молодежь – это шедевры нашей природы. Необходимо организовать поездки в Чоткальский, Зоминский, Сурханский, Нуротинский, Кызылкумский заповедники.». [5]

Огромное значение в развитии регионов, в том числе и сельской местности имеет сельский туризм как особый вид внутреннего туризма. Сельский туризм в узком смысле – это агротуризм, т.е. спортивные соревнования, отдых и культурно-рекреационные

<sup>1</sup> Источник: Разработка автора

мероприятия, организуемые с целью создания благоприятных социальных условий в сельской местности. В широком смысле это означает формирование туристического кластера, включающего в себя уникальный дорожно-транспортный, торгово-сервисный, народно-промысловый и национально-культурный комплексы на базе имеющегося природно-рекреационного потенциала в сельской местности. Следует отметить, что в последние годы жители больших городов выезжают в горные и предгорные зоны отдыха, где проводят время в домах отдыха, коттеджах и дачах, построенных своими руками. В условиях пандемии COVID-19 стремительно увеличились масштабы сельского туризма, что свидетельствует о том, что развитие этого вида внутреннего туризма является одним из приоритетных направлений.

Важным фактором дифференциации иностранного и внутреннего туризма является осуществление туристических поездок в официальной и неофициальной форме. Следует отметить, что внутренний туризм отличается высоким уровнем неформальности. Основная проблема заключается в том, что официальная информационная база по внутреннему туризму в целом, включая неофициальные поездки, полностью сформирована. Имеется лишь опыт определения потока и масштабов неформальных туристических поездок в том или ином регионе с помощью специально подготовленных анкет.

По результатам обследования использования рекреационно-туристского потенциала Ташкентской области масштаб неформального туристского потока составляет 70,0 процента.[7] По данным Международной туристской организации видно, что неофициальная часть внутренних туристических поездок составляет в разных странах порядка 50-90%. Вышеуказанные цифры показывают, что роль неформального внутреннего туризма относительно высока, и в первую очередь необходимо сформировать четкую базу данных о его реальном уровне и направлениях. В целях сокращения количества неофициальных поездок следующим шагом должно стать создание необходимых комфортных условий для отдыхающих, в первую очередь развитие существующей транспортной инфраструктуры, расширение спектра и качества оказываемых услуг. Одной из уникальных форм внутреннего туризма является формирование спроса населения на путешествия по социальным слоям. По мнению международных организаций, большинства ученых и экспертов, спрос на туризм в целом в основном связан со средним классом. Они осуществляют внутренние и зарубежные туристические поездки за счет собственных средств.

Однако привлечение других слоев населения к туризму не связано напрямую с их средствами. Культура и просвещение, являющиеся приоритетными направлениями государства, изучение истории страны, широкое использование всех финансовых ресурсов в организации системы образования, использование различных механизмов стимулирования соответствуют поставленной цели. Широкое привлечение малообеспеченных семей, ценностей, детей, школьников и студентов к паломническому, географическому, культурно-познавательному, историческому туризму должно быть организовано непосредственно государством путем создания благоприятных условий. Здесь следует отметить, что в странах Юго-Восточной Азии, включая Японию и Республику Корея, младшие детсадовцы, студенты и пожилые люди широко привлекаются к обслуживанию внутреннего туризма. Главная цель – изучить историю страны для всех жителей, познакомить их с памятниками старины, вспомнить великих предков, поднять на более высокий уровень дух любви к стране. Привлечение молодежи к паломническому туризму – это способ вспомнить дух предков, святых, расширить свое мировоззрение и приумножить свои знания. Широкий охват всех слоев населения видами и формами внутреннего туризма резко отличается от внешнего туризма тем, что их поток находится на высоком уровне.

Другой формой внутреннего туризма является организация его по разным направлениям (групповой, частный, семейный, женский, мужской и др.). Среди поездок в этом направлении Узбекистан резко отличается от других развитых стран организацией семейного отдыха. Среди духовных ценностей семья является маленьким сакральным центром в лоне государства, территории, соседства и общины. В нашей стране семья



считается общностью, в которой формируются культурно-духовные, воспитательные, эстетические, правовые, политические и экономические отношения. Семейный отдых имеет свой характер и психологическое значение, что является гарантией не только восстановления здоровья, но и сплочения и укрепления семьи. Сейчас и в будущем есть все возможности и потенциал для развития семейного туризма в больших масштабах.

Основное воздействие туризма на макро-, региональном и микроуровне заключается в том, что он занимает важное место в формировании доходов от них. Они определяются валовым внутренним продуктом, показателями прибыли. Определить положение иностранного и внутреннего туризма в отдельных странах можно через формирование доходов.

По данным Всемирной туристской организации UNWTO, в 2019 году основная доля доходов от туризма пришлась на внутренний туризм в Японии - 94,0 %, Китае - 94,0 %, Бразилии - 95,0 %, Мексике - 88,0 %, Великобритании и США - 81,0, в Австралии - 73,0 процента, в Италии - 71,0 процента, во Франции - 70,0 процента. Приведенные выше цифры показывают, насколько внутренний туризм имеет преимущество перед международным туризмом. Можно заметить, что только 25-30 процентов основного туристического потока в мире приходится на международный иностранный туризм.

Если сравнить соотношение внутреннего и внешнего туризма по доходам, то можно увидеть следующее. Это соотношение (внешний и внутренний туризм), рассчитанное на основе данных UNWTO, составляет в США 1:4; в Китае-1:8; в Японии-1:8; в Великобритании — 1:4; во Франции-1:3; в Бразилии — 1:15; в Италии-1:3; в Мексике-1:9; в Австралии-1:4; в Германии-1:8; в Республике Корея-1:8; Таиланд-1:8. В соответствии с рекомендациями ученых и специалистов Всемирной туристской организации оптимальным является соотношение между внешним и внутренним туризмом - 1:4.

Рассчитать соотношение внешнего и внутреннего туризма в Узбекистане не представляется возможным из-за отсутствия официальных статистических данных по доходам. Если это соотношение можно определить косвенно через туристический поток, т.е. количество туристов, то согласно ему, соотношение между внешним и внутренним туризмом составляло 4:1 в 2015 году, 7:1 в 2019 году и 4,5:1 в 2020 году. Иными словами, можно увидеть обратную ситуацию по сравнению с развитыми туристическими странами и оптимальным соотношением, предложенным UNWTO. Таким образом, роль и значение внутреннего туризма в Узбекистане относительно невелики и не соответствуют существующим возможностям и потребностям. Поэтому, наряду с внешним туризмом, очень важно развивать высокими темпами внутренний туризм и рассматривать его как новый фактор экономического роста в стране и создавать благоприятные условия.

#### **Выводы и предложения:**

Обобщая выше приведенные взгляды с методологической точки зрения можно отметить следующую специфику внутреннего туризма, его цели и задачи, виды и формы классификации, факторы дифференциации внутреннего туризма и внешнего туризма:

- размещение услуг внутреннего туризма и потенциала в пределах отдельных регионов (область, район, город, село, микрорайон);

- его непосредственная связь с внутренним туризмом и устойчивым социально-экономическим развитием регионов, формирование цепной системы, связывающей все отрасли и сферы экономики между туристско-сырьевым потенциалом и туристскими продуктами (услугами);

- определение и обоснование культурно-просветительских, воспитательных и местных ценностей как основных задач внутреннего туризма;

- высокий спрос на услуги внутреннего туризма в паломническом, культурно-историческом, географическом направлениях;

- резкое увеличение спроса на отдых на природе и сельский туризм в условиях пандемии COVID-19 и роста доходов населения, побуждающее горожан активно путешествовать в горные и предгорные, экологически чистые районы за счет преимуществ природы и климата, сделали внутренний туризм приоритетным направлением;

- относительно высокая доля неформальных поездок в формировании и развитии внутреннего туризма, сохранение тенденции быстрого роста стремления населения к путешествиям и отдыху в будущем;

- социальное расслоение населения служит ключевым фактором развития внутреннего туризма, государство поддерживает привлечение малообеспеченных семей, воспитанников детских садов, старшеклассников, учащихся колледжей и лицеев, студентов, пожилых людей к туристскому обслуживанию;

- приоритетность организации внутреннего туризма на уровне семей и микрорайонов, направленного на укрепление и защиту наших национальных ценностей;

- признание того, что спрос на туризм, формирующийся на основе ежегодных сезонных изменений, мало влияет на организацию внутреннего туризма;

- объективно более высокий спрос на внутренний туризм и объем путешественников по сравнению с внешним туризмом.

Наиболее важными и приоритетными задачами являются углубленный анализ отмеченных особенностей внутреннего туризма, изучение спроса и предложения, научное обоснование перспективных параметров, в свою очередь, реформирование методологии статистики внутреннего туризма и ее адаптация к мировым стандартам. В настоящее время, в среднесрочной и долгосрочной перспективе имеются все условия и возможности для того, чтобы внутренний туризм оставался специфическим драйвером и стратегическим направлением регионального развития. В регионах, как и в производстве, есть все условия и возможности для того, чтобы внутренний туризм стал уникальным драйвером и стратегическим направлением устойчивого развития как единой системы, связывающей все отрасли экономики. Очень актуально и важно обеспечить устойчивое развитие внутреннего туризма как единой системы, связывающей все отрасли экономики, как и в производстве. Внутренний туризм целесообразно рассматривать как важный источник обеспечения занятости населения, что является важнейшей социальной задачей, повышением доходов населения, укреплением местного бюджета.

#### **Использованная литература:**

1. 2021-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистонинг тараққиёт стратегияси тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. Тошкент, 2022 й, 28 январь, ПФ-60 сон.
2. Ўзбекистон Республикасини “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Тошкент, 2019 йил, 18 июль, 5-модда, 2б.
3. Ўзбекистонда туризм. Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси. Тошкент. 2020,-14б.
4. Ўзбекистон Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Ёшлар кўнига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси . Тошкент, 2021йил, 1 июнь. Халқ сўзи газетаси
5. Янги сайланган Ўзбекистон Республикаси президенти Шавкат Мирзиёевнинг лавозимига киришиш тантанали маросимга бағишланган Олий Мажлис палаталари қўшма мажлисидаги нутқи. Тошкент, 2021 йил, 6 ноябрь. (Халқ сўзи газетаси 2021 йил 7 ноябрь, № 238сон).
6. Bae, S. Y., & Chang, P.-J. (2021). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards ‘untact’ tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1017–1035. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>
7. Алимова Г.А. Минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришда рекреацион-туристик салоҳиятдан самарали фойдаланиш (Тошкент вилояти мисолида) иқтисод фанлари буйича фалсафа доктори (PhD) диссертация автореферати. Тошкент, 2019,-20б.

## PROBLEMS IN FINANCIAL PROVISION OF SOCIAL SECTORS AND THEIR SOLUTIONS

**Abstract:** *The article deals with the issue of the problems of financial support of social sectors and their solution. As is known, one of the main goals of the economic policy of the modern state is the full financial support of a viable system of social support for the population, focused on the comprehensive development of citizens and social alignment. Effective financial support of the social support system requires the development of a scientifically based methodology and financial mechanisms built into the market economy within the framework of clearly defined social policy priorities, especially in the field of higher education, as it is an important and priority direction in the development of the country's economy. World economic history knows many different models for financing social spending, almost all of them are known. The main characteristic of financing the social sphere is its share in the gross domestic product, in other words, the share in the total economic well-being of the people, which allows us to assess the degree of attention of the latter to certain sectors, compare their importance with each other, and also make international comparisons. An analysis of the financing of social expenditures is impossible without considering the structure of their sources. Despite the fact that in the context of growing fees for all types of services, one often gets the impression of the leading and, at the same time, constantly increasing importance of private financing, statistics show that this is not the case. Thus, although, of course, the role of private sources is significant, it is not predominant. In practice, attention is focused on the qualitative aspect of the costs of educational institutions related to the social sphere, in the processes of cost planning, the terms "cost obligations" and "result-oriented budgeting" are widely used, which is focused on the effectiveness of this area. Accordingly, in this research are considered and analyzed solutions for the financial provision of social sectors in Uzbekistan.*

**Key words:** *social sphere management mechanism, state support for the social sphere, efficiency of financial support, performance-oriented budgeting.*

### Introduction.

The overall goal of effective management of the processes of planning and financing of the educational system of social sphere institutions is to fully ensure the well-being of the population not only today, but also in the future.

As the President of the Republic of Uzbekistan, Sh.Mirziyoev, stated in his speech dedicated to the 26th anniversary of the Constitution of the Republic of Uzbekistan, "The main goal of our Constitution is to create decent conditions for our people to live comfortably. In the future, we will have to implement the following tasks in the social sphere based on the implementation of the tasks defined in the strategy of actions and the proposals made in the dialogue with the people"<sup>1</sup>. It is known that in such conditions, theoretical-methodological and organizational issues focused on the technology of "effectiveness-oriented budgeting" in the planning and financing of the expenses of the state budget of the educational system, increasing the efficiency of budget and extra-budgetary funds allocated for these expenses, and management of organizations belonging to the social sphere, become extremely important.

---

<sup>1</sup> An educated generation is a guarantee of a great future, an entrepreneurial people is a guarantee of a prosperous life, and friendly cooperation is a guarantee of development. / Speech of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev at the solemn ceremony dedicated to the 26th anniversary of the adoption of the Constitution of the Republic of Uzbekistan. <http://uza.uz/oz/politics/bilimli-avlod-buyuk-kelazhakning-tadbirkor-khal-farovon-ayet-08-12-2018>.

The purpose of this work is to analyze the existing problems of financial support for social sectors and ways to solve them among the many options for the development of this industry. Everyone knows that the social protection of the citizens of the country is the priority task of the state and it is not for nothing that it is equated with one of the drivers of the economy, which reveals the relevance of the selected study.

#### **Theoretical aspects of research.**

People's needs for social benefits and social services are constantly increasing. All economic processes and factors affecting the well-being of the population in society are important. All opportunities, accumulated experience in the organization of activities such as management of the education system and financing of its expenses are extremely useful in the development of the country. Certainly, one of the important factors of improving the living standard of the population and improving the socio-economic status of citizens is to provide them with a quality education system.

In global practice, focusing on the quality aspect of the expenses of educational institutions related to the social sphere, the terms "cost commitments" and "performance-oriented budgeting" are widely used in the processes of cost planning[1]. It is appropriate to approach the technology of "performance-oriented budgeting" from the point of view of the reform of public expenditure management. In contrast to budget expenditure planning, which currently leads budget practice, the use of Result-Oriented Budgeting (a program-targeted method of budget expenditure planning) allows the allocation of state budget funds to the socially significant and usually quantifiable results of managers' activities, and at the same time arises from the need to monitor the achievement of the set goals and results at the same time.

There are general views that "budget planning is a structural part of management, and it is a planned management of the processes of organization, distribution, redistribution and use of state funds". The stage of budget planning is the most important stage in all stages of management, sources of budget revenues and directions of expenses are determined during budget planning. The socio-political tasks of the state will be materialized and the management bodies will be assigned socio-economic tasks[2].

The use of this method of budget expenditure planning also implies improvement of budget planning and financial management in budget organizations. In practice, the effectiveness of the usual methods of using financial resources (state procurement, open competition, tender, treasury technologies, internal control, internal audit) is increasing in increasing the efficiency of budget expenditures. At the same time, the need to properly improve the quality of state social services requires the improvement of the mechanism of planning and financing the education system costs.

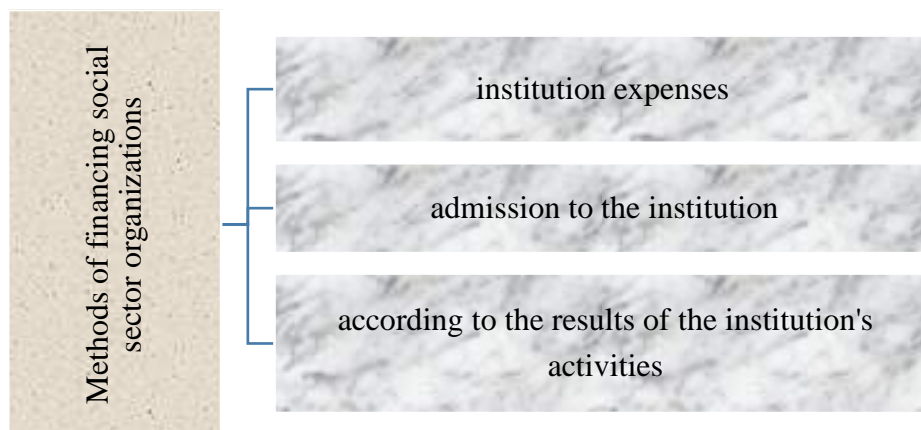
Among the methods of evaluating the effectiveness of budget expenditures proposed by A.V.Gukova, D.M.Shor, it is appropriate to apply in practice through the four stages of using "outsourcing" in the provision of budget services. Outsourcing functions used by the authors in the provision of budget services are given[3]:

- expressing the amount and directions of the budget funds used rationally in the provision of services by allocating budget organizations;
- to provide the expected budget service to the consumer, consumers, at a quality and prices suitable for them;
- organization and development of entrepreneurial activities in the market of activating, budget services; optimization, development of measures aimed at optimizing budget funds at the regional and local level.

According to T.Silvestrova, it is necessary to optimize the planning of the expenditure part of the budget in terms of providing high-quality budget service. Outsourcing of budget services contributes to the optimization of budget costs. Therefore, the optimal planning of budget expenditures should be understood as the process of maximally meeting the needs of customers by choosing a reasonable option of possible monetary expenditures. In practice, the concept of "budgeting" (budgeting) refers to the final results achieved by the various expenses of the budget, in turn, in the most effective way. The budget is "purpose-programmed planning method" or

budget planning according to programs (planning, programming and budgeting system - planning programming and budgeting system - PPBS). "Objective-programmatic planning method" was first used in the USA in the 60s of the last century by the Secretary of Defense Robert McNamara. Gradually, other ministries of the federal government began to use this method. The purpose of this method is to improve decision-making on the allocation of resources to increase the efficiency of budget funds in the field of public finance.

Foreign experiences have shown that in practice the "cost-based" method, "input-based" method and "outcome-based" method are used for social sector expenditure planning (Figure 1).



**Figure 1. Methods of financing social sector (education system) organizations[4]**

A portion of public funding in educational institutions is channeled through educational spending incentives or through the student. The more freedom is given by the state to higher education institutions in spending the funds allocated to them, the more widely used is the technology of "access-based" financing. Taking into account the number of students enrolled in higher education institutions, the use of the method of financing "on entry" also leads to the fact that the decisions made by higher education institutions are contrary to the requirements of the labor market in modern conditions, which results in the homogeneity of higher education institutions and specialties. Most of the "cost-based" financing mechanisms fail to provide incentives to increase the efficiency of the educational process.

If the state allocates funds only according to the types of educational activities, this does not guarantee that these funds will be spent on improving the quality of education or that educational institutions will find the best ways to allocate resources. The method of financing "by results" is based on the effectiveness of training graduates of educational institutions[5].

The use of efficiency-oriented budgeting technology is focused on the following tasks:

- allocation of budget resources not according to the types of expenses, but according to strategic goals;
- provision of services according to the actual demand of the population;
- comparison of expenditure programs and selection of the most cost-effective ones based on the results of evaluation of the effectiveness and efficiency of expenditure;
- establishing control over these expenses by choosing the most economical way of providing budget services;
- increasing the level of comprehensibility and transparency and reasonableness of budget expenditures;
- determining not only the monetary value of social services, but also its social effect;
- focusing on strengthening internal accountability and internal control over the effectiveness of spending rather than external control over the targeted use of funds.

Researches show that the issue of developing and improving the efficiency of educational services and business activities in higher educational institutions, ensuring their competitive advantage is becoming one of the important aspects. In order to effectively manage the internal capabilities of the higher educational institution, it is important to determine and analyze indicators



that represent the effectiveness of educational services and business activities.

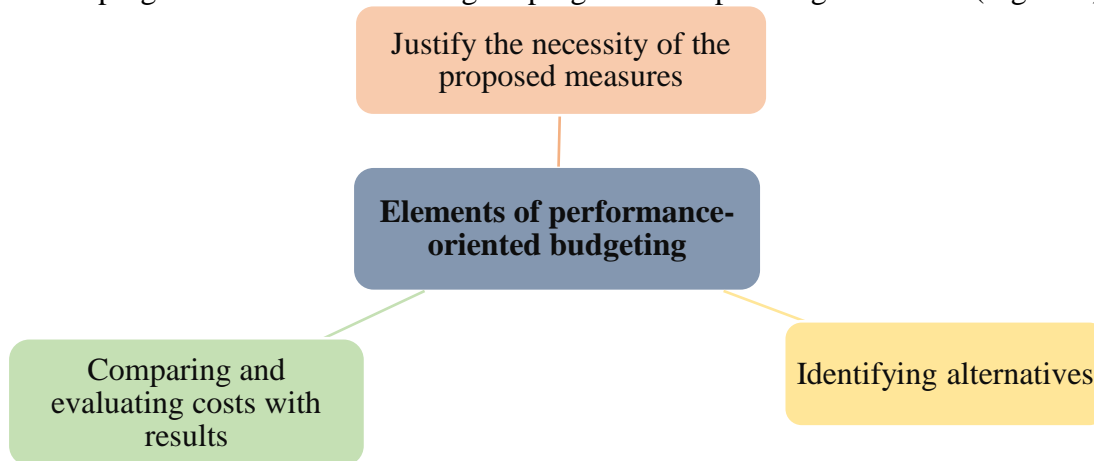
The issue of providing competitive, high-quality educational services in the conditions of state and market principles is one of the most serious issues facing the higher education institution. At the time when the educational system is moving to new conditions, the current methods of evaluation should also be modernized.

**Methodological aspects of research.**

International experience shows that "following the United States, in the 1960s, in order to allocate large-scale financial resources, in order to use more effective methods in the process of developing the budget project, the new "objective-programmatic planning method" and to begin be used "performance-oriented budgeting" method[6]. One of the important directions of budget reform in many countries is the introduction of performance-oriented budgeting. Performance-oriented budgeting envisages increasing the clarity, control, evaluation and efficiency of the allocation and use of financial resources. In order to increase the efficiency of the use of budget funds, to optimize the management of state expenses, this method of budget planning is used in the world practice in the planning of the state budget. Practitioners believe that one of the best ways to optimize budget costs is to apply and improve the "performance-oriented budgeting" method. Expenditures at different levels of the budget are directed to the final results achieved in the most effective way. Most importantly, the results of the implementation of the budget in the country are also evaluated[7]. In "cost management" technology, budget expenditures are not based on expected results, errors and shortcomings, budget management problems are visible in the implementation of control in accordance with actual and planned indicators. It should be noted that in such a planning system there may be difficulties in performing the task of evaluating the priority and efficiency of budget funds or in determining the directions of budget funds expenditure, this technology does not give an opportunity to make innovative decisions in order to reform the budget process and create an effective budget. In order to reform the budget process, in accordance with the priorities of the state policy, conditions will be created for effective management of state finances with efficiency-oriented budgeting.

Efficiency-oriented budgeting technology is a system of organizing the budget process and state management, in which expenditure planning is carried out depending on the achieved results. The concept of efficiency-oriented budgeting is constantly developing. Performance-oriented budgeting in each country has its own characteristics; There is no single method, principle, or instrument. Nevertheless, several elements can be noted that distinguish performance-oriented budgeting from other concepts of budgeting[8].

A study of Poland's budgeting method shows that many so-called "supporting" budgets are drawn up to develop the main budget. At the same time, great importance is attached to the elements of rapid budgeting, which will be at the center of the draft report on financial results. The main components of determining costs for needs in target-program planning are cost analysis and results for each program. Three elements of goal-programmatic planning are shown (Figure 2).



**Figure 2. Elements of performance-oriented budgeting[9]**

In general, performance-oriented budgeting is a budget formation (execution) system that reflects the interaction between planned budget expenditures and expected results. The purpose of this model in budgeting is to control the consistency of the spent resources and the obtained direct and social results, to assess the importance of one or another type of activity financed from the budget and the level of social and economic efficiency.

#### **Analyze and result of research.**

Although the legal-regulatory documents on results-oriented budgeting (RBB) have not been fully formed in Uzbekistan, some provisions are given. The adoption of the Budget Code of the Republic of Uzbekistan is explained by the improvement of the principles of the budget system and the adoption of the decision of the President of the Republic of Uzbekistan No.4555. This document envisages the step-by-step implementation of results-oriented budgeting in the areas of health care, public education, highways and water management.

So, in our country, the first steps have been taken to introduce a result-oriented budget. From this point of view, it is important to study the scientific-theoretical foundations of the result-oriented budget and compare it with other methods. As the main principle in the implementation of results-oriented budgeting, it represents the transition from “budget cost management” to “results management”. Results-oriented budgeting is a method of creating, implementing and controlling the budget, which reflects the budgeting process that requires the achievement of results in order to achieve strategic goals in accordance with the priorities of public policy.

In our opinion, the implementation of the result-oriented budgeting method involves the development of a system of indicators reflecting the strategic results of the country's development in the cross-section of sectors. This requires that these indicators be implemented on the basis of criteria that can be evaluated and compared to this system. If the creation of an opportunity to evaluate the indicators makes it possible to direct the budget expenditures, the comparison creates conditions for determining how positive/negative the results.

At the same time, the criterion set for the final indicators in the resulting budgeting is term. The reason is that the strategic goals of the country's development are long-term, so it is necessary to take this approach into account when planning budget expenditures. In turn, this aspect serves to create a form of medium and long-term budgeting. It should be noted that starting from the 2019 financial year, the practice of planning the budget for 3 years has been introduced in Uzbekistan. In particular, the medium-term budget was adopted for the first time by the decision of the President of the Republic of Uzbekistan No.4086 of December 26, 2018 “On the forecast of the main macroeconomic indicators of the Republic of Uzbekistan for 2019 and parameters of the state budget and budget targets for 2020-2021”.

Therefore, it is important to create a system of indicators that reflect the results at the initial stage of introducing performance-oriented budgeting. These should be divided into the following groups: financial indicators - reflect the economic calculations required to achieve results and serve to determine the size of budget expenditures; effectiveness - a system of evaluating the results of the budget organization's activities in achieving national strategic goals, in which the term and finality should be clearly reflected; purposefulness - it is necessary to move from management of budget costs to management of results and to link costs to results rather than to time (for example, analysis of the implementation of salary payment in budget organizations in a business-like manner rather than a time-based manner); sociality - it is possible to express and evaluate the effectiveness of a person or group as a result of budget expenditures; economic efficiency - the resulting budgeting should provide gross added value in the current and long-term period; socio-economic efficiency - a mutually harmonious ratio of cost and result. It is appropriate to take into account that one unit of cost affects the creation of a certain unit of value.

“Performance-oriented budgeting” has advantages over “item-based cost management” (Table 1).

**Table 1**

**Comparative analysis of “Performance-oriented budgeting” and “Expense management” technologies[1]**

<b>Comparison criteria</b>	<b>Performance-oriented budgeting</b>	<b>Expense management</b>
Purpose of planning	Determination of current and accepted obligations; establishing the powers of heads of budget organizations	Funding of budget expenses; indexation of current costs
Planning object	Achievable results	Budget expenses
Planning subject	Directing the spending of funds to results	Expenditure of funds in accordance with the plan
Planning period	Approval of the medium-term, three- to five-year budget	Approval of the annual budget
Planning	Not detailed	Detailed
Responsibility of heads of budget organization	Increase the responsibility of the heads of the budget organization and clearly establish the results	Clarification of the budget expenses of the heads of the budget organization based on the established procedures
Powers of the chief allocators of budget funds	Effective management of financial resources, including budget funds, to achieve specific results	Establish budget costs based on established procedures
Economic interests of the main allocators of budget funds	There is an interest in the results of the main allocators of budget funds	The main allocators of budget funds have an interest in the quantitative appropriation of budget funds
Object of control	Achieving results from the expenditure of budget funds	Purposeful spending of funds
Regulatory bodies	External control bodies, internal control	External control bodies
The main principle of choosing the financing of new expenses	Depends on the expected result and efficiency	Based on established budget procedures

Within the framework of solving the issues of improving the welfare of the population in order to achieve the development goals in Uzbekistan, attention is paid to the following: supporting the level of financing of programs and projects in the direction of strategic development, in areas such as education and health;

development of a medium-term budget planning system as a basis for formulating and implementing practical medium-term policies and programs;

to increase the efficiency of the use of state funds by implementing performance-oriented budgeting;

increasing the transparency of the budget process based on the full implementation of the treasury system and the improvement of information supply.

#### **Conclusion.**

In general, the technology of “performance-oriented budgeting” can be said to be a modern form of budget formation and execution. This technology represents the interrelationship between the budget costs and the results expected from these costs, the result achieved by the provision of budget services and their social, economic efficiency and effectiveness.

According to the research work, there are proposed the following recommendations for improving this area:

1. In order to strengthen the role of the local budget in improving the financial provision of social services, it is necessary to fully reflect the local budget expenses in the financial support of the state socio-economic policy.

2. Development and financial support of the social sector should be the focus of local authorities, attracting various interest and charitable funds to these areas, and the amount (account) of such expenses should be reflected in separate approved documents.

3. It is necessary to conclude bilateral contracts with various commercial entities in the implementation of additional support measures for the social sphere in the regions.

Therefore, the implementation of performance-oriented budgeting should be approached from the perspective of public expenditure management reform, even public sector reform, which includes civil service reform, institutional reform, and change management.

#### References:

1. An educated generation is a guarantee of a great future, an entrepreneurial people is a guarantee of a prosperous life, and friendly cooperation is a guarantee of development. / Speech of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev at the solemn ceremony dedicated to the 26th anniversary of the adoption of the Constitution of the Republic of Uzbekistan. <http://uza.uz/oz/politics/bilimli-avlod-buyuk-kelazhakning-tadbirkor-khal-farovon-ayet-08-12-2018>.
2. Касимова Гуляра Ахматовна. Натижавийликка йўналтирилган бюджетлаштириш – ижтимоий соҳани бошқариш ва молиялаштиришни, vol. 11, no. 131. 2019.
3. Н. А. Истомина, “Этапы эволюции и перспективы развития \*,” pp. 77–82, 2015.
4. Д. М. Ш. ГУКОВА, А. В., “Бюджетная политика методические аспекты измерения,” vol. 22, no. 64, 2011.
5. L. Bolton, “Innovative financing methods for social protection,” 2017.
6. J. Stamalevi, “The Importance of Payback Method in Capital Budgeting Decisions Article by Jones Stamalevi,” South Am. J. Manag., vol. 1, no. 2, pp. 1–6, 2015.
7. Б. И. Е. Г. О. Ориентированность and Н. А. Результат, “ДЗАНКИСОВА И.Х.,” pp. 190–194, 2006.
8. I.S. Bogomolova, “On the directions of increasing the efficiency of on-budget expenditures.”
9. А. Д. А. Ўғли, “Фойда солиғининг миллий иқтисодиётнинг,” vol. 2020, no. 2006, pp. 199–206, 2020.
10. Г. Агзамова, Н. Қўчқорова, Ўзбекистон Республикаси матбуоти солномаси. 2011.

УДК 336

DOI: 10.56937/.v2i10a5

*Жоллыбеков Владимир Бахтиярович*

Қорақалпоғистон қишлоқ хўжалиги ва агротехнологиялар  
институтини мустақил изланувчиси

## АГРОТЕХНОЛОГИЯЛАРНИ МОЛИЯЛАШТИРИШДА БАНК КРЕДИТЛАРИНИНГ РОЛИ

**Аннотация:** Мақолада қишлоқ хўжалигида агротехнологияларни молиялаштиришдаги мавжуд муаммоларнинг таҳлиллари келтирилган. Агротехнологияларни молиялаштиришдаги муаммоларни тижорат банк кредитлари орқали бартараф этиш механизмлари тавсифланган.

**Таянч сўзлар:** қишлоқ хўжалиги, инновация, агротехника ва агротехнология, тижорат банки, кредитлаш, молиялаштириш, банк risks, маркетинг, модернизация.

### Кириш

Дунёда аксарият давлатларнинг энг муҳим узоқ муддатли мақсадларидан бири бу қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш ва барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш, ишсизликни камайтириш ҳамда бандлик даражасини ошириш, барқарор нархларни шакллантириш ва мамлакат аҳолисининг даромадларини ошириш ҳисобланади. Бугунги глобаллашув шароитида ушбу мақсадларга сармойани янги агротехника ва агротехнологияларга, қишлоқ хўжалигини бошқариш, хизмат кўрсатиш, ишлаб чиқариш ва меҳнат қилишни янги агротехника ва технологиялар асосида ташкил этиш ёрдамида эришилиши мумкин.

Республикамизда қишлоқ хўжалиги корхоналарини молиялаштириш ва давлат томонидан молиявий қўллаб-қувватлашнинг янги тизими яратилган. Шу билан бирга ўринда қайд этиш жоизки, мамлакатимизда қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларини молиялаштиришда рақамли технологияларнинг ролини ошириш борасида долзарб муаммолар мавжуд. Хусусан, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларини тижорат банклари томонидан кредитлашнинг замонавий агротехнологик асослари етарли даражада йўлга қўйилмаган.

Бугунги кунда, жаҳонда рақамли иқтисодиёт ривожланиб бораётган даврда банк хизмати турларини замонвий технологияларни қўллаш орқали кўрсатишни тадқиқ қилиш каби масалаларга эътибор кучайиб бормоқда. Бу соҳада банк хизмати турларини самарали бошқаришнинг замонавий интеграллашган ахборот тизимларини жорий этиш, тизим маълумотларининг шаффофлиги ва ҳимояланишини таъминлаш, рақамли технологияларни қўллаш ҳамда ахборот тизимларининг ўзаро интеграциясини самарали равишда амалга ошириш методикасини такомиллаштириш масалалари асосий вазифалардан ҳисобланади. Рақамли технология ва инновацияларнинг кенг ривожланиши тижорат банклари томонидан хизмат турлари ахборот тизимларини такомиллаштириб боришни тақозо этмоқда.

Ўзбекистонда ҳам банклар хизмат турларини ривожлантириш хусусан, унда ахборот коммуникацион технологиялардан кенг фойдаланган ҳолда банк хизматларининг янги турларини жорий этиш масаласи бугунги кунда долзарб ҳисобланади. Жумладан, тижорат банклари томонидан қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларига кўрсатиладиган хизматларни яхшилаш мақсадида рақамли технологиялардан кенг фойдаланилмоқда. Чунки, бозордаги янги рақобатчилар барча ўлчамдаги эски молиявий институтларга таҳдид сола бошлади. Шу билан бирга янги агротехнологиялар банк хизматлари бозорида катта имкониятлар эшигини очмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 6 ноябрдаги “Ҳаракатлар стратегиясидан – тараққиёт стратегияси сари” доирасида амалга ошириладиган энг устувор



вазифалар<sup>1</sup>, 2018 йил 23 мартдаги “Банк хизматлари оммабоплигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-3620-сон қарорлари ҳамда ушбу соҳага тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгилаб берилган муҳим вазифаларни амалга оширишда мазкур мақола маълум даражада хизмат қилади.

Бугунги кунда иқтисодиёт тармоқларини модернизация қилиш, янги ишлаб чиқаришларни ташкил этиш, агротехник ва технологик қайта жиҳозлаш ҳамда истикболли лойиҳаларини амалга ошириш борасидаги иқтисодий ислохотлар натижасида қишлоқ хўжалиги соҳасида фаолият кўрсатаётган корхоналарнинг молиявий ресурсларга бўлган эҳтиёжи тобора ортиб бормоқда. Шу билан бирга ишлаб чиқаришга янги инновацион технологияларни татбиқ этишда тижорат банклари томонидан узоқ муддатли кредитлар ажратилишига эҳтиёж юқори ҳисобланади, шу сабабли, тижорат банклари фаолиятида узоқ муддатли кредитлар ва инвестициялар билан боғлиқ рискларни аниқлаш ва уларни бошқариш долзарб масалалардан биридир. Мамлакат иқтисодиётининг қишлоқ хўжалиги тармоқларини ривожлантириш, яъни қишлоқ хўжалиги соҳасида инновацион технологияларни ишлаб чиқаришга жорий қилиш бугунги кунда тижорат банкларининг фаоллигини ошириш зарурлигини тақозо этади.

### **Мавзуга оид адабиётлар таҳлили**

Иқтисодчи олим Н.Симонянц тижорат банкларининг инвестицион фаолияти сифатида “универсал ва ихтисослашган тижорат банкларининг кредит ва улуш асосида инвестицион лойиҳаларни молиялаштиришга, бирламчи бозорда қимматли қоғозларнинг эмиссиясини ташкил этиш ва жойлаштиришга, активларни бошқаришга, инвестицион компанияларни бошқаришга, кўчмас мулк билан битимларни амалга оширишга, консалтинг таҳлилий ва брокер дилерлик операцияларига қаратилган фаолиятни эътироф этади”.<sup>2</sup>

А.Наряна томонидан олиб борилган тадқиқотларда тижорат банклари инвестицион фаолиятида риск-менежмент жараёнлари қуйидаги босқичларда амалга оширилиши келтириб ўтилган: рискнинг моҳиятини аниқлаш ва таҳлил қилиш; риск билан боғлиқ йўқотишларни баҳолаш ва ҳисоблаш; рискларни бошқариш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш, рискни бошқариш билан шуғулланувчи мансабдор шахсларнинг ваколати орқали рискни камайтириш; рискларни бошқариш бўйича тақдим этилган ҳисоботларнинг белгиланган мезон ва қоидаларга мувофиқ тайёрланганлигини назорат қилиш, риск даражасига қараб даромад олиш (юқори риск юқори даромад, кам риск кам даромад); риск билан даромадни мувофиқлаштириш.<sup>3</sup>

Иқтисодчи олим О.И.Лаврушиннинг фикрича, банклар иқтисодиётнинг ўзига хос “қон томири” бўлиб, уларсиз замонавий хўжалик механизмини тасаввур қилиш мумкин эмас. Бу тизимда турли хўжалик субъектлари, давлат корхоналари, чет эл инвесторларининг пул ресурслари муомалада бўлади.<sup>4</sup>

О.В.Саввина ўзининг тадқиқотида халқаро молиявий ташкилотлар, уларнинг фаолияти ва иқтисодиётдаги ўрни, В.А.Слепова ва Е.А.Звоновойлар халқаро молиявий бозорлар бўйича илмий изланишлар олиб борганлар. Маҳаллий иқтисодчи олимлардан С.С.Ғуломов, И.И.Алимов, А.Хусанбоев ва О.Ю.Рашидов ўз тадқиқотларида банкларнинг фаолияти, уларда кредит бериш тартиби, унинг фаолиятини такомиллаштириш бўйича иш олиб борганлар. Д.Исмаилов ўз тадқиқотларида тижорат банкларининг инвестицияларни молиялаш усулларидаги рискни камайтириш орқали янада такомиллаштириш борасида “илмий янгилик ва кашфиётларга асосланган юқори технологик лойиҳаларни амалга ошириш одатда юқори даражадаги рискларга эга бўлганлиги сабабли, шунингдек республикамизда венчурли молиялашга талаб юқори бўлиб, ушбу рискли инвестициялаш

<sup>1</sup> Янги сайланган Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг “Лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталари қўшма мажлисидаги нутқидан келиб чиқиб инфографика шаклида” РИСОЛА. <https://mdo.uz/wp-content/uploads/2021/11/risola.pdf>

<sup>2</sup> Манба <https://ru.wikipedia.org/wiki> – расмий сайт маълумотлари.

<sup>3</sup> Манба <https://ru.abcdef.wiki/wiki/Narayana> – расмий сайт маълумотлари.

<sup>4</sup> Манба: <https://housecomputer.ru/business/finances/bank/books/> - расмий сайт маълумотлари.

усули ривожланмаганлиги туфайли мазкур муаммони ижобий ҳал этиш учун хорижий венчур фондларини фаол жалб этиш зарур” эканлигини таъкидлайди.<sup>1</sup>

Қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларини молиялаштириш тизим сифатида хорижлик ва ўзбекистонлик иқтисодчи олимлар томонидан илмий жиҳатдан тадқиқ қилинган ва тегишли илмий-назарий ва амалий хулосалар шакллантирилган.

О.Ястребова ва А.Субботинларнинг тадқиқотларига кўра, қишлоқ хўжалиги корхоналар молиявий ҳолатининг барқарор эмаслиги ва тўловга қобиллик даражасининг паст эканлиги уларнинг кредит муассасалари молиявий хизматларидан, шу жумладан, микромолиявий хизматларидан фойдаланиш даражасини оширишга тўсқинлик қилади.<sup>2</sup>

Фикримизча, юқоридаги хулоса Ўзбекистон амалиёти учун муҳим амалий аҳамият касб этади. Республикамизда қишлоқ хўжалиги корхоналари ва фермер хўжаликлари молиявий ҳолатининг барқарор эмаслиги ва тўловга қобиллик даражасининг паст эканлиги уларни банкларнинг молиявий ва микромолиявий хизматларидан фойдаланиш даражасини оширишга тўсқинлик қилмоқда, деб ҳисоблаймиз.

И.Петренко ва П.Чужиновларнинг тадқиқотларида, қишлоқ хўжалигининг қатор ўзига хос хусусиятларга (табiiй иқлим шароитлари, ишлаб чиқариш циклининг муддати) эгаллиги сабабли қишлоқ хўжалиги кредит бозори узлуксиз фаолият олиб бераолмайди. Бу эса ўз навбатида, давлат олдида ушбу соҳани назорат қилиб туриш муаммосини келтириб чиқаради. Сўзсиз, қишлоқ хўжалиги давлатнинг тўғридан-тўғри дотациялар, имтиёзли кредитлар шаклида фаол молиявий қўллаб-қувватлашини талаб қилади. Аммо шуни ҳам эътиборга олиш жоизки, қишлоқ хўжалигининг давлат томонидан кредитланиши кўпинча қўрилган натижаларни бермапти, бу каби кредитларнинг қайтарилиш даражаси эса пастлигича қолмоқда, молиявий муассасалар эса ушбу жараёнларда молиявий маблағлар кузатувчиси сифатида қолишмоқда. Маълумки, қишлоқ хўжалигига ажратиладиган чекланган давлат маблағлари аграр секторнинг кредит маблағларига бўлган эҳтиёжларини қаноатлантира олмайди.<sup>3</sup>

К.Пиплз томонидан амалга оширилган таҳлилларнинг натижаси кўрсатадики, банклар томонидан фермер хўжаликларига тақдим этиладиган узоқ муддатли инвестицион кредитларни бериш жараёни, уларнинг фоиз ставкалари давлат томонидан тартибга солиб турилиши зарур.<sup>4</sup>

Қ.Тошматов қишлоқ хўжалигини банклар томонидан кредитлаш масаласини тадқиқ қилган ва тадқиқот натижалари асосида шундай хулосага келади: “давлат эҳтиёжлари учун етиштирилаётган пахта ва ғалла ҳосилидан ташқари қишлоқ хўжалигининг бошқа маҳсулотларини етиштириш учун фермер хўжаликларига зарур бўлган айланма маблағлари ва асосий воситаларни самарали кредитлаш тизимини яратиш ва аста-секин давлат эҳтиёжлари учун харид қилинадиган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг ҳисоб-китоб жамғармаси маблағлари ҳисобидан кредитланаётган фермер хўжаликларини тўғридан-тўғри тижорат банкларининг махсус ҳисоб-рақамларидан очиладиган кредит линияси орқали имтиёзли кредитлашга ўтказиш зарур”.<sup>5</sup>

Аммо ҳозирги даврда фермер хўжаликлари давлат маблағлари ҳисобидан ажратилаётган имтиёзли кредитлар ҳисобидан ўз рентабеллигини таъминлаб турибди. Бунинг устига, тижорат банкларида имтиёзли кредитлар бериш учун зарур бўлган арзон ресурслар мавжуд эмас.

Рақамли иқтисодиёт, рақамли агротехнология терминига қатор маҳаллий иқтисодчи олимлар томонидан ҳам таърифлар берилган. Жумладан, иқтисодчи олим Умаров – “Рақамли иқтисодиёт бу иқтисодий, ижтимоий ва маданий алоқаларни рақамли технологияларни қўллаш асосида амалга ошириш тизимидир. Баъзида у интернет

<sup>1</sup> Манба <https://ru.abcdef.wiki/> – расмий сайт маълумотлари.

<sup>2</sup> Манба <https://ru.wikipedia.org/> – расмий сайт маълумотлари.

<sup>3</sup> Манба <https://ru.abcdef.wiki/> – расмий сайт маълумотлари.

<sup>4</sup> Манба <https://ru.wikipedia.org/wiki> – расмий сайт маълумотлари.

<sup>5</sup> Манба: <https://asiaplustj.info/news/life/person> - расмий сайт маълумотлари.

иктисодиёти, янги иқтисодиёт ёки веб-иктисодиёт деган терминлар билан ҳам ифодаланади” деб таъриф берган.<sup>1</sup>

Фикримизча, рақамли иқтисодиёт, рақамли агротехнология бу — алоҳида фаолият тури эмас. Бу, аслида, ишбилармонлик, саноат объектлари, хизматлар деганидир. “Рақамли” атамаси мазкур соҳаларнинг барчаси ахборот технологияларидан фаол фойдаланишни англатади. Агар оддий иқтисодиётда моддий буюмлар асосий ресурс ҳисобланса, рақамли иқтисодиётда бу қайта ишланадиган ҳамда узатиладиган ахборот, маълумотлар бўлади. Уларнинг таҳлилидан сўнг тўғри бошқариш бўйича ечим ишлаб чиқилади.

Бугунги кунда иқтисодий билимлар шаклланаётган шароитлардаги инновацион технологиялар иқтисодий ўсишни таъминлаб берувчи асосий омил саналади. Бундан эса шундай хулоса чиқариш мумкинки, ҳудуддаги инновацион технологик фаолият қанчалар фаол ва жадал бўлса, иқтисодий ривожланиш даражаси ҳам шунчалар юқори бўлади. Инновацияли ўзгаришларни қўллаб-қувватламай ва амалга оширмай, ушбу вазифани, айниқса, узоқ муддатли истикболда таъминлаб бериш жуда мураккаблиги барчага маълум.

Инновацион агротехнология фаолиятини барча поғоналарда рағбатлантириш юзасидан чора-тадбирлар ишлаб чиқиш заруратини алоҳида таъкидлаш жоиз, айнан мана шундагина инновацион технологик фаолият соҳасида муайян натижаларга эришиш мумкин. Г.Х.Розиқованинг таъкидлашича, “Инновацияларни ривожлантириш учун мақбул шароитларнинг яратилиши технологик базани модернизация қилиш ва миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини тубдан ошириш имконини беради”.<sup>2</sup>

#### **Тадқиқот методологияси**

Тадқиқот иш жараёнида эксперт баҳолаш, индукция ва дедукция, иқтисодий ва статистик таҳлил усулларида фойдаланилган.

#### **Таҳлил ва натижалар**

Республикамиз қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқаришни модернизациялаш бўйича олиб борилаётган ислохотлар нафақат ушбу йўналишдаги корхоналарда ишлатиладиган агротехника ва технологик жараёнларни янгилашни, балки бошқарув ва ҳисобни ташкил этишда инновацион ёндашувни талаб этади. Инновацион маҳсулотлар, ишланмалар, хизматлар ишлаб чиқарган корхона ва ташкилотлар сони 2013 йилдан 2021 йилга қадар 7,5 баробарга кўпайиб, 289 тадан 2171 тага етди. Жумладан биринчи марта инновацион маҳсулотлар, ишланмалар, хизматларни ишлаб чиқаришни ўзлаштирган қишлоқ хўжалигидаги корхоналар сони 1010 тага кўпайди.<sup>3</sup>

Қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларини молиялаштириш амалиёти қатор ўзига хос хусусиятлари билан ажралиб туради. Мазкур хусусиятлар, биринчи навбатда, қишлоқ хўжалиги соҳасининг хусусиятлари билан боғлиқдир. Ўз навбатида, қишлоқ хўжалиги соҳасига хос бўлган хусусиятлар сифатида қуйидагиларни ажратиш мумкин:

- капиталнинг секин айланиши;
- соҳанинг об-ҳавога боғлиқлиги;
- сув тошқини, жала, дўл, қурғоқчилик каби табиий офатларнинг юз бериши;
- инвестицион жозибдорликнинг нисбатан паст эканлиги;
- рентабеллик даражасининг паст эканлиги ва бошқалар.

Юқорида қайд этилган хусусиятлар қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларини молиялаштириш жараёнини, шу жумладан, уларга молиявий хизматлар кўрсатиш жараёнини давлат томонидан молиявий қўллаб-қувватлаш заруратини юзага келтиради.

Қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларини молиялаштиришнинг иккинчи муҳим хусусияти бўлиб, уларга кўрсатиладиган молиявий хизматларнинг кичик суммада эканлиги ҳисобланади. Масалан, АҚШда “504” дастури бўйича амалда фаолият юритаётган қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларига кўзгалмас мулк, агротехника ва технологиялар

<sup>1</sup> Манба: <https://asiaplustj.info/news/> - расмий сайт маълумотлари.

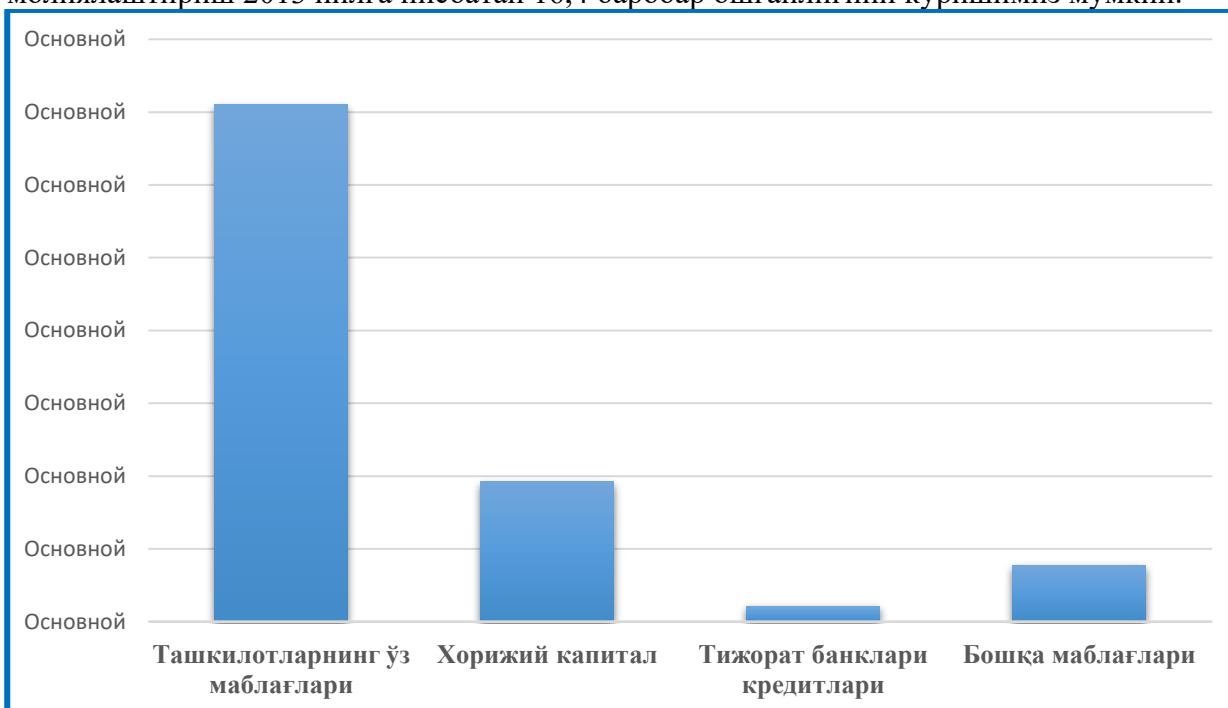
<sup>2</sup> Манба <https://ru.abcdef.wiki/> – расмий сайт маълумотлари.

<sup>3</sup> Манба: <https://stat.uz/> - расмий сайт маълумотлари.

сотиб олиш учун 10 йилдан 20 йилгача муддатга бўлган узоқ муддатли кредит берилади. Ушбу кредитнинг миқдори 1 млн. АҚШ долларидан ошмаслиги керак.

Худди шундай ҳолатни Ўзбекистон Республикаси амалиётида ҳам кўриш мумкин.

2013 йилда қишлоқ хўжалигидаги инновацион технологияларни асосан ташкилотнинг ўз маблағлари ҳисобидан (69,7%) молиялаштирилган. 2017 йилдан бошқа маблағлар ҳиссаси (55,4%) ошган. 2021 йилда ташкилотнинг ўз маблағлари ҳисобидан молиялаштириш 2013 йилга нисбатан 16,4 баробар ошганлигини кўришимиз мумкин.<sup>1</sup>



**1-расм. Инновацион технологияларнинг молиялаштириш манбалари, 2021 йил ҳолатига., фоизда<sup>2</sup>**

2021 йилда технологик, маркетинг ва ташкилий инновацияларга харажатларнинг 71,0%и (2956,0 млрд. сўм) ташкилотнинг ўз маблағлари ҳисобидан, 19,2%и (799,1 млрд. сўм) хорижий капитал, 2,1%и (88,4 млрд. сўм) тижорат банклари, 7,7%и (318,8 млрд. сўм) бошқа маблағлар ҳисобидан молиялаштирилган (1-расм).

Юқоридаги таҳлилий маълумотлардан кўриниб турибдики, корхоналарга янги техника ва технологияларни ишлаб чиқаришда қўллаш учун маблағлар асосан корхоналарнинг ўз маблағлари ҳисобидан молиялаштирилган, бу эса корхона таъсисчилари, яъни эгалари (акциядорларга) фойдаси миқдорининг камайишига олиб келади. Бундай ҳолат эса қишлоқ хўжалигидаги фуқароларнинг корхоналар очишига бўлган қизиқишларини бирмунча камайтиришга олиб келиши мумкин. Бу борада иқтисодчи олим А.Смит шундай деган: “Ҳар бир киши ўз капиталини кўпроқ қиймат келтирадиган тарзда ишлатишга ҳаракат қилади. Одатда у жамият фойдасига таъсир кўрсатишни назарда тутмайди ва унга қанча таъсир кўрсатаётганини сезмайди. У фақат ўз манфаатини назарда тутади, фақат ўз фойдасини кўзлайди. Шундай бўлса-да, бундай шароитда кўринмас қул уни мақсад сари йўналтиради, гарчи бундай мақсад унинг режасига кирмаган бўлса ҳам. У атайлаб жамиятга хизмат қилгандан кўра, ўз манфаатларини кўзлаб иш юритган ҳолда унинг манфаатларига кўпроқ хизмат қилиб туради”.<sup>3</sup> Ушбу ғояни инобатга олган ҳолда шундай фикрлаш мумкинки, жамиятда фуқаролар корхона ташкил қилишга сарфланган маблағ ҳисобидан кўпроқ фойда олишга ҳаракат қиладилар. Шунинг учун ҳам корхоналар йил давомида олган фойдасидан имкон қадар кўпроқ акция эгаларига ажратиб,

<sup>1</sup> Манба: <https://stat.uz/> - расмий сайт маълумотлари.

<sup>2</sup> <https://stat.uz/uploads/docs/innovatsiya-2021-uz.pdf>

<sup>3</sup> Манба <https://ru.abcdef.wiki/> – расмий сайт маълумотлари.

корхоналарни модернизациялаш жараёни, яъни ишлаб чиқаришга инновацион технологияларни жорий этишни тижорат банкларининг инвестицион фаолияти орқали амалга оширишлари мақсадга мувофиқ бўлади.

Рақамли технологиялар иқтисодийнинг ривожланиш даражаси ва тузилмасини ўзгартириб, одатдаги бизнес моделларини бузади, яқка тартибдаги хўжалик юритувчи субъектлар ва бутун мамлакат орасида рақобат ва рақобатбардошликни оширади, бозорлар ва имкониятларнинг кенгайишига олиб келади. Бунга Mc Kinsey Глобал институти (2015) ҳисоботида келтирилган маълумотларга асосланиб, охириги 20 йил давом этган ўсишдан сўнг, жаҳон ялпи ички маҳсулотидagi товарлар, хизматлар ва молларнинг анъанавий оқимлари улуши 2007 йилдаги 53 фоиздан 2014 йилда 39 фоизгача камайганини мисол қилиб кўрсатиш мумкин. 2005 йилдан 2014 йилгача бўлган даврда трансчегаравий маълумотлар алмашинуви ҳажми 45 баробар ошди. 2014 йилдан бошлаб жаҳонда товарлар савдосининг қарийб 12 фоизи халқаро электрон тижорат орқали амалга оширилиб келинмоқда.<sup>1</sup>

“The Boston Consulting Group” (2016) маълумотларига кўра, Хитойдаги электрон тижоратни ривожлантиришнинг юқори даражаси эътиборни тортмоқда. Бунда Хитойнинг электрон тижорат айланмаси 18 миллиард долларни ташкил этиб, ушбу даврда Хитойлик истеъмолчилар интернет сотиб олиш учун тахминан 750 миллиард доллар сарфлайдилар, бу АҚШ ва Буюк Британия кўрсаткичларини бирга қўшиб ҳисоблагандан ҳам кўпроқ. Умуман, Хитой Савдо вазирлиги маълумотларига кўра, 2016 йил охиригача мамлакатнинг халқаро электрон тижоратдаги улуши 39,2 фоизни ташкил этди. Шу билан бирга, мамлакатда 2016-2020 йилларда қабул қилинган “Тармоқни ривожлантириш дастури”га мувофиқ, электрон тижорат ҳажми 5 йил ичида 5,8 трлн. АҚШ долларига етди. “McKinsey & Company” (2016) институтининг тахминларига кўра 2025 йилга келиб рақамли технологиялар Хитой ялпи ички маҳсулотининг 22 фоизга, Россия учун эса 34 фоизгача ошишига олиб келади. 2025 йилгача АҚШда рақамли технологияларнинг яратилишидан кутилаётган ҳаражатлар 1,6-2,2 триллион АҚШ доллари даражасига етиши мумкинлиги кўрсатиб ўтилган.<sup>2</sup>

Дунё тараккиётида рақамли технологияларнинг ўрни ва аҳамияти йил сайин ортиб бормоқда. Айниқса, техник трансформацион жараёнларнинг молиявий секторларга кенг тадбиқ этилиши банк тизимлари, тўлов операциялари, кредитлаш ва бошқа шу турдаги хизматлар самарадорлигини янада оширмоқда. Молиявий хизматларни яхшилайдиган ва оптималлаштирадиган бу хилдаги технологиялар – “Финтех” (инг. “Fin Tech”) номи билан юритилувчи молиявий технологиялар ҳисобланади.

Қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларига микромолиявий хизматлар кўрсатишда банklar ролининг ошиши уларни молиялаштиришнинг ўзига хос хусусиятларидан бири ҳисобланади. Россияда Россельхозбанк, Ўзбекистонда Агробанк ва Микрокредитбанк, Германияда Райффайзенбанк қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларига молиявий хизмат кўрсатишда асосий ўринни эгаллайди.

Шуниси эътиборга лойиқки, Россельхозбанк қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларига берилган кредитнинг асосий қарз суммасини ҳам, фоиз ставкасини ҳам бонификация қилади. Германиянинг Райффайзенбанки эса, фермерларга берилган кредитларнинг фақат фоиз ставкасини бонификация қилади.

Қишлоқ хўжалиги ишлаб-чиқарувчиларига берилган кредитларни бонификация қилишнинг зарурлиги уларнинг тўловга қобиллик даражасининг паст эканлиги сабабли, бошқа банкларнинг қишлоқ хўжалигини кредитлашдан манфаатдор эмаслиги билан изоҳланади.

Россияда қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларига берилган кредитларнинг 70 фоиздан ортиқ қисми икки банкнинг – Россельхозбанк ва Сбербанкнинг ҳиссасига тўғри келади. Шундан ҳам билса бўладики, бошқа тижорат банклари қишлоқ хўжалиги ишлаб

<sup>1</sup> Манба: <https://www.mckinsey.com/> - расмий сайт маълумотлари.

<sup>2</sup> Манба: <https://www.mckinsey.com/> - расмий сайт маълумотлари.



чиқарувчиларини кредитлашдан манфаатдор эмас.

Банкларнинг қишлоқ хўжалигида агротехнологияларни молиялаштириш фаолияти объекти – иқтисодиётнинг реал сектори корхоналаридаги ишлаб чиқаришни диверсификациялаш ёки модернизациялаш, ишлаб чиқаришни кенгайтириш ёки ишлаб чиқариш хавфсизлигини ошириш ҳамда қўшимча ишлаб чиқариш қувватларини харид қилиш билан боғлиқ инвестицион лойиҳалардир. Шуни таъкидлаш керакки, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистикаси қўмитаси ходимлари томонидан корхоналар ўртасида инновацион фаолият борасида ҳар йили бир марта анкета сўровномалари ўтказилади. Ушбу сўровномаларнинг натижаларига кўра кичик саноат корхоналари инновацион фаолиятини ривожлантиришга қуйидаги муаммолар тўсқинлик қилаётганлиги маълум бўлди.

Биринчидан, қишлоқ хўжалигидаги кичик корхоналарда замонавий қимматбаҳо ускуналарни харид қилиш учун етарли маблағлар йўқлиги, маҳсулотга бўлган талабнинг пастлиги ҳамда инновацион технологиялар нархининг юқорилиги.

Иккинчидан, инновацион инфратузилмаларни ташкил этиш, инновацион технологик маҳсулотларни яратиш учун тадқиқот ўтказиш, патентлаш ва ишлаб чиқаришга жорий этишга кўп маблағлар талаб этилаётганлиги.

Учинчидан, инновацион технологияларнинг ўзини узоқ вақтдан кейин қопланиши, маркетинг ва менежмент ишлари етарли даражада олиб борилмаётганлиги, янги технологиялар ҳақида ахборотнинг етишмаслиги.

Юқоридаги муаммоларни бартараф этиш учун инновацион технологиялар фаолиятини молиявий қўллаб-қувватлашда тижорат банк кредитларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Инновацион технологиялар соҳасига капитал қўйилмаларнинг манбалари турлича бўлиши мумкин: давлат тузилмалари, тижорат банклари, халқаро фирмалар ва ташкилотлар, жисмоний шахслар ва ҳ.к. Инновацион технологиялар фаоллигини ошириш учун энг қулай маблағлар банк ва бошқа ихтисослаштирилган молиявий ташкилотларнинг мақсадли кредитлари ҳисобланади, чунки ушбу маблағлар имтиёзли шартлар билан берилади. Ҳамда инвестицион технологияларнинг асосий манбайи сифатида фойданинг бир қисми ва амортизацион ажратмалардан ташкил топадиган корxonанинг ўз маблағлари ҳисобланади. Ушбу маблағлар бевосита қишлоқ хўжалиги корхоналарининг самарали ишлашига боғлиқ.

Юқорида келтирилган муаммолардан бири инновацион технологияларга кетган маблағларни қоплаш учун узоқ вақт талаб қилиниши, бу эса тижорат банклари томонидан инвестицион кредитларнинг ҳам узоқ муддатга ажратилишига олиб келади. Бугунги кунда тижорат банкларининг инвестицион кредитлар бериш салоҳиятига салбий таъсир қиладиган муаммоларидан бири - мамлакатимиз тижорат банкларида миллий валютадаги ресурслар ҳажмида узоқ муддатли ресурсларнинг етишмаслигидир.

Ўзбекистон тижорат банклари кредит қўйилмаларини муддатлари бўйича кўриб чиқадиган бўлсак, тижорат банкларининг умумий кредит портфелидаги узоқ муддатли кредитларнинг улуши анча юқори даражада эканлигини кузатиш мумкин. 2014 йилда жами кредит портфелининг 87 фоиздан ортиқ қисми узоқ муддатли кредитлар улушига тўғри келган бўлса, 2021 йилга келиб бу кўрсаткич 90 фоизгача кўтарилганлигини кўришимиз мумкин. Ушбу ресурслар асосан, мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоқларини модернизация қилиш ва қишлоқ хўжалиги корхоналарини молиявий қўллаб-қувватлаш учун асосий манба бўлиб хизмат қилмоқда. Мамлакатимиз тижорат банкларида миллий ва хорижий валютада ажратилган кредитлар таҳлилини кузатадиган бўлсак 2021 йил давомида миллий валюта сиёсатининг либераллаштирилиши ҳисобига жами кредит қўйилмалари таркибида чет эл валютасида ажратилган кредитлар улуши 50 фоиздан ошганлигини кўришимиз мумкин, ушбу кўрсаткичлар МДХ давлатларидаги кўрсаткичларга нисбатан анча юқори бўлиб, бу ўз навбатида кредитларнинг қайтиш хатарини ва муаммоли кредитларнинг кўпайишига олиб келиши мумкин (1-жадвал).

## 1-жадвал

**Ўзбекистон Республикасида тижорат банклари кредит қўйилмаларининг муддатлари бўйича тақсимланиши<sup>1</sup>**

Йиллар	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Миқдорлари бўйича, трлн. сўм								
Ажратил-ган кредитлар	34,5	42,7	53,4	110,6	167,4	210,1	275,3	324,7
Муддатлари бўйича, (қисқа муддатли) трлн. сўм								
Қисқа муддатли	4,49	12,11	4,29	4,76	8,67	17,95	28,24	33,3
Шундан, фоизда								
Миллий валютада	60,96	67,76	57,21	37,74	44,13	64,6	59,8	50,4
Хорижий валютада	39,04	32,24	42,79	62,26	55,87	35,4	40,2	49,6
Муддатлари бўйича, (узоқ муддатли) трлн. сўм								
Узоқ муддатли	30,01	30,59	49,11	105,84	158,73	192,15	247,06	291,4
Шундан, фоизда								
Миллий валютада	59,75	65,52	58,12	42,14	48,51	98,7	121,6	49,4
Хорижий валютада	40,25	34,48	41,88	57,86	51,49	93,4	125,4	50,6

Қишлоқ хўжалиги корхоналарини молиялаштириш хусусидаги илмий- назарий қарашларни ўрганиш натижаларига асосан:

биринчидан, қишлоқ хўжалиги корхоналари молиявий ҳолатининг барқарор эмаслиги ва тўловга қобиллик даражасининг паст эканлиги уларнинг кредит муассасаларининг молиявий хизматларидан, шу жумладан, молиявий хизматларидан фойдаланиш даражасини оширишда қийинчиликлар туғдириши хусусидаги хулоса республикамиз учун муҳим амалий аҳамият касб этади;

иккинчидан, қишлоқ хўжалиги корхоналарининг молиявий хизматлардан фойдаланиш имкониятларининг чекланганлиги давлатнинг ушбу жараёнга аралашувини зарурий ҳолатга айлантиради;

учинчидан, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ва тармоққа етказиб бериладиган моддий-техника ресурслари ҳамда кўрсатиладиган хизматлар нархлари ўсиши ўртасидаги уларнинг молиявий ҳолатини ёмонлашишига олиб келади;

тўртинчидан, тижорат банкларида имтиёзли кредитлар бериш учун зарур бўлган арзон ресурсларнинг мавжуд эмаслиги туфайли қишлоқ кредит кооперативларини ташкил қилиш, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлашга ихтисослашган ишлаб чиқариш корхоналари ва фирмаларини ташкил этиш мақсадида банklar томонидан берилган инвестицион кредитларнинг фоиз ставкаларини бонификация (давлат томонидан бериладиган кредитларнинг фоиз ставкасини субсидиялаш) қилиш каби илмий-назарий қарашлар амалий аҳамият касб этади.

Ўзбекистон тижорат банкларининг жаҳон банклари билан ҳамнафас бўлиб яшаши интеграциялашув ва глобаллашув жараёнларининг фаоллашувига кенг йўл очмоқда. Бир томондан интеграцион жараёнларнинг ривожланиши замонавий АКТдан фойдаланишни тақозо этса, иккинчидан, бизнес трансформациясини вужудга келтирди. Ушбу жараёнларни иқтисодий-сиёсий жиҳатдан ўрганиш ва илмий хулосалар чиқариш давр талаби

<sup>1</sup> Манба: <http://cbu.uz/> - Ўзбекистон Республикаси Марказий банкнинг расмий веб-сайти маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

хисобланади. Рақамли иқтисодиёт ва технологиялар коррупция ҳамда “қора иқтисодиёт”нинг асосий қушандасидир. Чунки, рақамлар ҳамма нарсани муҳрлайди, хотирада сақлайди, керак пайтда маълумотларни тез тақдим этади. Бундай шароитда бирон маълумотни яшириш, яширин битимлар тузиш, у ёки бу фаолият ҳақида тўлиқ ахборот бермасликнинг иложи йўқ, компьютер ҳаммасини намоён қилиб қўяди. Маълумотлар қўплиги ва тизимлилиги ёлғон ва қинғир ишларга йўл бермайди, чунки тизимни алдаш имконсиз. Натижада “ифлос пулларни” ювиш, маблағларни ўғирлаш, самарасиз ва мақсадсиз сарфлаш, ошириб ё яшириб кўрсатиш имкони қолмайди. Шу сабабли, қишлоқ хўжалиги корхоналарини молиялаштиришда рақамли технологияларнинг ўрни муҳим, деб ҳисоблаймиз.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Матёкубова Д.О. Банкларда инвестиция лойиҳаларини молиялаштириш ва мониторингини ташкил этиш хусусиятлари. // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали, 2017, №4.
2. Исмаилов Д.А. Инвестиция фаолиятини молиявий бошқариш усулларини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун тайёрлаган диссертация автореферати. - Т.:, 2018.
3. Инновацион хизматлар бозорини шакллантириш ва ривожлантириш ҳамда унинг Ўзбекистон Республикаси ҳудудлари иқтисодиётининг рақобатбардошлигини оширишдаги таъсири. Монография. - Т.: “Lesson press”, 2017.
4. Исломов А., Эгамов Э. Иқтисодий таълимотлар тарихи. Ўқув қулланма. - Т.: “Ўзбекистон”, 2003.
5. Ташматов Р.Х. Инновацион ривожланиш: муаммо ва ечимлар. - Т.: “Lesson press”, 2017.
6. Камилова И.Х. Иқтисодиёт тармоқларини ривожлантиришда тижорат банклари инвестицион кредитларининг ролини ошириш. // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали, 2017, №4.
7. Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг 2021 йилдаги фаолияти тўғрисидаги ҳисоботи. ([www.cbu.uz](http://www.cbu.uz)).
8. Norov, A. R. ., Yuldashev, J. A. ., Sattorova, N. G. qizi ., Turgunova, K. S. kizi ., & Ibragimov, I. K. . (2022). The Role of the Foreign Exchange Market in Ensuring the Stability of the National Currency in the Country. Spanish Journal of Innovation and Integrity, 6, 20-27. Retrieved from <http://sjii.indexedresearch.org/index.php/sjii/article/view/207>
9. Abidova Dilfuza Igamberdievna. (2021). Promising measures for the development of sustainable tourism in the context of the COVID-19 pandemic. Academic Journal of Digital Economics and Stability, 4, 1–6. Retrieved from <https://economics.academicjournal.io/index.php/economics/article/view/33>
10. Norov, A. R. ., Haydarov, O. A. ., Saipnazarov, S. S. ., & Saidaxmedova, A. M. . (2022). Mechanisms to Ensure the Stability of the National Currency in the Republic of Uzbekistan. Spanish Journal of Innovation and Integrity, 5, 393-400. Retrieved from <http://sjii.indexedresearch.org/index.php/sjii/article/view/157>

## PRIORITY DIRECTION AND LIBERALIZATION OF THE BANKING SYSTEM OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

**Abstract.** The banking system is one of the most financially powerful parts of any country. Therefore, the establishment and reform of the banking system has been one of the main reforms in every developed or developing democratic society. Any healthy tax system should be based on fundamental principles such as equality, accuracy, convenience and economy in taxation, as well as efficiency and budget adequacy, advanced by the leader of the classical economic school, Adam Smith. Historical experience shows that the lack of these foundations leads to the loss of confidence of taxpayers in the state tax system and creates a disaffected attitude towards paying taxes. Based on these historical facts, the improvement of tax administration was defined as one of the main directions in the Action Strategy initiated by President Shavkat Mirziyoyev. On this basis, a number of viable projects have been implemented and this momentum is being continued. As a result, the complex and burdensome tax system, which has been an obstacle to the country's development for years, has been fundamentally renewed. This article describes in detail the operation of the banking system in Uzbekistan and the process of its liberalization.

**Keywords:** banking system, credit, bonus, customer right, liberal system, action strategy, etc.

**Introduction.** The development of the banking and financial system in our country, increasing stability, and efficient circulation of funds is one of the necessary conditions for the openness and competitiveness of the economy. In this regard, the implementation of the five priority areas carried out in 2017-2021 in accordance with the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On the strategy of actions for the further development of the Republic of Uzbekistan" is considered an important factor in the development of the banking and financial system. The III-direction of the strategy is devoted to "Priority directions of development and liberalization of the economy", which are aimed at "Further strengthening of macroeconomic stability and maintaining high rates of economic growth." At the same time, reforming the banking system based on the development of the financial market, expanding the scope of services in banks, as well as attracting funds from the population to bank savings was also noted as one of the priority tasks. As is known, the development of banking infrastructure is a factor that ensures the consistency of an effective mechanism associated with an increase in the number of customers through the expansion of banking services.

**Literature analysis and methods.** Scientific research on the development of banking infrastructure can be observed in the works of Russian scientists such as A.V. Kotov, E.F. Zhukov, O.I. Lavrushin, G.P. Zhuravlev. O.I. Lavrushin in his scientific work pays special attention to the structuring of the banking infrastructure. Interestingly, his views have not changed to this day. He proposes to divide the banking infrastructure into two blocks (internal and external infrastructure). As the scientist notes, the function of the internal block is to ensure the internal stability of the bank, and the function of the external block is to interconnect the bank with the external environment. Based on this division, we propose to group part of the internal block as follows:

- 1) legislative norms that determine the status of a credit institution, a list of operations that are performed by them;
- 2) internal rules for fulfilling the requirements of legislative acts, protecting the interests of depositors and clients of the bank, in general, carrying out operations of methodological support;
- 3) accounting, reporting, analysis system based on modern communication systems, computer data processing, banking management system;
- 4) the management apparatus of the bank.

If O.I. Lavrushin grouped banking infrastructure, dividing it into internal and external blocks, A.V. Kotov, on the contrary, defines banking infrastructure as “a set of institutions that create the necessary conditions for banking activities and assist in providing them to consumers”. A similar approach in relation to the banking infrastructure is given in the textbook "Money, credit, bank" edited by the scientist-economist E.F. Zhukov, who is similar to the scientific views of O.I. Lavrushin, i.e. E.F. Zhukov divides the banking infrastructure into four areas - informational, methodological, scientific and personnel. Also, in order to ensure the continuity of payments, the introduction of innovative products, ensuring the availability of banking services and the development of a competitive environment in the payment services market, as well as the implementation of the tasks noted in the Action Strategy for the five priority areas of development of the Republic of Uzbekistan in 2017-2021, a Resolution of the President was adopted Republic of Uzbekistan No. PP-3945 “On the establishment of the National Interbank Processing Center of the State Unitary Enterprise “Main Informatization Center of the Central Bank of the Republic of Uzbekistan”.

**Results.** The adoption of these government documents, the implementation of measures in the banking system is one of the main factors in the development of the banking system, aimed at fundamentally reforming the country's banking system. In the third direction “Priority directions for the development and liberalization of the economy” of the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated February 7, 2017 No. UP4947 “On the strategy of actions for the further development of the Republic of Uzbekistan”, as well as in paragraph 122 of the action plan for the implementation of this strategy, the task was set to increase the volume and the coverage of cashless payments, in particular, the introduction of a modern electronic form of payments in the economic spheres and the stimulation of business entities, as well as the reduction of non-banking turnover. In this regard, it is advisable to carry out the following to expand the volume of cashless payments, infrastructure development:

- adoption of regulatory legal acts on the development of the banking infrastructure in the country and the improvement of the system for providing remotely controlled services to the population;
- improving the provision of innovative services, i.e. remote control of clients' own funds, ensuring the possibility of managing funds within 24/7;
- introduction of digital banking services in banks, improvement of the payment system through QR codes, QIWI system, NFS, as well as an increase in the number of “cash-in” and “cash-out” ATMs and improvement of money transfer to settlement accounts and bank plastic cards using cash-in ATMs;
- improving the quality and increasing the number of financial services provided to the population, while special attention should be paid to the provision of remote banking services to the population, while expanding the provision of loans in online mode and setting the optimal interest rate;
- commercial banks, not limited to providing loans and attracting deposits, need to introduce new types of services into practice based on an analysis of the needs and demand of the population. In this case, it is necessary:
  - develop a special plan for innovation activities for the bank;
  - increase the types of innovative services;
  - to improve scientific research in ensuring innovative activity;
  - studying the needs of the bank's clients, effective and efficient cooperation with them, as well as the formation of an up-to-date model of the relationship between banks and their clients, the implementation of a favorable banking policy for clients, having deeply studied the weaknesses in the quality of the services provided to them.

The Strategy of Actions put forward by the President of Uzbekistan and adopted in consultation with our people as a practical document defining the "Great Uzbek Way" has created a foundation for us to step forward in the perspective of the nation's development. This is recognized by prestigious international financial institutions, organizations such as the World

Bank, which is at the forefront of a number of reforms, and the International Monetary Fund. In particular, Cyril Muller, the vice-president of the World Bank: "This is a very powerful, certainly historical document. "It represents the beginning of a new era in Uzbekistan, and it describes new worldviews and approaches that define a new dynamic in the country's development," he said. Indeed, today our country is becoming a country of democratic changes, broad opportunities and practical work. This process is the biggest result of our reforms. Clarity of the goal serves as the most important criterion that ensures the effectiveness of actions. If we look at the actions carried out in the direction of economic development and liberalization of the action strategy, a fair, transparent and long-term new tax administration has been created in order to strengthen the foundation of economic stability. First of all, the types of taxes were reduced from 16 to 9, control forms from 13 to 2.

The new version of the Tax Code, which came into force in 2020, was the main factor in bringing the tax administration to a new stage. The following innovations were introduced in the tax legislation with the Code. First, the number and types of taxes and fees, as well as individual tax regimes, were optimized. In particular, 9 types of taxes, and for small enterprises (turnover up to 1 billion soums), a separate tax regime in the form of a tax has been preserved. Secondly, the principle of working on the basis of cooperation with taxpayers was introduced as the priority tasks of tax authorities. That is, it was determined that tax authorities must cooperate with taxpayers in order to properly implement tax legislation. Thirdly, due to the widespread use of modern information technologies, tax administration, in particular, the system of refund of value added tax, has been fundamentally changed. As a result of these reforms, the number of VAT payers increased 20 times (from 6.9 thousand to 140.7 thousand) in 2016-2021. Its revenues increased from 6.9 trillion soums in 2016 to 20.4 trillion soums in 2020. This indicator is expected to be 25.3 trillion soums in 2021.

The level of uncertainty is very large, however. The recovery could be delayed by a resurgence of infections, a slower-than-expected rollout of vaccines, or new containment measures, as well as slower growth in Uzbekistan's main trading partners and fluctuations in commodity prices, notably the price of gold. The humanitarian and economic impact of the pandemic slowed Uzbekistan's transformation to a modern market economy. As the pandemic abates, Uzbekistan will need to secure strong, sustainable, and inclusive growth to narrow the income gap relative to other emerging economies and achieve the Sustainable Development Goals. The authorities will need to continue with wide-ranging structural reforms to help achieve this, including by reducing the role of the state in the economy and creating an environment conducive to strong private sector growth, while expanding the social safety net to protect vulnerable households. The authorities' commitment to continued sound macro-economic policies is welcome, but the withdrawal of fiscal stimulus should be gradual as the pandemic subsides. The authorities are committed to ensure fiscal sustainability, by adopting a set of fiscal rules and reducing the budget deficit in the coming years to place public debt on a downward path. With this, the risk of public debt distress is assessed to remain low. At the same time, the government should create room—by further improving revenue administration and spending efficiency—to allow for a further expansion of the social safety net and additional investment in healthcare and education. Monetary policy remains appropriately focused on lowering inflation, and the CBU should continue to allow exchange rate flexibility. Further improvements are needed in the CBU's supervisory capabilities to better monitor banks and effectively respond to possible banking sector difficulties. Adherence to sound policy frameworks and close coordination among policymakers are essential to maintain macro-financial stability.

**Discussion.** In the near-term, macro-economic policies need to stay focused on protecting lives and livelihoods and supporting the recovery. This will need to come mainly from fiscal policy, and fiscal buffers can be used if downside risks materialize. Looking further ahead, policies should focus on maintaining macroeconomic stability. Despite the increase in public debt in recent years, Uzbekistan is at a low risk of debt distress. Fiscal policy will need to be gradually tightened in the coming years, after the pandemic subsides, to ensure sustainability. Monetary policy should



remain focused on reducing inflation, while allowing exchange rate flexibility. The pace of structural reforms will need to be accelerated. Reforms have been on the right track and progress understandably slowed due to the pandemic. The agenda is still large, however, and further progress is crucial for achieving strong, sustainable, and inclusive growth. Near-term efforts should focus on strengthening institutions, administrative capacity, governance, the social safety net, and financial intermediation, but most of all on creating an environment conducive to private sector job creation. Medium-term reforms should focus on reducing the role of the state in the economy, improving public service delivery, and further enhancing the social safety net, including pension reform, as well as land and energy sector reforms.

In the process of transition to a market economy and deepening of market relations in our country, liberalization, democratization of all spheres of socio-political and economic life, acceleration of structural changes in the national economy are the main driving forces of macroeconomic balance. As we know, the word Liberalization is derived from the word Liberalism (French: libéralisme), which means freedom to control oneself, one's behavior, one's property. At present, according to liberal ideas, the free market mechanism creates the most favorable conditions for effective economic activity and the regulation of social and economic processes; At the same time, regular government intervention is needed for the market and competition to develop normally. In developing countries, economic liberalization is more likely to mean liberalizing or "opening up" their economies to foreign capital and investment. The three fastest growing economies today; Brazil, China, and India have achieved rapid economic growth over the past few years or decades, from partial "liberalization" of their economies to foreign capital. The Republic of Uzbekistan has also paid special attention to economic liberalization since the early years of independence. The transition of Uzbekistan to a system of market relations has become the basis for the development of private property and the free movement of commodity-money relations. In this regard, a number of reforms have been carried out in the country. For example, the Law of the Republic of Uzbekistan "On denationalization and privatization of property" of November 19, 1991, the "Strategy of actions" of the Republic of Uzbekistan, adopted on February 7, 2017, the Republic of Uzbekistan It is worth mentioning the Presidential Decree of January 17, 2017 "On accelerating the sale of state-owned property for business purposes and further simplification of its procedures." The third direction of the action strategy adopted in 2017, called "economic development and liberalization", also indicates the importance of liberalization of the economy for the development of the economy of the Republic. The strategy envisages institutional and structural reforms aimed at strengthening macroeconomic stability and maintaining high economic growth, increasing the competitiveness of the national economy, modernization and accelerated development of agriculture, reducing state participation in the economy, aimed at further development and liberalization of the economy. to continue the protection of private property rights and further strengthen its priority position, stimulate the development of small business and private entrepreneurship, integrated and balanced socio-economic development of regions, districts and cities, improve the investment climate implementation of reforms, such as active investment, has been identified as a priority.

**Conclusion.** The most recent and important news in this regard is the decision of the Cabinet of Ministers dated September 22 of this year "On measures to further improve the accounting of taxpayers and simplify the procedure for compensation of value added tax" with the decision was approval of the regulation on the procedure for special registration of value added tax payers with tax authorities. This regulation established the procedure for special registration of VAT payers in tax authorities based on tax risk assessment. According to the new regulation, starting from December 23 of this year, the risk level of taxpayers during special VAT registration will be determined by automatic programs without the participation of the human factor. Applications for special registration are processed within 7 days. If the application is not processed within this period, a special registration certificate will be issued automatically. Based on the results, they are categorized as high, medium or low tax risk. Efforts in the direction of improving the system of correct accounting of VAT and refund of negative amount are being intensively continued. In

particular, in order to check the authenticity of the amounts taken into account to increase tax revenues, to create an electronic program "Takhgap" aimed at automatically detecting breaks in the VAT chain (when VAT is not paid in full (or at all) by each of the participants) and eliminating unjustified amounts taken into account work is in progress. These new criteria and our actions are important as they are aimed at protecting entrepreneurs working legally in the market and preventing future liability risks. Fourth, the ugly experience of overcharging has been completely abandoned. In case of such cases, the procedure of paying interest for each delayed day along with the return of the overpayment amount was put into practice. This year alone, over 3 trillion soums of prepayments accumulated over the previous years were reduced by 40 percent. Fifth, the procedure for collecting tax debt from debtors was abandoned. This allows taxpayers to manage their funds independently. Sixthly, the authority to delay the payment of taxes or provide the possibility of payment in installments was given to the state tax service bodies and local councils of People's Deputies. Recently, in accordance with the norms of the newly revised Tax Code, 171 entities were given the opportunity to pay a total of 688 billion soums of tax in installments. Of this, 560 billion soums (81%) were given the opportunity to pay tax in installments by state tax service bodies, 128 billion soums (19%) by local councils of People's Deputies.

Today in Uzbekistan, there is an opportunity to freely operate in a wide and equal competitive field for entrepreneurship, and an attractive investment environment is emerging. In order to further improve the investment environment of our country, to ensure the introduction of the principles of fair competition, and to regulate the practice of granting tax and customs benefits, amendments and additions were made to 45 legal documents. A number of tax and customs benefits have been removed from practice through certain legal documents that have been declared invalid. As a result, 84 different ineffective tax credits were canceled. The number of enterprises founded by foreign investors increased 2.6 times in 4 years and reached 13.2 thousand.

#### References:

1. Банковское дело: учебник / под ред. проф. О.И.Лаврушина. М.: Кно Рус, 2013. 800 с.
2. Котов А.В. Формирование и развитие банковской инфраструктуры в России. Саратов, 2004. 14 с.
3. Деньги. Кредит. Банки: учеб. для вузов / Под ред. Е.Ф.Жукова. М.:ЮНИТИДАНА, 2003. 600 с.
4. Центральный банк Республики Узбекистан. [Электронный ресурс]. Режим доступа:www.cbu.uz./ (дата обращения: 10.12.2018).
5. Abdullayeva Sh. va boshqalar Tijorat banklari kapitali va uni boshqarish. O'quv qo'llanma. –Т.: "IQTISOD-MOLIYA", 2006. – 118 b.
6. Абдуллаева Ш. Банковский менеджмент и маркетинг. Учебное пособие./ Ш. Абдуллаева, М. Файзуллаева, О. Галак, Д. Абидинова. – Т.: IQTISOD-MOLIYA, 2007. – 182 с.
7. Abdullayeva Sh.Z. Bank ishi. Darslik/ – Т.: Toshkent, 2003. – 312 b.
8. Abdullayeva Sh.Z. Bank risklari va kreditlash. – Т.: Moliya, 2002. – 304 b.
9. Abdullayeva Sh.Z. Xalqaro valuta-kredit munosabatlari. Darslik/. – Т.: "IQTISOD-MOLIYA", 2006. - 576 b.
10. Денги. Кредит. Банки./ О.И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2007. – 319 с.
11. Кашапов Х. Сборник задач по курсу "Банковское дело"/ Х. Кашапов. – Т.: "IQTISOD-MOLIYA", 2005. – 36 с.

УДК 330.322

DOI: 10.56937/v2i10a7

Абдуразакова Н.Р.

самостоятельный соискатель,

Ташкентский экономический и педагогический институт

## ПРИТОК ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В УЗБЕКИСТАН

**Аннотация.** Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) играют решающую роль в росте и развитии экономики страны. ПИИ относятся к инвестициям, сделанным иностранной компанией в бизнес или экономику принимающей страны либо путем создания новых операций, либо расширения существующих. В данной статье изучается приток ПИИ в Узбекистан. Он анализирует тенденции прямых иностранных инвестиций и разрабатывает рекомендации, связанные с анализом.

**Ключевые слова:** ПИИ, инвестиции, тенденция, экономика Узбекистана, инвесторы, иностранные инвесторы

### Введение

Дальнейшее углубление региональной экономической интеграции между странами с 1990-х годов и заметное увеличение глобальных потоков ПИИ (ЮНКТАД, 2003) на 442 млрд долларов США в период между 1990 и 2002 годами было продемонстрировано расширением региональных интеграционных соглашений в различных формах от Зоны свободной торговли для экономических союзов<sup>1</sup>. Это, в свою очередь, повысило внимание к влиянию экономической интеграции на приток прямых иностранных инвестиций, поскольку некоторые исследования показывают, что через распространение НИОКР, технологий, знаний и навыков иностранные инвестиции играют важную роль в процветании стран с развивающейся экономикой. С распадом Советского Союза посткоммунистические страны, как и другие страны с развивающейся экономикой, рано осознали потенциальные выгоды для ПИИ и стремились к экономическому расширению за счет Содружества Независимых Государств (СНГ), Таможенного союза (ТС) и общий рынок, постепенно понимая ценность прозрачности, деловой составляющей, экономического и политического процветания и благоприятной экономической ситуации. ОЭСР описывает ПИИ как трансграничные вклады в одну экономику бизнеса-резидента в компанию в другой стране, которая стремится получить постоянную ценность от компании-резидента другой страны.

Привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) может принести Узбекистану ряд преимуществ, таких как:

**Экономический рост:** ПИИ могут способствовать ускорению экономического роста за счет увеличения притока капитала, создания рабочих мест и стимулирования конкуренции на рынке. Это может привести к повышению производительности, улучшению передачи технологий и созданию новых отраслей.

**Передача технологий:** ПИИ могут принести в Узбекистан передовые технологии и управленческий опыт, что может повысить качество и эффективность местной промышленности. Это может повысить конкурентоспособность экономики Узбекистана на мировом рынке.

**Диверсификация:** ПИИ могут помочь диверсифицировать экономику Узбекистана за счет привлечения инвестиций в новые и развивающиеся отрасли. Это может снизить зависимость от традиционных отраслей и создать новые возможности для роста и развития.

**Развитие инфраструктуры:** ПИИ могут помочь в финансировании инфраструктурных проектов, таких как транспортные сети и системы связи, которые могут улучшить связь и

---

<sup>1</sup> **WORLD INVESTMENT REPORT 2003** FDI Policies for Development: National and International Perspectives, <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2003>

способствовать экономическому развитию.

Иностранная валюта: ПИИ могут увеличить приток иностранной валюты в Узбекистан, что может увеличить валютные резервы и снизить риск кризиса платежного баланса.

### **Обзор литературы**

Если речь идет о прямых иностранных инвестициях и экспорте, это было бы хорошо. В опыте Bell, G. и Berg, V. L. & Howard, L. были выявлены более значительные притоки инвестиций в страны, где рынок более открыт из-за необходимости строгих налоговых барьеров, тарифов или экспортных монополий<sup>1</sup>. Более того, увеличение роста деловой среды - это еще одно ожидание от роста международной торговли, что, в свою очередь, приводит к увеличению иностранных инвестиций в принимающие страны. Уровень предложения показывает экономическую устойчивость, повышенную чувствительность и способность правительства и центральных банков сбалансировать государственный бюджет. Реальные преимущества для заболелания в зависимости от частоты колебаний обычно возникают из-за высокой оценки Daoud, J. I, Ferede, E. & Dahlby (2005) и Heitman, E. & Litewka, S. (2003) подтвердили, что более высокие темпы вызывают экономическую нестабильность и с течением времени приток ПИИ. Для сравнения, низкая инфляция имеет внутреннюю макроэкономическую устойчивость и привлекает больше прямых иностранных инвестиций. Например, согласно исследованию Coskuns (2001) приток ПИИ в Турцию, более низкая инфляция в Турции привела к увеличению притока инвестиций в Турцию.

По словам Д.Таджибоевой, под инвестициями понимаются финансовые средства, предназначенные для будущего результата: расширение или обновление производства, повышение качества продукции и услуг, подготовка квалифицированных специалистов и проведение научных исследований<sup>2</sup>. По его мнению, инвестиции играют ведущую роль в развитии экономики, ведь за счет инвестиций предприятия могут аккумулировать капитал, в результате расширятся производственные возможности страны и будет достигнут экономический рост.

По мнению Б.А.Абдукаримова, А.Н.Джабриева, М.К.Пардаева, «инвестиции – это вложения в финансовый (денежный) или реальный капитал<sup>3</sup>. Он осуществляется в виде денежных средств, кредита, ценных бумаг и вкладывается в движимое и недвижимое имущество, объекты интеллектуальной собственности, права на получение льгот и другие ценности, то есть используется для всех активов предприятия.

Существует несколько теоретических подходов к ПИИ, которые объясняют, почему страна привлекает иностранный капитал. Среди них наиболее широко используются теория сравнительного преимущества в затратах, теория жизненного цикла продукта и теория эклектики.

Эта теория, основанная Рикардо и описывающая существование слабых рынков, предполагает, что страна должна производить и экспортировать сравнительно конкурентоспособные товары и услуги, в отношении которых другие страны более конкурентоспособны, чем другие, и импортировать товары и услуги, которые она производит. В отношении вышеизложенного есть четыре случая с различными последствиями. Во-первых, если существуют как специфические для компании, так и национальные сравнительные преимущества, барьеры для входа и прямого инвестирования будут дорогостоящими и, следовательно, приведут к значительному снижению эффективности распределения глобальных ресурсов, причем затраты несут инвестирующие страны, а также по принимающим странам. Во-вторых, определенные компании, помимо иностранного инвестора, должны развивать производство, если бизнес имеет сильные региональные и слабые национальные сравнительные преимущества. В-третьих, если

<sup>1</sup>Bell, G., 2013. Teamwork makes the team work: An interview with Dr Meredith Belbin.. *Human Resource Management International Digest*, 21(2), pp. 45-47.

<sup>2</sup>Тожибоев Д. Иқтисодий назария (иккинчи китоб)-Т.: Шарқ. 2003. 79 бет

<sup>3</sup> Абдукаримов ва бошқалар. Кархона иқтисодиёти. (дарслик) Т.: Фан, 2005. 241 б.

сравнительное национальное преимущество слабее, иностранные инвестиции могут быть легко экспортированы, и предприятие может увеличить производство в стране, в которой оно базируется, и экспортировать продукцию в эту страну, где прямые инвестиции затруднены. В обоих отношениях окончательная возможность того, что сравнительное преимущество является слабым, делает дело неопределенным. Это также связано с растущей отдачей от масштаба, в котором обычно работают многие предприятия. Только случайный фактор - это решение относительно того, где будет происходить производство (Sodersten, 1980).

#### *Модель жизненного цикла продукта*

Теория Вернона о жизненном цикле продукта объясняет, почему корпорации предпочитают становиться транснациональными в своем росте. Он подчеркивает, что первоначальная экспансия в зарубежные страны осуществляется за счет экспорта на ранней стадии производственного цикла. Бизнес может выбрать для себя более дешевые регионы и новые рынки, созданные за счет снижения цен, или, как правило, олигополитические компании, за пределами ЕС до тех пор, пока продукт не будет развиваться стандартным образом и не будет разработан конкурентоспособный продукт.

#### *Модель интернализации*

Интернализация может происходить в ответ на любые внешние факторы.

Рынки товаров или факторов. Как обсуждалось выше, тариф или другие искажения на рынке товаров будут стимулировать прямые иностранные инвестиции и международную деятельность. Суть теории интернализации состоит в явном признании несовершенства глобального рынка, которое на практике препятствует эффективному функционированию международной торговли и инвестиций. Теперь было показано, что интернализация - это уточнение подхода, основанного на несовершенстве рынка, и что она объясняет, почему многонациональные компании имеют конкретное преимущество фирмы, а не преимущество конкретной страны. Интернализация - это синтезирующее объяснение мотивации ПИИ. Чтобы продемонстрировать, что существующие теории ПИИ на самом деле являются частями теории интернализации, теперь необходимо изучить более важные версии некоторых важных, но явно различных моделей ПИИ. (Рагман, 1980)

#### *Модель связывания-рычага-обучения (LLL)*

Теория опоздавших пытается ответить на вопрос, как фирмы, опоздавшие на рынок, бросают вызов сложившимся позициям в мировой экономике. В основе теории лежит идея превратить недостатки опоздавших в источник преимущества. Это также тесно связано с теорией поглощения знаний, которая утверждает, что технологически отсталые компании могут значительно обновить свою базу знаний посредством активного поглощения и обучения<sup>1</sup>. Согласно LLL, в приобретении знаний опоздавших фирм есть три этапа: налаживание связей, использование рычагов и обучение.

1) Глобализация умножает возможности для опоздавших подключиться к существующей сети, подключиться к схемам обмена и источникам преимущества.

2) Доступ к новым знаниям превращается в возможности использования, как только этот новый ресурс используется стратегически для обновления и диверсификации портфеля продуктов компании-получателя.

3) Успех фирмы-получателя зависит от интеграции вновь полученных знаний в существующий портфель знаний компании, то есть обучения. Благодаря обучению компания увеличивает свои технологические возможности и, таким образом, получает доступ к новым возможностям для повторных связей, использования и обучения в других сегментах рынка с более высокой добавленной стоимостью (Mathews, 2006).

#### *Модель Упсалы*

Теоретическая основа модели Упсалы - поведенческая теория фирмы (Aharoni, 1966). На это также влияет теория роста фирмы Пенроуза (Penrose, 1995). Теория поведения

---

<sup>1</sup> John Humphrey & Hubert Schmitz (2002) How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?, *Regional Studies*, 36:9, 1017-1027, DOI: [10.1080/0034340022000022198](https://doi.org/10.1080/0034340022000022198)

описывает интернационализацию фирмы как процесс, в котором фирма постепенно увеличивает свое международное участие, что выражается в модели Упсалы через психическую дистанцию и цепочку истеклишмента, которые будут обсуждаться позже. Процесс развивается во взаимодействии между ними.

Развитие знания зарубежных рынков и операций и увеличение объема ресурсов на этих рынках. Ключевые вопросы модели - это то, как организации учатся и как их обучение влияет на их инвестиционное поведение<sup>1</sup>. Другой важный аспект модели Упсалы заключается в том, что это динамическая модель, которая описывает интернационализацию компании как процесс.

#### *Теория Хекшера-Олина (теория пропорций факторов)*

Теории Смита и Рикардо не помогли странам определить, какие продукты дадут стране преимущество. Обе теории предполагали, что свободные и открытые рынки позволят странам и производителям определить, какие товары они могут производить более эффективно. В начале 1900-х годов два шведских экономиста, Эли Хекшер и Бертил Олин, сосредоточили свое внимание на том, как страна может получить сравнительные преимущества, производя продукты, в которых используются факторы, которых в стране в изобилии. Их теория основана на производственных факторах страны - земле, рабочей силе и капитале, которые обеспечивают средства для инвестиций в заводы и оборудование.

#### *Леонтьевский парадокс*

В начале 1950-х годов американский экономист российского происхождения Василий Леонтьев внимательно изучил экономику США и отметил, что Соединенные Штаты богаты капиталом и, следовательно, должны экспортировать более капиталоемкие товары. Однако его исследование с использованием реальных данных показало обратное: США импортировали более капиталоемкие товары. Согласно теории пропорций факторов, США должны были импортировать трудоемкие товары, но вместо этого они фактически их экспортировали. Его анализ стал известен как парадокс Леонтьева, потому что он был противоположен тому, что ожидалось в теории пропорций факторов.

На макроуровне Альфаро обсуждает роль ПИИ в экономическом росте, повышении производительности и накоплении капитала. На микроуровне обзор фокусируется на побочных эффектах ПИИ для местных фирм, включая передачу технологий, развитие человеческого капитала и методы управления. Автор приходит к выводу, что, хотя ПИИ обычно приводят к положительным результатам для принимающих стран, эти выгоды не гарантированы и зависят от различных факторов, таких как институциональное качество принимающей страны и экономическая политика<sup>2</sup>.

Каркович и Левин исследуют взаимосвязь между ПИИ и экономическим ростом. Авторы обсуждают различные каналы, через которые ПИИ могут способствовать росту, включая накопление капитала, повышение производительности и распространение технологий. Они также рассматривают эмпирическую литературу по этой теме, которая показывает неоднозначные результаты. Авторы утверждают, что одних ПИИ недостаточно для стимулирования экономического роста; скорее, влияние ПИИ зависит от политики, институтов и других контекстуальных факторов принимающей страны.<sup>3</sup>

#### **Анализы и результаты**

В 2019 году за счет всех источников финансирования объем освоения инвестиций составил 220,7 трлн сум, превысив утвержденные годовые прогнозные показатели в 2 раза, в том числе объемы инвестиций в основной капитал составили 189,9 трлн сумов, с темпом

<sup>1</sup> M. Forsgren, The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: a critical review [International Business Review Volume 11, Issue 3](#), June 2002, Pages 257-277

<sup>2</sup> Alfaro, L. (2017). Gains from Foreign Direct Investment: Macro and Micro Approaches. *World Bank Economic Review*, 30(Suppl 1), S2-S15.

<sup>3</sup> Carkovic, M., & Levine, R. (2005). Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth? In T. H. Moran, E. M. Graham, & M. Blomström (Eds.), *Does Foreign Direct Investment Promote Development?* (pp. 195-220). Washington, DC: Institute for International Economics.



роста к аналогичному показателю 2018 года – в 1,3 раза.

Доля объема инвестиций в основной капитал в структуре ВВП увеличилась с 30% в 2018 году до 36,2% в 2019 году (доля общего объема инвестиций в структуре ВВП по итогам 2019 года составила 42,1%).

В отчетном периоде были введены в эксплуатацию порядка 2,8 тыс. объектов социального, инфраструктурного и производственного назначения: 145 крупных производственных объектов, 167 крупных региональных проектов, 2,5 тыс. социальных и инфраструктурных объектов.

Значительный прирост показателей инвестиционной деятельности обусловлен увеличением притока и освоения иностранных инвестиций и кредитов в объеме 13,3 млрд долл., из которых:

- прямые иностранные инвестиции – 9,3 млрд долл. (в т.ч. в основной капитал – 6,6 млрд долл.).

- средства международных финансовых институтов – 4,0 млрд долл. (в т.ч. в основной капитал – 3,2 млрд долл.).

При этом, доля освоенных прямых иностранных инвестиций в общем объеме инвестиций выросла до 37% (для сравнения в 2018 году этот показатель составил 10,5%).

Согласно докладу Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) мировой показатель объемов прямых иностранных инвестиций сокращается уже третий год подряд, достигнув самой низкой отметки, которая наблюдалась сразу после глобального финансового кризиса. По итогам 2018 года данный показатель снизился на 19% (в 2017 году 16%).

При этом, согласно докладу ЮНКТАД, в развивающихся странах наблюдались позитивные тенденции – в особенности в Азии, где объемы иностранных инвестиций выросли на 5%. Более того, если в странах Центральной Азии рост объемов иностранных инвестиций составил в среднем 8-10%, то в Узбекистане данный показатель по сравнению с показателями 2018 года (2,9 млрд долл., из них в основной капитал – 1,6 млрд долл.) вырос в 3,2 раза (9,3 млрд долл., из них в основной капитал – 6,6 млрд долл.), что обеспечило Республике лидерство по темпу роста среди стран региона.

Основными иностранными партнерами по привлечению в Республику иностранных инвестиций стали КНР, Россия и Германия, при этом общее число стран-инвесторов в экономику Узбекистана превысило отметку в 50, за счет чего доля крупнейших стран-инвесторов снизилась до 34% от общего объема привлеченных прямых иностранных инвестиций и кредитов.

Активный рост привлечения прямых иностранных инвестиций по сравнению с прогнозными показателями 2018 года наблюдался в электротехнической (рост – в 7,5 раза), металлургической отрасли (рост – 4,6 раза), текстильной отрасли (рост – 2,5 раза), кожевенно-обувной (рост – 2,1 раза), нефтегазовой (рост – 2 раза) отраслях.

При этом укрепилась тенденция роста потоков прямых иностранных инвестиций в проекты регионального значения, суммарная стоимость которых в 2019 году составила 4,8 млрд долл. (из них в основной капитал – 4,2 млрд долл.), увеличившись в 4 раза по сравнению с аналогичным периодом 2018 года и в 24 раза по сравнению с показателями 2017 года. В регионах только с участием иностранного капитала были введены в промышленную эксплуатацию 167 проектов общей стоимостью 858,5 млн долл.

В 2020 и последующих годах будет продолжена работа по активному привлечению прямых иностранных инвестиций, диверсификации их направлений для реализации проектов в приоритетных направлениях таких, как электроэнергетика, химическая отрасль, производство электротехнической продукции, IT-технологии, легкая промышленность, сельское хозяйство и производство строительных материалов. Акцент сохранится на увеличении количества производств по глубокой переработке сырьевых материалов с созданием цепочек высокой добавленной стоимости.

Согласно Инвестиционной программе, утвержденной постановлением Президента Республики Узбекистан от 9 января 2020 года № ПП-4563 в 2020 году за счет всех источников финансирования освоение инвестиций в основной капитал прогнозируется в объеме 233,2 трлн. сум, из них прямые иностранные – 7,1 млрд. долл., иностранные инвестиции и кредиты под государственную гарантию – 2,7 млрд. долл.

В частности, в 2020 году предусматривается сдача в эксплуатацию более 2 тыс. объектов социального, инфраструктурного и производственного назначения: 206 новых крупных производственных мощностей, 240 производственных объектов регионального назначения, 1,6 тыс. объектов социального и инфраструктурного назначения. (Таблица 1)

Таблица 1

**Приток иностранных прямых инвестиций (ИПИ) в Узбекистан по секторам за последние 10 лет**

Год	Сектор услуг	Сектор производства	Другие сектора	Сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых	Строительство
2012	145	69	63	31	19
2013	225	101	47	23	29
2014	290	77	32	41	24
2015	347	76	47	17	29
2016	384	101	50	31	26
2017	382	82	50	61	33
2018	423	143	140	23	40
2019	368	96	44	16	35
2020	274	82	24	10	21
2021	255	77	31	13	20

Основываясь на таблице, отображающей приток иностранных прямых инвестиций (ИПИ) в Узбекистан по секторам за последние 10 лет, можно сделать следующие наблюдения:

**Сектор услуг:** Сектор услуг был наибольшим получателем ИПИ и показал стабильный приток инвестиций, который варьировал от 145 миллионов долларов США в 2012 году до 423 миллионов долларов США в 2018 году. Однако, за последние годы, приток инвестиций в этот сектор снизился, и только 255 миллионов долларов США были получены в 2021 году.

**Сектор производства:** Сектор производства был вторым по величине получателем ИПИ, с притоком инвестиций в диапазоне от 69 миллионов долларов США в 2012 году до 143 миллионов долларов США в 2018 году. Однако, приток инвестиций в этот сектор также снизился за последние годы, и только 77 миллионов долларов США были получены в 2021 году.

**Другие сектора:** Категория "Другие сектора", включающая в себя сектора, такие как электроэнергетика, водоснабжение и газ, получила значительное количество ИПИ в некоторые годы, например, 140 миллионов долларов США в 2018 году. Однако, приток инвестиций в эту категорию был непостоянным за последние годы.

**Сектор сельского хозяйства и добыча полезных ископаемых:** Секторы сельского хозяйства и добычи полезных ископаемых получили относительно низкий уровень притока ИПИ за последние 10 лет. В некоторые годы, например, в 2017 году, сектор добычи полезных ископаемых получил значительный объем притока, но в другие годы приток инвестиций в эти секторы был намного ниже (Таблица 2).

Таблица 2

**"Приток прямых инвестиций в Узбекистан от США, Китая, Южной Кореи и России с 2015 по 2021 годы"**

Год	Инвестиции из США, млн. долл.	Инвестиции из Китая, млн. долл.	Инвестиции из Южной Кореи, млн. долл.	Инвестиции из России, млн. долл.
2015	11.5	224.7	69.5	323.7
2016	45.2	105.6	203.8	143.2
2017	67.6	213.9	277.3	86.8
2018	17.3	75.8	101.1	119.6
2019	35.3	111.3	144.7	140.6
2020	18.1	29.8	38.6	39.7
2021	31.9	60.6	49.8	85.5

Из данной таблицы видно, что наибольший приток иностранных прямых инвестиций (ИПИ) в Узбекистан среди рассматриваемых стран наблюдался в 2015 году из России - более 320 млн. долларов. Однако в последующие годы наблюдается неравномерность в притоке ИПИ из этих стран. Инвестиции из США и Южной Кореи постепенно увеличиваются в период с 2015 по 2017 годы, достигая пика в 2017 году. После этого инвестиции из США значительно снизились и в 2020 году составили только 18,1 млн. долларов. Инвестиции из Южной Кореи также снизились в последние годы, но остаются значительными. Инвестиции из Китая и России, с другой стороны, колеблются в течение всего периода, но в целом сохраняются на достаточно высоком уровне.

**Заключение**

Налоговое бремя также имеет статистическое значение для притока прямых иностранных инвестиций в азиатские страны. Это означает, что если налоговое бремя страны увеличивается, уровень прямых иностранных инвестиций также увеличивается. В настоящее время страны соревнуются за привлечение инвесторов. Правительства внедрили несколько инструментов политики, чтобы инвестировать в свои страны как можно больше. Основная цель этих конкретных мер - иностранные инвесторы, потому что приток ПИИ в принимающую страну эмпирически доказал, что их экономические показатели имеют положительные последствия. Конечно, сложно стимулировать иностранных инвесторов вкладывать средства в принимающей стране. Эти инвесторы решают, вкладывать ли они что-либо, включая налоговую ставку принимающей страны. Хотя роль налога остается предметом споров среди ученых, эта налоговая система по-прежнему играет ключевую роль в привлечении иностранных инвесторов.

На приток инвестиций в Узбекистан могут влиять различные факторы, включая:

1. Экономическая стабильность и рыночная привлекательность: Инвесторы будут склонны вкладывать свои деньги в экономику, которая представляет собой стабильную и привлекательную среду для бизнеса. Наличие развитой инфраструктуры, доступности ресурсов, устойчивости курса национальной валюты, уровня инфляции и т.д. - это все факторы, которые могут привлечь инвесторов в Узбекистан.

2. Политическая стабильность и правовая система: Инвесторы будут осторожны вкладывать свои деньги в страну с нестабильной политической ситуацией и несовершенной правовой системой. Узбекистан в последние годы активно работает над укреплением правовой системы и созданием благоприятной инвестиционной среды.

3. Геополитические факторы: Географическое расположение Узбекистана имеет стратегическое значение, что может привлечь инвесторов, которые заинтересованы в развитии региональных бизнес-партнерств.

4. Реформы в экономике: В последние годы Узбекистан провел множество экономических реформ, направленных на привлечение инвестиций и создание более

благоприятной инвестиционной среды. Это может стимулировать рост притока инвестиций.

5. Развитие отраслей и секторов экономики: Инвесторы могут быть заинтересованы в определенных отраслях и секторах экономики, которые могут иметь высокий потенциал для роста и прибыли. Например, в Узбекистане есть много перспективных отраслей, таких как текстильное производство, сельское хозяйство, туризм и инфраструктурные проекты, которые могут привлечь инвесторов.

#### Список литературы

1. Bell, G., 2013. Teamwork makes the team work: An interview with Dr Meredith Belbin.. *Human Resource Management International Digest*, 21(2), pp. 45-47.

2. Berg, B. L. & Howard, L., 2012. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. 8th ed ed. USA: Pearson Educational Inc.

3. Bhowmick, S., 2020. *COVID-19: FDI dynamism in South and Southeast Asia*. [Online] Available at: <https://www.orfonline.org/expert-speak/covid19-fdi-dynamism-south-southeast-asia/>

[Accessed 27 July 2020].

4. Daoud, J. I., 2017. Multicollinearity and Regression Analysis. *IOP Conf. Series: Journal of Physics: Conf. Series*, pp. 1-7.

5. Heitman, E. & Litewka, S., 2011. International perspectives on plagiarism and considerations for teaching international trainees. *Urol Oncol*, pp. 104-108.

6. Тожибоев Д. Иқтисодий назария (иккинчи китоб)-Т.: Шарқ. 2003. 79 бет

7. Абдукаримов ва бошқалар. Кархона иқтисодиёти. (дарслик) Т.: Фан, 2005. 241 б

8. John Humphrey & Hubert Schmitz (2002) How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?, *Regional Studies*, 36:9, 1017-1027, DOI: [10.1080/0034340022000022198](https://doi.org/10.1080/0034340022000022198)

9. M. Forsgren, The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: a critical review

10. [International Business Review Volume 11, Issue 3](#), June 2002, Pages 257-277

11. Alfaro, L. (2017). Gains from Foreign Direct Investment: Macro and Micro Approaches. *World Bank Economic Review*, 30(Suppl 1), S2-S15.

12. Carkovic, M., & Levine, R. (2005). Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth? In T. H. Moran, E. M. Graham, & M. Blomström (Eds.), *Does Foreign Direct Investment Promote Development?* (pp. 195-220). Washington, DC: Institute for International Economics.

13. Meyer, K. E., & Sinani, E. (2009). When and Where Does Foreign Direct Investment Generate Positive Spillovers? A Meta-Analysis. *Journal of International Business Studies*, 40(7), 1075-1094.

14. Blomström, M., & Kokko, A. (2003). The Economics of Foreign Direct Investment Incentives. NBER Working Paper No. 9489.

УДК 338.48

DOI: 10.56937/v2i10a8

*Арипова Махлиё Салахиддиновна*

Бухарский государственный университет

преподаватель кафедры

Бухгалтерский учёт и статистика

## ОСОБЕННОСТИ БРЕНДИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

**Аннотация.** В статье проведён терминологический анализ понятий «бренд территории» и «брендинг территорий». Исследованы теоретические подходы к формированию и развитию туристического бренда страны, описаны типы туристических брендов, определены перспективы развития туристического бренда и выделены основные туристические зоны Республики Узбекистан. Рассмотрена смоделированная формула «Бренд Туристкой дестинации».

**Ключевые слова:** бренд территорий, туристический бренд страны, уникальность, имидж стран, туристическая дестинация.

### **Введение.**

Брендинг является составляющей маркетинговой деятельности предприятий как коммерческой, так и некоммерческой направленности, действующих в условиях свободного рынка и конкурентной борьбы за своего потребителя. Это заставляет производителей улучшать качество товаров и услуг, дифференцировать технические характеристики под различные потребительские сегменты, увеличивать расходы на рекламу, разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта, придумывать оригинальные названия и совершенствовать упаковку. Как пишут авторы учебника по брендингу, «когда большинство конкурентов делают то же самое, приходится искать новые эффективные способы неценовой конкуренции, и здесь важнейшим средством является создание и развитие сильного бренда».

Целью данной статьи является – исследование теоретических подходов к формированию и развитию туристического бренда страны в современном мире.

Особенностью рассматриваемых понятий «бренд территории» и «брендинг территории» является их междисциплинарность в зависимости от науки, в рамках которой эти определения могут быть применимы. Для того чтобы лучше разобраться в этих понятиях, необходимо рассмотреть базовые характеристики бренда и брендинга. В большинстве случаев бренд будет выступать как образ (чаще всего графический), который вызывает прямую ассоциацию с тем или иным объектом. Часто как синоним бренда используется слово «логотип», однако при этом не учитывается, что под брендом может скрываться и устоявшееся мнение общественности (или репутация).

Расцвет идеи туристического брендинга пришелся на вторую половину двадцатого века, и связано это было с вполне естественными причинами: появлением на рынке большого количества похожих туристических продуктов. Развитие технологии очень сильно повлиял на человеческое общество. Задача, которую решает защита — это упрощение выбора туристического продукта потребителем, который сталкивается со множеством похожих туристических предложений, в частности туристических и гостиничных продуктов, и у него просто физически нет времени сравнивать все аннотации, преимущества и недостатки, ассортимент услуг и их качество.

В мировой экономике до пандемии COVID-19 туризм являлся одним из крупнейших секторов, приносящих высокие доходы. Однако при этом туристический сектор – это один из наиболее подверженных различным кризисам сегментов экономики, что подтвердилось с приходом пандемии корона вируса COVID-19. Мировая и отечественная практика различного рода кризисных явлений показывает, что сила влияния любого кризиса пропорционально ощущается на всех отраслях экономики стран, но не в случае с туризмом, когда с приходом пандемии негативный эффект от него наиболее сильно ударил по

туристической сфере. Подводя итоги 2020 года, Всемирная туристская организация ООН (UNWTO) признает, что мировой туризм оказался, отброшен на 30 лет назад, к уровню 1990 года.

Модернизация туристического сектора в республике проходит в рамках принятой президентом Шавкатом Мирзиёевым «Концепции развития сферы туризма в Узбекистане на 2019–2025 годы».

### **Обзор литературы.**

Изучению брендинга, проблемам формирования государственных брендов, развитию туристических брендов стран посвящены научные труды таких авторов, как: Д. Аакер "Создание сильных брендов", Д. Огилви "О рекламе", Д. Кнаппу, С. Анхольт «Places: Image, Identity and Reputation» («Места: имидж, идентичность и репутация», Ж.Н Капферер "Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда", А.М. Годин "Брендинг". Также рассмотрены научные работы учёных Узбекистана Б.Н. Навруз-Зода, Н.С. Ибрагимов, Л.Б. Навруз-Зода, З.Б. Навруз-Зода, М.М. Таирова, М.Э. Пулатов.

Анализ научной литературы и публикаций показывает, что в последнее время интерес к маркетингу территории растёт. Один из ведущих специалистов в области брендинга С. Анхольт (Simon Anholt) впервые в качестве термина употребил словосочетание «брендинг территорий» (place branding) и впоследствии стал основным разработчиком комплексного, диверсифицированного подхода к брендингу территорий [2].

Территориальный брендинг, является важным инструментом управления территориальным маркетингом и нацелен на формирование коммуникативного капитала территории, наличие которого позволяет субъектам территориального маркетинга иметь экономию на транзакционных издержках при взаимодействии друг с другом. Базой для формирования коммуникативного капитала бренда является наличие его символического, культурного и социального капиталов. Бренд как узнаваемая виртуальная сущность является концентрированным воплощением всех ключевых характеристик территории, ее конкурентных преимуществ, сильных сторон, создающих привлекательность для потребителей. Появление территориального бренда создает условия для развития потенциала территории, точнее, для роста эффективности его использования, поскольку продвижение бренда создает условия для роста его узнаваемости, а, следовательно, роста числа потенциальных покупателей территории (туристов, инвесторов и т.п.) [8].

Так, по мнению В.А. Васиной, бренд региона обращается к территориальной идентичности, которая выражена системой привлекательных и ярких идей, символов, ценностей, образов. Региональный бренд представляет собой виртуальный или визуальный символ с позитивным отличительным признаком, по которому возможна идентификация региона потребителями [3].

Впервые продвигать страну в качестве бренда начал Дэвид Огилви, который в середине 1950-х гг. начал работать над имиджем маленького латиноамериканского государства Пуэрто-Рико, чтобы изменить отношение американцев к этой стране и привлечь туристов. Сегодня самым известным консультантом в области странового брендинга является британец Саймон Анхольт, который верно сказал, что "создание национального бренда состоит на 80% из координации, на 15% из коммуникации и на 5% из вдохновения" [6].

В 2002 году С. Анхольт, специалист в области брендинга, впервые сформулировал термин «брендинг мест». Специалисты называют страновые бренды «географическими брендами», однако под этим наименованием они подразумевают лишь туристические качества страны. «Рост туризма и индустрии отдыха, а также путешествий по миру вообще вызвали появление брендинга географических точек» [7].

Саймон Анхольт предлагает свою схему построения странового бренда (country brand) (рис. 1), известную в профессиональных кругах как «шестиугольник национального бренда Саймона Анхольта» ("The Nation Brand Hexagon Simon Anholt").





**Рисунок 1. Шестиугольник национального бренда Саймона Анхольта**

Источник: Клименко Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России) // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика.2010. №1

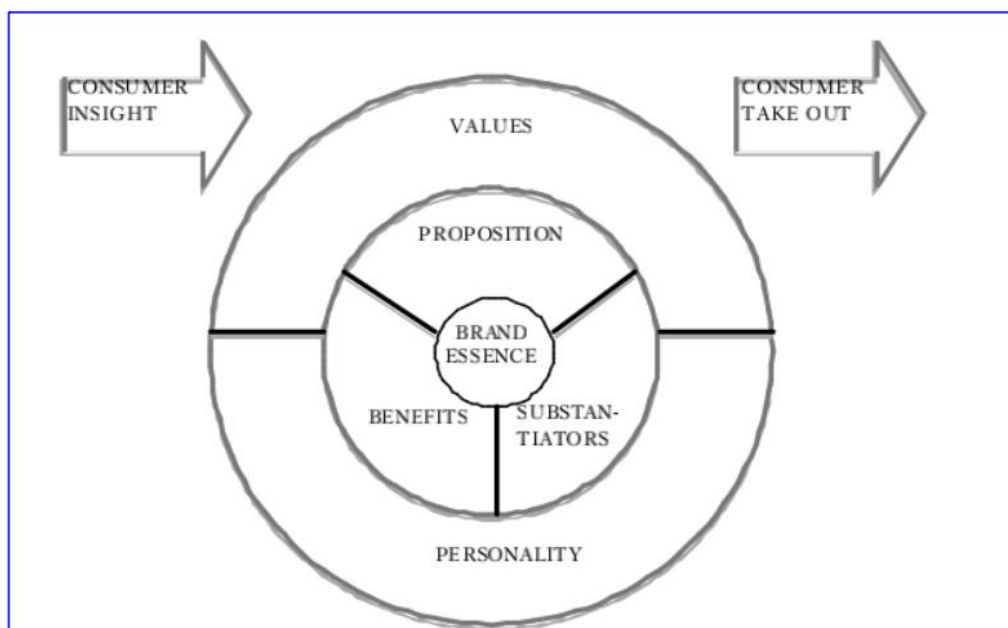
**Методы.** Существуют различные точки зрения на методы формирования территориального бренда. Рассмотрим методы формирования бренда территории, предложенные М. Флорек и К. Янишевска в журнале «Actual problems of Economics»:

1. Призма идентичности бренда Капферера. Шесть граней призмы отражают осязаемые и бессознательные характеристики бренда территории - внешний образ, отношения (отношения всех групп между собой - локальное сообщество, государство, туристы, бизнес, инвесторы и т.д.), культура, личности (кто связан с территорией?), самооценка (как локальные сообщества оценивают территорию), рефлексия (какое отражение имеет территория в чужих глазах, репутация).

2. ДНК бренда. Концепция предполагает, что бренд территории как живой организм, растет, развивается и «живет». ДНК бренда-этногенетический код, который задает направление развития бренда. Включает четыре составляющие: ценности, стиль, стандарты, отличия.

3. Бренд-код. Данный метод считается самым эффективным. Согласно подходу, путь бренда формируют 6 компонентов: миссия, видение, ценности, стиль, позиционирование, преимущества.

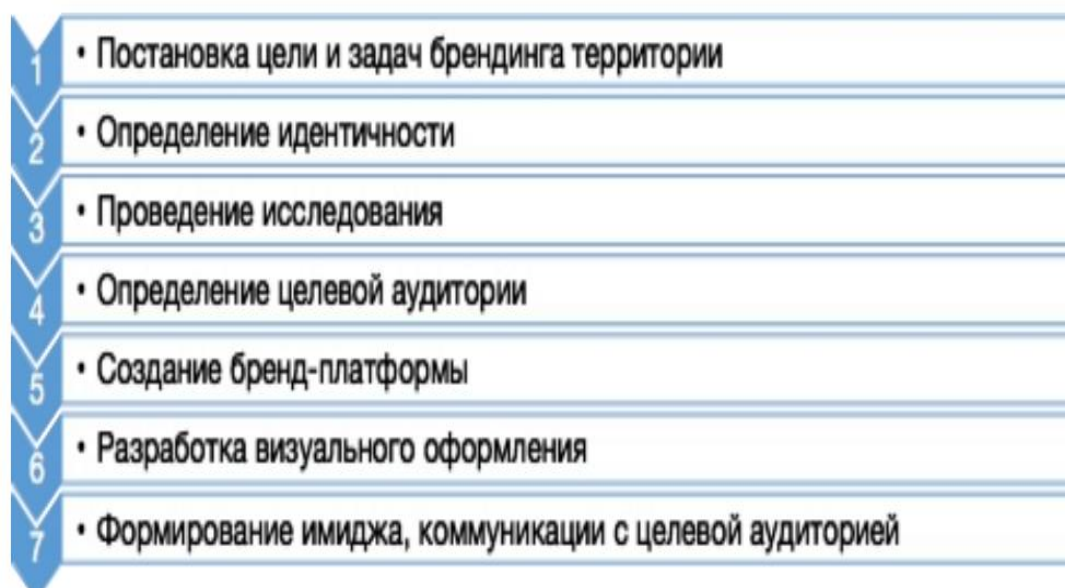
4. Метод «The Bull's Eye», или «В яблочко». Метод выделяет 6 ключевых элементов (рис. 2): а) ценности, представленные брендом - определение ориентиров, важных для бренда; б) личность бренда - описание бренда в контексте психологического позиционирования; в) предложение бренда - общее предложение бренда для целевой аудитории; г) функциональные и эмоциональные преимущества; д) обоснование - как основание достоверности преимуществ; е) сущность / ядро бренда - ключевое сокращенное определение отличия бренда, которое лежит в основе позиционирования.



**Рисунок 2. Метод формирования территориального бренда «The Bull's Eye»**

Этапы формирования бренда территории представлены на рисунке

Источник: Клименко Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России) // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика.2010. №1



**Рисунок 3. Этапы формирования бренда территории**

Источник: Васина В.А. Брендинг территорий // Научный журнал. 2019. № 10 (44). С. 32-35.

Территориальный бренд отличается от корпоративного тем, что корпоративный бренд сам придумывает себе концепцию, а территориальный бренд формирует концепцию исходя из идентичности территории, поскольку искусственное формирование концепции может противоречить тому, как территорию воспринимает локальное общество.

Формирование бренда через идентичность территории имеет ряд особенностей:

1. Цель - установить связи между территорией и группами заинтересованных лиц;
2. Верное определение идентичности позволяет бренду территории быть прозрачным и находить отклик у локального сообщества;

3. Симпатия и лояльность создается через внимание к контенту, открытость и гостеприимство;
4. Стремится отражать реальное положение дел, дорожит репутацией, не приукрашивает [3].

### **Результаты и обсуждение.**

Туристические регионы, также как товары и услуги, должны иметь свой собственный коммерческий знак, то есть бренд, что очень важно найти свое место на туристическом рынке в эпоху усиливающейся глобализации, когда появляется все больше и больше туристических направлений, предлагающих очень похожие друг на друга виды путешествий. Создание собственного туристического бренда, который позволит регионам отличаться от других, зависит от того насколько эффективно продвигаем этот туристический бренд на туристическом рынке. Все это является определяющим фактором достижения устойчивой конкурентоспособности в индустрии туризма [5].

На наш взгляд, на практике бренд туристического региона по своему содержанию состоит из следующих элементов:

**логотип (Л)** – отличающее туристскую дестинацию от других мест: определенный отличительный знак, памятник архитектуры, ландшафт или изображение редкого животного, цвета флага, контуры государственной карты, национальный, религиозный или исторический символ и т.д.;

**название туристской дестинации (НДТ)** (*в форме гибрида, преобразованного в логотип, в виде адреса портала туристической зоны*);

**обещание, данное туристской дестинацией потенциальному посетителю (С)** (*в научной литературе под такими понятиями используются слоган, лозунг, девиз*).

Следует отметить, что бренды туристских дестинаций не формируются на основе единого стандарта. Изучив символы более 200 туристских дестинаций, мы пришли к выводу, что полноценный «**Бренд Туристской дестинации**» (**БТД**) можно смоделировать следующей формулой:

$$БТД = Л + НДТ + С$$

Однако, не все бренды туристской дестинации, используемые на практике на разных географических уровнях, формируются в соответствии с рекомендуемой формулой. В результате изучения более 200 брендов туристических дестинаций мы считаем целесообразным классифицировать их по различным группам следующим образом.

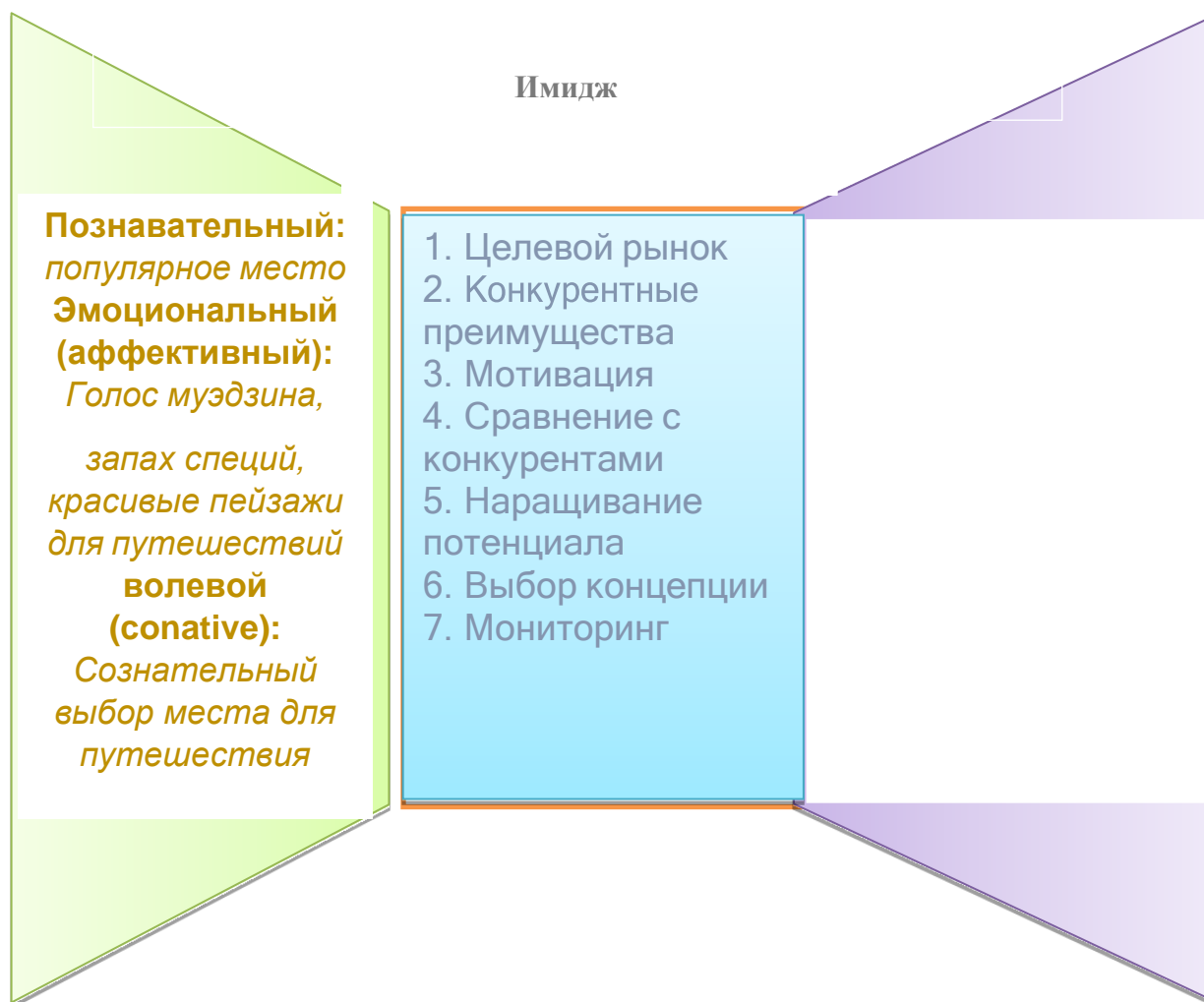
**В зависимости от масштаба территорий:** имеются туристические бренды села, района, города, области, страны и географических регионов.

**По составу бренда:** логотип + название туристской дестинации + слоган (девиз); логотип + веб-адрес портала туристской дестинации + слоган (девиз); название туристской дестинации, преобразованное в логотип + слоган (девиз); название туристской дестинации, преобразованное в логотип + веб-адрес портала туристской дестинации;

**По форме логотипа:** логотип с изображением туристического символа страны (памятник архитектуры, природный ландшафт, животное), логотип, сформированный на основе цветов национального флага, логотип с названием страны.

Если на внутренний имидж влияют все маркетинговые мероприятия, организуемые туристской дестинацией, то внешний имидж является результатом рекламной работы. По нашему мнению, предложенная в

результате диссертационного исследования трёхпространственная парадигма может быть использована при разработке **концептуальной модели формирования бренда туристской дестинации** [5].



### Позиционирование на рынке и в понимании потребителей

#### Бренд

**Основа имиджа бренда:** родина Санта Клауса

**Расширенная форма имиджа бренда:** север, зима, лес, история,

**Статья I.**

**Статья II.**

**Статья III.**

**Статья IV.**

**Статья V.**

**Статья VI.**

**Статья VII.**

**Слоган**

**Спрос**

**Предложение**

#### Рисунок 4. Концептуальная модель формирования бренда

**Источник:** Ибрагимов Н.С. Научные основы достижения устойчивой конкурентоспособности туристического региона автореферат дисс...д.э.н. Самарканд 2021. С. 64.

Внутренний и внешний имидж бренда туристской дестинации, а также объединяющая их маркетинговая деятельность, то есть позиционирование (*процесс закрепления на рынке и на сознании потребителя*), представляет собой модель, состоящую из трёх пространств (см. Рисунок 4). Если образ о цели путешествия

формируется на рынке генерирующий путешественников, то бренд формируется в том месте, где происходит поездка. Процесс, объединяющий имидж и бренд, то есть позиционирование в сознании потребителей, достигается с помощью слогана. Поэтому, слоган — это категория, которая играет определяющую роль в продвижении региона.

В результате сравнительного анализа, проведенного исследователем, определена конкурентоспособность национальных туристических брендов Армении, Азербайджана, Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана с использованием таких методов как классификация туристских дестинаций **по составу бренда**, предложенная автором, 7 уровневый метод оценки **качества слоганов** туристических брендов, разработанный С.Пайком, а также региональными рейтингами брендов и **Региональной стратегии брендов (HBS)** опубликованных Bloom Consulting [5].

Таблица 1

## Сравнительный анализ национальных туристических брендов стран СНГ

Страна	Методология классификации бренда по составу (Ибрагимов Н.С.)	7 уровневая методика определения качества слогана(С. Пайк)	Bloom Consulting региональный рейтинг бренда		
			Азиатский рейтинг (44)	Мировой рейтинг (180)	Рейтинг HBS
<b>Армения</b>	логотип + название туристской дестинации + слоган (девиз)	Уровень 3Б - это предложение, характерное для многих других регионов;	35	121	BBB
<b>Азербайджан</b>	логотип + название туристской дестинации + слоган (девиз)	Уровень 3А — это предложение, которое подходит для любой туристской дестинации	30	101	BB
<b>Кыргызстан</b>	логотип + название туристской дестинации + слоган (девиз)	Уровень 3А — это предложение, которое подходит для любой туристской дестинации	40	147	B
<b>Казахстан</b>	логотип + название туристской дестинации + слоган (девиз)	Уровень 0 - В слогане нет четкого предложения		85	BB
<b>Таджикистан</b>	логотип + название туристской дестинации + слоган (девиз)	Уровень 3Б - это предложение, характерное для многих других регионов;	44	177	B
<b>Узбекистан</b>	логотип + название туристской дестинации + слоган (девиз)	Уровень 3Б - это предложение, характерное для многих других регионов;	-	-	-

**Источник: Ибрагимов Н.С. Научные основы достижения устойчивой конкурентоспособности туристического региона автореферат дисс...д.э.н. Самарканд 2021. С. 64**

Результат анализа подтверждает, что изученные национальные туристические бренды по составу соответствуют категории **логотип + название туристской дестинации + слоган (девиз)**. Другими словами, национальные бренды Армении, Азербайджана, Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана полностью совместимы по составу.

В соответствии с 7 уровневой методологией определения качества слогана, туристические слоганы Армении, Таджикистана и Узбекистана соответствовали уровню ВВВ, и был сделан вывод, что фраза, выбранная в качестве слогана, является **предложением, характерным для многих других регионов**. Выяснилось, что фразы в слоганах азербайджанских и кыргызских брендов соответствуют уровню ААА и являются предложением, которое подходит для любой туристской дестинации. Было установлено, что только слоган казахстанского национального туристического бренда имеет уровень 0-го качества, и в слогане не было установлено четкого предложения [5].

Проведен сравнительный анализ классификации национальных туристических брендов 5 соседних стран по составу бренда, методам определения качества предложения по фразе, используемой в слогане, региональной стратегии бренда и результатах рейтинга национального бренда. Для стабильного повышения конкурентоспособности национального бренда Узбекистана были сделаны следующие выводы и предложения:

1. Слоган, который продвигается на разных языках через сайт Государственного комитета по развитию туризма (uzbektourism.uz) Symbol of the magic East (Символ Волшебного Востока) в соответствии с методологией С. Пайк - фраза среднего качества, без воплощения в себе четкого предложения, имеет характер определения, данного относительно Узбекистана, в нем отсутствуют креативные обещания;

2. Слово «Восток» (East) в национальном бренде обозначает очень широкую географическую зону, которая вводит потенциальных туристов в заблуждение. То есть слово «Восток», используемое в слогане национального бренда, не позволяет потенциальному туристу представить место Узбекистана на карте мира. По нашему мнению, используя фразу «перекресток шёлкового пути» (Silk crossroad) в слогане нашей страны, мы можем указать, что Узбекистан является географическим районом, где расположены основные перекрестки Великого шелкового пути;



**Рисунок 5. Туристический бренд Республики Узбекистан**

**Источник: Ибрагимов Н.С. Научные основы достижения устойчивой конкурентоспособности туристического региона автореферат дисс...д.э.н. Самарканд 2021. С. 64.**

3. На самом деле, слоган - это не просто сочетание слов, выражающих географическое положение, характеристики и конкурентные преимущества страны, а



гарантия страны потенциальным туристам, инвесторам и другим лицам в целях реализации стратегии позиционирования себя на рынке и в понимании потребителей. То есть, рекомендуется применять мотивирующие словосочетания, добавляя слово «вдохновение» к вышеупомянутой фразе «перекресток шёлкового пути». Таким образом, новый слоган национального туристического бренда обновлённого Узбекистана, будет звучать, как «**вдохновляющий перекресток Шёлковой пути**», «**ilhomlantiruvchi Ipak yo'li chorrahasi**» на узбекском языке и на английском языке «**inspiring Silk crossroad**» (см. Рисунок 5);

4. Продвижение Узбекистана в мире как страны на перекрестке Великого шелкового пути «*путешествия, которые приведут к творческому прорыву у творческих людей, новым идеям у ученых, изобретениям у новаторов, новым произведениям у людей искусства, пробуждению интереса к жизни у депрессивных людей*» указывая на то, что это очаг просвещения. Подобного рода мотивационные мероприятия рекомендуется проводить в виде комплексной работы на основе одноимённых стратегических бренд тегов (#) [5].

В результате исследования теоретических аспектов брендинга территории, мы можем подчеркнуть, что:

- бренд территории должен строиться на основании идентичности территории. Работа над созданием бренда должна проходить в согласии с локальными заинтересованными сообществами;

- этапы формирования бренда: постановка цели и задач, определение идентичности, проведение исследования текущего состояния имиджа и репутации территории, определение целевой аудитории, создание бренд-платформы и определение преимуществ, разработка визуального оформления, формирование имиджа территории и коммуникации с целевыми аудиториями [5].

**Заключение.** На основе вышеизложенного можно сделать выводы о том, что туристический бренд страны формируется за счет своего уникального образа, обусловленного различными особенностями определенной территории. Оценка успешности его развития осуществляется по многим критериям, основным из которых является посещаемость. Туристический бренд придает стране определенный уровень ценности на основе положительных ассоциаций, а также является неким гарантом качества туристического продукта, получаемого потребителем. Исходя из этого мы можем выделить, что туристический бренд — это отличительные черты города, основной задачей, являющиеся населенный пункт на фоне конкурентов и привлечь новых жителей и инвесторов. **Брендинг территории** должен быть тщательно продуман и содержать несколько креативных концепций, которые предназначены на разные аудитории: туристическую, на инвесторов и местных жителей. Как юридический инструмент туристический брендинг является инвестициями со стороны туристической компании, обычно делаются для получения определенных экономических результатов.

Фактически развитие бренда территории и есть развитие ее маркетингового потенциала. Брендинг можно считать ключевым стратегическим маркетинговым процессом, реализующимся в рамках территориального маркетинга. Территория или регион с точки зрения маркетинга является таким же товаром, как и другие, имеет свои значимые атрибуты и его продвижение поддается стандартному набору маркетинговых инструментов. Особенностью территории является то, что носителями атрибутов есть те же люди, обладатели самоидентификации территории, воздействие на которых и будет осуществляться в процессе брендинга. Кроме того, зачастую бренд территории уже обладает набором атрибутов, сложившихся исторически и поддающихся влиянию ближайших территорий и внутренних социально-политических процессов. Поэтому в основе брендинга территории лежит идея донесения широкой общественности представления о ее уникальности.

**Список литературы**

1. Афанасьев О.Е. Бренд как фактор формирования туристического образа страны // Бренддинг территорий: международный и отечественный опыт. Воронеж, 2010. С. 94-96.
2. Anholt S. Brand New Justice: The Upside of Global Branding / S. Anholt. – Butterworth Heinemann, 2003. – 280 p.
3. Васина В.А. Бренддинг территорий // Научный журнал. 2019. № 10 (44). С. 32-35.
4. Глотов Д.С. терминологический анализ брендинга территорий // Вестник РМАТ №2. С. 16-20
5. **Ибрагимов Н.С. Научные основы достижения устойчивой конкурентоспособности туристического региона автореферат дисс...д.э.н. Самарканд 2021. С. 64**
6. Клименко Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России) // Вестн. Моск. Унта. Сер. 10. Журналистика. 2010. №1
7. **Митина Э. А. Теоретические аспекты формирования и развития туристического бренда страны // Journal of Economy and Business, vol. 1. С. 92-97**
8. Матюк И. А. Бренддинг территории. Необходимо ли разрабатывать бренд территории Иркутский государственный университет, г. Иркутск 2017
9. **Навруз-Зода Б.Н. Новаторские меры повышения туристической привлекательности Узбекистана // Современное состояние и перспективы развития внутреннего и въездного туризма сб. статей / под ред. М.Ю. Шерешевой. М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2019. С. 80-91.**
10. **Нездойминов С.Г. Бренддинг туристического региона // Вестник Пермского Университета. 2014. № 4(23). С. 78-85.**

УДК 338.48

DOI: 10.56937/v2i10a9

*Исомов Бекмурот Сайфиддинович*

Доктор философии по экономическим наукам, PhD, доцент кафедры  
«Бухгалтерского учета и статистики»

Бухарского государственного университета,

E-mail: relinter@mail.ru

## **ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА СФЕРЫ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**Аннотация.** В данной статье обосновывается роль инвестиции и туризма как приоритетов регионального развития. Рассматриваются факторы, способствующие и препятствующие превращению туризма в Бухарской области. Проводится анализ существующих программ развития, нацеленных на развитие туризма. Предложена характеристика туристических услуг в Бухарской области по секторам на примере деятельности турфирм и средств размещения.

**Ключевые слова:** туризм, туристические услуги, инвестиции, рекреация, регион.

### **ВВЕДЕНИЕ**

На современном этапе развития экономики инвестиционная политика Узбекистана включает в себя такие структуроопределяющие направления, как максимальное использование имеющегося научно-технического, инновационного потенциала, развитие экспортоориентированных и импортозамещающих производств, расширение производства продукции с высокой добавленной стоимостью, а также развития туризма как стратегическая сфера. Сегодня, инвестиционная политика в туризме – это совокупность решений и комплекс мероприятий по организации, развитию и защите инвестиций в разнообразные сферы вышеназванной отрасли. Цель этой инвестиционной политики – это реализация стратегии развития туризма и экономического развития страны в целом. Правильная инвестиционная политика может привести к оживлению инвестиционной деятельности на предприятиях туризма и повышению их эффективности. А «инвестиции выражают все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской деятельности, в результате которой формируется прибыль (доход) или достигается социальный эффект» {1,с.5}. Кроме этого, инвестиций это вложение финансовых средств, материальных ресурсов, интеллектуальных ценностей, других материальных и нематериальных ресурсов на определенные производственные и непроизводственные цели. При помощи инвестиции в туризме создаются новые туристские объекты, а также модернизируются основные фонды. Помимо этого, инвестиции оказывают влияние на экономическую среду, способствуют ее устойчивому развитию.

Существуют нижеследующие формы инвестиций:

- прямые, или реальные;
- портфельные;
- инвестиции в нематериальные активы;
- инвестиции в человеческий капитал;
- инновационные инвестиции;
- венчурные технологические инвестиции.

В нашей стране инвестиции в туристский сектор поступают от государства, частного сектора экономики и от международных финансовых институтов. Ныне, туризм способствует диверсификации экономики, развивая отрасли, обслуживающие сферу туризма: строительство, связь, торговлю, сельское хозяйство, производство товаров широкого потребления, национальные ремесла и т. д. О возможностях нашей страны свидетельствует наличие свыше 7 тысяч объектов материального культурного наследия разных эпох и цивилизаций, в том числе включенные в Список объектов всемирного

наследия ЮНЕСКО исторические центры Бухары, Хивы, Самарканда и Шахрисабза. Всемирно известные исторические памятники, современные города, неповторимая природа Узбекистана, уникальная национальная кухня, а также непревзойденное гостеприимство нашего народа притягивают любителей путешествий.

Более того, в Узбекистане предпринимаются активные действия по созданию благоприятного инвестиционного климата. В основе этого лежат два фундаментальных фактора: политическая стабильность и продуманная, взвешенная макроэкономическая политика. Проводимая в Узбекистане, инвестиционная политика, направлена на решение стратегических задач. В республике принята Инвестиционная программа. Общий объем иностранных инвестиций на сегодняшний день превысил 14 млрд. долл. Сегодня государство формирует представление о благоприятном туристическом имидже страны, определяет основные направления туристической деятельности, создает условия для развития туризма. На современном этапе развития экономики Узбекистан сумел достичь статуса одной из самых перспективных стран мира, обладающих возможностями долгосрочного роста туристического рынка.

**Цель статьи.** Основной целью статьи является комплексный анализ количественных аспектов инвестиций в сферу туризма в Республике Узбекистан, закономерностей роста и уровня их эффективности.

**Теоретической и методологической** основой данной статьи являются научные труды известных узбекских и мировых экономистов по вопросам инвестиции, а также развития сферы туризма, теоретические и практические материалы, характеризующие процесс инвестирования этой отрасли. Более того, в настоящее время внимание привлекает такой аспект оценки инвестиционной деятельности гостиничных хозяйств, которые являются достаточно капиталоемкими по своему характеру ведения хозяйства. Вместе с тем практически не изучены особенности всесторонней оценки инвестиций на предприятиях туризма, которые являются важным фактором развития экономики многих стран мира. При определении методов оценки инвестиционных проектов нужно учитывать особенность инвестиционных туристских проектов, так как они значительно различаются по масштабам затрат, срокам их полезного использования, а также по финансовым результатам. Что касается мелких инвестиционных проектов, не требующих больших финансовых средств, не оказывающие существенного влияния на изменение общих объемов туристской продукции, а также имеющие относительно небольшой срок эффективного использования, можно применять несложные, технико-экономические расчеты.

Более того реализация в сфере туризма крупных инвестиционных проектов, таких как строительство новых туристских объектов, реконструкция туристских комплексов, освоение совершенно новых видов туристских услуг и требующих больших инвестиционных вложений, вызывает необходимость системного учета всех факторов, а именно, проведения более сложных финансово-экономических расчетов. Кроме этого, крупные инвестиционные проекты, которые реализуются в процессе оказания туристических услуг приводят к значительным изменениям в результатах хозяйственной деятельности туристского предприятия. Поэтому более точными должны быть экономические расчеты денежных потоков и методы оценки эффективности таких инвестиционных проектов. В туризме оценивание инвестиций связано с определением приемлемости инвестиционных предложений, основанных на таких видах экономической деятельности как гостиницы и другие туристские субъекты. В туризме желание реализации инвестиционных проектов будет зависеть в основном от прибыли, которую они могут принести. По этому туристические хозяйства отдадут предпочтение тем инвестиционным проектам, которые обещают громоздкую сумму прибыли. В то же время крупные, малые и средние субъекты сферы туризма могут оценить денежный поток, связанный с проектом, чтобы определить примерный объем денежных поступлений. В целях определения устойчивости денежных потоков существуют такие методы, как метод дисконтирования денежного потока и срок окупаемости. Последние, часто используется частными инвесторами и позволяет установить сроки инвестиционного проекта. На наш взгляд, при оценивании инвестиционных проектов в туризме, особое внимание следует уделить

анализу «затраты - выгоды». Потому что, названный вид анализа представляет собой способ расчета и оценки общественных затрат и общих социальных выгод, которые тесно связаны с инвестиционными проектами.

Следует отметить, что долгосрочный характер процесса реализации инвестиционных проектов усложняет оценку их эффективности. А внедрение инвестиционных проектов в течение длительного периода времени оказывает влияние на экономический потенциал и результаты хозяйственной деятельности туристского предприятия. Поэтому допущение ошибок во время оценки их эффективности может привести к значительным финансовым потерям. Важным условием развития предприятий сферы туризма является их соответствие стратегическим целям и инвестиционной политике сферы туризма.

В целом, владение современными методами экономической оценки выбираемых инвестиционных проектов, учитывающих особенности функционирования и развития предприятий туризма, необходимо для выработки правильной инвестиционной политики в этой сфере.

**Анализ исследований и публикаций.** Данную проблематику широко исследовали ряд иностранных и отечественных ученых, среди которых можно выделить таких как Дж. Кейнс, А. Смита, К. Маркса, К.Р. Макконелл, С. Л. Брю, А. Ришарда и другие.

Различные аспекты становления и развития туризма, а также финансирования инвестиции в Узбекистане рассматривали известные ученые. Среди них можно выделить научные труды О.Х. Хамидова, Х.Р. Хамраева, Б.Н. Навру-зоды, Д.Ш. Явмутова, С.О.Хомидова, Г.Р. Хидировой, Н.С. Ибрагимова, Ю.У. Суннатова, Ю.Т. Додобаева и другие. Исследование ими динамики развития туризма и инвестиционной деятельности способствовали обоснованию новых методических подходов по анализу экономики туризма инвестиций на региональном уровне. Основные мнения этих ведущих ученых-экономистов, привлечение инвестиции в целях развития туризма в Узбекистане имеет существенные отличия от методов инвестирования других Азиатских и Европейских стран, которые обусловлены специфическими особенностями его формирования в данном государстве. Последние научные исследования в этой области связаны с изучением проблем и возможностей привлечения внутренних и иностранных инвестиций в экономику туризма Узбекистана инвестиционных процессов, значением инвестиционного фактора в формировании ресурсного потенциала. Вместе с тем, вопрос совершенствования инвестиционной политики в экономике Узбекистана остается в центре внимания ученых, что и определило актуальность и направленность проводимого исследования.

**Изложение основного материала исследования.** На основе развития имеющихся природно-климатических и социально - экономических предпосылок, а также с использованием имеющегося инфраструктурного обеспечения создавался комплекс туристско-рекреационных объектов, оказывающих определенные услуги по удовлетворению среднестатистических потребностей туристов. Разработанная в республике программа реализации приоритетных инвестиционных проектов охватывает такие отрасли экономики, как топливно-энергетическая, машиностроительная, горнодобывающая, химическая и легкая промышленность, переработка сельскохозяйственной продукции, строительство и реконструкция туристических объектов. Результатом предпринимаемых в данном направлении мер является увеличение туристов, прибывающих в наш прекрасный край. Так, ежегодно Узбекистан посещают более 2 миллионов человек из разных уголков мира. География зарубежных гостей широка. Особой популярностью наша страна пользуется у граждан Германии, Франции, Турции, Республики Корея, Японии, КНР, Малайзии, России, Индии.

В целях стабилизации туристской отрасли, поддержания темпов развития туризма принимаются существенные меры Правительством нашей страны. Однако, пока в индустрии туризма нашей страны, в частности в Бухарской области на сегодняшний день еще не сложилась эффективная система рыночных отношений, неразвитая инфраструктура, низкий уровень сервиса, «неразвитость страхования и рынок ценных бумаг», несмотря на достаточно большой выбор предложений в сфере туризма. По этому согласно постановление президента Республики Узбекистан от 19 мая 2017 года «О мерах по

ускоренному развитию туристского потенциала города Бухары и бухарской области на 2017—2019 годы» предусмотрено «проведение широкой рекламной кампании и продвижение бренда Бухары за счет проведения фестивалей, таких как «Шелк и специи», «Ковун сайли», «День города», «Шарк таомлари», «Ремесленники Бухары», организации инфо-туров для иностранных туристских организаций и представителей средств массовой информации, а также продвижения туристского потенциала на популярных зарубежных телеканалах, размещения на специальных веб-сайтах во всемирной информационной сети Интернет и популярных социальных сетях статьей посвященных истории и достопримечательностям региона.»{2.с.2}

По этому, 1 августа 2018 года, был принят указ президента Узбекистана «О мерах по кардинальному улучшению инвестиционного климата в Республике Узбекистан» предусматривает снижение минимального уставного фонда предприятия с иностранными инвестициями с 600 миллионов сумов до 400 миллионов сумов, снижение в три раза государственной пошлины за регистрацию компаний с иностранными инвестициями, визовые преференции для крупных инвесторов.

Вместе с тем, заинтересованность в развитии туризма, как в органах власти, так и в различных кругах бизнеса, обусловлена двумя основными причинами. Во-первых, сам по себе бизнес в сфере оказания туристских услуг характеризуется достаточно высокой доходностью. Во-вторых, туристский бизнес вовлекает в свою деятельность организации смежных отраслей экономики, например, гостиницы, санатории, пансионаты, базы отдыха, учреждения культуры и досуга, предприятия общественного питания, транспортные и ремонтно-строительные компании, рекламные агентства, предприятия связи и другие.

Инвестиции в сфере туризма является основным источником ее финансирования. На уровне отдельной туристической организации инвестиции представляют собой финансовые вложения на определенный срок в различные инструменты для достижения индивидуальных целей инвесторов. Инвесторов классифицируют по степени коммерческого риска, на который они готовы идти в данном конкретном случае. Различают собственно инвестора - посредника в инвестиционной деятельности, аккумулирующего чужие финансовые средства и направляющего их в капиталовложения на условиях минимального риска. В качестве инвесторов выступают банки, инвестиционные фонды, страховые компании, финансово-промышленные группы. Однако, «инвестирование основывается на принципе конкурентного отбора. Значит, выбирается один из лучших вариантов инвестирования.» {3, с.141}

Для любого туристического предприятия каждый инвестор ассоциируется с определенным размером либо потоком финансовых вложений. При этом вкладываться могут как заемные, так и собственные средства. Главными анализируемыми показателями на данном уровне инвестиционной деятельности являются: ожидаемая прибыль (доходность инвестируемых средств); сроки окупаемости инвестиций; права инвестора на управление инвестируемым предприятием; степень коммерческого риска инвестора. С оптимизацией всех этих условий инвестиционного процесса связаны пути и темпы развития любого туристского предприятия.

В настоящее время правительство страны приняло решение об обеспечении объектов туристического кластера внешней энергетической, транспортной и инженерной инфраструктурой, включая строительство новых и реконструкцию действующих аэропортов. При этом определены источники финансирования указанных мероприятий, а также обеспечено внесение изменений в инвестиционные программы естественных монополий.

На всех территориях и в объектах сферы туризма ведутся работы по базовому инжинирингу: осуществляет разработку эскизных проектов, документации территориального планирования, архитектурных концепций, проводит изыскательские работы. Причины, обуславливающие необходимость инвестиций, могут быть разными и подразделяются на нижеследующие:



- обновление имеющейся материально-технической базы (внедрение современных систем бронирования или улучшение оборудования в номерах (кондиционеры, сантехника и пр.) для повышения класса обслуживания в гостиницах и ресторанах);
- наращивание объемов продаж и услуг в туризме;
- освоение новых видов деятельности (выход на рынок туристской индустрии с новым турпродуктом или новым видом услуг).

Очень выгодным способом получения средств коммерческой организацией является привлечение средств индивидуальных и институциональных инвесторов. Таким образом, для привлечения дополнительных финансовых ресурсов организация должна обладать высоким уровнем инвестиционной привлекательности, достаточным для того, чтобы убедить инвесторов вложить в нее свои деньги.

На сегодняшний день для любой принимающей страны отсутствует единая концепция в зарубежной литературе, позволяющая оценить эффект иностранного инвестирования. Однако отмечается основной положительный тренд влияния иностранного капитала на национальную экономику, это содействие экономическому росту страны, которое выражается в активизации деятельности национального капитала, усилении инвестиционных процессов, а также формировании новых тенденций в развитии национальной экономики.

Это выражается в: ускорении технического прогресса за счет применения новых технологий, перенесении опыта развитых рыночных отношений во взаимоотношении с рынком страны-импортера капитала, а также совершенствовании структуры национальной экономики с ориентацией ее на современные сферы и отрасли производства для более эффективного использования всех национальных трудовых и природных ресурсов.

Анализ показывает, что инвестиции в гостиничный бизнес отличаются от инвестиций в строительство торговой и офисной недвижимости сравнительно низкой доходностью, но вместе с тем и высокой надежностью и стабильностью, что является немаловажным для не крупных инвесторов. Для этой группы инвесторов могут быть интересны малые гостиницы.

Позитивным аспектом влияния иностранного инвестирования на национальную экономику является воздействие на повышение экономического роста путем повышения уровня инвестиционной активности. Иностранные инвестиции восполняют частично инвестиционный пробел в условиях ограниченности инвестиционных ресурсов в экономике страны, а также повышают рост инвестиционной активности, что ведет к росту экономического потенциала Узбекистана.

В зависимости от национальных приоритетов развития следует соблюдать разумное сочетание открытости и протекционизма, а также иметь строго дифференцированный и структурированный подход к иностранному инвестированию при формировании политики привлечения иностранных инвестиций для минимизации отрицательного воздействия на национальную экономику. Следует также отметить, что иностранное инвестирование (как и внутреннее) способно вызвать рост не только туристской отрасли, но и сопряженных отраслей в силу мультипликационного эффекта. Иностранные инвестиции служат основой в «новом» развитии для национальной экономики:

- в стране-импортере формируется новый тип рабочей силы, работники приспосабливаются к новым условиям труда;
- создаются новые рабочие места;
- доля занятости за счет зарубежных инвестиций достигает значительной величины.

При формировании стратегии приема иностранных инвестиций в интересах развития национальной экономики, иностранное инвестирование способно оказать позитивное воздействие на состояние туристской отрасли в Узбекистане. Таким образом, при сочетании протекционизма и либерализации внешнеэкономических связей иностранное инвестирование выступает в роли катализатора инвестиционных процессов в экономике. Развитие сотрудничества с зарубежными партнерами играют важную роль в освоении накопленного ими опыта управления, маркетинга, подготовки кадров, внутрифирменной организации. Иностранные инвестиции должны направляться, прежде всего, в развитие

туристской инфраструктуры края, повышение уровня сервиса по отношению к ценам. Необходимо подчеркнуть, что иностранные инвестиции должны соотноситься с уровнем внутреннего инвестирования. При соблюдении этого условия иностранные инвестиции оказывают стимулирующее воздействие на развитие туризма. Мировой опыт показывает, что объем прямых иностранных инвестиций практически никогда не превышает 12-15% общего объема инвестиций в национальную экономику.

Субъекты сферы бизнеса и предпринимательства, которые заинтересованы в развитии туризма на территории Бухарской области, необходимо прилагать максимальные усилия в позиционировании области как благоприятного для ведения туристской деятельности, открытого для сотрудничества в профильном бизнесе. Этому может способствовать открытие школ менеджмента для персонала, открытие туристских представительств, рекламные кампании, направленные на повышение интереса иностранного потребителя к возможности отдыха на данной территории с учетом изменения уровня качества и подхода к сервису, развитие сувенирного бизнеса и распространение соответствующей продукции за рубежом.

Следует отметить важность комплексного развития туристской инфраструктуры данной области, включающей в себя не только средства размещения, но и туристские достопримечательности, транспорт, в том числе прокат автомобилей, дороги, автостоянки, аэропорты, предприятия питания, сувенирную продукцию, средства связи.

Иностранное инвестирование туризма в Бухарской области имеет ряд нижеследующих преимуществ в получении прямых потоков капитала:

- стимулирует благоприятное воздействие иностранных инвестиций на экономику туризма в целом;
- увеличение экспорта принимающей страны (усиление потока въездного туризма);
- стабилизация потребности в импортных товарах (выравнивание загрузки объектов внутреннего и социального туризма).

Развитие туристического предпринимательства, развитие предприятий местной инфраструктуры туризма, увеличение международной конкурентоспособности принимающей страны, рост уровня занятости населения, повышение жизненного уровня населения, а также повышение культурного уровня населения, повышение квалификации трудовых ресурсов, возможность привлечения высококвалифицированного персонала, приобретение управленческих и технологических ноу-хау все это также является преимуществом региона. Формирование эффективного и конкурентоспособного туристского комплекса региона - главная цель работы в этом направлении. В результате проведенной нами оценки степени эффективности работы в сфере туризма выделяют следующих основных проблем, сдерживающих развитие рыночной системы туризма:

- тенденция к монополизации. Неустойчивость рыночной системы порождает стремление производителя туристских услуг, в целях получения максимальной прибыли, подавить конкурентов. Туристские фирмы, только обладающие большими объемами продаж, посредством распространенных рискованных форм их сотрудничества с поставщиками туристических услуг, способны приобретать необходимые ценовые преимущества.

- неравномерное наполнение информационного поля в рыночной среде. Информация (как идущая от потребителей, так и от поставщиков и розничных продавцов) имеет первоочередное значение. Однако в сфере туризма она распространяется неравномерно, порой бывает эксклюзивной - доступной только некоторым туроператорам.

- Неравномерность распространения информации приводит к тому, что некоторые субъекты туристического рынка, располагающие большими возможностями, получают преимущество перед другими в принятии соответствующих рыночной ситуации решений.

- неспособность к установлению социально приемлемых границ неравенства в распределении доходов. Рыночная система имеет тенденцию к концентрации богатства на одном полюсе и бедности на другом, так как туристский рынок нейтрален к моральным требованиям и распределяет блага в зависимости от того, кто и сколько готов заплатить, а

доходы субъектов рынка обычно являются результатом капитализации ранее полученных прибылей.

➤ неспособность рынка к контролю качества предлагаемого турпродукта. Контроль качества в туристской сфере необходим, так как качество туристских услуг является категорией непостоянной, а сами туруслуги, имеющие определенную длительность во времени, не подлежат обмену или возврату (ничем не заменить испорченный отдых).

Туристская сфера в Узбекистане, в том числе и в Бухарской области, по количеству подаваемых претензий и рекламаций недовольных клиентов уступает только финансово-страховой.

В целях дальнейшего развития и повышения эффективности использования туристского потенциала города Бухары и Бухарской области, в течении 2017 — 2019 годов, предусмотрено правительством нашей страны нижеследующие:

➤ строительство новых гостиниц, культурно-оздоровительных и торгово-развлекательных центров, иных объектов туристской инфраструктуры с созданием необходимых условий для развития туризма;

➤ создания максимально благоприятных условий для широкого ознакомления туристов с уникальными объектами культурного наследия, обеспечения динамичного развития в регионе современной туристской инфраструктуры, расширения перечня и улучшения качества предоставляемых туристских, гостиничных и транспортных услуг в соответствии с современными требованиями реализовать государственную программу ускоренного развития туристского потенциала данного региона;

➤ совершенствование системы общественного питания и создание условий для вечернего досуга туристов, в том числе за счет строительства современных ресторанов, проведения театрализованных концертных представлений узбекской национальной музыки, демонстрации национальных обычаев и традиций на территории объектов культурного наследия;

➤ улучшение транспортного обслуживания, развитие авиа — и железнодорожной инфраструктуры путем увеличения количества авиарейсов и рейсов электропоезда «Афросиёб», создания специализированной компании по обслуживанию туристов вокруг исторической части города Бухары, строительства и реконструкции автомобильных дорог, ведущих к объектам туристского показа;

➤ благоустройство территории города Бухары, включая утверждение обновленного проекта детальной планировки центральной части города Бухары, создание в центре города новой «торговой» улицы с размещением сети специализированных магазинов сувениров и подарков, установку на объектах туристической инфраструктуры банкоматов и терминалов, организацию валютных обменных пунктов, Wi-Fi-зон в местах массового скопления туристов с обеспечением широкого доступа к всемирной информационной сети Интернет;

➤ проведение широкой рекламной кампании и продвижение бренда Бухары за счет проведения фестивалей, таких как «Шелк и специи», «Ковун сайли», «День города», «Шарк таомлари», «Ремесленники Бухары», организации инфо-туров для иностранных туристских организаций и представителей средств массовой информации, а также продвижения туристского потенциала на популярных зарубежных телеканалах, размещения на специальных веб-сайтах во всемирной информационной сети Интернет и популярных социальных сетях статьей посвященных истории и достопримечательностям региона;

➤ обеспечение подготовки кадров для туристской отрасли города Бухары и Бухарской области путем организации обучения и повышения квалификации преподавателей профессиональных колледжей, работников туристской отрасли региона, проведения для субъектов туристской деятельности и работников транспортных организаций семинаров и мастер-классов с широким привлечением международных специалистов и экспертов в целях повышения качества обслуживания туристов;

➤ создание новых туристских маршрутов и развитие новых видов туризма, в том числе путем развития туристской инфраструктуры вокруг озера «Агутма» Шафирканского района, проведения капитального ремонта «Визит-центра» экологического центра

«Жайрон» и возведения вокруг него зоологического парка, обеспечения необходимых условий для занятия охотничьим, пляжным и спортивным туризмом на озере «Коракир» Пешкунского района, благоустройства территории вокруг музея «Афшона» со строительством специализированных домов-лечебниц;

➤ обеспечение в течение 2017 — 2021 годов роста объемов туристских услуг в 2,1 раза, а количества туристов — в 1,9 раз.

Инвестиционная деятельность в туризме является основой процветания этой сферы, вместе с тем практически не изучены особенности комплексной оценки инвестиций на предприятиях туризма в целом, как единой социально-экономической системы. В то же время туризм (его инфраструктура), будучи важным фактором развития цивилизации, который объединяет государства и континенты, нуждается в обоснованном, профессиональном и эффективном управлении инвестициями. Владение современными методами экономической оценки выбираемых решений, учитывающих особенности функционирования и развития предприятий туризма, необходимо для выработки правильной инвестиционной политики в этой сфере.

Таким образом, инвестирования могут выступать стремление к росту прибыли, увеличению масштабов производства (деятельности), стремление к власти и престижу в обществе, решение социально-экологических проблем, сохранение или увеличение рабочих мест. Поэтому важно из целей формальных сформулировать реальные цели инвестирования с установлением конкретных целевых показателей. Например, такая формальная цель, как увеличение прибыли, должна быть конкретизирована в виде ряда показателей, по которым можно будет определить степень ее достижения. В частности, это могут быть показатели средней величины прибыли за ряд лет, либо чистой прибыли, либо иные показатели, характеризующие прибыль от инвестирования.

Разнообразные факторы, влияющие на инвестиционную деятельность предприятий туризма, можно дифференцировать на объективные и субъективные, внешние и внутренние. Объективные факторы не зависят от деятельности правительственных органов и туристского предприятия, как например, наводнение, землетрясение, пожары.

Существуют и субъективные факторы, которые полностью зависят от деятельности государства и самого субъекта хозяйствования. Внешние факторы оказывают существенное влияние на выбор форм инвестирования, наиболее значимыми являются темпы инфляции и процентные ставки на финансовом рынке, природные, политические факторы.

К внутренним факторам можно отнести:

➤ размеры (масштабы) туристского предприятия; финансовое состояние туристского предприятия;

- функциональную направленность;
- научно-техническую политику туристского предприятия;
- инвестиционную политику;
- организационно-правовую форму хозяйствования.

В процессе инвестирования важно, как прогнозируются и планируются инвестиции, как организуется инвестиционный процесс, куда территориально направляются инвестиции, на какие цели и во что вкладываются средства, кто является инвестором, и кто реализует проект. Для этого необходимо нижеследующие:

- предварительный анализ инвестиционного проекта;
- мониторинг;
- коррекция в процессе выполнения, его завершение.

Важным фактором, определяющим величину инвестиций, также, является норма прибыли, которую фирмы ожидают получить от инвестиций. {4.с. 19}

В целом, инвестиции являются необходимым фактором развития туристской отрасли, создания современного конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей населения.

#### **Анализ тенденции изменения инвестиции в сфере туризма**

Известно, что инвестиции в основной капитал — это основа становления и стабильного развития сферы туризма.

Источники: Туризм в Узбекистане за 2018-2022 годы.

Приведенные данные в диаграмме №1 свидетельствуют, о том, что, в 2016 году 45,4 миллиард сумов, а в 2017 году 48,7 млрд. сумов, что больше относительно предыдущего года на 2,3 миллиард сумов. Анализ показывает, что в целом, в течении 2016-2021 годов инвестиционные вложения в основной капитал составил 342,7 миллиард сумов. Значительные по объему финансовые вложения, направленные на строительство, реконструкцию туристических объектов, приобретение машин, оборудования, транспортных средств, производственного и хозяйственного инвентаря, а также на другие инвестиционные цели, существенно увеличивают первоначальную стоимость основных фондов предприятий туристической отрасли.

Источники: Туризм в Узбекистане за 2018-2022 годы.

Что касается относительных изменений, в туристической сфере имеют место тенденции роста инвестиционных вложений в основной капитал. Например, 2018 году рост инвестиции в основной капитал по отношению 2017 года составил 105,9 %. В 2021 году относительный рост по сравнению 2020 года составляет 119,7 процента. Регулярный, средний рост в течении 2017-2021 годов составляет 10,4 процента.

Источники: Туризм в Узбекистане за 2018-2022 годы.

В течении 2017 — 2021 годов экспорт туристских услуг вырос в два раза и составил 1510,2 млн долларов США в 2017 году, а в 2021 году — 272,9 млн долларов США. Анализ показывает, что важным фактором увеличения объемов экспорта туристских услуг является количественное численности иностранных туристов. Среднегодовой темп роста иностранных посетителей до 2016 года составлял 8 процентов, в 2017 году — 7 процентов и превысил 2,69 млн человек. По итогам 2022 года республику посетили около 5,2 млн иностранных туристов. С учетом того, что нашу страну посещают большое количество иностранных туристов, вкладывая инвестиции были приобретены автотранспортные средства туристского класса, предназначенных для перевозки 8 и более человек, вследствие чего по итогам 2018 года парк автотранспорта туристского класса пополнился 128 единиц, из них 47 автобусов и 81 микроавтобусов.

В условиях большого разнообразия уровней развития производительных технологии, эффективного роста объемов инвестиции требует использования самых различных форм субъектов, соответствующих этим уровням. Развитие мелких и средних предприятий сферы туризма — это наиболее дешевый путь к рынку, закладывающий основы ресурсосберегающего экономического роста, формирование наукоемкого и эколог защитного сектора экономики. {5, с.3} Существование разных форм хозяйств - это неременный атрибут нормальной, естественной туристической сферы. Ныне как никогда нужен заинтересованный, инициативный хозяин гостиничного хозяйства. На современном этапе в Узбекистане, в том числе в Бухарской области большое внимание уделяется строительству новых гостиничных хозяйств. Ныне, в Бухарской области количество объектов гостиниц и аналогичных средства размещения составляет 180 единиц, в том числе объекты специализированных средств размещения – 6 единиц, а объекты индивидуальных средств размещения – 25 единиц, а также действуют 6 объекта иных средств размещения. В гостиницах и аналогичных средствах размещения имеются 2043 номеров и 4149 мест. Количество лиц, размещенных в них, составило 190,1 тысяч человек. Из них 65,2 тысяч человек являются гражданами Узбекистана и 25,9 тысяч человек являются гражданами стран СНГ и 99,0 тысяч человек являются гражданами иностранных государств. Количество ночёвок составило 384,0 тысяч единиц. В специализированных средствах размещения насчитывается 309 номеров, 826 мест. Количество лиц, размещенных в них, составило 9,9 человек. Из общего числа лиц 9,6 тысяч человек являются гражданами Узбекистана, а 0,3 тысяч - гражданами стран СНГ. Количество ночёвок составило 156,8 тысяч единиц. До 2021 года количество согласно региональной концепцией развития туристической отрасли должно достигать 209 единиц.

В других регионах нашей республики также ведутся мероприятия по развитию гостиничного хозяйства. Например, в Самаркандской области успешно функционируют

более 886 гостиниц. В течении 2019-2021 годов предусмотрено концепцией развития туризма увеличение количество гостиниц до 223 единиц.

В Узбекистане краткосрочная и долгосрочная стратегия развития обуславливает формирования ресурсной базы и становление, а также развитие современных структур инфраструктуры туризма. Далее акцент стратегического планирования сместился в сторону стимулирования предпринимательских инициатив регионов, определения мест расположения свободных экономических зон и туристских кластеров, а также отбора реализуемых в них инвестиционных проектов.

Однако, сегодня перед ново создающимися гостиничными хозяйствами стоит проблема финансового обеспечения инвестиции и первоначальное накопление капитальных вложений. В условиях реализации стратегии действия и развития экономики туризма следует создавать и пользоваться самими разнообразными источниками финансирования.

Источники: Целевые параметры по строительству гостиниц в Узбекистане за 2018-2021 годы.

Анализ показывают, что, в Узбекистане для развития гостиничного хозяйства реализуется внутренние и внешние инвестиции. Последнее формируются за счет собственных средств самих хозяйств и кредитов коммерческих банков. Так, согласно данных диаграммы № 4 в 2018 году из общего объема реализованных инвестиции на строительство гостиниц более 19,4 % реализовано в Бухарской области и 19,6 % в Хорезмской области, 13,5% в Самаркандской области.

Естественно, конечные результаты инвестиций напрямую связаны с их характером, объемом и структурой. Но свою очередь последние зависят и от эффективности; чем выше отдача, тем больше ресурсов и возможности для совершенствования структуры сферы услуг и капитальных вложений. В условиях ограниченности внутренних накоплений необходимо привлечение иностранных инвестиций. {6, с.46}

Источники: Целевые параметры по строительству гостиниц в Узбекистане за 2018-2021 годы.

Данные диаграммы №5 показывают, что, для строительства гостиниц привлечены в Узбекистане иностранные инвестиции. Например, за 2018 год в городе Ташкенте реализовано иностранные инвестиции на общую сумму 128 000 тыс. долларов США, а в Хорезмской области 37 000 тыс. долл., в Самаркандской области 33 000 тыс. дол., в Бухарской области 21400 тыс. долларов США.

В целях создания современных гостиниц и аналогичных средства размещения должно быть обеспечены за счет ресурсов местного и государственного бюджета и смежных отраслей всех уровней, туроператоров, турагентов, организаций сферы транспорта и страховых компаний и иностранных инвесторов.

### **Заключение**

В заключении необходимо отметить, что сфера инвестирования в туризме должна включать внешнюю и внутреннюю территориальную среду, в которой развивается вышеназванная сфера. Помимо этого, собственные и привлеченные инвестиции должны быть направлены на решение задач, вытекающих из целей инвестиционной политики и устойчивого развития туризма в нашей стране. При этом особое внимание необходимо уделить поиску совершенно новых, альтернативных источников инвестиционных ресурсов. Инвестиционные процессы должны быть непрерывными, чтобы обеспечивать и непрерывность расширенного воспроизводства туризма. Государственная поддержка туризма за счет средств бюджета, внебюджетных фондов и заемных средств, также являются важными источниками финансирования инвестиционной деятельности предприятий и стимулирует развитие разнообразных форм экономических. Иностранные капиталовложения способствуют обновлению основных фондов и привлечению новых форм технологии. Финансирование инвестиционной деятельности экономических субъектов с помощью таких финансовых посредников как инвестиционные фонды и фонды сбережений являются дополнительным источником финансирования инвестиции. Учитывая вышеуказанные обстоятельства, целесообразно отметить, что в перспективе



основными направлениями развития туризма и инвестиционной политики на мой взгляд должно быть:

- совершенствование имеющихся инфраструктуры инвестиционного рынка;
- определение приоритетных направлений собственных, привлеченных вложений и иностранных инвестиций, которые направляются в сферу туризма;
- создание нормальных условий в гостиницах и в иных средствах размещения;
- улучшения качества туристских услуг во всех регионах и в стране целом;
- развитие туристских услуг в соответствии с международными стандартами;
- формирование современной туристской среды, включая систему туристской навигации, знаки ориентирования;
- системное обеспечение материально-финансовыми ресурсами всех регионов и субъектов.

Таким образом, совершенствование и развитие крупных, мелких и средних предприятий сферы туризма позволит привлечь внутренние и внешние источники финансирования, посредством которого можно создать новые рабочие места. По мимо этого, инвестиционная политика в данной отрасли должна быть направлена на развитие экономики в целом и повышение эффективности нематериального производства туристских услуг, обеспечение самофинансирования и необходимого задела развития туристского региона в будущем. Кроме этого, туризм ныне является эффективной сферой, и туристическая отрасль должна быть ориентирована на обеспечение необходимых условий для безопасности и здоровья туристов.

#### **Список литературы:**

1. Насиров, Э. И. Маматов. Б.С. и другие. Организация и финансирование инвестиции.Т. «Иктисод-молия». - 2009. – С. 5

2. Постановление Президента Республики Узбекистан о мерах по ускоренному развитию туристского потенциала города Бухары и Бухарской области на 2017 — 2019 годы.

3. Саидов С.О., Ражабова С.Ф. ва бошқалар. Иктисодиёт ва тадбиркорлик асослари. Т. «ФАН» 2002. С.-141

4. Хамроев Х.Р., Б.С. Исомов. Вопросы развития туризма и зональная политика. M.RUSAIN.2020 г. 173 стр.

5. Бекмурот Исомов. Эффективность инвестиции хозяйств различных форм и размеров. Таджикский научно-исследовательский институт научно-технической информации и технико-экономических исследований. УДК 631.1(№2-93) Серия 68.0175. Город Душанба. 1993 год.

6. Абдусамад Рахимов Рахимович, Бекмурот Исомов Сайфиддинович , Основы мелкого предпринимательства. ТГУ. Душанбе.1994 год. 140-стр.

УДК 339.8

DOI: 10.56937/v2i10a10

**Усманова Азиза Фозил кизи**

преподаватель кафедры «Туризм»

Международного университета

Кимё в Ташкенте

## ПЕРСПЕКТИВЫ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В САМАРКАНДЕ

***Аннотация.** В данной статье раскрыты особенности развития культурно - познавательного туризма в Узбекистане, а также описаны объекты культурного наследия, которые способствуют развитию данного вида туризма в республике. Кроме того, описаны результаты проведенного SWOT-анализа культурно-познавательного туризма. На основе чего даны авторские рекомендации по развитию культурного туризма и привлечению туристов в республику. Исследованы культурно-исторические ресурсы, которые являются наследием прошлых периодов общественного развития, играют важную роль в качестве основного ресурса для культурного туризма. Пространство, сформированное культурными ценностями, в определенной степени определяет направление рекреационных потоков и туристических маршрутов. Среди историко-культурных ценностей большую роль играют памятники истории и культуры, которые являются наиболее привлекательным и основным средством удовлетворения познавательных и культурных рекреационных потребностей. Памятники истории и культуры, в соответствии с их основными характеристиками, являются.*

***Ключевые слова:** культурный туризм, объекты культурного наследия, культурно-познавательный тур, Самарканд, Узбекистан*

**Abstract.** This article reveals the features of the development of cultural and informative tourism in Uzbekistan, as well as describes the objects of cultural heritage that contribute to the development of this type of tourism in the republic. In addition, the results of the conducted SWOT analysis of cultural and informative tourism are described. On the basis of which the author's recommendations are given for the development of cultural tourism and attracting tourists to the republic. Cultural and historical resources, which are the legacy of past periods of social development, play an important role as the main resource for cultural tourism. The space formed by cultural values, to a certain extent, determines the direction of recreational flows and tourist routes. Among the historical and cultural values, historical and cultural monuments play an important role, which are the most attractive and the main means of satisfying cognitive and cultural recreational needs. Monuments of history and culture are, in accordance with their main characteristics.

**Keywords:** cultural tourism, cultural heritage sites, cultural and informative tour, Samarkand, Uzbekistan

**Введение.** Сегодня культурный туризм имеет очень широкую направленность. Этот вид туризма зависит от круга интересов путешественника. Их может интересовать незнакомое, неизвестное, достопримечательности и предметы, которые они никогда раньше не видели. Существуют различные виды культурного туризма, включая фольклорный, тематический, исторический, театральный, этнографический, литературный и экскурсионный. Основными элементами познавательного туризма являются экскурсии, посещение памятников культуры, различных музеев и организаций. Все это призвано дополнить новые знания и впечатления.

Культурный туризм - это посещение исторических, культурных и природных достопримечательностей. Культурный туризм - популярный и востребованный вид туризма. Эти туры предназначены для ознакомления посетителей с туристическими достопримечательностями, историческими памятниками, художественными и

историческими объектами, природными и этническими аспектами, а также изучение жизни стран и народов мира.

Указом Президента Республики Узбекистан № УП-52 «О создании дополнительных условий для дальнейшего развития сфер туризма, культуры, культурного наследия» от 15 января 2022 года предусмотрено, «формирование и реализация целостной концепции развития туризма, ориентированной на коренное повышение туристского потенциала страны, а также осуществление единой государственной политики в сфере туризма». Действительно, имея большие возможности для развития культурно-познавательного туризма Республика Узбекистан может повысить свой статус на мировой арене, а также повысить долю поступлений от туризма в ВВП страны [1].

**Анализ литературы.** Культурный туризм является самой активной частью среди всех факторов туристической привлекательности. В современной интерпретации, культурный ландшафт имеет свойство универсальности, аутентичности и целостности как объект культурного и природного наследия. Культурный туризм существует вместе с другими факторами, которые играют очень важную роль в развитии индустрии туризма [7]. Как отмечает Сенин В. С. «культурный туризм, основанный на впечатлениях, как прямых, так и косвенных (опосредованных), в результате знакомства или изучения и познания чужой или своей собственной культуры и культурных артефактов, является одним из основных и самостоятельных видов туризма, предлагает туристу истинные, подлинные (аутентичные, нестандартизированные массовые) впечатления [5]. Неслучайно Веткин В.А. и Винтайкина Е.В. считают, что культурный туризм формирует культурно-историческое наследие, современное искусство, образ жизни и деловые практики, характеризующие туристскую дестинацию и связывающие потребителей туристских услуг, обеспечивающих доступ к культуре дестинации [2]. В свою очередь, Очилова Х.Ф. отмечает, что для специализированного культурно-познавательного туризма характерны подробные тематические туры. Например, специализированный этнографический тур подробно знакомит туриста с особенностями культуры, традиций, быта, кухни народа или народов региона, страны [3].

Неспециализированный культурный туризм предполагает различные тематические экскурсии, анимационные программы, которые носят скорее ознакомительный характер, то же относится к сопутствующему туризму [4].

То есть как отметил А. Норчаев, культурный туризм представляет собой сложный многопрофильный вид деятельности, в которую помимо традиционных составляющих инфраструктуры туризма (таких как туроператоры въездного туризма, гостиницы, авиаперевозчики, автотранспортные предприятия, специализирующиеся на обслуживании туристов, охранные предприятия) вовлечены многие другие организации и предприятия сферы услуг [6].

До 1980-х годов культурный туризм занимал небольшую нишу на туристическом рынке. Сегодня, по данным ЮНВТО, культурный туризм является одним из основных видов массового туризма. По оценкам Всемирной туристской организации UNWTO, в 2017 году культурно-познавательный туризм составил примерно 42% от всех поездок (37% в 1995 году), с ежегодным ростом на 15% [8].

Узбекистан обладает богатым историческим и культурным наследием с уникальной архитектурой и искусством. Древние исторические места Ташкента, Самарканда, Бухары, Шахрисабза, Хивы, Ургенча, Термеза и Каракалпакстана составляют основу развития культурно-познавательного туризма в Узбекистане. В стране насчитывается более 7 000 объектов культурного наследия, многие из которых включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. В настоящее время около 400 объектов культурного наследия включены в туристические маршруты и активно посещаются туристами. Это свидетельствует о большом потенциале туризма в республике [4].

**Методология исследования.** В статье используется метод сравнения зарубежного опыта по развитию культурно-познавательного туризма, с учетом видов объектов туризма в республике.

В ходе исследования использованы методы системного анализа, логического и сопоставительного анализа, методы анализа и синтеза, сравнительного анализа, причинно-следственный метод, пространственно-временной метод, традиционный, математический и статистический виды экономического анализа, социологического опроса. Методологической основой данного исследования стали работы отечественных и зарубежных специалистов в области культурно-познавательного туризма, объектов и достопримечательностей, планирования деятельности предприятий туризма и гостиничного бизнеса, а также образовательных учреждений, занимающихся подготовкой квалифицированных специалистов для сферы туризма. В качестве методологической основы исследования выступают структурно-логический и системный подходы, а также экономико-статистические, экспертных оценок, наблюдения.

**Основная часть.** Республика Узбекистан имеет огромным потенциал для развития культурно-познавательного туризма, т.к. в республике большое количество туристических достопримечательностей, археологических и архитектурных памятников, которые находятся под защитой ЮНЕСКО. В стране с высокими темпами развивается туризм. В этой связи принята Концепция развития туризма до 2025 года, создаются новые рабочие места, возрождаются ремесла, к примеру, знаменитая Самаркандская бумага, искусство миниатюры и т.д.[9].

Таким образом, культурно-познавательный потенциал республики характеризуется наличием богатого историко-культурного потенциала, темпами экономического роста и последовательной государственной поддержкой развития туризма. Все это способствует развитию культурно-познавательного туризма. Культурный туризм во многом является средством обмена, дальнейшего развития и сохранения единого культурного пространства региона. Культурный туризм можно рассматривать не только как вид туризма, но и как экспортную стратегию в развитии туризма в республике. Туризм становится устойчивым компонентом индивидуального досуга, способствуя охране культурного наследия и обмену культурной информацией. Для успешного достижения этой цели необходимо создать уникальный образ Узбекистана, отличающий его от других туристических направлений. Культурный туризм необходимо развивать именно как самостоятельное направление внутри туризма, а не как дополнение к историческому, религиозному или развлекательному туризму. Исторические памятники, красивые пейзажи, высокие горы, величественные озера. Их можно найти во многих странах, но они уже, кажется, потеряли некоторый интерес среди туристов, которые ищут инноваций в своих путешествиях. И мы должны предложить это "что-то новое". Целесообразно познакомить их с уникальными традициями и обычаями нашего народа, а также позволить им быть участниками красочных традиционных праздников, фестивалей, церемоний и приготовления изделия местных ремесел и национальные блюда.

Для определения спроса на культурные туры среди иностранных туристов, посетивших Узбекистан, группой ученых Самаркандского института экономики и сервиса было проведено маркетинговое исследование, путем анкетного опроса иностранных туристов, посетивших Самарканд [9]. В опросе приняли участие 1600 человек, 39 % из которых составили женщины, 56 % — мужчины. Основным мотивом посещения Узбекистана иностранными туристами является интерес к истории и культуре, образу жизни, возможности обмена взглядами с жителями, перспектива увидеть «неизвестную» страну. И «в подобные туры» изъявили желание отправиться 68,3 % опрошенных. Отметили, что к приезду в нашу страну туристы готовятся минимум 3–11 месяцев — 57 % респондентов. 47,5 % респондентов отметили, что в групповых турах приезжают люди старшего поколения. Увеличивается количество индивидуальных туристов — 20,2 % респондентов это туристы, заказавшие индивидуальный тур. Эти туристы, конечно заранее

изучают информацию о нашей стране. На выбор посещения нашей страны повлияли такие факторы, такие как «безопасность путешествий по Узбекистану» - (24,6 %), «привлекательные цены» (20,2 %) и «посты об Узбекистане в социальных сетях», «самобытность и культура Узбекистана, описанная в путеводителях, рекламных проспектах туристских фирм, телевизионных программах»-(56 %).

Это говорит о том, что все больше молодых и пожилых людей преодолевают пространственные барьеры в надежде приобщиться к иной культуре, получить новые знания и впечатления. При этом 91 % респондентов считают, что информационных (в первую очередь этнографических и культурных путеводителей) и рекламных материалов явно недостаточно». Хотя основную информацию об Узбекистане туристы берут из путеводителей — (52,9 %), сайтов туристских агентств — (30,3 %), сайтов по бронированию гостиниц (Expedia, Booking.com) (10.6 %), обзор сайта TripAdvisor - (18.2 %), социальных сетей (7,4 %). Из этого следует, что большой проблемой является недостаточная информированность потенциальных туристов о стране, в целом, и о туристском продукте в частности. Туристы не знают о существующих на территории Узбекистана культурных турах [8].

Культурный туризм, ориентированный на удовлетворение интересов как туристов, так и местного сообщества должен активно вовлекать местное население, государственные и местные органы, сферу образования в решение проблем сферы культурного туризма. В качестве успешных проектов в данном направлении можно назвать опыт г. Бельвилля (Франция), где местные жители активно участвуют в сопровождении туристов в качестве гидов; разработаны туристические программы, которые вовлекают местных жителей в экскурсионную деятельность. Конечно, такие формы участия резидентов в культурном туризме всегда были и есть в Самарканде, но, скорее, они носят частный характер и пока не институционализированы. В связи с этим, необходимо проводить рекламные кампании, информационные туры с привлечением специалистов по туризму, преподавателей и студентов соответствующих специальностей, так как туристы, основную информацию о местах пребывания во время путешествия по Узбекистану, получали от местных жителей, гидов — (35,1 %). А также принимать активное участие с наглядными, красочными и просветительскими путеводителями в международных конференциях, выставках по туризму и в иных мероприятиях в целях популяризации культурного туризма. Так как 40,2 % респондентов основную информацию о местах пребывания во время путешествия по Узбекистану, получали из путеводителей. Несмотря на то, что практически любую информацию можно получить из печатных периодических изданий, художественной литературы и других источников. Самаркандский регион, заинтересованный в привлечении туристов, должен разумно планировать и развивать специальные программы и мероприятия, способствующие повышению интереса к его культуре, распространять информацию о своем культурном потенциале в расчете на привлечение потенциальных туристов.

Критерий новизны культурного турпродукта подразумевает ощущения необычности, не традиционности, нестандартности, отличности от собственной культуры. Ожидания потребителей связаны с переживаниями удивления, потрясения, восхищения, восторга от открытия нового. С точки зрения удовлетворения потребности в новизне, культурный турпродукт Узбекистана отвечает этому требованию западного туриста, т. к. в нашей стране уникальная культура, богатейшая история, со всеми ее артефактами в виде национального костюма, национальной кухни, предметами, стилем и духом национального быта, фольклором и обрядовостью что всегда привлекало иностранцев. Узбекские рестораны популярные среди местного населения привлекают 25,7 % туристов. 70,6 % туристов предпочитают останавливаться в гостиницах национального стиля. Значительно возросло оформление национального дизайна и эстетики интерьеров в оформлении общественных мест, ресторанов, кафе, клубов, а также музыкальной, визуальной и исполнительской культур. Местные жители открывают ремесленнические дома, где предоставляют пакет

услуг с мастер классами по приготовлению пищи, показом национальных и культовых обрядов местных жителей. Еще раз подчеркнем, что именно жители города формируют впечатления от культуры и самобытности места, создают его атмосферу. Рост заинтересованности местного населения в создании культурных благ, является необходимым условием развития всей инфраструктуры культурно-познавательного туризма.

Сегодня культурно-познавательный туризм является одним из основных видов туризма, получивших широкое распространение. Высокий спрос на этот вид туризма связан с растущей потребностью общества в увеличении своего человеческого капитала, знаний и интеллектуального уровня. По мнению экспертов, на культурно-познавательный туризм приходится 35% и даже 60% мирового туризма.

Для того чтобы понять потребности людей в вышеупомянутых культурно-познавательных поездках, была проведена анкета. Результаты опроса показали, что из 522 опрошенных 156 человек хотели бы посетить исторические места, 150 - посетить местные дома, 143 - посетить музыкальные фестивали и пообщаться с местными жителями, 143 - посетить национальные парки, 136 - посетить музеи, 136 - посетить и принять участие в приготовлении пищи и увидеть, как готовятся национальные блюда. 133 респондента. Еще 126 хотели побывать на свадьбе, 120 - посетить деревню или сельскую местность; 106 туристов интересовались "эко-турами" и "горными районами". Танцы и пикники интересовали 96 туристов. Ремесленные изделия заинтересовали 82 туристов. Данные опроса показывают, какие туры туроператорам надо развивать, т.е. на каких видах туров им нужно сосредоточиться, чтобы расширить свое предложение и разнообразить туры.

Анализ потребностей в культурно-познавательном туризме выявил ряд соображений, которые необходимо учитывать при разработке культурно-познавательных турмаршрутов в Самарканд.

- Недостаточная информированность потенциальных туристов о Самарканде и туристических продуктах.
- Отсутствие единообразия в проведении культурных туров.
- Из 45 туроператоров в городе только 12 занимаются культурным туризмом.
- В турах не учитываются национальности туристов и точки возможной диверсификации.
- Они не знают, что в Узбекистане существуют культурные туры.
- Узбекистан не имеет значительного присутствия на международном туристическом рынке.
- Недостаточное развитие инфраструктуры.

Поэтому для развития и продвижения культурного туризма в Узбекистане и соседних регионах необходимо проводить активную маркетинговую и рекламную деятельность в стране и за рубежом.

**Результаты исследования.** В настоящее время, Узбекистан полностью открыт для зарубежных путешествий из всех стран мира. Сняты все ограничения на путешествия, с марта 2022 года в Узбекистане наметились позитивные тенденции быстрого восстановления сферы туризма, о чем свидетельствует высокий уровень загрузки различных средств размещения в стране, в том числе отелей, гостиниц, гостевых домов и т.д.

В связи с наметившимися тенденциями в мире по выходу из глобальной пандемии, связанных с Covid-19 ожидается, что в ближайшее время поток туристов будет существенно увеличен с темпами прироста не менее 30% в год. Это требует осуществления дополнительных международных авиационных пассажирских перевозок, расширения географии полетов, как национального авиаперевозчика, так и привлечения иностранных авиакомпаний, в особенности бюджетных направлений перевозок [10].

Маркетинговые исследования рынка культурно-познавательного туризма Самаркандской области и республики в целом свидетельствуют о том, что пост-



пандемийный период, ожидается большой спрос на новые направления, турмаршруты и открытие новых рейсов авиасообщения.

Как видно, все иностранные туристы, прилетевшие в Узбекистан, обязательно посещают город Самарканд, т.к. там сосредоточены большое количество исторических туристических достопримечательностей. Кроме того, внутренние туристы также активно посещают Самарканд, вследствие того, что высокоскоростной поезд «Афросиаб» позволяет утром выехать в Самарканд и вечером вернуться, т.е. можно организовать туры выходного дня.

Исходя из данных рис.3 можно сделать вывод, что государственная поддержка туристического бизнеса и выделение субсидий для строительства гостиниц привело к увеличению количества гостиниц и других средств размещения. Необходимо отметить, что большая часть этих средств размещения в гостиницы три звезды и гостевые дома, которые в регионах и Самарканде больше всего. Семейные гостевые дома также позволяют обеспечить занятостью местное население и улучшить их уровень благосостояния.

В отличие от других областей республики в Самарканде очень много гостиничных хозяйств, т.к. местное население уже освоило данный вид предпринимательства, которому предоставляются налоговые льготы и преференции.

Как уже было выше упомянуто удобная транспортная развязка, наличие авиарейсов и железнодорожных рейсов в Самарканд, способствует тому, что внутренние туристы самостоятельно выезжают на weekend.

Следующим видом маркетингового анализа является SWOT – анализ, который был проведён автором. SWOT – анализ культурно-познавательного туризма Самаркандской области (см. табл. 1), результаты которого позволяют сделать следующие выводы по сильным и слабым сторонам, а также выделить перспективы и угрозы, возможные риски для дальнейшего развития культурно-познавательного туризма.

Таблица 1.

**SWOT – анализ культурно-познавательного туризма Самаркандской области<sup>1</sup>**

	<b>Положительное влияние</b>	<b>Отрицательное влияние</b>
<b>Внутренняя среда</b>	<p><b>Сильные стороны:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Уникальный культурно-исторический потенциал и богатейшие природно-рекреационные ресурсы, благоприятный климат.</li> <li>2. Этническое многообразие населения.</li> <li>3. Компактность территории и транспортная доступность (авиа, автомобильное и железнодорожное; автотрасса М-39).</li> <li>4. Политическая важность для Республики Узбекистан.</li> </ol>	<p><b>Слабые стороны:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Необходимость охраны, восстановления и реставрации многих туристско-экскурсионных объектов, лечебно-оздоровительных учреждений, гостиничных предприятий.</li> <li>2. Отсутствие инновационных подходов и технологий в сервисной деятельности предприятий индустрии гостеприимства.</li> <li>3. Рекреационная отсталость некоторых районов области.</li> <li>4. Слабая оснащенность некоторых средств размещения и неразвитость туристской инфраструктуры.</li> <li>5. Неравномерное распределение турпотока по сезонам.</li> <li>6. Невысокий уровень информационного обеспечения, отсутствие рекламы, инновационных подходов в организации и четкой стратегии продвижения подвидов культурного туризма.</li> </ol>

<sup>1</sup> Разработано автором статьи

<b>Внешняя среда</b>	<b>Возможности:</b>	<b>Угрозы:</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Функционирование в Самаркандской области, т.е. в Ургутском районе свободной экономической зоны.</li> <li>2. Заинтересованность государственных структур в финансовой поддержке развития туристской отрасли в республике.</li> <li>3. Возможности расширения сети тематических туристских маршрутов (по всем видам туризма).</li> <li>4. Создание инновационных экскурсионных и развлекательных центров.</li> <li>5. Создание туристско-информационных центров и интернет-сайтов с информацией о туристических предложениях области.</li> <li>6. Равномерное развитие туристских кластеров исходя из специфики района.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Трудности внешнеэкономической обстановки.</li> <li>2. Конкуренция с близлежащими туристическими областями, предлагающими предложения по аналогичным видам отдыха.</li> <li>3. Сложности, связанные с «невнятным» пониманием местного населения, занятого в индустрии гостеприимства, со стандартами обслуживания в туризме.</li> </ol>

Как видно из таблицы 1, существующие угрозы развития культурного туризма в Самарканде возможно устранить для повышения привлекательности туризма и позиционирования отдельных объектов туризма. Что касается возможностей, на наш взгляд целесообразно создать региональный бренд, посвященный историко-культурным элементам. Все это, несомненно, внесет дополнительный вклад в создание и поддержание положительного имиджа Самарканды как безопасного, интересного, доступного и модного туристического направления.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что культурно-познавательный потенциал Самаркандской области характеризуется наличием богатого историко-культурного потенциала, темпами экономического роста и последовательной государственной поддержкой развития туризма. Все это способствует развитию культурно-познавательного туризма. Культурный туризм во многом является средством обмена, дальнейшего развития и сохранения единого культурного пространства региона. Культурный туризм можно рассматривать не только как вид туризма, но и как экспортную стратегию в развитии туризма в Самаркандской области. Туризм становится устойчивым компонентом индивидуального досуга, способствуя охране культурного наследия и обмену культурной информацией. Для успешного достижения этой цели необходимо создать уникальный образ Узбекистана, отличающий его от других туристических направлений. Культурный туризм необходимо развивать именно как самостоятельное направление внутри туризма, а не как дополнение к историческому, религиозному или развлекательному туризму. Исторические памятники, красивые пейзажи, высокие горы, величественные озера. Их можно найти во многих странах, но они уже, кажется, потеряли некоторый интерес среди туристов, которые ищут инноваций в своих путешествиях. И мы должны предложить это "что-то новое". Мы должны не только познакомить их с уникальными традициями и обычаями нашего народа, но и научить их быть свидетелями и даже участниками красочных традиционных праздников, фестивалей и церемоний, а также готовить изделия местных ремесел и национальные блюда [4].

В настоящее время Узбекистан полностью открыт для иностранных гостей со всех уголков мира. Все ограничения на поездки были сняты, и есть положительные признаки быстрого восстановления туризма, о чем свидетельствуют высокие показатели

заполняемости гостиниц, отелей, гостевых домов и различных других средств размещения в Узбекистане с марта 2022 года [10].

Мы считаем, что культурно-познавательный туризм является средством самофинансирования наследия и выступает источником внебюджетных инвестиций в новые исследования, реконструкцию и сохранение памятников материального и нематериального наследия и природных достопримечательностей, особенно стимулируя фольклор и поддерживая другие научные, культурные и этнические традиции, народное искусство и ремесло. Культурно-познавательный туризм при правильной организации будет способствовать улучшению социальных условий и повышению покупательной способности населения, стимулируя развитие науки, культуры и экономики.

**Выводы.** Мы знаем, что нынешние условия требуют государственной поддержки туризма и смежных отраслей. Восстановление после пандемии позволило многим туристическим операторам продолжать работу, несмотря на непредвиденные трудности. Кроме того, поддержание занятости, сохранение прибыльности туристических предприятий и ускорение восстановления туристической отрасли являются приоритетными задачами на 2023 год и далее.

Цели развития туризма Республики Узбекистан на 2022-2023 годы направлены на преобразование туризма и достижение целевых показателей, основанных на следующих столпах: диверсификация и повышение качества туристических услуг, привлечение иностранных инвестиций, эффективное продвижение туристических продуктов, развитие культурно-познавательного туристического потенциала республики.

Предложение автора по развитию культурно-познавательного туризма и механизм реализации задач по повышению конкурентоспособности индустрии туризма на международном рынке заключается в содействии развитию индустрии туризма в Узбекистане, передовому развитию инновационных технологий в сфере туризма, развитие транспортной инфраструктуры, диверсификация туристических продуктов, повышение качества обучения в секторе туризма, а также улучшение нормативно-правовой базы.

Рекомендации по продвижению культурно-познавательного туризма.

1. Решение проблем культурного туризма требует активного участия местных жителей, национальных и местных властей и образовательного сообщества.

2. Использовать все свои артефакты в виде уникальной культуры, богатой истории, народных костюмов, национальной кухни, предметов, стилей, духа национальной жизни, фольклора и ритуалов.

3. Создать национальный дом с пакетом услуг, таких как кулинарные мастер-классы, выставка местных этнических и религиозных обрядов и т.д.

4. Создать сеть информационных центров для иностранных и узбекских туристов в регионах с наибольшим туристическим потоком.

5. Организация ознакомительных туров, т.е. пресс-туров, в туристические центры Самарканда для иностранных журналистов

6. Организация презентаций о туристических возможностях Самарканда в странах, куда можно отправить туристов.

Таким образом, интенсивное развитие туризма в Узбекистане, включая развитие инфраструктуры, соответствующей международным стандартам, создание региональных структур, укрепление сотрудничества с зарубежными партнерами и бережное отношение к историко-культурному наследию, обеспечили привлекательность туризма и увеличение его доли в национальном производстве.

### Литература

1. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-52 «О создании дополнительных условий для дальнейшего развития сфер туризма, культуры, культурного наследия» от 15 января 2022 года/

2. Долженко Г.П. Рекреационная география, туризм, экскурсионное дело. Вып. 2 Библ. Указатель. Ростов-на-Дону. Ростовский университет. 1989, - 190 с.
3. Очилова Х. Ф. Перспективы этнопарков в Узбекистане //Туризм и гостеприимство. – 2020. – №. 1. – С. 69-75.
4. Очилова Х. Ф., Умирова Д. С. Гастрономический туризм: теория и практика. – ООО Директ Медиа, М.: 2021.
5. Сенин В. С. Организация международного туризма. М.: Финансы и статистика, 1999. с.74.
6. Норчаев А.Н. Туризмда рақамли инновацион технологияларни жорий қилиш йўналишлари. «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» научный электронный журнал. № 2, март-апрель, 2020 год.
7. Жураева Ф.Ж. Ўзбекистонда covid-19 пандемияси шароитида туризмни ривожлантиришда инновацияларнинг аҳамияти. «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» научный электронный журнал. № 6, ноябрь-декабрь, 2020 год.
8. [www.unwto.com](http://www.unwto.com) - сайт Всемирной туристской организации
9. [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – сайт нормативно-правовых документов РУз
10. [www.stat.uz](http://www.stat.uz)- Агентство по статистике при Президенте РУз. URL: <http://www.stat.uz/ru/index.php/interaktiv/demograficheskie-dannye>

УДК 338.2

DOI: 10.56937/v2i10a11

*Явмутов Дилшод Шойимардонкулович*

Бухоро давлат университети Иқтисодиёт ва туризм факультети декани, и.ф.н., доцент.

*Бурхонов Жавоҳирбек Хуриид ўғли*

БухДУ Иқтисодиёт мутахассислиги 2- босқич магистранти.

*Каримова Камола Саъдуллаевна*

УрДУ География мутахассислиги 2- босқич магистранти.

## **ЯШИЛ ИҚТИСОДИЁТНИ ҚЎЛЛАШДА ХОРИЖИЙ ДАВЛАТЛАР ТАЖРИБАСИ ВА УНИ ЎЗБЕКИСТОНДА ЖОРИЙ ҚИЛИШ ИМКОНИЯТЛАРИ**

**Аннотация:** Мақолада глобал экологик муаммолар кучайган даврда яшил иқтисодиётни қўллаш орқали барқарор ўсишга эриш бўйича хорижий мамлакатлар тажрибаси таҳлил қилинган ва уларнинг тажрибасидан Ўзбекистон шароитида фойдаланишнинг устувор йўналишлари тадқиқ қилинган. Ўзбекистон ва унинг минтақалари иқтисодиётини экология талабалари нуқтаи назаридан қайта ташкиллаштириш, шакллантириш ва ривожлантириш бўйича илмий асосланган таклиф ва тавсиялар келтирилган.

**Калит сўзлар:** экологик муаммо, яшил иқтисодиёт, хориж тажрибаси, атроф-муҳит муҳофазаси, барқарор ривожланиш, минтақа.

**Кириш.** Жаҳон мамлакатлари иқтисодиёти интеграциялашиши кучайиб бориши, ишлаб чиқаришнинг ривожланиши, аҳоли сонининг ортиб бориши билан бирга атроф муҳитга жамият ва иқтисодиёт тармоқлари томонидан салбий таъсирлар ортиб бораверади. Ҳозирги кунда инсоният атроф муҳит муҳофазаси билан боғлиқ муаммолар, экология билан боғлиқ муаммоларнинг муҳим, ҳал қилувчи жараёнларини бошдан кечирмоқда. Агарда инсоният атроф муҳит муҳофазаси билан боғлиқ муаммоларни бартараф қилиш, уларнинг салбий таъсирларини камайтириш учун ҳозирда аниқ ва мақсадли ҳаракатларни амалга ошириб, уларнинг ижобий томонга ўзгаришига сабаб бўлувчи чораларни кўрмаса, бундан кейин кечга қолдирилган ҳар бир жараён қайтариб бўлмас оқибатларга олиб келади. Яъни қисқа қилиб айтганда, ҳозир инсоният экологик муаммоларни ҳал этишнинг бурилиш нуктасида турибди, ушбу нуктадан кейин фаолият кейинчалик ўзгартириб бўлмас оқибатларга олиб келади, агар ҳозирдан аниқ мақсадлар сари ҳаракат қилинса, унда ушбу йўналишда қандайдир ижобий натижаларни қўлга киритиш мумкин.

Ҳозирга қадар амал қилиб келган иқтисодий ривожланиш моделлари ресурсталаб ва меҳнат талаб ишлаб чиқаришга асосланган бўлганлиги боис атроф муҳитга, табиатга катта зарар етказиб келинди. Яъни, ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ва кўрсатилган хизматлардан кўрилаётган ижтимоий самара табиатга етказилган зарар оқибатида юзага келаётган ижтимоий зарардан пастлиги билан ажралиб турган. Мамлакатлар ва минтақаларда ишлаб чиқариш экологик хавф-хатар нуқтаи назаридан минималлашмаган эди.

Ковид-19 пандемияси ҳозирги замон иқтисодий моделлари жаҳон иқтисодиёти олдида турган ижтимоий-иқтисодий муаммоларни еча олмаслигини кўрсатди. Шу сабабдан замонавий иқтисодий муаммоларни ечишда яшил иқтисодиёт модели асосий омил бўлиб саналади. Дунёнинг кўплаб давлатлари буни тушуниб етган ҳолда иқтисодиётини экологиялаштиришга ўтишмоқда. Ўзбекистонда ҳам экологик муаммолар ўзининг салбий таъсирларини иқтисодиётнинг турли тармоқлари самарадорлигида, аҳолининг саломатлиги кўрсаткичларида, ҳудудларнинг ривожланиш даражаларида намоён қилиб келмоқда. Ушбу муаммоларни ечишда, таъсирини камайтиришда минтақалар иқтисодиётини, ишлаб чиқаришини экологиялаштириш муҳим йўналишлардан саналади. Шу нуқтаи назардан Ўзбекистон ва унинг минтақалари иқтисодиётини экология талабалари нуқтаи назаридан

қайта ташкиллаштириш, шакллантириш ва ривожлантириш бўйича илмий асосланган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш ва уларни амалиётда қўллаш бугунги куннинг кечиктириб бўлмас, долзарб масалаларидан саналади.

Мамлакатимизда барқарор ривожланишни таъминлаш, чекланган, такрор ишлаб чиқарилмайдиган иқтисодий ресурслардан оқилона фойдаланишда ва энергия самарадорлигини оширишда “яшил иқтисодиёт”нинг ривожланиши етакчи ўрин эгаллаб бормоқда. Миллий ва минтақавий иқтисодиётни инновацион ривожланиш йўлига ўтказишда “яшил иқтисодиёт”нинг шаклланиши, ривожланиш қонуниятлари ва уни амал қилишининг илмий-назарий ва амалий жиҳатларини ўрганиш муҳим аҳамиятга эга.

**Мавзунинг ўрганилганлик даражаси.** Иқтисодий адабиётларда яшил иқтисодиёт, иқтисодиётни экологиялаштириш масалалари унча узоқ бўлмаган даврдан бошлаб тадқиқ қилиб келинмоқда. Иқтисодиётни экологиялаштириш муаммоларига бағишланган илмий тадқиқотлар олиб борган хорижий олимларга Annon (1996, 2001), Asafu-Adaye J. (2005), Biely K. (2014) Boulding K.E. (1966), Brown L. (2001), Cai W. Wang C., Chen J. & Wang S. (2011), Cato Molly (2009), Cook S., Smith K. & Utting P. (2012), Costanza R. (1991, 1997), Friedman T.L. (2009), Georgescu-Roegen N. (1978), (1993), Goodstein E. (1999), Hamilton K.&G. Ruta (2006), Heal G. (2012), Hey C. (2005), Hobson K. (2013), Howarth R.B. (1997), Jacobs M. (1991), Jänicke M. (2011), Khor M. (2011), Martínez-Alier J. & Muradian R. (2015), Milani B. (2000), Newton A.C. & Cantarello E. (2014), Rehbinder E., Stewart R.B. & Del Duca P.L. (1985), Smulders S., Toman M. & Withagen C. (2015), Van den Bergh J. (2001, 2010) ларни кўрсатишимиз мумкин.

МДХ давлатлари олимларидан бу соҳада илмий тадқиқотлар олиб борганлар сифатида Т.А. Акимова, А.Г. Банников, М.М. Бринчук, В.К. Донченко, М.Ф. Замятина, М.Н. Игнатъева, Н.Н. Лукьянчиков, А.Д. Малинин, Ю.В. Новиков, Ю.П. Одум, Ю.Б. Осипов, И.М. Потравный, Н.В. Пахомова, Н.Б. Прохорова, В.М. Разумовский, Н.Ф. Реймерс, Т.В. Рогова, А.С. Степановских, В.В. Хаскин, С.В. Яковлев, Я.Я. Яндыганов ва бошқаларни кўрсатиш мумкин.

Минтақавий даражада Г.Е. Мекуш, А.М. Адам, М.В. Терешиналар тадқиқотлар олиб боришган. В.И. Вернадский, Н.Н. Моисеев, Д.Х. Медоуз, Н.Ф. Реймерс, А.А. Григорьев, К.С. Лосев асарларида экологик сиёсатнинг замонавий тамойиллари масалалари кўрилган.

Юқоридаги олимларнинг фаннинг, илмий соҳанинг ривожланишига қўшган улкан ҳиссасини эътироф этган олда таъкидлаймизки, Ўзбекистон шароитида, айниқса, минтақалари иқтисодий ривожланишида ҳудудий хусусиятларни инобатга олган ҳолда экологик муаммоларни бартараф қилишда иқтисодиётни экологиялаштириш масалаларининг илмий-услубий асослари етарли даражада ишлаб чиқилмаган, уни жорий қилишнинг замонавий ривожланиш тенденциялари тадқиқ қилинмаган.

**Мазуга оид адабиётлар таҳлили.** А.В.Ваҳобов Ш.Х.Ҳожибоқиевнинг “Қайта тикланадиган энергия истеъмолининг таркиби ва ривожланиш истиқболлари” мақоласида тикланадиган энергия истеъмолининг ҳолати, таркиби ва ривожланиш истиқболлари тадқиқ этилган. “Яшил энергетика”ни ривожлантиришнинг жаҳон тажрибаси қиёсий таҳлил қилинган ва ундан Ўзбекистонда фойдаланиш имкониятлари аниқланган [1] .

В.А.Похвошев ўзининг “Россиянинг ижтимоий тараққиётида “яшил иқтисодиёт” номли мақоласида “яшил иқтисодиёт” ва унинг Россия Федерацияси ижтимоий тараққиётидаги ўрни ва аҳамияти очиқ берилган. Муаллифлар яшил иқтисодиётнинг шаклланиши ва унинг Россия ва жаҳон тажрибасида амалда шаклланиши аънаналарини, истиқбол ривожланиши, экологик хизматлар ва маҳсулотлар тармоғининг жаҳон ва Россия тажрибасини таҳлил қилишган [2] .

М.М.Давлетова ўзининг “Марказий Осиё минтақаси шароитида яшил иқтисодиётнинг шаклланиши ва ривожланиши” номли тадқиқот ишида Марказий Осиё минтақаси шароитида яшил иқтисодиёт концепциясининг назарий-концептуал асосларини, шаклланиши ва ривожланишининг асосий тамойиллари, хорижий тажрибани Марказий Осиё давлатларида қўллаш масалалари бўйича тақиқот олиб борган [3].



Е. А. Лясковская, К. М. Григорьеваларнинг “Яшил иқтисодиёт” моделига ўтишнинг худудий имкониятлари диагностикаси” мақоласида яшил иқтисодиёт ва яшил ўсишнинг асосий концепцияси, яшил инновациялар ва яшил иқтисодиётнинг барқарор ўсишга таъсири, хорижий мамлакатларда яшил иқтисодиётга ўтишнинг тажрибаси таҳлил қилинган [4].

А.М.Родригес “Барқарор ўсиш муаммолари контекстида яшил иқтисодиёт” номли тадқиқот ишида тадқиқот ишида иқтисодиёт ва атроф-муҳитнинг ўзаро муносабатлари ва уларнинг ҳолати, экологик йўналтирилган иқтисодиёт асосини ташкил этиши асосланган, яшил иқтисодиёт генезиси ва унинг молиявий инқирозлар оқибатида тобора кескинлашаётган экологик муаммоларни бартараф қилишдаги аҳамияти, яшил иқтисодиёт ва атроф муҳитни ҳар томонлама чуқур тадқиқ қилиш натижасида иқтисодиётни экологиялаштириш бўйича янги илмий ёндошувларни яратиш йўллари, барқарор ривожланишда иқтисодиётни экологиялаштиришнинг аҳамиятини тадқиқ этган [5].

Н.Н.Яшалова “Минтақанинг барқарор экологик-иқтисодий ривожланишини рағбатлантириш” номли тадқиқотида барқарор риожланиш жараёнида экологик омилларнинг ўрни, экологик-иқтисодий ривожланишда барқарорликка эришишда яшил иқтисодиётнинг аҳамияти, минтақада ишлаб чиқаришни экологиялаштиришнинг умумий барқарор ривожланишдаги ўрни тадқиқ қилинган ҳамда минтақавий иқтисодий-экологик барқарор ривожланишга таъсир этувчи омиллар асосланган ва таснифланган [6].

“Европа Иттифоқининг Шарқий ҳамкорлик мамлакатларида иқтисодиётни экологиялаштириш ЕаР GREEN) дастури” ахборотида Арманистон, Беларус, Грузия, Молдова, Озарбайжон, Украина давлатларида ишлаб чиқаришнинг самарадорлигини яшил иқтисодиёт тамойиллари асосида ошириш, мамлакат табиий капиталини бошқаришда, маъмурий бошқарувда, атроф-муҳит муҳофазаси сиёсатида яшил иқтисодиётни устувор йўналиш сифатида қўллашнинг натижадорлиги тадқиқ этилган [6].

В.Подгорный, Ф.А.Шуленбаева “Қозоғистон қишлоқ хўжалигини барқарор ривожлантиришда “яшил иқтисодиёт”дан фойдаланиш” номли тадқиқотида атроф-муҳит муҳофазаси, қишлоқ хўжалик ерларининг деградациясини ўрганиш бўйича амалга оширилган халқаро дастурлар асосида халқаро тажриба ўрганилган, “яшил иқтисодиёт” тамойиллари асосида Қозоғистон қишлоқ хўжалигини ривожлантириш имкониятлари тадқиқ қилинган [7].

Ж.Б.Смагулова, А.Е.Муханова, Г.И.Мусаевалар “Яшил иқтисодиётга ўтишнинг жаҳон тажрибаси таҳлили: иқтибослар ва йўналишлар” номли тадқиқот ишида жаҳон иқтисодиётида яшил иқтисодиётнинг ўрни, унинг ривожланиш тенденциялари, хорижий малакатлар ва минтқалардан яшил иқтисодиётга ўтишнинг тажрибаси, бу тажрибанинг ютуқ ва камчиликлари борасида фикр юритилади [8].

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот давомида тизимли таҳлил, статистик таҳлил, қиёсий таққослаш, синергетик таҳлил, фанлараро ёндошув методларидан фойдаланилди. Айниқса, мавзуга оид адабиётлар ва манбаларни таҳлил қилишда тизимли таҳлил услубидан, хорижий давлатларнинг тажрибаси таҳлилида қиёсий таҳлил услубидан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Иқтисодиётни экологиялаштириш, мамлакат хўжалигини яшил иқтисодиёт асосида ривожлантириш иқтисодиётнинг замонавий модели сифатида унча кўп бўлмаган даврда пайдо бўлган бўлсада, қисқа муддат ичида жаҳон иқтисодиётининг амалдаги моделларига нибатан глобал экологик ва иқтисодий инқирозлар даврида устунликка эгалигини кўрсатмоқда. Ҳозирда иқтисодий ривожланган давлатларда бунинг натижасини илмий-тадқиқот ишларида ва амалиётда кўришаётганлиги юоис, иқтисодиёт ва унинг турли тармоқларида, мамлакатнинг турли минтақаларида кенг қўламларда жорий қилишмоқда. Энергосамарали ва табиий инфратузилмага йўналтирилган инвестициялар аллақачон ўз самарасини бера бошлади.

Яшил иқтисодиёт – иқтисодий фанлар тизимидаги сўнгги 20-30 йил ичида пайдо бўлган янги йўналиш бўлиб, унинг мазмуни иқтисодиётни табиатнинг бир компоненти сифатида унга боғлиқ ҳолда мавжудлигини изоҳлайди. Яшил иқтисодиёт назарияси учта аксиомага асосланади, яъни, чекланган табиий маконда таъсир доирасини чексиз кенгайтириш имконсизлиги, ресурслар чекланган шароитда чексиз ўсиб бораётган истакларни қондириш мумкин эмаслиги, Ер юзасидаги барча нарсалар ўзаро боғланганлиги. Доимий иқтисодий ўсишга эришиб бориш имконсиз, доимий иқтисодий ривожланишга эришиш мумкин.

Айрим иқтисодчилар ҳозирда устунликка эга иқтисодий тизимлар ҳар жабҳага жавоб бера оладиган даражада мукамал эмаслигини таъкидлашмоқда. Бу тизимлар айрим гуруҳ мамлакатлар ва айрим қатлам аҳолининг иқтисодий ва ижтимоий фаровонлигини оширишга сабаб бўлаётган бўлсада, бироқ, унинг атроф-муҳит ва табиатга етказётган зарари бу фойдадан анча устунлиги кўришиб қолмоқда. Айниқса, бунинг оқибатида юзага келаётган ҳудудлардаги кенг қамровли камбағаллик, табиий капиталнинг исроф қилиниши, ичимлик суви, озиқ овқат ва энергиянинг етишмаслиги, инсонлар ва мамлакатлар ўртасидаги тенгсизлик, йирик экологик муаммолар шулар жумласидан. Ушбу муаммоларни бартараф қилиш ва инсониятни тараққий эттириш учун яшил иқтисодиётга ўтиш талаб этилади. Турли минтақаларда турли мамлакатлар яшил иқтисодиётга ҳар хил масштабда ва йўналишларда ўта бошлашган. Уларнинг бу борадаги тажрибасни ўрганган ҳолда, бу йўналишдаги ижобий тенденцияларни аниқлаштириш, яшил иқтисодиётга ўтишнинг салбий оқибатларини таҳлил қилиш, натижаларни солиштириб, мамлакатларнинг тажрибасининг Ўзбекистонга мос жиҳатларини тадқиқ этиш ушбу тадқиқотнинг мақсади саналади.

Яшил иқтисодиёт БМТнинг атроф-муҳит бўйича Дастури (ЮНЕП)нинг ғояси сифатида 2008 йилда қабул қилинган [8].

Жаҳон ҳўжалигини ижтимоий, иқтисодий ва экологик жиҳатдан ўсишнинг барқарор модели сифатида яшил иқтисодиётга қайта йўналтириш учун амалга оширилган таркибий ислохотлар билан уйғунлаштириш лозим. Экспертлар яшил иқтисодиётни жорий қилиш орқали ЯИМ ўсиши ва иқтисодий тараққиётга эришиш билан боғлиқ ислохотларни қуйидаги тўртта йўналишда амалга оширишни тавсия қилишади.

Биринчидан, яшил иқтисодиётга ўтиш табиий ва инсон капитали истеъмол ресурсларини оширишга қодир, яъни, табиий капиатални самарали бошқариш ва инсон салоҳияти ошиши эвазига табиий атроф-муҳитнинг ҳолати яхшиланиши, бунинг оқибатида табиий ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги ортади.

Иккинчидан, бу ўзгаришлар ижобий таркибий ўзгаришлар билан бир қаторда таркибий, базавий тармоқларда, жумладан, энергетика, қурилиш, қишлоқ ҳўжалиги, маиший соҳа ва бошқаларда катта миқдордаги инвестицияни талаб қилади, оқибатда иқтисодиётнинг базавий тармоқларида самарадорликнинг ортишига олиб келади.

Учинчидан, яшил иқтисодиётни ривожлантиришнинг муҳим омили сифатида мустақил равишда инвестициялар ажратилади, асосан, сув таъминоти тизими, канализация тармоқлари, жамоат транспорти каби муқобил энергия талаб қилувчи тармоқларга йўналтирилади.

Тўртинчидан, яшил иқтисодиётга ўтиш инновацион фаолиятни рағбатлантиради, бунинг оқибатида рақобат муҳити кучаяди. Инновацион самара ортади [10].

Яшил иқтисодиётни устувор йўналиш сифатида жорий қилган айрим давлатлар тажрибасини таҳлил қиламиз.

Яшил иқтисодиётни жорий қилиб, ундан самарали фойдаланаётган, бу соҳада етакчилар давлатлардан бири Жанубий Корея саналади. Ушбу мамлакатда 2011 йилдан бошлаб ҳар йили ЯИМнинг 3 фоизи, яъни 60 млрд. АҚШ доллари миқдоридagi маблағ яшил секторни ривожлантиришга йўналтирилмоқда. Ўтган давр мобайнида ушбу секторда 1,8 млн янги иш ўрни яратилган. Яшил иқтисодиётни миллий стратегия сифатида қабул қилган Жанубий Корея асосий эътиборни саноатга, энергетикага, инвестицияга,

транспортнинг яшил турларига, ичимлик сувининг муқобил манбааларига, чиқиндиларни қайта ишлашга, истироҳат боғларини ривожлантиришга, шаҳарлардаги дарёларнинг тозалигига қаратмоқда. Вазирликлар амалга ошираётган турли дастурлар бюджет харажатларини ортиқча сарфламастик мақсадида ягона пакетга бирлаштирилган. 2011 йилдан бошлаб Жанубий Кореяда “яшил” товарлар ва хизматлар истеъмолини рағбатлантириш мақсадида “яшил” тўлов карталари жорий қилинган.

АҚШда яшил иқтисодиётни ривожлантиришнинг устувор йўналиши сифатида муқобил энергетикани самарали ташкил этишдан бошланган. Мазкур мақсадда давлат дастури қабул қилинган бўлиб, 2030 йилда мамлакат бўйлаб ишлаб чиқарилаётган энергиянинг 65 фоизи қуёш панеллари ёрдамида яратишга эришиш режалаштирилган. 2014 йилдан бошлаб ҳар бир шататда яшил иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида ўз ҳудудий дастурлари қабул қилинган. 2016 йилдан кейинги 10 йил учун экологик тоза теологияларни ривожлантириш ҳамда экологик вазиятни яхшилашга мўлжалланган дастур асосида инвестициялар ажратилмоқда. Мазкур дастур асосида 10 млн янги иш ўрни яратиш режалаштирилган.

Европа Иттифоқининг барча аъзо давлатларида яшил иқтисодиётни ривожлантиришга мўлжалланган дастурлар қабул қилинган. Энергетика, жамоат транспорти ва инфратузилма, қурилиш, чиқиндиларни утилизация қилиш йўналишларида дастабки йўналишлар сифатида танланган ва ҳозирга қадар анча ҳажмдаги ишлар амалга оширилган.

2019 йил декабрда Европа Иттифоқида “Европа яшил йўли” дастури қабул қилинди. Унга асосан 2050 йилга минтақада углерод нейтраллигига эришиш, 2030 йилга қадар иссиқхона газларини 1990 йилдагига нисбатан 55 фоизга камайтириш, экологик тоза технологияларни инвестициялаш, жамоат транспортининг нисбатан тоза ва арзон турларини қўллаш, инновацияларни жорий қилишни рағбатлантириш мақсадида саноатни қўллаб-қувватлаш, энергетика секторини декорбанизациялаш, биноларнинг энергия самарадорлигини ошириш каби тадбирлар амалга ошириш белгиланган.

Европада автомобилдан чиқаётган зарарли газлар бўйича Евро-6 стандарти қабул қилинган бўлиб, 2025 йилдан Европа автомобил саноатида Евро-7 стандартини жорий қилиш режалаштирилган. Евро-7 стандартига асосан ички ёнув двигателига эга автомобилларни ишлаб чиқаришга тақиқ қўйилади.

Яшил иқтисодиётни жорий қилиш ва уни иқтисодиётнинг турли тармоқларида самарали ривожлантириш соҳасида Хитой анча натижаларга эришган. Иқтисодиёт тармоқларининг тез суръатларда ўсиши, аҳолининг зичлиги юқорилиги, табиий ресурсларнинг чекланганлиги, қатор экологик муаммоларнинг юзага келганлиги Хитой иқтисодиётини яшил иқтисодиётга ўтишини талаб қилади. Хитойнинг яшил иқтисодиётга ўтишда дастабки урғун қайта тикланувчи энергия манбаларидан фойдаланишни ошириш, мамлакат энергия балансида муқобил энергиянинг улушини ошириш, аҳолини тоза ичимлик суви ва тоза атмосфера ҳавоси ҳамда хавфсиз озиқ-овқат маҳсулотлари билан таъминлаш, экологик маданиятни шакллантириш йўналишларида олиб боришга йўналтирди. 2020 йилда 15 фоиз электр энергия қайта тиклануви манбалардан олинган. 2011-2015 йилларда 2 мингдан ортиқ экологик зарарли корхоналар мажбурий равишда тугатилди.

Хитой энергиятежамкор ва қайта тикланувчи энергетикага АҚШ ва ЕИ давлатларига нисбатан бир неча баробар ортиқ миқдордаги давлат инвестицияларини жорий қилиб келмоқда. Бунинг оқибатида Хитой компаниялари 2020 йил ҳолатида жаҳонда ишлаб чиқарилаётган қуёш батареяларининг 50 фоизга яқинини ва шамол двигателларининг 25 фоизини экспорт қилмоқда. Ҳозирги даврда нанотехнологияларга катта эътибор қаратилган. 2022 йил бошда мамлакатда электромобиллар ишлаб чиқариш 45 фоизга ўсди ва ҳозирда Хитой электромобиллар ишлаб чиқаришда жаҳон етакчисига айланиб улгурди, жаҳон бозорининг 60 фоизидан ортиқ электромобиллари ушбу мамлакатда ишлаб чиқарилади. Хитой 2035 йилгача автомобил паркини 100 фоизга яшиллаштиришни режалаштирган.

Ўзбекистон яшил иқтисодиётга ўтиш учун катта имкониятларга эга. Бунга ҳудуднинг табиий-экологик шароити ва ресурслари, мамлакат иқтисодиётининг ривожланиш кўрсаткичлари, мавжуд молиявий-иқтисодий ресурсларни кўрсатиш мумкин. Табиий-иқлимий шароит республикада муқобил энергия манбаларининг улкан захираси мавжудлигини кўрсатади. Қуёш энергиясининг юқорилиги, саноат ривожланган ва аҳоли манзилгоҳлари атрофида кенг майдонларнинг мавжудлиги қуёш энергиясидан фойдаланиш имкониятларини оширади. Шунингдек тоғ олди ҳудудлари ва воҳа ҳамда чўл ҳудудларидаги буфер зоналарда доимий шамолларнинг мавжудлиги шамол энергияси имкониятлари мавжудлигини кўрсатади [11].

Ўзбекистонда яшил иқтисодиётга ўтиш бўйича дастлабки жараёнлар бошланган, бу борада ҳуқуқий асослар шакллантирилиб борилмоқда, қатор фармон ва қарорлар расмийлаштирилган. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 4 октябрдаги “2019-2030 йиллар даврида Ўзбекистон Республикасининг “яшил” иқтисодиётга ўтиш стратегияси тасдиқлаш” тўғрисидаги, 2022 йил 2 декабрдаги “2030 йилгача Ўзбекистон Республикасининг “яшил” иқтисодиётга ўтишига қаратилган ислохотлар самарадорлигини ошириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарорлари шулар жумласидан. Ушбу ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатларга асосан 2030 йилгача қуйидаги стратегик мақсадларга эришиш мўлжалланган [12].

- иссиқхона газларининг ялпи ички маҳсулот бирлигига нисбатан солиштирма ажратмаларини 2010 йилдаги даражадан 35 фоизга қисқартириш;
- қайта тикланувчи энергия манбаларининг ишлаб чиқариш қувватини 15 ГВтга ошириш ва уларнинг улушини электр энергиясини ишлаб чиқариш умумий ҳажмининг 30 фоиздан кўпроғига етказиш;
- саноат соҳасида энергия самарадорлигини камида 20 фоизга ошириш;
- ялпи ички маҳсулот бирлигига тўғри келадиган энергия сарфи ҳажмини, шу жумладан, қайта тикланувчи энергия манбаларидан фойдаланишни кенгайтириш ҳисобига 30 фоизга камайтириш;
- иқтисодиётнинг барча тармоқларида сувдан фойдаланиш самарадорлигини сезиларли даражада ошириш, 1 миллион гектаргача майдонда сув тежовчи суғориш технологиясини жорий этиш;
- йилига 200 миллион кўчат экиш ва кўчатларнинг умумий сонини 1 миллиарддан ошириш орқали шаҳарлардаги яшил майдонларни 30 фоиздан ортиқроққа кенгайтириш;
- республика ўрмон фонди захиралари кўрсаткичини 90 миллион куб метрдан ортиқроққа етказиш;
- ҳосил бўладиган қаттиқ маиший чиқиндиларни қайта ишлаш даражасини 65 фоиздан ошириш;
- 2023 йил 1 июндан бошлаб маҳсулотларни ишлаб чиқаришда экология ва атроф-муҳитга таъсирни чеклаш бўйича қўйилаётган талаблар асосида “яшил сертификатлар” тизими жорий этиш;
- иссиқхона газларининг чиқарилишини давлат томонидан ҳисобга олиш ва уларнинг давлат кадастрини юритиш;
- углерод бирликларининг реестрини шакллантириш ва юритиш;
- иқтисодиёт тармоқлари кесимида иссиқхона газлари чиқарилишини қисқартиришнинг мақсадли кўрсаткичларини белгилаш;
- иссиқхона газларининг чиқарилишини қисқартириш бўйича фаолиятни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш;
- 2024 йил 1 январдан бошлаб барча иссиқхона газларини қамраб олувчи Иқлим ўзгариши соҳасида мониторинг, ҳисобот бериш ва текширишнинг замонавий тизими (MRV) йўлга қўйиш;
- тармоқ ва ҳудудий ривожланиш стратегияларини ишлаб чиқиш доирасида тармоқлар ва ҳудудларнинг иқлим ўзгаришига нисбатан сезувчанлиги хусусиятларидан келиб чиқиб,

аҳоли ва иқтисодиёт тармоқларига иқлим ўзгариши таъсирини камайтириш ҳамда унга мослашиш чора-тадбирлари ва инвестиция лойиҳалари қамраб олиш;

– 2023 йил 1 июлга қадар “ифлослантирувчи тўлайди” тамойилини тўлиқ жорий этиш;

– “яшил” иқтисодиёт соҳасидаги устувор йўналишлар бўйича фундаментал ва амалий тадқиқотларни олиб бориш;

– иқтисодиёт тармоқларида “яшил” технологиялар, хусусан, ресурс тежовчи, чиқиндисиз ишлаб чиқариш, чиқиндиларни қайта ишлаш имкониятини берувчи технологияларни ва хавфсиз кимёвий моддаларни қўллашга ўтиш ҳамда қайта тикланувчи энергия технологияларидан фойдаланиш имкониятларини ўрганиш ва уларни амалиётга татбиқ этиш;

– истиқболли инновацион ишланмалар ва “стартап” лойиҳаларни амалга ошириш ҳамда уларни тижоратлаштириш ва технологиялар трансферини қўллаб-қувватлаш каби чора-тадбирлар мўлжалланган.

Муаллифлар Ўзбекистон шароитида ҳозирда, дастлабки даврда яшил иқтисодиётни жорий қилиш ва ривожлантириши йўналишлари сифатида қуйидагиларни тавсия қилади:

Чиқиндиларни утилизация қилиш соҳасида. Ушбу секторда тезкорлик билан яшил иқтисодиёт тамойилларини жорий қилиш талаб этилади. Бу ўз навбатида атроф-муҳитнинг ифлосланиши муаммоларини камайтириши билан бирга, инсонлар саломатлиги билан боғлиқ муаммоларнинг ҳам камайишига олиб келади;

Табиий ресурслардан (ер, сув, биологик, атмосфера) фойдаланиш соҳасида. Табиий ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш, ресурстежамкор технологияларни жорий қилиш талаб этилади. Бунда озик овқат ва сув хавфсизлиги, экологик соф маҳсулот ишлаб чиқариш масалалари ҳам қисман ечим топади;

Энергетика соҳасида. Мамлакатда 2022-2023 йилги қиш мавсумида кузатилган энергетика инқирози каби муаммоларнинг ечими сифатида мамлакат минтақаларида муқобил энергия манбаларини ошириш, мавжуд энергия қувватларини модернизациялаш зарур;

Қишлоқ ва сув хўжалиги ишлаб чиқариш соҳасида. Қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқариш технологияларини замонавийлаштириш, ишлаб чиқариш қувватларини модернизациялаш, гидротехник иншоатлар фойдали иш коэффициентини ошириш соҳада катта ҳажмда ресурстежамкорлигига олиб келади;

Жамоат ва шахсий транспорт соҳасида. Транспорт тизимини яшиллаштириш атмосфера ҳавоси масалаларига ечим бўлиши билан бирга энергия истеъмоли тежамкорлигини шакллантиради;

Яшил технологиялар ва яшил ишлаб чиқариш жараёнларини молиялаштиришни кучайтириш, бундай технологияларни жорий қилганлик учун рағбатлантириш тизимни жорий қилиш зарур;

Экологик маданиятни кучайтириш соҳасида. Жамиятнинг турли қатлами иштирокчиларида табиатга муносабат, атроф-муҳит муҳофазаси масалаларида маданиятни ошириб бориш, замонавий ресурстежамкор технологиялар ва экологик маданиятнинг самараси тўғрисида тарғиботларни кучайтириш лозим.

Хулоса ва таклифлар. Жаҳон тажрибаси кўрсатмоқдаки, яшил иқтисодиёт ҳудудий ва макроиқтисодий ривожланишни таъминлаш билан бирга аҳоли фаровонлигини ошишига, табиий муҳит ва аҳоли саломатлигининг яхшиланишига олиб келади. Ривожланган мамлакатлар тажрибасидан маълум бўладики, яшил иқтисодиётни дастлабки ривожлантириш жараёнида устувор тармоқларга эътибор қаратиш ва уларнинг имкониятларини кенгайтирган ҳолда, иқтисодиётнинг бошқа тармоқларини ҳам яшиллаштириб бориш самарали саналади.

Ўзбекистон яшил иқтисодиётга ўтиш ва уни самарали ривожлантириш учун етарли табиий-иқлимий, экологик, молиявий-иқтисодий, технологик имкониятларга эга. Бу борада етакчи хорижий давлатларнинг тажрибасидан фойдаланилмоқда.

**Фойдаланилган адабиётлар ва манбалар рўйхати:**

1. А.В.Ваҳобов Ш.Х.Ҳожибоқиев. Қайта тикланадиган энергия истеъмолининг таркиби ва ривожланиш истикболлари. ACADEMIC JOURNAL OF DIGITAL ECONOMICS AND STABILITY (ISSN 2697-2212)  
[HTTPS://ECONOMICS.ACADEMICJOURNAL.IO/INDEX.PHP/ECONOMICS/ARTICLE/VIEW/135](https://economics.academicjournal.io/index.php/economics/article/view/135).
2. В. А. Похвощев, А. В. Лукина. «Зеленая экономика» в социальном развитии России. <https://cyberleninka.ru/article/n/zelenaya-ekonomika-v-sotsialnom-razvitii-rossii>.
3. М.М.Давлетова. Формирование и развитие “зеленой” экономики в условиях стран Центрально-Азиатского региона. <https://tnu.tj/avtorefi/avtorefDavlyatovaMM.pdf>.
4. Лясковская Е. А., Григорьева К. М.. Диагностика региональных возможностей перехода на модель «зеленой экономики». <https://cyberleninka.ru/article/n/diagnostika-regionalnyh-vozmozhnostey-perehoda-na-model-zelenoy-ekonomiki>
5. Аврора Матеос Родригес “Зеленая экономика в контексте проблем устойчивого развития”. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. <https://www.dissercat.com/content/zelenaya-ekonomika-v-kontekste-problem-ustoichivogo-razvitiya>
6. Яшалова Н.Н. Стимулирование устойчивого эколого-экономического развития региона. Автореферат на соискание ученой степени доктора экономических наук. <https://www.prlib.ru/item/684795>
7. EaP GREEN дастури”. <https://unece.org/eap-green>.
8. Подгорный В., Шуленбаева Ф.А. Использование "зеленой экономики" для устойчивого развития сельского хозяйства Казахстана <https://ecogofond.kz/wp-content/uploads/2022/08/ispolzovanie-zelenoj-jekonomiki-dlja-ustojchivogo.pdf>
9. Смагулова Ж.Б., Муханова А.Е., Мусаева Г.И. Анализ мирового опыта перехода к зеленой экономике: предпосылки и направления // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 1-1. – С. 92-96; URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=6344> (мурожаат вақти: 12.04.2023 й.).
10. Д.Ш.Явмутов, К.С.Каримова. Ўзбекистон иқтисодиётида “яшил иқтисодиёт” тамойиллари жорий қилиш масалалари. Электрон Международный научно-образовательный электронный журнал «Образование и наука в XXI веке». Выпуск №26 (том 7) (май, 2022). – С. 495-502. <https://www.mpcareer.ru/oinv21veke3>
11. Д.Ш.Явмутов, С.Бурхонов. Ўзбекистонда “яшил” иқтисодиётга ўтиш: истикбол йўналишлар ва устувор вазифалар. Электрон Международный научно-образовательный электронный журнал “Образование науки и инновационные идеи в мире”. №10, Часть-2, декабрь, 2022. – Б. 159-168.
12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 2 декабрдаги “2030 йилгача Ўзбекистон Республикасининг “яшил” иқтисодиётга ўтишига қаратилган ислохотлар самарадорлигини ошириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори. [https://uza.uz/uz/posts/2030-yilgacha-ozbekiston-respublikasining-yashil-iqtisodiyotga-otishiga-qaratilgan-islohotlar-samaradorligini-oshirish-boyicha-chora-tadbirlar-togrisida\\_431596](https://uza.uz/uz/posts/2030-yilgacha-ozbekiston-respublikasining-yashil-iqtisodiyotga-otishiga-qaratilgan-islohotlar-samaradorligini-oshirish-boyicha-chora-tadbirlar-togrisida_431596):

УДК 338.4

DOI: 10.56937/v2i10a12

Қулйев Б.М.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

муस्ताқил тадқиқотчиси.

E-mail: [beginkulkuliyev@mail.ru](mailto:beginkulkuliyev@mail.ru)

Тел.: +99897 397 05 08.

## МАИШИЙ ХИЗМАТЛАР СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА РАҚАМЛИ ИННОВАЦИОН-ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИ РОЛИ

**Аннотация:** Ушбу мақолада бугунги кунда мамлакатимизда маиший хизмат кўрсатиш соҳасига қаратилаётган эътибор, уни ривожлантиришда рақамли инновацион-технологияларнинг ўрни ва аҳамияти, маиший хизмат кўрсатиш тизимини ривожлантириш бўйича хориж тажрибаларини қўллаш ҳамда маиший хизматлар соҳасини ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштиришда рақамли инновацион-технологияларни тадбиқ этиш йўналишларининг назарий асоалари ўрганилган. Маиший хизматлар соҳасини ривожлантиришда рақамли инновацион-технологияларни роли таҳлил этилган. Қолаверса, маиший хизматлар соҳасини ривожлантириш ва рақамли инновацион-технологияларни жорий этиш бўйича илмий-амалий таклиф ва иафсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: маиший хизмат, самарадорлик, иқтисодиёт, унумдорлик, корхона, тадбиркорлик, рақобат, инновация, технология, рақамли иқтисодиёт.

**Кириш:** маиший хизмат кўрсатиш соҳаси мамлакат миллий иқтисодиётида хизматлар тармоғининг муҳим таркибий қисми ҳисобланади. У мамлакат ижтимоий-иқтисодий тараққиётида, хусусан, эҳтиёжларини қондиришда, аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини оширишда, давлат бюджетини шакллантиришда муносиб ўрин тутди. Шу билан бир қаторда, маиший хизмат кўрсатиш соҳаси кўп тармоқли ва турли йўналишларда фаолият олиб борувчи соҳадир. Ушбу соҳа миллий иқтисодиётнинг бошқа соҳалари билан узвий боғланган бўлиб, улар бир-бирининг ривожланишига ўзаро таъсир кўрсатади.

Маиший хизматлар соҳасини ривожлантиришда рақамли иқтисодиёт муҳим аҳамият касб этишини хорижий мамлакатлар тажрибаси кўрсатмоқда. Рақамли иқтисодиёт бу - реал борликни тўлдирувчи виртуал муҳит; рақамли технологияларга асосланган иқтисодий ишлаб чиқариш; интернет технологияларига асосланган иқтисодиёт; янги иқтисодиёт; веб-иқтисодиёт; ахборотларни қайта ишлаш, сақлаш узатиш борасидаги янги усуллар генерациясига ҳамда рақамли компьютер технологияларига асосланган иқтисодиёт; нолдан бошлаб яратилиши лозим бўлган қандайдир бошқача иқтисодиёт эмас, бу янги технологиялар, платформалар ва бизнес моделларини яратиш ва уларни кундалик ҳаётга жорий этиш орқали мавжуд иқтисодиётни янги тизимга кўчириш деганидир.

### Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.

Рақамли хизматлар назарияси тўлалигича ҳали шаклланмаган даврда аммо кўпчилик иқтисодчилар томонидан илмий адабиётларда уларнинг назарий қарашларини учратиш мумкин. Масалан, “Постиндустриал иқтисодиёт” (Д.Белл), “Ахборотлашган иқтисодиёт” (О.Тоффлер), “Мегаиқтисодиёт” (В.Кувалдин), “Ахборот ва алоқага асосланган иқтисодиёт” (И.Ниинилуто), “Техноиқтисодиёт ёки рақамли иқтисодиёт” (Б.Гейтс), “Билимларга асосланган иқтисодиёт” (Д.Тапскотт)<sup>1</sup> каби илмий қарашларини илгари суришган.

Илмий адабиётларда иқтисодчи олимлар томонидан ўрганилаётган муаммони ечими ўзига хос ижтимоий-иқтисодий, ташкилий ёндошувлар асосида изланилиши ҳамда ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг тарихий ривожланиш босқичларидан келиб чиққан ҳолда “механизм” тушунчасига келтирилган таърифларда унинг моҳиятини талқин этишда

<sup>1</sup> С.С. Гулямов, Р.Ҳ. Аюпов, О.М. Абдуллаев, Г.Р. Балтабаева. Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялар. Т.: ТМИ, “Иқтисод-Молия” нашриёти, 2019, 8 бет.



турли хил ёндошувларни кузатиш мумкин. Юқорида номлари зикр этилган олимлар томонидан келтирилган таърифларда тизим “бир-бирига” таъсир этувчи функционал ва таъминловчи тизимлар сифатидаги иккита элементлар гуруҳи тарзида намоён бўлиб, улар “режалаштириш ва прогнозлаштириш, ижтимоий жараённинг ташкил этиш, иқтисодий рағбарлантириш, нархни шакллантириш, молия-кредит механизми” ёки “бошқарув харажатлар ва натижалар ҳисоби ҳамда меъёрлаштириш, хўжалик ҳисоби жавобгарлиги ва моддий рағбарлантириш, шунингдек ташкилий, ресурс ва ахборот таъминоти” каби элементлардан ташкил топган. Аммо маиший хизматлар соҳасини ривожлантиришда рақамли инновацион-технологияларни ўрни ва тадбиқ этиш йўналишлари таҳлил этилмаган.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқотда анализ ва синтез, индукция ва дедукция, кўп омилли ва динамик таққослаш, даврийлаштириш, иқтисодий-математик моделлаштириш усулларидадан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш, аҳоли бандлиги ва ижтимоий-иқтисодий фаровонлигини оширишга қаратилган сиёсатда изчиллик билан амалга оширилаётган ислохотлар ва туб ўзгаришлардан кўзланган бош мақсад – мамлакатдаги аҳоли бандлигини, турмуш даражаси ва сифатини оширишдан иборат. Бундай устувор вазифани ҳал этишда мамлакатимизда маиший хизмат кўрсатиш соҳасининг ҳам ўзига хос ўрни бор. Маиший хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва ташкилий - иқтисодий механизмларини такомиллаштириш, биринчи навбатда, ушбу соҳани бугунги ҳолати ва муносиб ривожланиш тенденцияларини чуқур таҳлил қилишни, ушбу соҳада мавжуд бўлган муаммоларни аниқлашни ва уларнинг ечимларини излаб топишни, мамлакатнинг мавжуд ички ресурс ва имкониятларни белгилашни, келажакда мамлакатда замонавий талаб асосида янги маиший хизмат турларини аниқлашни ва улардан унумли фойдаланишни тақозо этади. Шу мақсадлардан келиб чиқиб, тадқиқотимизда маиший хизмат кўрсатиш соҳасининг ҳолати, реал содир бўлаётган ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичларининг миқдор ва сифат ўзгаришини ақс эттирувчи рақамлар илмий тадқиқотлар асосида ўрганилди. Статистик кўрсаткичлар таҳлили асосида, асосланган хулосалар чиқариш муҳимдир. Биз тузган 1-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики 2021 йил бошига келиб Ўзбекистон Республикаси бўйича жами 80345,0 млрд сўмлик хизмат кўрсатилган. Шундан қишлоқ жойларида жами 11758,1 млрд сўмлик хизмат кўрсатиш ҳажмини ташкил этиб республикага таққослаганда 14,6 фоизини ташкил этган. Бу кўрсаткич қишлоқ жойларида хизмат кўрсатиш тармоқларининг ҳажми жуда паст эканлигини билдиради.

1-жадвал

**Ўзбекистон Республикаси ва Самарқанд вилоятининг хизмат кўрсатиш ҳажми тўғрисида маълумот (млрд.) сўмда (2021 йил)<sup>1</sup>**

№	Кўрсаткичлар	Ўзбекистон Республикаси			Самарқанд вилояти <sup>2</sup>		
		Жами	Шундан: қишлоқ жойларида		Жами	Шундан: қишлоқ жойларида	
			Жами	Улуши, фоизда		Жами	Улуши, фоизда
1	Жами хизматлар ҳажми	80345,0	11758,1	14,6	14 318,7	4 673,5	32,6
2	Савдо хизматлари	21217,2	4187,9	19,7	4 202,0	1 468,7	34,9
3	Автотранспорт хизматлари	28840,3	5954,8	33,1	6851,4	3416,7	49,9
4	Молиявий хизматлар	18057,0	2125,6	11,7	2 077,9	632,0	30,4
5	Ахборот ва алоқа хизматлари	4864,0	15,6	0,3	698,8	3,6	0,5

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика Қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган

<sup>2</sup> [https://samstat.uz/uz/?preview=1&option=com\\_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=306&id=1442&Itemid=1000000000000](https://samstat.uz/uz/?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=306&id=1442&Itemid=1000000000000)

6	Таълим хизматлари	2870,8	228,7	7,9	736,7	80,6	10,9
7	Турар жой ва умумий овқатланиш хизматлари	2240,5	245,8	10,9	458,3	86,4	18,8
8	Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар	2054,3	216,8	10,5	324,5	114,9	35,4
9	Архитектура, муҳандислик тадқиқотлари, техник синов ва таҳлил соҳасидаги хизматлар	1639,8	317,8	19,3	296,9	73,9	24,8
10	Шахсий хизматлар	1642,5	483,2	29,4	552,6	190,2	34,4
11	Ижара хизматлари	1378,4	241,8	17,5	414,2	86,1	20,7
12	Соғлиқни сақлаш хизматлари	1129,0	159,0	14	225,3	37,0	16,4
13	Маиший техникалар ва компютер таъмирлар хизматлари	1054,2	241,8	22,9	363,9	113,3	31,1
14	Бошқа хизматлар	2630,7	229,7	8,7	482,7	73,4	15,2

1-жадвал маълумотларини таҳлилидан кўриш мумкинки, Республика кўрсаткичига таққослаганда қишлоқ жойларидаги энг юқори улуш автотранспорт хизматлари (31,6 фоиз) шахсий хизматлар (29,4 фоиз) маиший техникалар ва компютер таъмирлар хизматлари (22,9 фоиз)ни ташкил қилади. Келажақда мамлақатимизда асосан қишлоқ жойларида маиший хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантирмоқчи бўлсак, айнан транспорт ва ахборот алоқа хизмат кўрсатиш тармоқларини ривожлантирмасдан бунга эришиб бўлмайди. Сабаби транспорт ва ахборот алоқа хизматлари айнан барча хизмат кўрсатиш соҳаларини хусусан рақамли иқтисодиётни ва инновацион тизимни такомиллаштирувчи ва боғловчи муҳим инфратузилма тармоғи ҳисобланади.

Рақамли иқтисодиётнинг ўзига хос асосий белгилари юқори даражада автоматлаштирилганлик, электрон ҳужжат алмашинувини сифатли амалга оширишнинг мавжудлиги, бухгалтерлик, аудиторлик ва бошқарув тизимларининг ўзаро электрон интеграциялашуви, маълумотларнинг электрон базалари, CRM (мижозлар билан ўзаро муносабат тизими) мавжудлиги, турли хилдаги корпоратив тармоқлардан иборат.

Унинг қулайликларига турли тўловлар учун харажатларнинг қисқариши (масалан, банкка бориш учун йўл кира ва бошқа ресурслар тежалади), товарлар ва хизматлар ҳақида жуда кўп оператив маълумотларга эга бўлган ҳолда, уларни жаҳон бозорига олиб чиқиш имкониятларининг кенгайишини киритишимиз мумкин.

Бу борада республикаимизда ҳам замонавий ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш, электрон давлат хизматларини кўрсатишнинг яхлит тизимини яратиш, давлат органларининг аҳоли билан мулоқот қилишининг янги механизмларини жорий этиш юзасидан қатта ишлар олиб бориляпти. Шу мақсадни амалга ошириш борасида Президентимизнинг 2018 йил 19 февралдаги "Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳасини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги фармони ижросини таъминлаш, шунингдек, мамлақатда рақамли иқтисодиётни, замонавий ахборот технологияларини тадбиқ этишни ривожлантириш, ахборот хавфсизлигини таъминлашни кўзда тутувчи ҳужжат қабул қилинди<sup>1</sup>. Иқтисодий ислохотларнинг изчил давоми сифатида "Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги ПҚ-3832 қарори<sup>2</sup> ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 31 августда рақамли иқтисодиётнинг мақсад ва вазифаларини белгилаб берадиган "Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодиётни жорий қилиш ва янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида" қарори қабул қилинди<sup>3</sup>. Ушбу

<sup>1</sup>www.lex.uz.

<sup>2</sup>www.lex.uz.

<sup>3</sup>www.lex.uz.

қарор ва фармонларнинг ижроси бўйича қуйидагилар рақамли иқтисодиётни янада ривожлантириш бўйича энг муҳим вазифалар деб кўрсатилган:

-инвестиция ва тадбиркорликни диверсификация қилиш учун крипто-активлар айланмаси соҳасидаги фаолиятни, жумладан, майнинг, смарт контракт, консалтинг, эмиссия, айрибошлаш, сақлаш, тақсимлаш, бошқариш, суғурталаш, крауд-фундинг (жамоавий молиялаштириш), шунингдек, блокчейн технологияларни жорий этиш ва ривожлантириш;

-блокчейн технологияларни ишлаб чиқариш ва улардан фойдаланиш соҳасида амалий иш кўникмаларига эга бўлган малакали кадрларни тайёрлаш;

-рақамли иқтисодиётни янада ривожлантириш учун инновацион ғоялар, технологиялар ва ишланмаларни жорий этиш соҳасида давлат органлари ва тадбиркорлик субъектларининг яқин ҳамкорлигини таъминлаш;

-криптоактивлар бўйича фаолият ва блокчейн технологиялари соҳасида ҳалқаро ва ҳорижий ташкилотлар билан ҳамкорликни ҳар томонлама ривожлантириш ва ишлаб чиқариш соҳасида фаолият кўрсатадиган юқори малакали ҳорижлик мутахассисларни жалб қилиш;

-хориж тажрибасини ҳисобга олган ҳолда блокчейн технологияларини жорий этиш учун ҳуқуқий базани яратиш.

Бу борада мамлакатимиз Президентининг Олий Мажлис Сенати ва Қонунчилик палатасига қилган мурожаати нафақат парламентга балки жамиятимизнинг барча қатламларига мансуб бўлган фуқороларга нисбатан мурожаат сифатида қабул этиб, ундаги барча соҳаларга қўйилган вазифаларни ўз вақтида, сифатли ва самарали бажариш жамиятимиз аъзоларидан бир бутун бўлиб ҳаракат қилишни тақозо қилади. 2020 йилнинг “Илм-маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили” деб номланиши Ўзбекистонни ривожланиш тарихидаги илк инқилобий даврни бошланиши деб ҳисобласак айни муддао бўлади. Бундан келиб чиққан ҳолда бизнинг олдимиздаги вазифаларимиз туризм ва хизмат кўрсатишни ривожлантириш ва ривожланиш йўналишларини ишлаб чиқиш, туризм инфратузилмасига инновацион-технологияларни жорий қилишда асосий эътибор нималарга қаратилишини ўрганиш масаласи долзарб бўлиб қолмоқда. Тадқиқотимиз асосий мақсадларидан бири туризмда рақамли инновацион-технологияларни қўллаш орқали республикамизнинг рақобатбардошлигига эришишимизда муҳим омил бўлиб ҳисобланадиган йўналишларни белгилаб олиш ҳисобланади.

Сўнгги йилларда республикамизда рақамли иқтисодиётга ўтиш ва рақамли иқтисодиётни қўллаш борасида бир қатор илмий ишлар амалга оширилаётган бўлиб, уларда рақамли иқтисодиётни жорий қилиш турлича талқин қилинган ва таърифланган, лекин уларнинг ҳар биттасида истъомлчиға йўналтирилганлиги асосий ўринга эга. Биз мазкур хулосаларга асосланиш мақсадга мувофиқлигини таъкидлаб, бу борада айрим муаллифларнинг фикри ва мулоҳазаларини таҳлил қилиб, уларнинг натижаларини умумлаштириб, такомиллаштириш тўғрисидаги мулоҳазаларимизни қисқача баён қиламиз.

Рақамли иқтисодиётни маиший хизмат кўрсатиш соҳасида шакллантириш ва жорий этиш мураккаб жараён бўлиб, кўплаб омилларга боғлиқ бўлади.

Рақамли иқтисодиёт – жараёнларни таҳлил қилиш натижаларидан фойдаланиш ва катта ҳажмдаги маълумотларни қайта ишлаш асосида турли хилдаги ишлаб чиқаришлар, технологиялар, асбоб-ускуналар, товарлар ва хизматларни сақлаш, сотиш ва етказиб бериш самарадорлигини жиддий равишда оширишга имкон берадиган ва рақамли кўринишдаги маълумотлар асосий ишлаб чиқариш омили деб саналган хўжалик фаолиятидир.

Рақамли технологияларга асосланган платформаларнинг ривожланиш борасида ҳорижий тажриба сифатида “Алибаба” электрон савдо тизимига эга бўлган Хитой компаниясини келтириб ўтиш мумкин. Ундан фойдаланиш амалиёти шунини кўрсатмоқдаки, маълумотлар тўплаш жараёнида иқтисодиётнинг турли секторларига экспансия учун ўта рақобатли устунликлар яратилади. “Алибаба” бу оддийгина рақамли платформа эмас, балки платформалар экотизимидан иборат бўлган замонавий бошқарув тизимидир.

Бундан хулоса қилиш мумкинки рақамли иқтисодиёт, бу - алоҳида фаолият тури эмас. Аслини олиб қараганда тадбиркорлик, ишбилармонлик, саноат объектлари, хизматлар

деганидир. “Рақамли” атамаси мазкур соҳаларнинг барчасида инновацион ахборот технологияларидан фаол фойдаланишни англатади. Агар ананавий иқтисодиётда моддий буюмлар асоси ресурс ҳисобланса, рақамли иқтисодиётда бу қайта ишланадиган ҳамда узатиладиган ахборот, маълумотлар бўлади. Уларнинг таҳлилидан сўнг тўғри бошқариш бўйича ечим ишлаб чиқилади.

Ўзбекистонда “Рақамли иқтисодиёт” атамаси миллий қонунчилигимизда яқин йиллардан бери қўлланилмоқда. Рақамли иқтисодиёт республикамизда қандай ривожланмоқда, бу борада алоҳида олиб борилган тадқиқотчиларнинг хулосасига кўра бизда Телеграм ботларидан фаол фойдаланишмоқдалар. Шунингдек, турли интернет дўконлар, электрон тўлов тизимлари ҳам фаол ривожланиб бормоқда. Демак, фуқароларимиз электрон битимларни амалга оширишга ишонаяптилар. Фақат ҳозирги кунгача фойдаланувчилар катта харажатлар талаб қилмайдиган кичик битимларни амалга оширмоқдалар, ўртача харид ҳажмини оширишга эса унчалик тайёр эмаслар. Яқин келажакда йирик шартномалар, молиявий операцияларни рақамли технологиялар орқали амалга оширишни ривожлантиришни қўллаб-қувватлашдан иборат.

Бу борада ишлар барча ривожланган давлатларда 10-15 йил олдин бошланган бўлиб, уни шакллантиришга аллақачон киришган. Биз ҳам жараёндан четда қолмаслигимиз зарур. Чунки биз глобаллашув, дунё ҳамжамияти билан интеграцияга тез киришаётган давлатлар қаторига киришимиз.

Юқорида кўриб ўтилганлардан хулоса қиладиган бўлсак, рақамли иқтисодиёт бу - гибрид иқтисодиётдир. Бу ахборот-коммуникация ва молия технологияларининг ривожланганлиги, шунингдек, биргаликда гибрид туризм ва хизмат кўрсатишдаги барча иқтисодий фаолият субъектлари – товарлар ва хизматлар яратиш, тақсимлаш, айирбошлаш, истеъмол қилиш жараёни объектлари, субъектларининг тўлақонли ўзаро алоқа қилиш имкониятини таъминлайдиган инфратузилма очиклиги туфайли мавжуд бўлиши мумкин.

Маиший хизмат кўрсатиш соҳасида рақамли иқтисодиётни қўллашнинг қулайликлари қуйидагича:

1. Маиший хизматлар сотиб олиш учун харажатлар камаяди (масалан, олдиндан телевизорни ёки уяли мобиль телефонларга таъмирлаш хизматларига буюртма бериш).
2. Маиший хизматлар ҳақида кўпроқ ва тезроқ маълумот олинади.
3. Рақамли дунёдаги маиший хизматларнинг жаҳон бозорига чиқиш имкониятлари катта бўлади.
4. Фидбек (истеъмолчилар фикрини)ни тез олиш ҳисобига турмаршрутлар ва хизматлар жадал такомиллаштирилади.
5. Хизмат кўрсатиш тезроқ, сифатлироқ, қулайроқ бўлади.

Масалан, маиший хизмат истеъмолчиси авваллари ўзи боришни режалаштирган маиший хизмат буюртмачиси, хизмат кўрсатиш корхонасига ёки офисига ташриф буюради. У билан юзма-юз ўтириб маиший хизмат турлари билан танишиб чиқади ва ўзига мақул келган хизмат учун нақд пул тўловини амалга оширса, бу анъанавий иқтисод. Дилер ёки сервис орқали интернетдаги манзили орқали ўзига мақул маиший хизмат турини танлаб, диллер ҳисоб рақамига пулни электрон тўлов тизими орқали тўлаш, хизматларни олиши – рақамли иқтисодиёт дейилади. Бу масалани энг содда мисол орқали тушунтиришдир. Аслида, маиший хизмат кўрсатиш соҳасида рақамли иқтисодиёт 1980 йиллардан бошланган десак, ҳато қилмаймиз. Сабаби, айнан шу йиллардан сервис-провайдерлар буюртмаларга олдиндан талабни қабул қилиш системаларидан кенг фойдалана бошлаганлар. Биз аслида аллақачон рақамли иқтисодиёт ичидамыз, унинг қулайликларидан фойдаланамиз, лекин унинг моҳиятига тўлиқ тушуниб етмаганмыз.

Шундан келиб чиқиб, фикримизча, **“Маиший хизмат кўрсатишда рақамли иқтисодиёт – янги ишлаб чиқиладиган ёки жорий қилиниши лозим бўладиган жараён эмас, инновацион технологияларни истеъмолчиларни кундалик ҳаётига жорий этиш орқали мавжуд маиший хизматларни янгича кўринишга ўтказиш”** -деганидир<sup>1</sup>. Бунга мисол қилиб ҳозирда дунё маиший хизматидаги ўзгаришларни олса ҳам бўлади.

<sup>1</sup> Муаллифнинг туризмда рақамли иқтисодиётга берган таърифи

Бу борада маиший хизматлар соҳаси инфратузилмасини шакллантиришда рақамли инновацион технологиялардан фойдаланишда энг аввало сўнгги йилларда бошланган ишларни давом эттиришни кўзда тутган ҳолда алоҳида эътибор қаратилиши лозим бўлган қуйидаги йўналишни белгилаб олиш мақсадга мувофиқ бўлиб, улар:

-замонавий технологияларни маиший хизмат автотранспорт хизматларини олиб кириш, талабни оқимни ошириш ва диверсификациялаш учун бир-бирини ўзаро тўлдириб турувчи инновацион автомобиль транспорт хизмат тизимини ривожлантириш;

-амалий ахборот-маълумотномалар орқали маиший хизмат кўрсатувчи субъектлари бўйича, истеъмочилар учун тизимни яратиш, смарт-туризммаиший хизмат технологияларини тадбиқ қилиш, мобиль уяли телефонлари, телевизор, кир ювиш машиналари таъмирлаш фаолияти самарадорлигини ошириш;

-маиший хизматлар соҳасида рақамли инновацион технологияларни самарали қўллаш масалаларини ўрганиш бўйича республика гуруҳини тузиш ва йил давомида маҳаллий вазирлик ва идоралар мутахассисларига туристик сектор экспертлари ҳамда вакиллари билан бирга вазиятни яхшилаб ўрганиш ва маиший хизматлар соҳасида инновацияларни қўлашга тўсқинлик қилаётган муаммолар ечимини топишга доир аниқ таклифлар ақс этган норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар лойиҳаларини ишлаб чиқиш лозим.

Тадқиқотларимиз натижасида олинган маълумотларга кўра, иқтисодиётга рақамли инновацион технологияларни жорий қилиш борасида дунё маиший хизмат соҳасида янги йўналиш бўлиб ҳисобланаётган “Sumsung” платформаси ишлаб чиқилмоқда. “Sumsung” платформаси ўз таркибига “Ақлли хизмат” ларни бириктирган маиший хизматларни рақамлаштиришни ривожлантириш учун асос бўлган бўладиган тузилма ҳисобланади. Хизмат соҳаси ривожланган давлатларда, масалан АҚШ, Япония, Германияда аллақачон “Sumsung” платформасини аналогияни такрорловчи бир нечта платформалар амалиётга босқичма-босқич жорий қилинмоқда. Шуни ҳам назардан четда қолдирмаслик керакки, республикамизда ҳам кейинги йилларда бир қатор ишлар амалга оширилаётганлигини кўришимиз мумкин. Масалан, Самарқанд вилоятимизни “Sumsung” маркази томонидан online-maishiy servis.uz сайтини ишлаб чиқилмоқда. Сайт “Истеъмолчи учун”, “Маиший хизмат”, “Онлайн хизматлар” ва бошқа шу каби бўлимларни ўз ичига олади. “Истеъмолчи учун” бўлими “Маиший сервис” миллий хизмат веб портали билан интеграциялаштирса бўлади. Бу сайт ўз ичига Ўзбекистоннинг маиший хизмат кўрсатиш салоҳиятига доир маълумотлар, фойдали ахборот, маиший техника ва технологияларни таклифини жамлаган расмий хизмат ресурси ҳисобланади. Шу билан бирга, портални янада самарали ишлаши учун юқорида тўхталиб ўтилган иновацион-технологиялар имкониятларидан кенгрок фойдаланиш лозимдир. Юқоридагилардан келиб чиқиладиган бўлса, бизга кўшни мамлакатларда “Ақлли хизмат” рақамли платформа моделини яратиш ишларига киришиб кетилганлиги, яқин кунлар ичида бу йўналишда кучли рақобат юзага келишидан далолат беради. Биз ҳам хориж мамлакатлар тажрибасини сарҳисоб қилган ҳолда, маиший хизмат кўрсатишни рақамлаштириш элементлари ва ушбу соҳада ўзимизнинг “Sumsung” рақамли платформа моделини яратишимиз керак.

“Sumsung” рақамли платформа модели элементлар ва тамойилларга таянган ҳолда ишлайди. Платформанинг ишлаши бўйича тўхталадиган бўлсак, қуйидаги тамойилларга таянади:

- маиший хизмат кўрсатувчи ташкилотларнинг барча бўлимларни бир-бири билан боғланишларини максимал равишда автоматлаштириш;

-илмий тадқиқот ишларининг аҳамиятини тушунган ҳолда максимал даражада соҳани ривожлантириш учун фойдаланиш;

-барча қуйи тизимларни ва бўлимларни бошқаришнинг автоном тизими интернетдан фойдаланган ҳолда бошқаришни амалга ошириш;

-маиший хизматнинг ҳаётининг циклининг барча босқичлари, ўзаро таъсир оқимлари орқали онлайн режимида тартибга солинадиган, бир-бирига боғланган яхлит бирлик шаклида функционал бирликлар билан таъминланиши кабилардир.

**Хулоса ва таклифлар.** Маиший хизмат соҳасига рақамли инновацион-технологияларни жорий қилиш ва уни ривожлантириш борасида хулосаларимиз

куйидагилардан иборат:

1. Интернет хизматининг “муаммосиз” хизматни таъминловчи асосий элементлари - учуш, трансфер, диагностика, ламинация кенг тарқалган. Маълумотлар алмашиш орқали истеъмолчилар турли хил муаммоларни олдини олиш орқали, сарфланадиган вақтни камайтириши мумкин.

3. Роботизация - одамлар учун фойдали бўлган ва улар билан ишлашга кодир бўлган ботларнинг роботлари тобора кўпроқ ҳаётга кириб келмоқда. Ҳозирда тозалаш роботлари аллақачон маиший техниканинг энг кенг тарқалган элементига айланган. Ходимларга бўлган эҳтиёжни камайтирган ҳолда, ушбу услуб оилавий меҳмонхоналар бизнесини олиб боришни сезиларли даражада соддалаштириши мумкин.

4. Овоз технологиясидан (АҚШ маиший хизмат кўрсатиш тизимида қўлланиши бошланган “Alexa” овозли ёрдамчи) фойдаланиш самарали бўлиб, хизматларни оптималлаштиришга, кўп жараёнларни минималлаштиришга имкон беради. Шу боис, ҳатто кичик бизнес субъектлари масалан сартарошлар гендер асосида “24 соат” ҳам мижозларга кечаю-кундуз хизмат кўрсатиши ва тил тўсиқларини бартараф этиши мумкин.

5. Блокчейн – “ишончли рақамли муҳит”ни яратувчи, бу буюртмалар, резервациялар ва тўловларнинг ишончилигини сезиларли даражада оширади, маълумотлар ва хизматларнинг ишончилигини, аниқлигини таъминлаши мумкин.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда республикамиз маиший хизмат кўрсатиш соҳасига ҳам “Sumsung” рақамли платформа моделини жорий қилиш лозим. Сабаби, маиший хизматлар ривожланган давлатлар ўзларининг моделларини ишлаб чиқишга аллоқачон киришиб кетган. Агар биз ҳам ўз вақтида бу ўзгаришларга мослаша олмасак, минтақадаги давлатларнинг рақобатида ютқазимиз мумкин.

Биз таклиф қилаётган “Sumsung” платформа модели куйидаги элемент ва тамойилларни ўз ичига олиши керак:

-маиший хизмат кўрсатувчи ташкилотларни бирлаштирувчи ягона автоматлаштирилган тизимни ишга тушириш;

-маиший хизмат кўрсатиш номенклатураси бўйича ахборот узатишни, реклама қилишни “Миллий бренд” (Миллий бренд устидаги ишларни жадаллаштириш) остида интернет тизими орқали амалга ошириш;



**1-расм. “Sumsung” рақамли платформа моделининг элементлари ва тамойиллари<sup>1</sup>.**

<sup>1</sup>Тадқиқотчи томонидан таклиф қилинаётган “Sumsung” модели платформасининг ташкилий тузилиши.

-соҳадаги илмий тадқиқот ишларининг аҳамиятини ошириш (Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти) мақсадида турли соҳадаги етакчи мутахассисларнинг изланишларини бир йўналишга бирлаштириш;

-соҳадаги барча субъектларнинг ички бошқарувини ахборот технология-лари имкониятларидан кенг фойдаланган ҳолда, автоматлаштирилган бошқарувни амалга ошириш;

-миллий маиший хизматнинг ҳаётий циклини узайтиришга инновацияларни кенг жорий қилиш борасида хизмат кўрсатувчи субъектлар имкониятларини бирлаштириш;

-маиший хизмат истеъмоли билан онлайн алоқани доимий равишда назорат қилиб бориш ва қўшимча маълумотларни узатиш технологияларини такомиллаштиришдан иборатдир.

Мухтасар айтганда маиший хизмат кўрсатиш соҳасида юқори натижаларга эришиш ва соҳанинг келажагини белгилаш бугунги кунда рақамли инновацион-технологияларнинг имкониятларидан фойдаланишга боғлиқ бўлиб қолмоқда.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. –Тошкент: Ўзбекистон, 2017.
2. Ш.М.Мирзиёев., Янги Ўзбекистон Стратегияси. – Т.: “O’zbekiston” нашриёти, 2021. – 464 бет.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 22 январдаги “2017-2021-йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили”да амалга оширишга оид Давлат дастури тўғрисида”ги ПФ–5308-сонли Фармони. – Тошкент, 2018 й.
4. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 28 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // “Халқ сўзи” газетаси 2020 йил 30 январь.
5. М.Қ.Пардаев, Х.Х.Абдурахманов, М.А.Маҳкамova ва бошқалар. Рақамли иқтисодиётнинг назарий ва амалий масалалари. Монография. – Т.: “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2021. – 172 бет. – 10,75 б.т.
6. Жўраев Т.Т. Иқтисодиёт назарияси. Ўқув қўлланма. Т.: “Fan va texnologiya” нашриёти, 2017. – 688 бет.
6. С.С.Гулямов, Р.Ҳ.Аюпов, О.М.Абдуллаев, Г.Р.Балтабаева. Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялар. Т.: ТМИ, “Иқтисод-Молия” нашриёти, 2019, 8 бет.
7. М.Қ.Пардаев, О.М.Пардаев, А.Н.Холиқулов, С.А. Бабаназарова Рақобатбардошликни мустаҳкамлашда кластер ва синергетик самарадорлик таҳлили. /Ўқув қўлланма/ – Самарқанд.: “FAN BULOG`I” нашриёти, СамИСИ, 2022. – 212 бет.
8. Пардаев М.Қ.Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. 2-нашр. – Т.: “Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи”, 2021. – 145 бет.
9. Раҳматов М.А., Зарипов Б.З. “Кластер — интеграция, инновация ва иқтисодий ўсиш”. – Т.: “Zamin nashr” - 2018. – 168 бет.
10. Холиқулов А.Н., Усманова Д.Қ., Рахимов Х.А. Корхоналарни рақобатбардошлигини баҳолаш. Ўқув қўлланма. Самарқанд.: “Турон нашр” нашриёти, 2021. – 212-бет
11. Холиқулов А.Н., Ибодов К.М. Таққослама менежмент. Ўқув-қўлланма, Т.: Иқтисод-молия нашриёти, 2021 йил – 162 бет
12. Тагаев Б.Э. Рақамли иқтисодиёт шароитида норасмий меҳнат билан бандлик даражасини камайтиришнинг методологик асосларини такомиллаштириш: иқт.фан.док.(DSc) автореф.– Т.: 2021, 67 б.



УДК 338.4

DOI: 10.56937/v2i10a13

**Сафаров Фарход Анварович**

*Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти доценти в.б., PhD*

## **ХИЗМАТЛАРНИНГ ТУРЛАРИ ВА ШАКЛЛАРИ БЎЙИЧА ТАСНИФИ ВА УНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ**

**Аннотация:** мақолада хизматларнинг турлари ва шакллари бўйича таснифига оид илмий-назарий қарашларнинг таҳлили амалга оширилган. Мавжуд қарашларнинг хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда тегишли мезонлар асосида гуруҳлаш амалга оширилган. Хизматларни таснифлашда қўлланиладиган усуллар келтириб ўтилган. Жаҳон амалиёти ва Ўзбекистонда қўлланиладиган таснифлаш асосида Ўзбекистон Республикасининг иқтисодий фаолият турлари бўйича умумдвалат таснифлагичи бўйича хизматлар типологияси таклиф этилган.

**Калит сўзлар:** хизмат, таснифлаш, таснифлаш мезон, таснифлаш типология, таснифлаш тамойиллари, таснифлаш усуллари.

**Қириш.** Хизматларнинг ривожланиш тарихи ижтимоий алмашинувнинг пайдо бўлиш босқичидан бошланади, ушбу даврга келиб хизматлар ўз ривожланишининг дастлабки қадамларини қўя бошлайди. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ўзи эса, кўплаб фаолият турларининг қоришмаси сифатида тақдим этилади, бу эса хизматларнинг хилма-хил кўринишга эга эканлигидан далолат беради. Бирок, хизматларни шунчаки санаб ўтиш хизматнинг ўзига хос жиҳатларини, иқтисодий моҳиятини ва ўз навбатида иқтисодиётда хизматларни бошқариш тафсилотларини очиб бера олмайди.

Замонавий иқтисодиётда хизматларнинг тарихий ривожланиши давомида илмий-техник жараён ва инновацияларнинг ривожланиши натижасида хизматлар сони кун сайин кўпайиб бормоқда. Хизматлар сонининг етарлича кўплиги уларнинг битта мезон асосида таснифлашни мураккаблаштиради. Бундан ташқари, товарлар ва хизматлар ўртасидаги мавжуд функционал фарқлар товар гуруҳлари ва хизмат турлари бўйича умум қабул қилинган таснифдан фойдаланишни қийинлаштиради.

Тадқиқотларимиз давомида биз ўзлаштириш имкониятини кенгайтириш ва ўрганилаётган “хизмат” ҳодисасини батафсил тушунишга имкон берувчи таснифлашнинг асосий усуллари ва ёндашувларини кўриб чиқамиз. Хизматларни таснифлаш схемалари ва ягона стандартлар муаммоси ҳалигача ўз ечимини топмаган. Асосан, хизматларнинг турли хил таснифлари муайян бир мамлакатда статистик маълумотларни тўплашнинг аввалдан таркиб топган анъаналарига асосланади.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Илмий адабиётларда “хизмат” тушунчасига доир турлича қарашлар мавжуд. “Хизмат” тушунчасини аниқлаштириш борасидаги муаллифлик ёндашувларининг таҳлили бу тушунчани иқтисодий муносабатлар сифатида [1,2], номоддий маҳсулотни яратишга қаратилган ҳатти-ҳаракатлар сифатида [3,4,5], бевосита жараёнда истеъмол қилинувчи қиймат сифатида [6], фуқаролик ҳуқуқий муносабатларининг бир кўриниши сифатида [7,8] ва таклиф қилинувчи нафлик, фойда сифатида [9,10] талқин қилиш имконини яратди. Ушбу муаллифлик қарашларининг таҳлили хизматларнинг таснифланишига бир қанча нуқтаи назардан ёндашув кераклигини тақозо этади. Бунда уларнинг хусусиятларидан ташқари жаҳон амалиётида ҳамда Ўзбекистонда қўлланиладиган таснифлашларни ўрганиб чиқиш лозим.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот давомида мавжуд назарий қарашларнинг қиёсий таҳлили амалга оширилди. Келтирилган таърифлар ва ёндашувлар бир қатор мезонлар асосида гуруҳланди ва таснифланди. Бунда солиштириш, илмий абстракция, индукция ва дедукция, таҳлил ва синтез усулларидан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Ҳозирги вақтда иқтисодий ва илмий адабиётларда маълум бир мақсад ва йўналишга мувофиқ илмий функцияларни бажаришга мўлжалланган турли хил таснифлаш мезонлари бўйича фарқланувчи жуда кўплаб хизмат турлари мавжуд.

Т.Д. Бурменко хизматларини таснифлаш зарурати билимларнинг чуқурлашуви ва бошқарув амалиётидан келиб чиқишини таъкидлайди [11]:

- хизмат кўрсатиш соҳасида стандартлаштириш тизимлари;
- истеъмолчиларнинг ҳаёти ва соғлиғи хавфсизлигини таъминловчи хизматларни сертификатлаштириш тизими;
- истеъмолчилар мулкига етказилиши мумкин бўлган зарар ва хатарни камайтириш;
- ялпи тарзда хизматлар кўрсатилишини ҳисобга олиш;
- миллий ва халқаро таснифлашнинг бирлиги.

Шуни таъкидлаш керакки, фанда тақдим этиладиган хизматларнинг турлари ва шакллари жуда ўзгарувчан, чунки уларнинг чегаралари барқарор ва ҳаракатчан, шунинг учун уларни аниқлаштиришда муаммолар пайдо бўлади. Қатор муаллифларнинг ушбу муаммога оид қарашлари улар “хизмат” тушунчасини турлича талқин қилишларини, хизматларни таснифлашда муаллифлик ёндашувларини таклиф қилган ҳолда, ўз қарашларини қатъий ҳимоя қилишларини кўрсатади.

XX асрнинг 60-йилларида америкалик маркетинглоглар тобора ривожланиб бораётган хизматларнинг ягона таснифини ишлаб чиқиш масаласини фаол ўргана бошладилар.

Кейинчалик, 1964 йилда Стентон ва Джадд ўз асарларида хизматларни таснифлашга ҳаракат қилиб кўришди [12].

Хусусан, Стентон хизматларни тижорат асосида таснифлашни таклиф қилади ва уларни 10 гуруҳга ажратади:

- уй-жой соҳаси;
- оила соҳаси;
- дам олиш ва кўнгиш очар соҳа;
- шахсий ва гигиеник соҳа;
- тиббиёт соҳаси;
- хусусий таълим соҳаси;
- бизнес ва касбий фаолият соҳаси;
- суғурта ва молиявий операциялар соҳаси;
- транспорт соҳаси;
- алоқа хизматлари соҳаси.

Бундан ташқари, муаллифлар томонидан тақдим этиладиган хизматларнинг функциялари мазмун жиҳатидан турли хил маъно ва қўламларга эга бўлсада, мавжуд таснифларни ягона таснифга бирлаштиришимиз мумкин.

Кўрсатилган ҳар бир хизмат маълум бир функцияни бажариш ва маълум бир эҳтиёжни қондириш учун мўлжалланганлиги сабабли, функционал мезонларга мувофиқ хизмат турларини кўриб чиқиш талаб қилинади. Г.А. Аванесова ишлаб чиқариш, савдо, ҳаётни қўллаб-қувватлаш, ижтимоий соҳа, маданий ва бошқаларда ишлатиладиган хизматларни ўз ичига олган функционал хусусиятлар бўйича хизматларни таснифлашни таклиф этади. Ўз навбатида, В.К. Карнаухова ва Т.А. Краковская хизматларни тақдим қилиш мақсадлари борасидаги фарқларга асосланган 4 та таснифлаш гуруҳини ажратиб кўрсатадилар [13]:

- ишлаб чиқаришда фойдаланилишга йўналтирилган хизматлар;
- ижтимоий соҳадаги функцияларни бажаришга йўналтирилган хизматлар;
- уй хўжалиқларига йўналтирилган хизматлар;
- яқка тартибда хизмат кўрсатиш.

Хизматларнинг бутун тўпламини кўп сонли мустақил ва ўзаро боғлиқ таснифлаш функцияларига мувофиқ бир хил гуруҳларга, кичик гуруҳларга, турларга бўлиш мумкин. Хизматларни таснифлаш борасида хорижий ва маҳаллий адабиётларда кўплаб ёндашувлар мавжуд. Хизматларнинг энг кенг тарқалган таснифларидан бири бу уларнинг сезиш (ҳис қилиш) даражаси бўйича тақсимланишидир.

Ф. Котлер сезиш даражасини ҳисобга олган ҳолда маркетинг таклифларининг бешта тоифасини ажратиб кўрсатишни таклиф қилади.

1. “Соф” моддий неъматлар. Бундай ҳолда, моддий неъматлар (совун, туз, тиш пастаси ва бошқалар) тақдим қилинсада, ҳеч қандай қўшимча хизматлар кўрсатилмайди.

2. Хизматлар билан тўлдирилувчи аниқ маҳсулотлар. Истеъмолчиларга товарлар уларнинг жозибдорлигини оширувчи бир ёки бир неча хизматлар билан тўлдирилган ҳолда таклиф қилинади. Масалан, принтер, монитор харид қилувчилар учун қўшимча хизмат дастури тақдим этилади, жумладан, кафолат муддатини узайтириш, техник хизмат кўрсатишни тезлаштириш ёки уларнинг иккисидан ҳам бир ўринда фойдаланиш.

3. “Гибрид”. Таклиф деярли бир хил даражада товарлар ва уларга боғлиқ бўлган хизматлардан ташкил топади (масалан, тез овқатланиш ресторани).

4. Тегишли маҳсулотлар ва қўшимча хизматлардан фойдаланилувчи хизматлар (масалан, ҳаво кемалари йўловчиларига парвоз хизматлари билан бир қаторда озиқ-овқат, ичимликлар, журналлар, адёл ва бошқа шу каби қўшимча маҳсулотлар таклиф қилинади).

5. “Соф хизмат”. Ўз номидан ҳам кўриниб турганидек, таклиф фақатгина хизматлардан ташкил топади (масалан, массаж хизматлари, психолог хизмати ва шу каби).

Хизмат кўрсатишнинг мажбурийлик тамойилига кўра, хизматларни субъектив тарзда бўлиниши кенг тарқалган:

- асосий (мажбурий, базавий) хизматлар;
- қўшимча (ихтиёрий, периферик) хизматлар.

К. Лавлок хизматларни “таъсир объекти” ва “хизмат кўрсатиш жараёнини сезиш даражаси” мезонлари бўйича таснифлайди.

Ушбу таснифга кўра, хизмат кўрсатиш жараёнини операцион нуктаи назардан кўриб чиқиб, К. Лавлок хизматларнинг тўртта кенг гуруҳини ажратиш кўрсатишни таклиф қилади: инсонлар учун хизматлар, инсонларга тегишли жисмоний объектлар учун хизматлар, инсон идроки ва номоддий активлар учун хизматлар (ахборотни қайта ишлаш асосида). Ушбу тоифаларнинг ҳар бири маркетинг бўйича менежер, операцион менежерлар ва ходимлар бўйича менежерлар фаолиятига таъсир кўрсатадиган хизмат кўрсатишнинг ўзига хос жиҳатлари ва жараёнига эгаллиги билан ажралиб туради.

Шуни таъкидлаш керакки, илмий адабиётларда хизматларнинг функционал моҳияти билан боғлиқ соҳаларда хизмат кўрсатиш фаолиятини тақсимлашнинг кенгайтирилган бирликлари қўлланилади:

- ишлаб чиқариш эҳтиёжлари (хавфсизлик, ускуналарни таъмирлаш, банк, бизнес ва бошқалар) билан боғлиқ ҳолда иқтисодий тузилмаларга тақдим қилинувчи саноат соҳасидаги хизматлар;

- савдо хизматлари (улгуржи ва чакана савдо);

- истеъмол соҳасидаги хизматлар, бундай хизматлар фуқароларга оила ва оилавий муносабатлар доирасида, шунингдек, уй хўжалигини бошқаришда кўрсатилади;

- ижтимоий алоқалар субъектининг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган ижтимоий хизматлар: транспорт, молия, почта, ҳордиқ чиқариш, таълим, ахборот ва бошқалар.

- кўнгилочар тавсифга эга бўлган когнитив, илмий, бадиий, эстетик, маданий хизматлар.

Хизмат кўрсатиш фаолиятининг типологик йўналишларини таснифлашнинг ушбу варианты хизмат кўрсатиш соҳасини таҳлил қилиш борасида маҳаллий шароитда энг кенг тарқалган таснифлашлардан биридир. Эҳтиёжларни қондириш шакли ва усули бўйича хизматларнинг энг оддий типологияси Н.В. Миронова [15] томонидан таклиф қилинган бўлиб, у қуйидаги мезонларга асосланади:

- фақат соф хизматлардан фойдаланишни ёки ушбу хизмат йўналтирилган объектга тегишли хизматларни истеъмол қилишни ўз ичига олган эҳтиёжларни қондириш шаклига кўра;

- эҳтиёжларни қондириш усули ёки воситаси сифатида, бунда хизматлар касбий кўникмаларга эга бўлган ходимлар томонидан ёки ходимларсиз муайян бир механизмлардан фойдаланилган ҳолда тақдим қилинади.

Пировардида муаллиф томонидан тақдим этилган таснифлаш хизматларни тўғридан-тўғри инсон томонидан хизмат кўрсатиш хусусиятларига, автоматик қурилмалар ва механизмларни жалб қилган ҳолда инсон иштирокисиз кўрсатиладиган хизматларга қараб тақсимлашни назарда тутди. Ушбу мезонга кўра, барча хизматлар хизмат кўрсатувчи компания ходимлари томонидан тақдим этиладиган ва истеъмолчи автоматик қурилма ёки механизм ёрдамида хизматни оладиган шкала бўйича тақсимланиши лозим бўлади.

Шунингдек, заруратдан келиб чиққан ҳолда, хизматларни таснифлаш борасида бошқа кўплаб усуллардан фойдаланишимиз мумкин:

- миждоз билан алоқа қилиш даражасига кўра;
- таклиф этилаётган бозорлар тури бўйича;
- миждозларнинг ижтимоий мақоми бўйича;
- тижоратлаштириш даражаси бўйича;
- миждозлар томонидан хизматларни сотиб олиш частотаси бўйича;
- хизмат кўрсатиш жараёнини автоматлаштириш даражаси бўйича;
- хизмат кўрсатиш самарадорлиги бўйича ва шу кабилар.

Кўриб чиқиладиган хизматларнинг таснифидан келиб чиққан ҳолда, уларнинг ҳар бири бутун функциялар тўпламини ҳисобга олмаган ҳолда бир ёки бир нечта мезонларни белгилашга асосланади. Умуман олганда, хизматларнинг таснифи бошқарув усулининг айрим хусусиятларини ва айрим турдаги хизматларни кўрсатадиган ташкилотларнинг функцияларини амалга ошириш имкониятини аниқлаштириш имконини беради.

Бугунги кунда, статистик маълумотларга кўра, хизмат кўрсатиш таснифига тегишли ҳатти-ҳаракатлар жуда хилма-хилдир. Улар турли мақсадларга қаратилганлиги, турли мақсадли аудиторияга эгаллиги, реклама ва тарғиб қилиш воситаларига сезгирлик, эгилувчанлик даражаси, талаб нархининг сезилувчанлиги ва бошқалар билан ажралиб туради. Баъзи хизматларнинг унумдорлиги нафақат технологик ишланмалардан фойдаланишга, балки бошқа хизматларни кўрсатувчиларнинг истеъдоди ва маҳоратига ҳам боғлиқ ҳисобланади.

Номоддий фаолият соҳасининг ривожланиши асносида замонавий жамиятда талаб муттасил тарзда ўсиб бораётган янги хизмат турлари пайдо бўлмоқда. Шу билан бирга, замонавий шароитда хизмат кўрсатиш соҳасини диверсификация қилиш тенденцияси тобора кучайиб бормоқда. Авваллари алоҳидалашган ва тарқоқ кўринишга эга бўлган хизматлар тўлақонли хизматлар мажмуини тақдим қилгани ҳолда, рақобатбардошлик даражаси ўсиб борди, ўз навбатида хизматларни диверсификация қилиш орқали хизмат кўрсатиш жараёнида вужудга келиши мумкин бўлган потенциал хатарларни камайтириш имконияти пайдо бўлади. Транспорт хизматлари кўрсатишга ихтисослашган компаниялар хизматлар рўйхатини кенгайтириб бормоқдалар, улар етказиб бериш хизматлари билан бир қаторда, алоқа, фуқароларнинг ҳаёти ва мол-мулкни суғурта қилиш, сайёҳлик хизматлари каби хизматларни кўрсатмоқдалар, масалан, алоқа хизматлари ва интернет хизматлари ягона алоқа хизматлари мажмуасига бирлаштирилган бўлса, банк, ахборот, брокерлик ва биржа хизматлари янги хизмат турлари ҳисобланади. Банк тизимлари ва мобил технологияларнинг симбиози масофадан туриб, электрон тўловлар билан ишлаш имкониятини вужудга келтирди.

Кўпгина мутахассисларнинг таъкидлашича, бугунги кунда хизмат кўрсатиш соҳасининг умумназарий ва амалий жиҳатлари бир-биридан алоҳида ҳолда мавжуд бўлгани ҳолда, хизмат кўрсатиш соҳаси таҳлилининг умум қабул қилинган таснифи ҳали яратилмаган. Давлат томонидан ҳисобга олишда кенг қўлланилувчи хизматларнинг энг кенг тарқалган маҳаллий ва хорижий таснифи статистик маълумотларни тўплашнинг таркиб топган аънаналари ёки жамият муайян бир вазиятларда дуч келиши мумкин бўлган муаммоларни ҳал этишга асосланади.

Хизмат турларининг пайдо бўлиши борасида Грёнроос саноат ёки қишлоқ хўжалиги соҳаларига киритилмаган барча нарсалар хизматлар деб номланишига тўхталади. Бундан ташқари, у бугунги кунда хизмат кўрсатиш соҳасининг миллий иқтисодиётга қўшган

хиссасини ҳисоблаш аввалгидек, эскирган усуллар билан амалга оширилаётганлигини таъкидлайди. Шу муносабат билан хизматларни таснифлашнинг умумий мезонларини ишлаб чиқиш турли мамлакатлар мутахассисларининг ўзаро биргаликдаги саъй-ҳаракатларини талаб қилади. Шу тариқа, бугунги кунда биз тобора яққол кўзга ташланаётган хизмат кўрсатиш соҳасини диверсификация қилиш тенденцияси, саноат сектори ва хизмат кўрсатиш соҳаси ўртасидаги чегаралар ҳаракатчан бўлиб бораётганлигини таъкидлаб ўтишимиз лозим.

К. Хаксевер ва Б. Рандер ўз асарларида хизматларни қуйидаги белгиларига мувофиқ таснифлашни таклиф қилишади [17]:

- номоддий, чунки хизмат моддий-буюм шаклига эга эмас, товарлардан фарқли ўлароқ, хизмат – бу шунчаки бажарилган ҳаракатлар рўйхатидан ташкил топади;

- манбадан ажралмаслик, хизмат тақдим этилаётган бир пайтнинг ўзида истеъмол қилинади, шу боис уни келгусида истеъмол қилиш ёки фойдаланиш мақсадида сақлашнинг имкони йўқ;

- сақланмаслик, хизмат моддий буюм шаклига эга бўлмаганлиги боис, уни келгусида фойдаланиш мақсадида захира қилиш мумкин эмас;

- сифатнинг доимий эмаслиги, кўрсатилаётган хизматнинг сифати уни кўрсатаётган объектга боғлиқ.

Жаҳон амалиётида хизмат кўрсатиш соҳаси турли мезонлар бўйича.

Келтириб ўтилган таснифлаш учун бир қатор камчилик ва нуқсонлар хос, хусусан мазкур таснифлашда ахборот ва маркетинг каби хизмат турлари ҳам ишлаб чиқариш, ҳам номоддий соҳага тааллуқли эканлиги кўрсатиб ўтилган.

XX асрнинг 90-йилларида бозор иқтисодий муносабатларига ўтиш постсовет давридаги барча мамлакатларда ижтимоий-иқтисодий соҳанинг ривожланишига сезиларли таъсир кўрсатди. Хусусан, бундай ўзгаришлар Ўзбекистон иқтисодиётига ҳам ўзининг сезиларли таъсирини кўрсатди, натижада хизмат кўрсатиш соҳасининг миллий иқтисодиётдаги аҳамияти ошди, бандлик ва турмуш сифатининг яхшиланишида ўзининг ижобий таъсирини топди. Айни чоғда, шунини таъкидлаш лозимки, ўтиш даврида хизмат кўрсатиш соҳаси қатор сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий характердаги омилларнинг таъсири натижасида бирмунча секин тараққий топди.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётининг шаклланиши даврида хизмат кўрсатиш соҳасининг шаклланиши ва ривожланишига сиёсий омиллардан ташқари тадбиркорлик, эркин савдо ва бозор инфратузилмасининг ривожланиши ва шаклланиши каби омиллари ҳам сезиларли даражада таъсир кўрсатди.

Турли мамлакатлар доирасида ўхшаш хизмат гуруҳлари шакллансада, аммо улар мамлакат ичида ўзига хос хизмат кўрсатиш амалиётида ривожланади, турлича йўллар билан амалга оширилади ва тўлдирилади (1-жадвалга қаранг).

1-жадвал.

### ЖСТ ва Ўзбекистонда хизматларнинг таснифланиши

ЖСТ бўйича хизматлар таснифи	Ўзбекистонда хизматлар таснифлагичи
Бизнес хизматлари (шу жумладан профессионал хизматлар)	Сув таъминоти, канализация, чиқиндиларни йиғиш ва утилизация қилиш бўйича хизматлар
Алоқа хизматлари (шу жумладан почта, телекоммуникация ва аудиовизуал хизматлар)	Улгуржи ва чакана савдо хизматлари; моторли транспорт воситалари ва мотоциклларни таъмирлаш бўйича хизматлар
Қурилиш ва улар билан боғлиқ муҳандислик хизматлари	Ташиш ва сақлаш хизматлари
Дистрибьюторлик хизматлари (шу жумладан улгуржи ва чакана савдо хизматлари)	Турар жой ва овқатланиш хизматлари

Таълим хизматлари	Ахборот-коммуникация хизматлари
Атроф-муҳит муҳофазаси билан боғлиқ хизматлар	Молиявий ва суғурта хизматлари
Молиявий хизматлар (суғурта, банк ва қимматли қоғозлар бозоридаги хизматлар)	Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар
Соғлиқни сақлаш ва ижтимоий таъминот хизматлари	Профессional, илмий ва техник хизматлар
Туризм ва саёҳат билан боғлиқ хизматлар	Маъмурий ва ёрдамчи хизматлар
Дам олиш, маданий ва спорт тадбирларини ташкил этиш бўйича хизматлар (аудиовизуал хизматлардан ташқари)	Давлат бошқаруви ва мудофаа соҳасидаги хизматлар
Транспорт хизматлари	Таълим соҳасидаги хизматлар
Бошқа хизматлар	Соғлиқни сақлаш ва ижтимоий соҳа хизматлари
	Санъат, кўнгилочар томоша ва дам олиш соҳасидаги хизматлар
	Иш берувчи сифатида уй хўжаликларининг хизматлари
	Экстерриториал ташкилотлар ва муассаларнинг хизматлари
	Бошқа хизматлар

*Манба: муаллиф томонидан тузилган.*

1-жадвалда келтириб ўтилган таснифлашларни таҳлил қилиш асносида шуни таъкидлаш лозимки, Ўзбекистонда хизматларнинг таснифланиши ЖСТ (Жаҳон савдо ташкилоти) томонидан хизматларнинг таснифланишига қараганда бирмунча тўлиқ эканлигига гувоҳ бўламиз. Мавжуд тасниф “бошқа хизматлар” га киритилган хизматларнинг, шу жумладан келтирилган бўлимларнинг ҳеч бирига киритилмаган хизматларнинг пайдо бўлиши натижасида тўлдириб борилади.

**Хулоса ва таклифлар.** Турли хил таснифлаш мезонлари, иқтисодий ва илмий доираларда таклиф қилинган хизмат турларини батафсил таҳлил қилиш асносида, уларнинг хилма-хиллиги ҳар доим ҳам иқтисодий соҳадаги хизмат турларига мос келавермайди, деган хулосага келамиз. Хизматларнинг иқтисодий фаолият турлари бўйича таснифлагичлари фойдаланиладиган хизматлар йўналтирилиши мумкин бўлган объектларни аниқлаштириб беради. Шундан келиб чиққан ҳолда, Ўзбекистонда бугунги кунда амал қилувчи таснифлагичга мувофиқ хизмат турлари типологиясини таклиф этамиз (2-жадвалга қаранг).

**2-жадвал.**

**Ўзбекистон Республикасининг иқтисодий фаолият турлари бўйича умумдвалат таснифлагичи бўйича хизматлар типологияси**

Хизматлар таснифлагичи	Хизматларнинг турлари ва йўналиши
Сув таъминоти, канализация, чиқиндиларни йиғиш ва утилизация қилиш бўйича хизматлар	- технологик жараён билан боғлиқ; - бир вақтнинг ўзида аҳоли катта қисмининг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган; - инсон ҳаётининг сифатига таъсир қилиш.
Улгуржи ва чакана савдо хизматлари	- хизматлар чакана савдо орқали шахсий истеъмолни қондириш мақсади билан боғлиқ; - чакана савдода тижорат йўналиши билан боғлиқ хизматлар; - инсоннинг турмуш даражасига таъсир қилиш.
Моторли транспорт воситалари ва мотоциклларни таъмирлаш бўйича хизматлар	- сезиш мумкин, объект билан боғлиқ; - истеъмолчининг яқка тартибдаги эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилган;

	- объектнинг сифат хусусиятларини яхшилашга қаратилган.
Ташиш ва сақлаш харажатлари	- объект(лар)нинг ҳаракатланиши ва сақланиши билан боғлиқ; - объектларни ташиш ҳолатида субъектдан ажратиб бўлмайди; - объектларни сақлаш натижасида хизматлар кўрсатиш муддати.
Турар жой ва овқатланиш хизматлари	- истеъмолчининг яқка тартибдаги эҳтиёжларини қондиришга қаратилган; - яшаш учун уй-жой билан таъминлаш натижасида субъектлар ўртасидаги муносабатларнинг давомийлиги; - овқатланиш хизматларини кўрсатиш натижасида субъектлар ўртасидаги қисқа муддатли алоқалар.
Ахборот-коммуникация хизматлари	- номоддий; - инсон ҳаёти сифатини яхшилашга қаратилган; - масофадан туриб хизмат кўрсатиш имконияти яратилади.
Молиявий ва суғурта хизматлари	- номоддий; - хатарларни камайтиришга қаратилган.
Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар	- инсон турмуш сифатини яхшилашга қаратилган; - муайян бир объектда гавдаланган натижага эга бўлади.
Профессионал, илмий ва техник хизматлар	- турли тармоқ ва фаолият соҳаларининг моҳир мутахассислари томонидан кўрсатилади; - узок муддатли ўқитиш ва махсус билим ва кўникмаларни беришни талаб қилади; - кўрсатилган хизматлар натижасида илмий янгилик ва кашфиётлар яратилади.
Маъмурий ва ёрдамчи хизматлар	- инсон ҳаёти сифатини яхшилашга қаратилган; - бошқарув хусусиятига эга; - номоддий.
Давлат бошқаруви ва мудофаа соҳасидаги хизматлар	- давлат ва маҳаллий ижро этувчи ҳокимият идоралари томонидан тақдим қилинади; - инсон ҳаёти сифатини яхшилашга қаратилган.
Таълим соҳасидаги хизматлар	- билим даражасини оширишга қаратилган; - инсон ёки муайян бир инсонлар гуруҳининг сифатли таълим даражаси натижа сифатида гавдаланади; - номоддий.
Соғлиқни сақлаш ва ижтимоий соҳа хизматлари	- инсон ҳаёти ва соғлиғини сақлашга қаратилган
Санъат, кўнгилочар томошалар ва дам олиш соҳасидаги хизматлар	- хизматлар натижасида баркамол шахс шаклланади; - инсоннинг маданий савиясини оширишга қаратилган; - номоддий.

*Манба: муаллиф томонидан тузилган.*

2-жадвалда таклиф этилаётган хизматлар таснифи кўрсатилаётган хизмат йўналишини, хизмат кўрсатувчи субъектлар ва унинг истеъмолчилари ўртасидаги муносабатларнинг давомийлигини очиб беради. Тақдим этилган тасниф мамлакат қонунчилиги даражасида тасдиқланган таснифлагич доирасида хизматларнинг мазмуни ва функционал йўналишини белгилаб беради.



**Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

- Грушевская Е.П. Обязательства по предоставлению услуг в хозяйственных отношениях. // Советское государство и право. - 1982. - № 1. - С. 82.
- . Россинский М.Б. Сфера услуг в экономике развития социализма: теорет. и методол. вопросы. Саратов, 1976. - С. 8
- . Маркс К. Сочинение / К. Маркс, Ф. Энгельс, т.23. - М.: 1965. -483с.; Маркс, К. Сочинение / К. Маркс, Ф.Энгельс, т.26. - М.: 1965. - 483с
- . Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Ибодуллоев Н.Э., Амриддинова Р.С. Туризм асослари: Ўқув қўлланма – С.: СамИСИ, 2010 - 247 б.
- . Калмыков Ю.Х. Избранное: тр., ст., выступления. М., 1998. - С. 31
- . Агабабян Э.М. Экономический анализ сферы услуг. – М., 1968. – С. 24–25.
- . Степанов Д.И. Услуги как объект гражданских прав. М., 2005. - С. 217.
- . Шаблова Е.Г. Гражданско-правовое регулирование отношений возмездного оказания услуг: Автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. Екатеринбург, 2002. - С. 13.
- . Котлер Ф. Основы маркетинга: [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг : [общ.ред. Н.В. Шульгиной] - М.: Вильямс, 2000. – 1151с.
- . Пардаев М.Қ., Очилов И.С. Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида самарадорликни ошириш йўллари. Монография, Тошкент: “IQTISOD-MOLIYA” нашриёти, 2011. – 11-бет.
- . Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика: учеб. пособие / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко; под ред. Т.Д. Бурменко. – М.: Кнорус, 2007.
- . Котлер Ф. Маркетинг, гостеприимство, туризм. – М., 1998.
- . Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учебное пособие / Под общ. ред. Ю.М. Краковского. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006.
- . Лавлок, Кристофер. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / Кристофер Лавлок ; [пер. с англ. Т. В. Безвенюк и др.]. - 4-е изд. - М. [и др.] : Вильямс, 2005 (ГПП Печ. Двор). - 997 с.
- . Миронова Н.В. Маркетинг различных типов услуг. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. - №4. URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2003/4/31.html>
- . Хаксевер К. и др. Управление и организация в сфере услуг, 2-е изд./Пер. с англ. под ред //ВВ Кулибановой. СПб.: Питер. – 2012.
17. V.Navruz-Zoda, N Ibragimov. The measures for improving virtual activity of incoming urban tourism in Uzbekistan. World Journal of Tourism Small Business Management. Volume 1 (3), 2007. 43-49

УДК 332.1

DOI: 10.56937/v2i10a14

**Сатторов Алишер Ҳасан ўғли**

Тошкент давлат иқтисодиёт университети

мустақил изланувчиси, доцент. PhD.

alisher4090@gmail.com

## **МУСТАҚИЛ ДАВЛАТЛАР ҲАМДЎСТЛИГИ МАМЛАКАТЛАРИДА АУДИТОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ ЎРГАНИШ ТАЖРИБАСИ**

### **Аннотация**

Мазкур мақолада МДХнинг ривожланган мамлакатларининг аудиторлик фаолияти, аудиторлик фаолиятини тартибга солувчи органлари ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари ёритилиб берилган. Хусусан, Россия, Озарбайжон, Қозоғистон, Қирғизистон давлатларида аудиторлик фаолиятининг ҳуқуқий асослари, аудиторлик фаолиятини тартибга солувчи органлар, аудит стандартлари, стандартни тасдиқловчи ташкилот, назорат қилувчи ва лицензиялаш органи, ташқи сифат назорати ўтказиш даври, ташқи сифат назорати ўтказиш муддати, мажбурий аудитнинг қўлланилиши, аудиторлик ташкилотлари ва аудиторни ротация қилиш даври, асосий турдош хизматлар, аудиторларга қўйиладиган талаблар таҳлил қилинган.

**Калит сўзлар:** аудиторлик фаолияти, аудитор, аудиторлик ташкилотлари, турдош хизматлар, назорат қилувчи органлар, аудит жамоат бирлашмалари

### **Кириш**

Жаҳонда мустақил ва холис аудиторлик фаолиятининг ўрни беқиёсдир. Сўнги йилларда дунё мамлакатларида аудиторлик фаолиятининг кўп поғонали тизимини ташкил этувчи давлат аудити, аудиторлик фаолиятини назорат қилувчи органлар, ички аудит институтлари, халқаро профессионал ассоциациялар фаолияти такомиллашиб бормоқда ва ушбу соҳада фаолият юритаётган аудиторлар сони йилдан-йилга ортиб бормоқда. Жумладан, —Сертификатланган жамоат бухгалтерлари ассоциацияси (The Chartered Association of Certified Accountants-АССА) 178 дан ортиқ давлатларда 700 мингта, — Америка сертификатланган жамоат бухгалтерлари институти (American Institute of Certified Public Accountants АИСРА) 143 дан ортиқ давлатларда 450 мингта., —Халқаро ички аудиторлар институти (The Institute of Internal Auditors, ИА) 150 дан ортиқ давлатларнинг аудиторлик фаолиятини тартибга солиш жараёнида фаол иштирок этувчи жамоатчилик ташкилотлари, шу билан бирга, ички аудит соҳасида банд бўлган 180 мингдан ортиқ аъзони бирлаштиради.

Жаҳон амалиётида иқтисодиётнинг глобаллашуви шароитида аудиторлик фаолиятини такомиллаштириш бўйича кўплаб илмий тадқиқотлар амалга оширилмоқда. Халқаро аудиторлик амалиётида олиб борилган тадқиқотлар натижасида тегишли ваколатли орган ва жамоат ташкилотлари томонидан аудиторлик ташкилотлари аудит текширувнинг иш сифати ва самарадорлигини оширишга алоҳида эътибор берилмоқда. Шунингдек, замонавий ахборот технологиялари ва дастурий таъминотлар асосида аудиторлик фаолиятини ташкил этишни самарали механизмларини таркиб топтириш, мазкур тизимдаги турли поғоналар ўртасидаги функционал боғлиқлик ва изчилликни таъминлаш, давлат аудити, аудиторлик фаолиятини назорат қилувчи органлар, ички аудит институтлари, халқаро профессионал ассоциацияларнинг иш фаолияти меъёр ва стандартлари ўртасидаги ўзаро мувофиқликни таъминлаш, бозор иқтисодиётининг турли шароитларида аудиторлик ташкилот ва идоралари ўртасидаги устуворлик ҳамда бўйсунувчанлик тамойилларининг самарали ишлашини таъминловчи дастакларни йўлга қўйиш, аудиторлик фаолиятининг концепциясини ишлаб чиқиш, халқаро стандартлар талабларидан келиб чиққан ҳолда аудиторлик ташкилотларида иш сифатини таъминловчи ички стандартларни қўллашни такомиллаштириш долзарб масала ҳисобланади.

Ўзбекистонда олиб борилаётган очиклик ва шаффофлик сиёсати, шунингдек, иқтисодийтимизни жаҳон стандартлари асосида ривожлантириш, молиявий секторни рағбатлантириш ва уларнинг самарадорлигини ошириш олдимизда турган вазифалардан бири ҳисобланади. Ўзбекистонда амалга оширилаётган кенг кўламли ислохотлар муносабати билан аудиторлик фаолиятини амалга оширишнинг умумий механизми ва аудиторлик ташкилотлари томонидан алоҳида тақдим этилувчи аудиторлик хизматларининг ўзаро боғлиқлигини шакллантириш ва тадқиқ этиш аудитни ривожлантиришнинг истиқболли йўналиш ҳисобланади. Шу муносабат билан, аудиторлик фаолиятининг замонавий тизимини шакллантириш орқали аудиторлик ташкилотлари томонидан кўрсатиладиган хизматлар ва аудиторлик текшируви сифатини оширишнинг назарий ва услубий йўналишларини комплекс олиб бориш долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Шу муносабат билан ушбу соҳадаги тадқиқотлар доирасини кенгайтиришга илмий ва амалий қизиқиш ортиб бормоқда.

Сўнгги йилларда мамлакатимизда аудиторлик фаолиятини янада такомиллаштириш мақсадида бир қанча норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди. Жумладан, Ўзбекистон Республикасининг 2021 йил 25 февралдаги “Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги ЎРҚ-677 сон қонуни, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 19 сентябрдаги ПҚ-3946-сон “Ўзбекистон Республикасида аудиторлик фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2017 йил 12 майдаги 274-сон “Аудиторлик ташкилотлари фаолиятининг ҳуқуқий асосларини янада такомиллаштиришни таъминлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги, Вазирлар Маҳкамасининг 2022 йил 11 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси ҳудудида қўллаш учун аудитнинг халқаро стандартларини тан олиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида”ги ВМ-171 сон қарори қабул қилиниши мамлакатимизда аудиторлик фаолиятини янги поғонага кўтарди.

#### **Мавзуга оид адабиётлар таҳлили**

Франция бухгалтер-экспертлари ва аттестацион бухгалтер-аудиторлари жамияти икки даражада – миллий ва минтақавий даражада тегишли органлар томонидан бошқарилади. 24 киши ва 8 нафар ўринбосарни ўз ичига олган Олий кенгаш яширин овоз бериш йўли билан бир йиллик муддатга президентни сайлайди. Бундан ташқари, миллий даражада аудиторлик вазифаларини бажаришга рухсат берилган шахсларнинг рўйхатини тузиш билан шуғулланувчи қўмита, интизом палатаси ва Олий кенгаш фаолиятини назорат қилувчи органлар фаолият юритади[1].

Германияда ташқи ва ички аудиторлар фаолиятини мувофиқлаштирувчи иккита профессионал аудиторлик ташкилотлари бор: Аудиторлар палатаси ва Аудиторлар институти. Ушбу ташкилотлардан бирига аъзо бўлиш ҳар бир аудитор (ички ва ташқи аудитор) учун мажбурийдир, иккинчисига аъзолик эса ихтиёрийдир. Таъкидлаш керакки, барча немис аудиторларининг 90 фоизи ҳар иккала ташкилотга аъзо ҳисобланади[2].

Н.В.Васильева таъкидлаганидек, «Халқаро аудит стандартларини махсус бўлим АИСПА – аудит стандартлари кенгаши ишлаб чиқади» [3].

“Халқаро бухгалтерлар федерацияси бухгалтерлик касбини эгаллаган ходимларнинг халқаро ташкилоти бўлиб, унга ҳисоб, молиявий ҳисобот ва аудит соҳасидаги профессионал корхоналар фаолиятини жаҳон даражасида мувофиқлаштириш мақсадида асос солинган”[4].

Халқаро амалиётда аудиторлик фаолиятини меъёрий тартибга солиш тизими шаклланди. Ушбу тизим икки йўналишда ташкил топган: биринчиси Халқаро бухгалтерлар федерациясининг меъёрий ҳужжатларга қўйиладиган талаблари бўлиб, аудиторлик фаолиятига жамоат ташкилотлари нуқтаи назаридан бериладиган тавсияларни ўз ичига олади[5].

Халқаро бухгалтерлар федерацияси томонидан ишлаб чиқилган нормативлар, мамлакатларнинг федерацияга аъзолигидан қатъи назар қўллаш учун тавсия тусига эга. Халқаро аудит стандартлари ва ишонччилик кафолатлари бўйича кенгаш – Auditing and

Assurance Standards Board (IAASB) аудитни ўтказиш, сифат, шарҳлар ва бошқа қўшимча хизматларни назорат қилиш орқали юқори сифатли стандартларни ишлаб чиқиш йўли билан жамоат манфаатларини ҳимоя қилади[6].

#### **Тадқиқот методологияси**

Тадқиқот ишида тизимли таҳлил, тарихийлик ва мантиқийлик, индукция ва дедукция, анализ ва синтез, қиёсий таҳлил, монографик таҳлил ва гуруҳлаш усуллари қўлланилди. Давлатларнинг аудиторлик фаолияти тизими ўзаро таққослаш ва таҳлил қилиш усулидан фойдаланилган ва хулосалар қилинган.

#### **Таҳлил ва муҳокама**

Россияда иқтисодий муносабатларнинг ривожланиши барча мамлакатлардаги сингари акциядорлик жамиятларининг пайдо бўлиши, шунингдек, кредит капиталини жонлантириш ва фонд бозорини фаоллаштиришга қаратилган банк ислохотларининг ўтказилиши билан боғлиқ бўлиб, бу охир-оқибат замонавий тусда талқин қилинаётган аудитнинг шаклланишига олиб келди. Ҳозирги кунда аудиторлик фаолияти 2008 йил 30 декабрда қабул қилинган “Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги 307-ФЗ-сонли Федерал қонун, шунингдек, давлат томонидан ва касбий жихатдан тартибга соладиган бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларга мувофиқ амалга оширилади.

“Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги қонун муҳим меъёрий ҳужжат бўлишига қарамадан, ушбу фаолиятга қўйиладиган асосий талаблар фақат у билан белгиланмайди. Ҳозирги вақтда Россияда аудиторлик фаолиятини аралаш шаклда тартибга солиш концепцияси қабул қилинган ва уни тартибга солишнинг барча асосий элементлари қонун билан мустаҳкамланган. Аудиторлик фаолиятини аралаш тартибга солиш тизими нафақат давлат тузилмалари томонидан қабул қилинадиган қонун ва қонуности ҳужжатлари билан, балки жамоатчилик ташкилотларининг меъёрий ҳужжатлари билан ҳам амалга оширилади.

Аудиторларнинг ўзини ўзи бошқарувчи ташкилоти томонидан амалга ошириладиган аудиторлар ва аудиторлик ташкилотлари фаолиятини ташқи назорат қилиш аудиторлик ташкилоти, аудиторнинг мажбурий талабларга, ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкилоти ўрнатган талабларга риоя этиши, шунингдек, ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкилотининг фаолиятни ташқи назорат қилиш натижаларига кўра қабул қиладиган интизомий таъсир чораларини қўллаш тўғрисидаги қарорларининг ижро этилишидир.

Ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкилоти ўз аъзоларининг фаолиятини ташқи назоратини ташкил этиш ва амалга ошириш қоидаларини ўрнатади, бу қоидалар, хусусан, ташқи назорат шакли, ташқи текширувларнинг, шу жумладан, ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкилоти аъзолари томонидан ушбу ташкилотнинг бошқа аъзоларига нисбатан амалга ошириладиган ташқи текширувларининг муддати ва даврийлигини ҳам белгилайди.

Аудиторлик ташкилоти, яқка тартибдаги аудитор фаолиятининг режага мувофиқ ташқи текшируви ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкилоти томонидан беш йилда бир мартадан кам бўлмаган, лекин аудиторлар ва аудиторлик ташкилотлари рўйхатига аудиторлик ташкилоти ва яқка тартибдаги аудитор тўғрисидаги маълумотлар киритилган йилдан кейинги календарь йилидан бошлаб йилига бир мартадан кўп бўлмаган ҳолда амалга оширилади. Ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкилоти ўзи ўрнатган тартибда аудиторлик ташкилоти фаолиятини режали ташқи текшируви амалга оширилганини шу ҳолда тан олиш ҳуқуқига эгаки, бунда тегишли даврда шундай аудиторлик ташкилотининг фаолиятига нисбатан назорат ва кузатув бўйича ваколатли федерал орган томонидан режали ташқи текширув амалга оширилганда.

Меъёрий ҳужжатларда белгиланишича, аудит сифатини режали ташқи текшируви ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкилотлари томонидан беш йилда бир мартадан, лекин йилига бир мартадан кўп бўлмаган ҳолда ўтказилади. Кредит ва суғурта ташкилотлари, нодавлат пенсия фондлари, давлат корпорациялари ва давлат компаниялари, қимматли қоғозлари фонд бозорида муомалада бўлган иқтисодий субъектларнинг бухгалтерия (молиявий) ҳисоботлари мажбурий аудитини амалга оширадиган аудиторлик

ташкilotлари учун ташқи сифат назорати ўтказишнинг бир мунча бошқача тартиби ўрнатилади. Текширувлар ўзини ўзи бошқарувчи ташкilotлар томонидан уч йилда бир маратадан кам бўлмаган, лекин йилига бир мартадан кўп бўлмаган ҳолда, назорат ва кузатув бўйича ваколатли федерал орган томонидан эса — икки йилда бир мартадан кўп бўлмаган ҳолда амалга оширилади. Таъкидлаш лозимки, давлат назорат органлари томонидан ўтказиладиган режали текширувларнинг бундай даврийлиги “Давлат назорати (кузатуви) ва муниципал назоратни амалга оширишда юридик шахслар ва яқка тадбиркорлар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Федерал қонун қоидаларига зиддир, унга мувофиқ, режали текширувлар уч йилда бир мартадан кўп бўлмаган ҳолда амалга оширилиши лозим[7].

Россияда “Росфиннадзор” томонидан 2021 йилда бухгалтерия ҳисобининг мажбурий аудитини ўтказадиган аудиторлик ташкilotлари ишининг ташқи сифат назорати бўйича функцияларини амалга ошириш доирасида 115 та ташқи текширув ўтказилган, улардан 2 таси — режадан ташқари амалга оширилган. 103 та текширув натижаларига кўра, интизомий жазо чоралари қабул қилинган. Шундан:

- аудиторлик ташкilotининг қоидабузарликларига йўл қўйилмаслиги тўғрисидаги огоҳлантиришлари - 87 та;

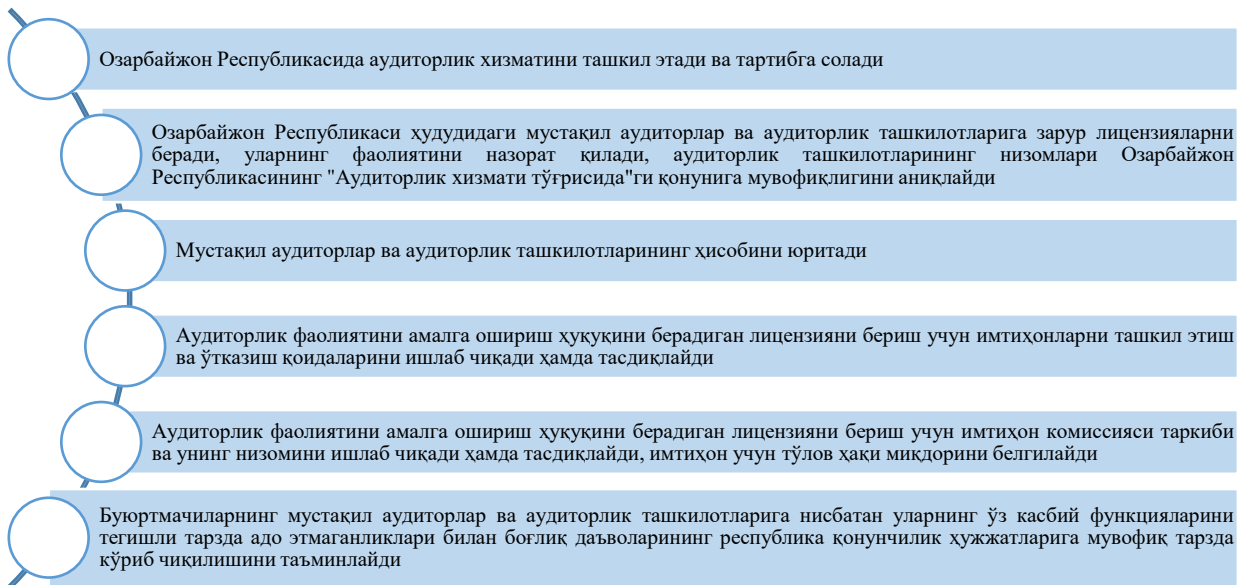
- аудиторлик ташкilotларини ташқи текширув натижаларига кўра аниқланган қоидабузарликларини бартараф этишга мажбур қиладиган ёзувлар - 9 та;

- ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкilotларига аудиторлик ташкilotи аъзолигини тўхтатиш тўғрисидаги ёзувлар - 5 та;

- ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкilotларига аудиторлик ташкilotини ўзини ўзи бошқарувчи аудиторлар ташкilotи сафидан чиқариш тўғрисидаги ёзувлар — 2 та.

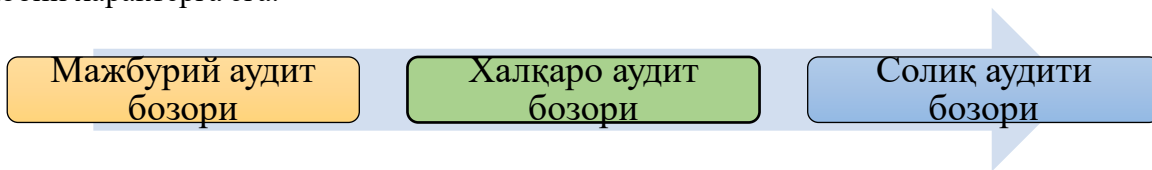
Озарбайжон Республикасининг 1994 йил 16 сентябрда қабул қилинган ва юрт раҳбари Гейдар Алиев томонидан имзоланган “Аудиторлик хизмати тўғрисида”ги 882-сонли Қонунига мувофиқ, мамлакат ҳудудида аудиторлик фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш ташкilot этилади.

Ушбу соҳада Озарбайжон Республикасида амал қилаётган ва аудиторлик фаолиятини ривожлантиришга қаратилган чора-тадбирлар тизими ва меъёрий ҳужжатлар лойиҳаларини ишлаб чиқиш; давлат, хўжалик объектлари ва аудиторлар (аудиторлик ташкilotлари)нинг манфаатларини ҳимоя қилиш; аудиторлар(аудиторлик ташкilotлари)нинг “Аудиторлик хизмати тўғрисида”ги қонун, шунингдек, бошқа қонунчилик ва меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлардан келиб чиқадиган талабларга риоя этишларини назорат қилиш мақсадида Озарбайжон Республикаси Аудиторлар палатаси тузилади. Озарбайжон Республикаси Аудиторлар палатаси мустақил молиявий назорат органи ҳисобланади. Аудиторлар палатасининг асосий мажбуриятига республикадаги барча хўжалик юритувчи субъектларда, уларнинг мулкчилик шаклидан қатъи назар, молиявий ва бухгалтерия ҳисобини аниқ ва ишончли юритилишини таъминлаш, шунингдек, унинг фаолиятини ривожлантириш ва такомиллаштириш учун амалдаги қонунчиликка мувофиқ чора-тадбирларни амалга ошириш киради.



**1-расм. Озарбайжон аудиторлик палатасининг асосий функциялари<sup>1</sup>**

Озарбайжонда аудиторлик хизматлари, гарчи уларнинг қўлланишида муайян муаммолар бўлса-да, тезкор суръатларда ривожланмоқда. Муаммоларни ҳал қилишга аудиторлик хизматлари бозорида рақобатчилар сафининг кенгайгани таъсир қилади, яъни аудиторлар сони борган сари кўпайиб бормоқда. Шунинг учун улар бу соҳада юқори даражада хабардорликка эга бўлишлари лозим, бу уларга ўзларининг доимий мижозларига эга бўлиш ҳамда мижозлари аудиторнинг ишидан қониқиш ҳосил қилишлари учун ёрдам беради. Шундай қилиб, аудитда ўзгаришлар бўлиши зарурлиги тўғрисидаги масала фақат ижобий характерга эга.



**2-расм. Озарбайжон Республикасида аудит бозори<sup>1</sup>**

Озарбайжонда аудиторлик фаолияти тўлиқ Аудиторлар палатаси томонидан назорат қилинади. Аудиторлар палатаси мустақил давлат органи бўлиб, аудиторларни сертификатлаш, аудиторлик ташкилотларини назорат қилиш, норматив-ҳуқуқий ҳужжатларни такомиллантириш каби функцияларни бажаради. МДХ давлатлари орасида Озарбайжонда аудиторлик фаолияти жадал суръатларда ривожланмоқда. Охириги йилларда аудиторлар сонининг ошиши аудиторларнинг ўз устида ишлаши, малакасини оширишга мажбур қилди. Аудиторлар мижозларини йўқотмаслик ва янги мижозларни ўзига жалб қилиш мақсадида иш сифатига алоҳида аҳамият бера бошлади. Умуман олганда, аудиторлик фаолияти Озарбайжон иқтисодиётида муҳим ўринни эгаллашга муваффақ бўлди.

Бугунги кунда Қозоғистонда аудиторлик фаолиятини амалга ошириш жараёнида давлат органлари, жисмоний ва юридик шахслар, аудиторлар, аудиторлик ташкилотлари ўртасида юзага келадиган муносабатларни тартибга солувчи асосий қонун ҳужжати Қозоғистон Республикасининг “Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги қонуни ҳисобланади. Ушбу қонунга мувофиқ, аудит – молиявий ҳисоботларни тузиш тўғрисидаги мустақил фикр ва молиявий ҳисобот билан боғлиқ бошқа маълумотларни баён қилиш мақсадида ўтказиладиган текширув ҳисобланади. Аудит тўғрисидаги иккинчи қонуннинг ўз вақтида қабул қилинганлиги республикадаги аудиторлар ва аудиторлик ташкилотларининг ҳақиқий мустақиллигини мустаҳкамлашга хизмат қилди. “Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги Қозоғистон Республикаси қонуни талабларига мувофиқ, Республика ва ҳудудий аудиторлар палаталарини тузиш, тафтиш комиссиясини сайлаш, аудиторларни аттестациядан ўтказиш бўйича малака комиссиясини ташкил этиш юзасидан чора-тадбирлар ишлаб чиқилди ва

ўтказилди.

Бугунги кунга келиб, мамлакатда 450 дан ортиқ аудиторлик фирмалари ва якка тартибдаги мустақил корхоналар фаолият олиб бормоқда, уларда 3000 дан зиёд мутахассислар ишлайди. Истиқболда аудиторлик иши бўйича мутахассисларга бўлган эҳтиёж янада ортади. Республика Аудиторлар палатасининг ҳисоб-китобларига қараганда, мамлакатда аудиторлик фаолияти билан шуғулланувчи ходимлар сони 30 мингга яқин бўлиши лозим.



### 3-расм. Аудиторлик ташкилотларининг ҳуқуқий-таркибий шакли<sup>1</sup>

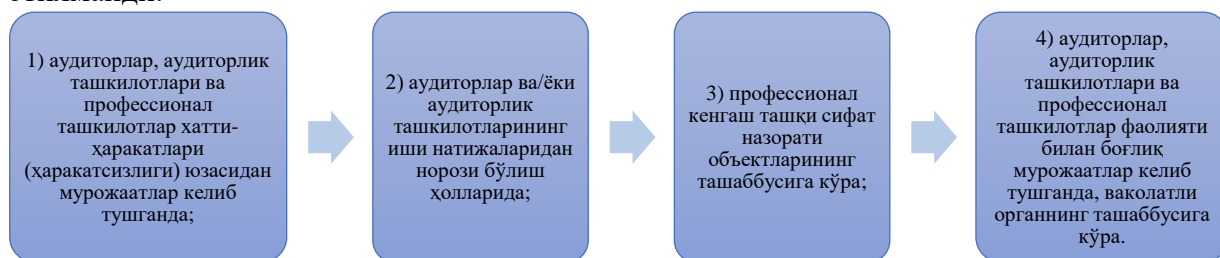
Бугунги кунга келиб, мамлакатда аудиторлик фаолияти кенг ривож топди. Эндиликда аудит фақат пулли хизматларни кўрсатибгина қолмасдан, балки муҳим ижтимоий функцияни ҳам бажармоқда, яъни у мўътадил иқтисодий муносабатларнинг юзага келишига хизмат қилади. Аудиторлик текширувлари молиявий фаолият таҳлили билан биргаликда яхшигина рентабелликка эга.

“Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги Қозоғистон Республикаси қонунининг 2006 йил 5 майдаги таҳририда белгиланишича, Қозоғистонда аудит мамлакат қонунчилигига зид бўлмаган ҳолда Халқаро аудит стандартларига мувофиқ амалга оширилади, Халқаро бухгалтерлар федерацияси ҳузуридаги Халқаро аудиторлик амалиёти кўмитасидан Қозоғистон Республикасида уларни расман нашр этишга ёзма рухсатнома олган ташкилот томонидан давлат ва рус тилларида чоп этилади. Бундай ҳуқуққа эса Халқаро бухгалтерлар федерациясининг ҳақиқий аъзоси ҳисобланган профессионал аудиторлик ташкилоти – Қозоғистон Республикаси Аудиторлар палатаси тўлақонли эгалик қилади.

Сифат назорати аудиторлар ва аудиторлик ташкилотларининг аудит стандартлари, Ахлоқ-одоб кодекси ва Қозоғистон Республикасининг аудиторлик фаолиятига оид қонунчилигига риоя этилишига қаратилган бўлиб, рискка йўналтирилган ёндашув асосида амалга оширилади. Сифат назоратининг турлари ички ва ташқи сифат назоратидан иборат. Ички сифат назорати аудиторлик ташкилоти томонидан аудит стандартлари ва ташкилот стандартларига мувофиқ мустақил равишда амалга оширилади.

Ташқи сифат назорати профессионал ташкилот томонидан профессионал кенгашнинг ташқи сифат назорати объекти ҳисобланмаган аудиторлик ташкилотларига нисбатан уч йилда бир мартадан кам бўлмаган ҳолда амалга оширилади. Ташқи сифат назорати профессионал кенгашнинг ташқи сифат назорати объектларига нисбатан уч йилда бир мартадан кам бўлмаган ҳолда амалга оширилади.

Бунда сифат назорати кўмитасида ташқи сифат назоратидан ўтган аудиторлик ташкилотлари учун профессионал ташкилотларда ташқи сифат назоратидан ўтиш талаб этилмайди.



### 5-расм. Қозоғистонда режадан ташқари ташқи сифат назорати ўтказиш сабаблари<sup>1</sup>

Аудиторлар, аудиторлик ташкилотлари ва профессионал ташкилотларнинг хатти-



харакатлари (харакатсизлиги) юзасидан мурожаатлар бўйича режадан ташқари ташқи сифат назоратини ўтказиш зарурати тўғрисидаги қарор мурожаатда баён қилинган ҳақиқий маълумотлар кўриб чиқилганидан кейингина чиқарилади. Профессional ташкилотлар аудиторлик ташкилотларини ташқи сифат назоратини сифат назорати қўмитаси томонидан тасдиқланган тартибга мувофиқ ўтказадилар. Аудиторлик ташкилоти ташқи сифат назорати натижалари юзасидан профессионал кенгашнинг апелляция комиссиясига ва (ёки) судга шикоят беришга ҳақли.

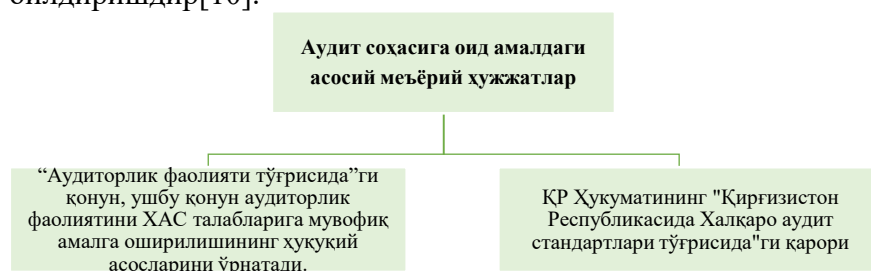
Профессional кенгашнинг апелляция комиссияси фаолияти бошқарув томонидан белгиланадиган қоидаларга мувофиқ амалга оширилади.

Аудиторлар, аудиторлик ташкилотлари ва профессионал ташкилотларнинг хатти-харакатлари (харакатсизлиги) юзасидан мурожаат бўйича режадан ташқари ташқи сифат назоратини ўтказиш тўғрисидаги қарор мурожаатда баён қилинган ҳақиқий маълумотлар кўриб чиқилганидан кейин 2 (икки) кун ичида чиқарилади[8].

Ҳар бир аудиторлик ташкилоти бўйича режали ва (ёки) режадан ташқари ташқи сифат назоратини ўтказиш муддатлари сифат назорати қўмитаси ва (ёки) тегишли профессионал ташкилот томонидан тасдиқланган ички режага мувофиқ белгиланади. Бунда қўмита ва профессионал ташкилот томонидан ташқи сифат назоратини ўтказиш муддатлари 10 (ўн) иш кунидан ошмаган ҳолда, ташқи сифат назоратининг натижалари бўйича баҳоларни аниқлаш учун эса – 2 (икки) ойдан ошмаган ҳолда белгиланади. Агар, ваколатли орган сўровлари ташқи сифат назоратини ўтказиш муддатлари 7 (етти) иш кунидан ошмаслиги лозим[9].

Бозор инфратузилмасининг шаклланиши Қирғизистонда тадбиркорлик фаолиятининг янги соҳаси – аудитнинг пайдо бўлишига ёрдам берди. Қирғизистон Республикасида аудитнинг расмий пайдо бўлган санаси 1993 йил январ ойи ҳисобланади, бунда уни тартибга солиш ҳукумат қарори билан ўрнатилган бўлиб, унда аудитнинг таърифи, унинг ташкилий шакллари ва ташувчилари кўрсатилган. Аслида, яқка тартибдаги аудиторлик фирмалари республикада 1990 йилдан бошлаб ишлай бошлаган.

Қирғизистон Республикасининг “Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги Қонунига мувофиқ, аудиторлик фаолияти – бу ташкилотлар ва яқка тартибдаги тадбиркорларнинг молиявий ҳисоботларини мустақил текшириш (аудиторлик) ва тегишли хизматларни кўрсатиш бўйича тадбиркорлик фаолияти. Аудитнинг мақсади молиявий ҳисоботнинг барча муҳим жиҳатлари бўйича белгиланган молиявий ҳисобот асосларига мувофиқлиги тўғрисида фикр билдиришдир[10].



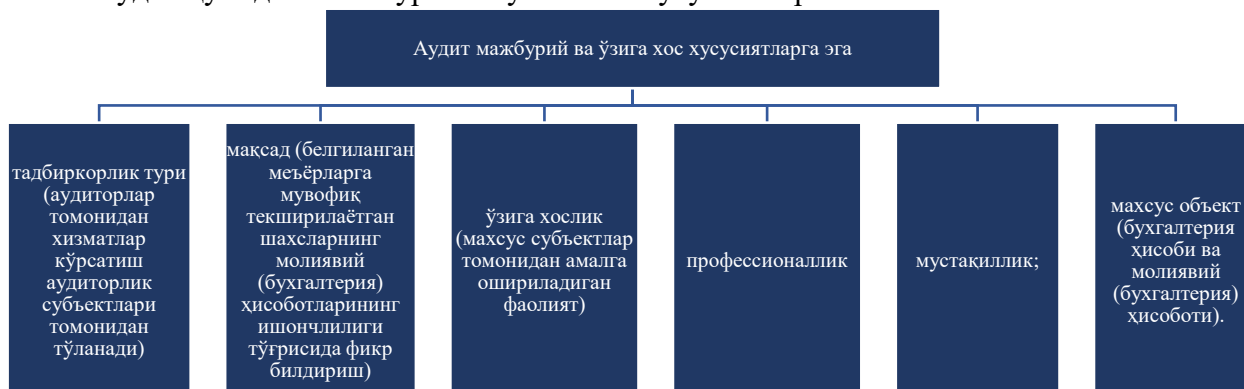
### 6-расм. Қирғизистон Республикасида аудиторлик фаолиятини меъёрий тартибга солиш

Авваламбор, “Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги Қонун ушбу фаолиятнинг тижорат характериға эғалигини кўрсатади.

Аудиторлар ва аудиторлик субъектлари шартномада белгиланган ўз ҳуқуқ ва мажбуриятларини танлашда эркиндир, қонун ҳужжатларига зид бўлмаган ҳар қандай шартнома шартларини, аудит ўтказиш усуллари ва аниқ тартиб-таомилларини ўз хоҳишиға кўра белгилайди (аудитни, аудиторлик хулосасини режалаштириш ва ҳужжатлаштириш бундан мустасно, булар аудиторлик фаолияти қоидаларига (стандартларига) мувофиқ амалға оширилади).

Шу билан бирга, аудиторлик фаолиятининг мустақиллиги унинг давлат томонидан умумий тартибга солинишини истисно этмайди (Қирғизистон Республикасининг 2009 йил 24 июлдаги 249-сонли “Қирғизистон Республикаси Молия бозорини тартибга солиш ва назорат қилиш давлат хизмати тўғрисида”ги Қонуни).

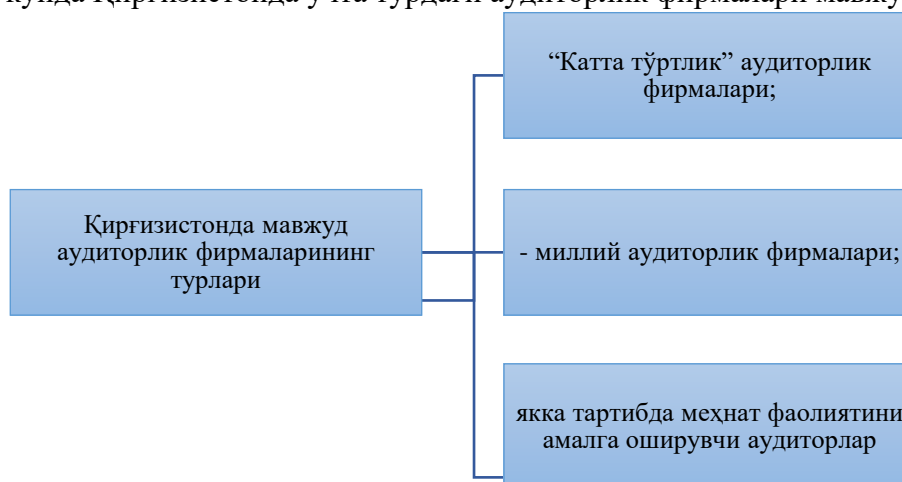
Аудит куйидаги мажбурий ва ўзига хос хусусиятларга эга:



### 7-расм. Қирғизистоннинг аудит мажбурий ва ўзига хос хусусиятлар

Умуман, хорижий ва маҳаллий илмий адабиётларда берилган талқинларнинг кенг доираси уларнинг таърифида ҳам умумий, ҳам махсус хусусиятларга эга. Шу билан бирга, аудитнинг бошқа назорат турларидан концептуал жиҳатдан фарқи – уни молиявий ҳисоботларнинг ишончлилиги ва улардан манфаатдор бўлган фойдаланувчиларнинг фойдаланиш имконияти нуқтаи назаридан баҳоланиши ва фикр билдирилишидир.

Бугунги кунда Қирғизистонда учта турдаги аудиторлик фирмалари мавжуд:



### 8-расм. Бугунги кунда Қирғизистонда учта турдаги аудиторлик фирмалари.

Қирғизистон Республикасида аудит сифатини ташқи назорат қилиш аудит сифатини таъминлаш тизимини бошқариш, шунингдек, аудиторлик ташкилоти даражасида аудит сифатини назорат қилиш сиёсати ва тартиб-таомилларининг қўлланилишини баҳолаш, ўтказилган аудит даражасида аудит сифатини назорат қилиш сиёсати ва тартибларини баҳолаш мақсадида амалга оширилади.

Режали ташқи аудит сифати назорати таваккалчиликка асосланган ёндашув асосида жамоат манфаатларини таъминловчи субъектлар, йирик тадбиркорлик субъектларининг аудитини ўтказувчи аудиторлик ташкилотларига ҳар 3 йилда бир марта, бошқа аудиторлик ташкилотларига – ҳар 6 йилда бир марта амалга оширилади.



**9-расм. Ташқи аудит сифатини назорат қилиш учун маслаҳатчиларни танлаш мезонлари<sup>1</sup>**

Ташқи аудит сифати назоратини ўтказиш учун маслаҳатчи амалиётчи бўлмаган шахс бўлиши керак, у ташқи аудит сифатини назорат қилиш бўйича маслаҳатчи сифатидаги фаолиятини тугатганидан сўнг, 3 йил давомида аудиторлик фаолиятини амалга ошириш ҳуқуқига эга бўлмайди.

**2-жадвал**

**МДҲ давлатларида аудиторлик фаолияти ва текширувларини ташкил этиш тизими<sup>1</sup>**

Кўрсаткичлар	Россия	Озарбайжон	Қозоғистон	Қирғизистон	Ўзбекистон
Асосий қонун ва норматив ҳужжатлар	“Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги қонун	“Аудиторлик хизмати тўғрисида”ги қонун	“Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги қонун	“Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги қонун	“Аудиторлик фаолияти тўғрисида”ги қонун
Аудиторлик фаолиятини тартибга солувчи органлар	Молия вазирлиги Аудиторлар палатаси Аудиторлик фаолияти бўйича комиссия	Аудиторлар палатаси	Молия вазирлиги	Молия вазирлиги	Молия вазирлиги
Аудит стандартлари	Миллий	ХАС	ХАС	ХАС	ХАС
Стандартни тасдиқловчи ташкилот	Молия вазирлиги	Аудиторлар палатаси	IFAC, Аудиторлар палатаси	Молия вазирлиги ва жамоат ташкилотлари	Молия вазирлиги
Назорат қилувчи ва лицензиялаш органи	Молия вазирлиги	Аудиторлар палатаси	Молия вазирлиги	Молия вазирлиги	Молия вазирлиги
Ташқи сифат назоратини ўтказиш даври	3 йил	2 йил	3 йил	3 йил	3 йил
Ташқи сифат назоратини	20-40 кун	20 кун	10 кун	15 кун	10 кун

<b>Ўтказиш муддати</b>					
<b>Мажбурий аудитнинг қўлланиши</b>	капитали 800 млн рублдан ошган; активлар 400 млн рублдан ошган; ходимлари 100 дан ортиқ компаниялар	йиллик даромади 30 млн монатдан ошган; ходимлари 50 дан ортиқ компаниялар	йиллик даромади 150 000 БҲМ ошган; ходимлари 250 дан ортиқ компаниялар	Банк, суғурта ташкилотлари, ижтимоий фондлар, инвестиция фондлари, нодавлат пенсия жамғармалари	активларининг баланс қиймати 100 000 БҲМ миқдоридан ортиқ, умумий тушум 200 000 БҲМ миқдоридан ортиқ, ходимлари 100 ортиқ бўлса.
<b>Аудиторлик ташкилотлари ва аудиторни ротация қилиш даври</b>	Кетма-кет 3 йил	Кетма-кет 7 йил	Кетма-кет 4 йил	Кетма-кет 7 йил	Кетма-кет 7 йил
<b>Асосий турдош хизматлар</b>	Бухгалтерия, Молиявий ҳисобот, менежмент, ҳуқуқ	Бошқарув, Молиявий ҳисобот	бухгалтерия, менежмент, молиявий ҳисоб	Солиқ, бухгалтерия, молиявий ҳисоб	Солиқ, бухгалтерия, менежмент, молиявий ҳисоб
<b>Аудиторларга қўйиладиган талаблар</b>	Иқтисод ёки ҳуқуқшунослик мутахассислиги бўйича ўрта ёки олий маълумотга эга бўлиш ва охириги 3 йилда иқтисодиёт ёки аудит тизимида фаолият юритган бўлиши	Бухгалтерия, иқтисодиёт, молия, ҳуқуқшунослик мутахассислиги бўйича олий маълумотга эга бўлиш ҳамда 3 йиллик иш стажига эга бўлиш	Олий маълумотга эга бўлиши, камида уч йиллик иқтисодиёт, молия, назорат-тафтиш, ҳуқуқ соҳаларида ёки аудит ва бухгалтерия ҳисоби фанларидан дарс берган бўлиши	Иқтисодиёт бўйича олий маълумотга эга бўлиш, аудит соҳасида 3 йиллик иш стажига ёки иқтисодиёт соҳасида 5 йиллик иш стажига эга бўлиш	Олий маълумотга эга бўлиши, камида уч йиллик аудит ва бухгалтерия ҳисоби соҳасида ёхуд шу соҳаларда олий таълим муассасаларидан дарс бериш бўйича амалий ишга эга бўлиши; аудиторлик ташкилотидан бир йилдан кам бўлмаган амалий иш стажига эга бўлиши

Ташқи аудит сифатини назорат қилиш тартиби, шу жумладан, ташқи аудит сифатини назорат қилишга жалб этилган маслаҳатчиларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, шунингдек, уларнинг мустақиллиги ва текшириладиган аудиторлик ташкилотига нисбатан манфаатдор эмаслигига қўйиладиган талаблар, аудиторларга, аудиторлик ташкилотлари ва

профессионал аудиторлик уюшмаларига таъсир чораларини қўллаш тартиби Қирғизистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

### **Хулоса ва тавсиялар**

МДХ мамлакатларини аудиторлик фаолиятини таҳлил қилган ҳолда, қуйидаги хулосаларни чиқариш мумкин:

1. МДХ мамлакатлари аудиторлик фаолиятининг асосий бўғинлари қонунлари, назорат қилувчи органлари, стандартлари, аудиторлик ташкилотларининг ҳуқуқий шакллари, аудиторлик ташкилотларининг тавсифланиши ва аудиторларга қўйиладиган талаблар батафсил ёритилиб берилди. Шунингдек, ушбу минтақаларнинг энг ривожланган мамлакатлари аудиторлик ташкилотлари фаолияти, уларнинг тузилиши ва ҳуқуқий мақоми, аудиторлик ташкилотлари томонидан таклиф қилинадиган турдош хизматлар, шунингдек, аудиторларга қўйилган талаблар ўрганилди ва таҳлил қилинди.

2. МДХ давлатларида назорат қилиувчи органлар томонидан компанияларнинг йиллик ҳисоботлари ва консолидацияланган молиявий ҳисоботлари сифатини яхшилаш, уларнинг ҳақиқийлиги ва ишончлилигини оширишга қаратилган бўлиб, мажбурий аудитга қўйиладиган минимал талабларни, расмий аудиторларнинг мажбуриятларини, ахлоқий талабларини белгилайди, ташқи сифат назорати бўйича талабларни киритади, аудиторлик касби устидан самарали жамоатчилик назоратини таъминлайди

3. Ҳар бир мамлакатда профессионал ташкилотлар ва аудиторларнинг фаолияти миллий қонунчилик, миллий ёки Халқаро аудит стандартлари билан тартибга солинади. МДХ давлатлари аудит соҳасида муайян мамлакатнинг тарихий, маданий ва ижтимоий-иқтисодий хусусиятларини ҳисобга оладиган аудитни такомиллаштириш миллий дастурлари билан ҳам белгиланади.

4. МДХ давлатларида аудиторлик текширувлари халқаро аудит стандартлари ёки давлатнинг миллий қоидалар талабларига мувофиқ тузилади. Ҳозирги кунда аудиторлик ташкилотлари томонидан компаниядаги рискларни бошқариш ва корпоратив бошқарув бўйича аудит текширувларига бўлган эҳтиёж ортиб бормоқда.

5. МДХ мамлакатларининг профессионал аудитини ўзгартиришнинг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборатлиги таҳлил қилинди: аудитга оид миллий қонунчилик ва ҳуқуқий муҳитни такомиллаштириш, аудиторларнинг касбий малакасини ошириш, аудит сифатини назорат қилишни ташкил этиш, аудиторларнинг ҳақиқий мустақиллигини таъминлаш.

6. Бизнингча, Европа, Америка, Осиё ва МДХ мамлакатларининг аудиторлар жамоат бирлашмаларини тадқиқ этиш натижасида, ушбу минтақа мамлакатларида аудиторлик фаолиятини давлат органлари ва жамоат бирлашмалари биргалик назорат қилишини ўрганиб чиқдик. Фикримизча, жаҳон тажрибасини таҳлил натижасида мамлакатимизда ҳам аудиторлар жамоат бирлашмалари ваколатларини кенгайтириш мақсадга мувофиқ ҳисоблаймиз.

7. Ҳозирги кунда мамлакатимизда аудиторлик фаолияти янги поғонага ўтди. Халқаро аудит стандартлари асосида фаолият олиб бориш аудиторларга маълум бир масъулият юклайди. Фикримизча, аудиторлик ташкилотларига индивидуал аудиторларни, САР, СРА ва АССА халқаро сертификатларга талабгорларни тайёрлаш ва ўқитишни ташкил қилиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Бу, ўз навбатида, аудиторлик ташкилотлари учун қўшимча даромад манбаи ҳисобланади. Халқаро сертификатга эга аудиторларга бўлган талаб юқорилигини инобатга олган ҳолда, аудиторлик ташкилотларининг ўқув курсларидан келадиган даромадларини солиқ солиш базасидан 3 йил муддатга озод қилинишини таклиф қиламиз.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. К. Ахмеджанов, И. Якубов: Аудит асослари/ дарслик/ Тошкент-2010/ 291 бет.
2. Ахмеджанов К.Б. Хўжалик юритувчи субъектларда ички аудит методологиясини такомиллаштириш – иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган

диссертацияси/ Тошкент

3. Васильева Н. В. Стандарты и методы внутреннего аудита // Accounting Report, 2003, март/апрель.

4. Терехова О. Е. Внутренний аудит как инструмент мониторинга и оценки контрольной среды предприятия. Автореф. дисс. ... канд.экон.наук. – М.: 2009. – 28 с.,

5. GrayI. and Manson S. The Audit Process. Principles practice and cases. - VNR International. 2005.- 139pg.;

6.

[https://www.amazon.com/s/ref=dp\\_byline\\_sr\\_book\\_1?ie=UTF8&text=K.+H.+Spencer+Pickett&search-alias=books&field-author=K.+H.+Spencer+Pickett&sort=relevancerank](https://www.amazon.com/s/ref=dp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&text=K.+H.+Spencer+Pickett&search-alias=books&field-author=K.+H.+Spencer+Pickett&sort=relevancerank)"

7. Емелин В. Н. «Менеджмент контроля качества аудита» // Менеджмент качества и устойчивое развитие: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Саранск, 22–23 мая, 2011 г. / редкол.: С. М. Вдовин (отв. ред.) [и др.]. — Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2011–340 с.

8. [https://kodeksy-kz.com/ka/ob\\_auditorskoj\\_deyatelnosti/19.htm](https://kodeksy-kz.com/ka/ob_auditorskoj_deyatelnosti/19.htm)

9. <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2100023080>

10. Закон «Об аудиторской деятельности» Кыргызской Республики от 3 декабря 2021 года № 147.

УДК 332.1

DOI: 10.56937/v2i10a15

**Курбонов Самандар Пулатович**

Меҳнат бозори тадқиқотлари институти докторанти

E-mail: s.kurbonov@gmail.com, Mob.: +998 97 708 01 88

## **УНУМЛИ БАНДЛИК ТАҚЧИЛЛИГИ ДАРАЖАСИНИ БАҲОЛАШНИНГ КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШДАГИ ЗАРУРАТИ**

**Аннотация.** Ушбу илмий мақолада иш билан банд аҳоли таркибида камбағаллик таъсир доирасидаги шахсларни аниқлаш, ҳисобини юритиш ва таҳлил этиб боришдаги Халқаро Меҳнат Ташкилоти (ХМТ) тавсиялари асосида камбағалликни қисқартириш, аҳолининг унумли бандлиги даражасини ошириш юзасидан илмий асосланган таклиф ва тавсиялар келтирилган.

**Калит сўзлар:** *Халқаро Меҳнат Ташкилоти, унумли бандлик, маҳсулдор бандлик, самарали бандлик, камбағал иш билан бандлик, ишсизлик, унумли бандлик тақчиллиги.*

### **Кириш**

Камбағалликни қисқартириш, ишсизликни камайтириш ва аҳолининг меҳнат даромадларини ошириш ҳозирги даврда ҳар бир мамлакатнинг энг долзарб муаммоларидан бирига айланиб улгурди. Буни сўнгги йилларда Бирлашган Миллатлар ташкилоти, Жаҳон банки, Халқаро меҳнат ташкилоти, каби халқаро ташкилотлар ва бошқа халқаро конгресслар ҳамда симпозиумларда асосий муаммолар рўйхатида қолаётганлиги билан асослаш мумкин.

Халқаро меҳнат ташкилоти (ХМТ) – Бирлашган Миллатлар Ташкилоти тизимининг ихтисослаштирилган муассасаси бўлиб, у ижтимоий адолат тамойилларини, халқаро тан олинган инсон ҳуқуқлари ва меҳнат соҳасидаги ҳуқуқларни илгари суришни ўз олдига мақсад қилиб қўйган.

Ташкилот 1919 йилда ташкил топган бўлиб, 1946 йилда БМТ тизимига кирган биринчи ихтисослаштирилган муассаса ҳисобланади. Ташкилот ташкил этилганидан кейин уни ривожланишидаги навбатдаги воқеа урушдан кейинги даврдаги асосий мақсад ва вазифаларини белгилаб берган Филадельфия декларациясида (1944 йил) эълон қилинган, ташкилотнинг асосий тамойиллар белгилаб олинди, яъни: меҳнат товар эмас; сўз эркинлиги ва бирлашиш эркинлиги доимий тараққиётнинг зарурий шартидир; ҳар қандай жойдаги қашшоқлик умумий фаровонлик учун таҳдиддир; ирқи, этники ёки жинсидан қатъи назар, барча одамлар эркинлик ва инсон кадр-қимматини ҳурматлаш, иқтисодий барқарорлик ва тенг имкониятлар шароитида моддий фаровонлик ва маънавий ривожланиш ҳуқуқига эгадирлар [1].

Камбағаллик ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг беқарорлаштирувчи элементи сифатида кўрилиши ва ҳар бир мамлакатда трипартизм (ходим, иш берувчи ва давлат)га асосланган барқарор ва бирлашган халқаро саъй-ҳаракатлар орқали йўқ қилиниши керак. Шу билан бирга, ХМТ, масалан, аҳолини тўлиқ иш билан таъминлаш ва турмуш даражасини ошириш, барча иш жойларида ишловчиларнинг ҳаёти ва соғлиғини ҳимоя қилиш мақсадида дастурларни ишлаб чиқиш ва қабул қилиш ва бошқаларда ўз ҳиссасини қўшади. Бу эса ўз навбатида унумли ва маҳсулдор бандлик шартлари ҳар бир мамлакат меҳнат бозорида амал қилинишини талаб этади.

Иқтисодиётнинг глобаллашуви ҳозирги пайтда меҳнат бозорини янги ўзига хос ижтимоий-иқтисодий ҳодиса сифатида кўриб чиқиш зарурлигига олиб келди, замонавий жаҳон иқтисодиётидаги меҳнат дунёсини ўрганиш янги ёндашувларни, концепциялар ишлаб чиқишни, янги услубий муаммоларни ҳал қилишни талаб қилади.

Иқтисодчи олим Ш.Қудбиев [2] таъкидлаб ўтганидек, жаҳон меҳнат бозори бу ишчи кучи харидорлари ва сотувчилари ва бозор инфратузилмаси (ҳукумат ва маҳаллий ҳокимият органлари, бандлик хизматлари, халқаро ташкилотлар, кадрлар агентликлари,



касаба уюшмалари) ўртасидаги муносабатлар мажмуидир. Меҳнат бозоридаги замонавий жараёнлар бандлик ва ишсизликнинг иқтисодий натижаларига таъсирини белгилайди ва одамлар тақдирини белгилайди. Шунинг учун жаҳон меҳнат бозорининг глобал ривожланиш аспектиларини ҳисобга олган ҳолда шуни таъкидлаш керакки, меҳнат бозори жамият тараққиёти натижаларини акс эттиради.

Меҳнат бозори қонунларига мувофиқ, меҳнат бозорига бир қатор сабабларга кўра ҳам субъектив, ҳам объектив равишда кириб келаётган меҳнатга лаёқатли ёшдаги иқтисодий фаол фуқаролар ҳар доим ҳам бандлик соҳасида ўз ўрнини топа олмайдилар.

Дунёнинг кўплаб мамлакатларида ишсизликни ўлчашнинг икки йўли мавжуд. Биринчиси, фуқароларни иш билан таъминлаш хизматида рўйхатдан ўтказиш натижаларига асосланган, иккинчиси – ишчи кучининг доимий сўровлари натижаларига асосланган бўлиб, унда ишсизлар ҳолати ХМТ мезонлари асосида белгиланади.

Маълумотлар шуни кўрсатадики, белгиланган ва ҳисобланган ишсиз аҳоли сони сезиларли даражада фарқ қилади. Бунинг сабаби шундаки, иш жойи бўйича ваколатли органлар томонидан ишсиз деб расман тан олинган фуқароларнинг сони аслида уларнинг ҳақиқий сонидан анча паст, чунки уларнинг аксарияти иш билан таъминлаш органларида рўйхатдан ўтмаган.

Ҳар бир давлат ўзининг ва халқаро тажрибага асосланиб, меҳнат бозорини тартибга солиш усулларини такомиллаштириш билан бирга, аҳолини иш билан таъминлаш ва аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш муаммоларини ҳал қилиш стратегияси ва тактикасини белгилайди.

Ўзбекистон ҳам сўнгги йилларда фуқароларни фаол равишда иш билан бандлигига кўмаклашиш бўйича кенг қаровли ислоҳотлар юритилиб, аҳолининг ўз-ўзини иш билан банд қилишни рағбатлантирувчи позицияларини кучайтираётганлиги ишсизлик нафақаларини ижтимоий нафақалар (камбағаллик таъсири доирасида бўлганларга моддий кўмак ва имкониятлар яратиш) билан алмаштиришга имкон беради.

### **Мақсад ва вазифалар**

Халқаро Меҳнат Ташкилотининг (ХМТ) унумли бандлик концепцияси қатъий асосга эга бўлса-да, у катта ўзгаришларни бошдан кечирди. Энди ходимлар ҳуқуқлари, халқаро меҳнат стандартлари, ижтимоий ҳимоя ва ижтимоий мулоқот каби бандликнинг таркибий қисмлари билан биргаликда муҳим сиёсий мақсадга айланиб бормоқда.

Шунингдек, унумли бандлик ҳар томонлама маънога эга бўлиб, у ҳар қандай мамлакатда амалга оширилиши аниқ ва инкор этилиб бўлмайдиган бандлик турига айланиб улгурди. Уни тадқиқ этиш эса ҳар бир меҳнат дунёси олими учун муҳим вазифалардан биридир.

Халқаро меҳнат ташкилотининг (ХМТ) тавсиясига кўра, унумли иш билан бандлик бу “ишчиларга ва уларнинг қарамоғида бўлганларга камбағаллик чегарасидан юқори истеъмол даражасига имкон бериш учун меҳнатга етарли рентабеллик” берадиган фаолиятдир [3].

Бундан ташқари, бу иқтисодий ўсишни таъминлашни камбағалликни камайтириш билан боғлайдиган ва ижтимоий ҳимоя билан биргаликда камбағалликни қисқартиришнинг асосий воситаси бўлган ҳал қилувчи унсур ҳисобланади.

### **Адабиётлар шарҳи (услугий материаллар шарҳи)**

Камбағаллик таъсирига тушган фуқароларга ижтимоий нафақа ва моддий ёрдам пулини тўлаш ёки уларнинг миқдорини ошириш орқали ушбу муаммони ҳал этиш мумкин, бироқ бу – бир томонлама ёндашув бўлиб, муаммони тўла ечимига имкон бермайди.

Барқарор иқтисодий ривожланиш бандликни замонавий тармоқларга йўналтиришни [4] ва ҳар бир иқтисодий фаолият самарадорлигини оширадиган ҳаракатлар билан қўллаб-қувватлашни талаб қилади, масалан, технологияларни янгилашга инвестициялар киритиш, малака ошириш ва ҳеч бўлмаганда институционал имкониятлардан унумли фойдаланишни ўз ичига олади.

А.Лавопа ва А.Сзирмаи таркибий модернизациялаш траекториялари ва мамлакатларнинг камбағалликдан қутулиш имконияти ўртасидаги алоқани таҳлил қилиб, иқтисодиётнинг замонавий тармоқлари сонини ошириш барқарор ўсишни таъминлаш учун етарли эмаслигини, чунки технологик бўшлиқни камайтириш учун технологияни

сингдириш жараёни зарур эканлигини таъкидлади [5]. Иқтисодий ривожланиш ва меҳнат унумдорлиги мамлакатларнинг билим капитали ва инновациялари билан жуда боғлиқдир, чунки таълим, айниқса, олий таълим муассасаларига ҳар қандай мамлакатларда маҳсулдорлик ва иқтисодий ривожланишнинг ҳаракатлантирувчиси сифатида қаралади.

Иқтисодий ўсиш шароитида унумли бандлик, иқтисодий фаол аҳоли ва ишсизлик таркибидаги меҳнат потенциали ҳамда иш билан банд камбағалликнинг ўзига хос хусусиятлари бўйича А.Карнани, Е.Херман, М.Жоржеску, Р.Ислам, А.Сзирмай, А.Лавопа, М.Деккер, С.Бьюгелсдийк, Ж.Хейес, Р.Гаммарано каби олимлар тизимли тадқиқотлар олиб боришган.

Аҳоли жон бошига мамлакат ялпи ички маҳсулот (ЯИМ)нинг барқарор ўсиши, иш билан бандлик даражасининг ортиши, камбағаллик ва даромадлар тенгсизлигининг доимий равишда пасайиб бориши, инсон таракқиёти кўрсаткичларининг барқарорлиги ва аҳолининг барча қатламларини асосий ижтимоий ҳимоялаш тизими билан тўлиқ қамраб олиниши мамлакат иқтисодиёти ўсиши ва ривожланиши билан узвий боғлиқ ҳисобланади [6].

Шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, ишлаб чиқариш самарадорлиги иқтисодий ўсиш ва камбағалликни қисқартириш ўртасидаги боғлиқлик сифатида қаралади [7].

Жаҳон банкининг ҳисоботида [8] иш ўринлари иқтисодий ва ижтимоий ривожланишнинг асоси сифатида таъкидланган. Ривожланиш сиёсатида самарали бандлик ва инклюзив ўсиш ҳақиқатан ҳам кенг тарқалган бўлса-да, унумли ва маҳсулдор бандлик “глобал Жанубнинг кўп қисмларида ҳақиқатдан кўра кўпроқ интилиш сифатида кенг тарқалган” [9].

Фикримизча, ҳар қандай мамлакатда аҳолининг иш билан бандлигини таъминлаш асосида камбағалликни қисқартириши – энг самарали ислоҳотдир.

Бандлик орқали камбағалликни қисқартириш бўйича кўпгина олимлар тадқиқот олиб боришган. Масалан, Мичиган университети профессори А.Карнанининг тадқиқотида “бандлик орқали камбағалликни қисқартириш учта асосий омилни талаб қилади: иш билан таъминлаш, меҳнат қобилиятини ошириш ва меҳнат бозори фаолияти самарадорлигини янада ошириш”. Унинг қарашларида омиллар куйидагича тавсифланади [10]:

Биринчи омил камбағалларнинг малакаларига мос иш жойларини яратиш орқали меҳнат бозорининг талабига қараб “ишлайди”;

Иккинчи омил эса, меҳнат бозори таклифига тааллуқли бўлиб, таълим ва касб-ҳунар таълими дастурлари орқали камбағалларнинг иш билан таъминланишини оширади;

Учинчи омил эса меҳнат бозори, айниқса ривожланаётган мамлакатларда, етарли таҳлил учун маълумотларнинг етишмаслиги ва ишчи кучининг ҳаракатчанлиги сабабли жуда кўп муаммоларга дуч келинмоқда. Шунинг учун меҳнат порталларида ишларни мувофиқлаштириш ва жойлаштириш бўйича хизматлар каби дастурлар меҳнат бозорини янада самарали қилишига ёрдам беради ва шу билан бандликни оширади. Иш билан таъминлаш имкониятларини, иш қобилиятини ва меҳнат бозори самарадорлигини ошириш, албатта, тезкор ечим топиладиган осон вазифа эмас.

Ижтимоий ҳимоя тизимлари яхши ривожланган мамлакатларда унумли бандлик, камбағалликка мансуб ишлайдиганларни эмас, балки фақатгина ишсизлардан таркиб топади. Ишсизлар сафига қўшилганлар ҳам, камбағаллик таъсирига тушган банд аҳоли ҳам унумсиз бандликни ифодалайди. Бу эса ўз навбатида иқтисодий шароит ва институционал омиллар таъсирида барҳам топади.

Аҳоли иш билан бандлиги ва турмуш даражасига оид тадқиқотларида Е.Херман, Р.Анкер, И.Чернешев, Р.Эггар, Ф.Меҳран, Ж.Риттерлар каби олимлар унумли бандлик кенг қамровли ва барқарор ривожланишнинг ҳаракатлантирувчи кучи сифатида келтиришган [6; 11].

Юнайтед Нейшнс Университети (United Nations University) олимлари А.Зирмай, М.Гибреейсус, Ф.Гуадагно ва Б.Верспаген унумли ва маҳсулдор бандлик иш ўрнидаги учта ўлчовни; иш ҳақи, бандликнинг барқарорлиги ва меҳнат шароитларини ўз ичига олган фаолият эканлигини тавсия қилишган [12].

Унумли бандлик мос равишда ишчи ва унинг қарамоғида бўлганларга истемол

даражасининг камбағаллик чегарасидан юқори бўлишига имкон бериш учун меҳнатнинг етарли рентабеллигини таъминлайдиган иш билан бандлик сифатида қаралади.

Унумли бандликни ўлчаш камбағаллик ҳолати билан мутлақ даромаднинг ўсиши қанчалик муҳимлигини тушунишга ёрдам беради.

Унумли бандлик кўрсаткичи маълум бирор бир пул қийматига эмас, балки даромаднинг бошланғич ҳолатига нисбатан ўзгариши ҳақида хабар беради.

Тадқиқотчи олимлардан Е.Херман, Р.Ислам ва А.Фосу ўз илмий тадқиқотларида миллий иқтисодиётлар учун ҳақиқий муаммо уларнинг иқтисодий ўсиш жараёнида бандлик ўсишини таъминлаш қобилиятининг чекланганлигидир, деб таъкидлашган [13; 14; 15].

Профессор Р.Ислам бандлик ўсишини таъминлаш қобилиятининг чекланганлиги бу инклюзив иқтисодий ўсиш ва ривожланишнинг етарлича эмаслигини таъкидлайди [16].

Эмпирик тадқиқотлар натижалари [6] сифатли иш ўринлари ва жон бошига даромад ўртасидаги ижобий икки томонлама муносабатни кўрсатди. Бундан ташқари, у муносиб ва унумли меҳнат билан бирга бўлмаса, барқарор ривожланишга эришиш мумкин эмаслиги таъкидланган [17]. Шунингдек, барқарор иқтисодий ривожланиш ва аҳоли турмуш даражасини яхшилаш учун жуда муҳим бўлган омиллардан бири бу – кўп сонли яхши иш ўринларини яратиш учун таркибий ўзгаришларнинг потенциалидан унумли фойдаланишни тақозо этади [18]. Шундай қилиб, ишчиларнинг қишлоқ хўжалигидан хизмат кўрсатиш соҳасига ўтиш ҳаракати, айниқса ишчилар малака ва кўникма талаб қиладиган, юқори маҳсулдорликка эга хизмат кўрсатиш соҳаларига ўтиши, унумли бандликни юзага келтира оладиган иш ўринлари яратишни талаб этади.

Фақатгина иқтисодий ўсишнинг инклюзив ва барқарор бўлиши мумкин эмаслигини ҳисобга олсак, М.Шкаре ва Р.Дружеталар тадқиқотига кўра, иқтисодий ўсишнинг табиати ва моҳияти иш ўринларини яратиш ва камбағалликни камайтириш учун муҳимдир [19].

Европалик олим Е.Херман ва профессор Р.Ислам эмпирик тадқиқотлари натижалари сифатли иш ўринлари ва жон бошига даромад ўртасидаги ижобий икки томонлама муносабатни очиб беришган [6; 14]. Иш ўринлари муносиб ва унумли меҳнат билан йўғрилмаса, барқарор ривожланишга эришиш мумкин эмаслиги таъкидланган [17]. Бу ерда “меҳнат” ва “бандлик” тушунчалари ўзаро фарқли жиҳатларга эгаллиги билан ажралиб туради.

Нидерландиялик профессорлар А.Лавопа ва А.Сзирмаи тадқиқотларида таркибий модернизациялаш траекториялари ва мамлакатларнинг камбағалликдан қутулиш имконияти ўртасидаги алоқа таҳлил қилиниб, замонавий сектор ҳажмини кенгайтириш барқарор ўсишни таъминлаш учун етарли эмаслигини таъкидлади, чунки технологик бўшлиқни камайтириш учун технологияни сингдириш жараёни зарур [5] эканлигига ишора қилинади.

Иқтисодий ривожланиш ва меҳнат унумдорлиги мамлакатларнинг билим капитали ва инновациялари билан жуда боғлиқлигига [20] ишора қилинади. Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, бозор иқтисодиёти инсон капитали рақобатбардошлигини рағбатлантиради.

Олим Е.Херман тадқиқотида унумли бандлик кенг қамровли ва барқарор ривожланишнинг ҳаракатлантирувчи кучи сифатида келтирилган [6]. Олим тадқиқотлари унумли бандликни тарғиб этсада, уни кўпроқ иқтисодий ўсиш билан боғлаган. Бунда унумли бандликни оширишга кўпроқ урғу берилган.

Профессор Ж.Хейес иш билан банд камбағаллик мавжудлигининг асосий сабаблари ва механизмлари ҳақида тўхталиб, бу биринчи навбатда унумли бандлик тақчиллигининг бир шакли сифатида намоён бўлишига олиб келадиган меҳнатга кам ҳақ тўлаш, ёлланма ходимнинг шахсий хусусиятлари ва касбий малакаси, вақтинчалик ва тўлиқ бўлмаган меҳнат фаолияти, унинг уй хўжалиги таркиби, меҳнат бозори ва ижтимоий таъминот тизимида турли кўринишдаги салбий омилларга эътибор қаратган [21]. Ушбу қарашлар ортида иш билан банд камбағаллик иқтисодиётдаги ажралмас бир кўрсаткич эканлигига ишора қилинган.

#### **Тадқиқот методологияси.**

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда тадқиқот давомида Ўзбекистон Республикасида онлайн ижтимоий сўровнома ўтказилди. Ушбу сўровнома Лайкерт

шкаласи (Likert scale)дан фарқли равишда, респондентларнинг меҳнат даромадлари, уй хўжалигидаги асосий боқувчи ёки боқувчи эмаслиги, қарамоғидаги шахслар сони ва иш берувчиларнинг улар меҳнат даромади миқдоридан қониқиш даражалари ва бошқа саволлар ўрин олди.

Олинган натижалар умумлаштирилиб, аҳолининг унумли ва маҳсулдор бандлигига таъсир этувчи асосий омиллар танлаб олинди. Эркили ва эркисиз ўзгарувчилар асосида расмий статистик маълумотларга таянган ҳолда кам таъминланган аҳоли улуши ва уларга таъсир этувчи омиллар бўйича прогноз кўрсаткичлари динамикаси шакллантирилди.

Таклиф этилаётган унумли ва маҳсулдор бандликни ҳисоблаш услубиёти асосида камбағаллик таъсир доирасидаги аҳоли сони аниқланди.

Ушбу тадқиқотни ташкил этиш қуйидаги босқичларни ўз ичига олади: ташкилий (тайёргарлик); сўровномани ташкил этиш ва амалга ошириш; олинган натижаларни таҳлил этиш ва асосий омилларни аниқлаш босқичи; натижалар асосида хулосалар тайёрлаш ва фаолиятни такомиллаштириш юзасидан таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш.

#### **Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.**

Иш билан банд бўлган ҳолда камбағаллик таъсир доирасига тушиб қолиш ҳолатларининг пайдо бўлишига асосан, иш ҳақи миқдори ва доимий меҳнат даромадлари ҳамда меҳнат шароитлари етарли эмаслигини сабаб қилиб кўрсатиш мумкин. Аксинча, ишсизлар ёки иқтисодий нофаол аҳоли таркибига кирмаганларнинг камбағаллик таъсирига тушиши асосан, мос равишда ишга жойлашиш имкониятларининг етишмаслиги ва ижтимоий ҳимоянинг етарли эмаслиги билан боғлиқ бўлиши мумкин.

Манфаатлар қамровига кўра, маҳсулдор бандлик хусусияти шундан иборатки, барқарор иш жойида ёлланма ходим учун етарли иш ҳақи, муносиб меҳнат шароитлари мавжуд бўлади. Унумли бандликда эса барқарор иш жойида ёлланма ходим учун муносиб меҳнат шароитлари яратилган бўлиб, ўзи ва қарамоғидагилар учун камбағаллик чегарасидан юқори даражада “ушлаб турувчи” етарли иш ҳақи тўланиш талаби қўйилади (**2-расм**).

Унумли ва маҳсулдор бандликка таъриф беришда, асосан уларнинг самарали бандлик хусусиятлари ва муносиб меҳнат тамойилларидан келиб чиқиш лозим. Унумли ва маҳсулдор бандлик муаллифлик таърифи қуйидагича:

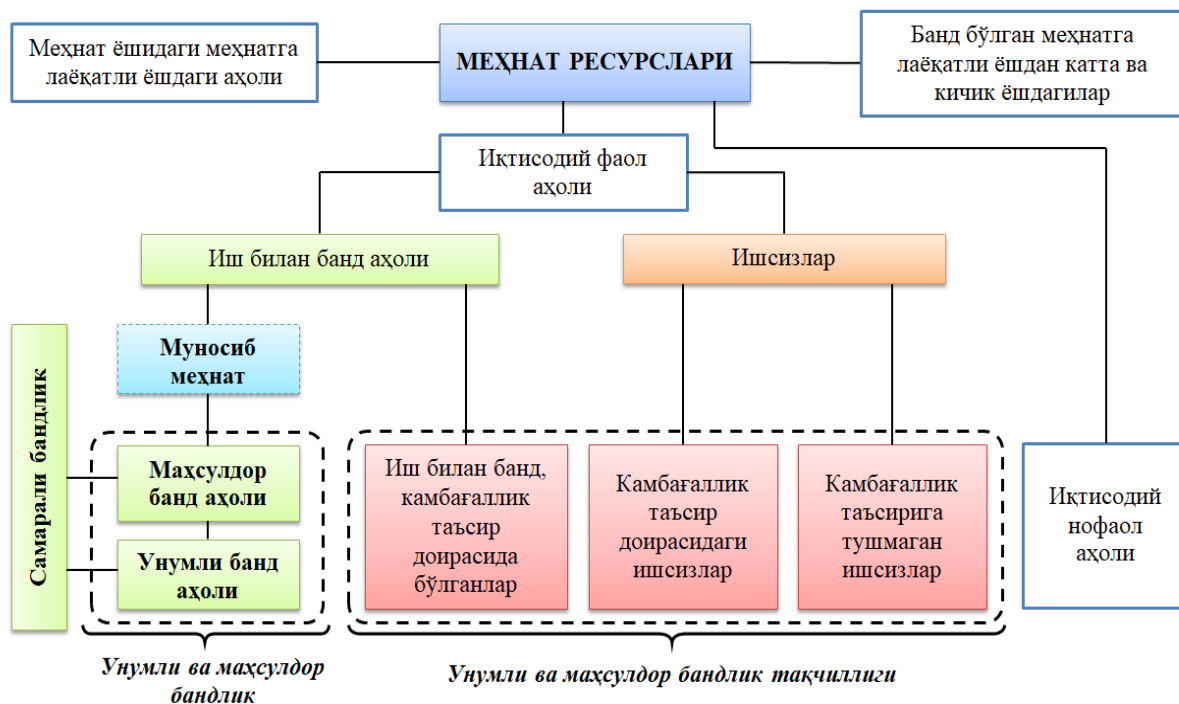
**Самарали бандлик** аҳоли иш билан бандликка эҳтиёжининг мавжуд иш ўринларига мувофиқ келишидаги сифат хусусияти бўлиб, иқтисодий нуқтаи назардан меҳнат ресурсларидан энг оқилона фойдаланишни, ижтимоий жиҳатдан меҳнат фаолиятининг инсон манфаатларига энг мувофиқ келишини билдиради [21].

**Унумли бандлик** – қарамоғида бир ва ундан ортиқ шахслар бўлган, ўзи ҳамда қарамоғидагиларнинг ҳар бири учун белгиланган камбағаллик чегарасидан юқори даражадаги истеъмоли учун етарли даромад келтирадиган меҳнат фаолиятидир.

**Маҳсулдор бандлик** – қарамоғида ҳеч кими йўқ, меҳнат даромади фақат ўзига тегишли бўлган шахсларнинг белгиланган камбағаллик чегарасидан юқори даражадаги истеъмол учун етарли даромад келтирадиган меҳнат фаолиятидир (**1-расм**).

Сўнги йилларда олиб борилган тадқиқотимиз жарёнида меҳнат фаолиятидан олинадиган даромадларнинг паст даражаси ва уларнинг “соя солиши” (мавжуд солиқлар ва мажбурий тўловлар натижасида) ижтимоий тўловларнинг паст миқдорда қолишини, хусусан, пенсия ва нафақалар миқдори юқори даражада белгиланишига тўсқинлик қилади. Бу эса аҳоли орасида камбағаллик улуши сақланиб қолишига, хусусан фаол бўлмаган аҳолининг камбағаллик таъсир доирасига тушиб қолишига замин яратиши ойдинлашди.

Айниқса, тадқиқот доирасида 2021 йил апрель-май ойларида ўтказилган онлайн ижтимоий сўров иш билан банд аҳоли таркибида камбағаллик таъсири доирасида бўлганларни аниқлашга қаратилган эди. Ижтимоий сўровномада республика шаҳар ва қишлоқларидан мос равишда 538 киши ва 434 киши, жами 972 респондент қатнашган.

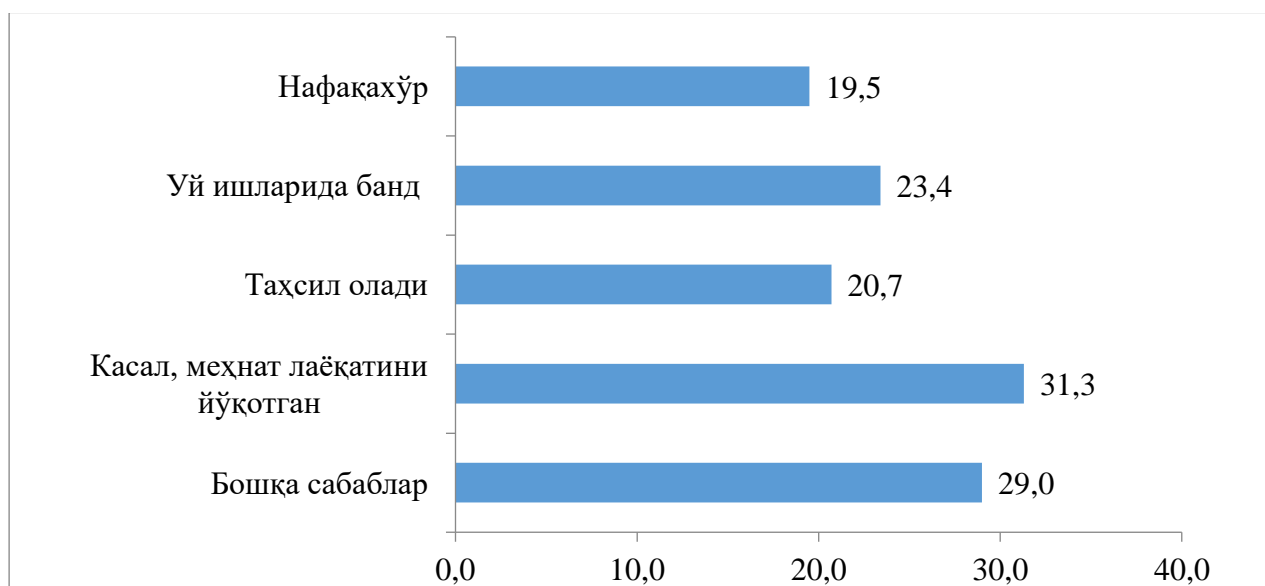


**1-расм. Ўзбекистонда унумли ва маҳсулдор бандлик истиқболли диаграммасида меҳнат ресурсларининг таснифланиши<sup>1</sup>**

Сўровномада 15 ёшда бўлганлар 4,5%ни, 16-30 ёшлилар 13,6%ни, 31-54 ёшли аёллар 37,4%ни, 31-59 ёшли эркеклар 42%ни, 55 ва ундан ёшдан юқори ёшдаги аёллар ҳам 60 ва ундан юқори ёшдаги эркеклар 2,6%ни ташкил этган.

Жинс бўйича респондентлар таркиби эса 452 киши – аёллар, 520 киши эса эркеклар. Маълумот даражаси бўйича эса, 49,9% олий маълумотга, 33,3%и ўрта-махсус маълумотга, 13,5%и ўрта ва 3,3%и эса маълумотга эга бўлмаган шахсларни ташкил этган.

Иш билан банд бўлмаган аҳоли орасида камбағалликка тушиш эҳтимолий сабаблари ўрганилганда асосан, нафақахўр эканлиги (19,5%), уй ишларида банд бўлганлиги (23,4%), таълим муассасасида тахсил олиши (20,7%), касал, меҳнат лаёқатини йўқотганлиги (31,3%) ва бошқа сабаблар кўрсатиб ўтилди. Бунда иш билан банд бўлмаганлар орасида камбағалликка тушиш эҳтимоли юқори даражани қайд этган.



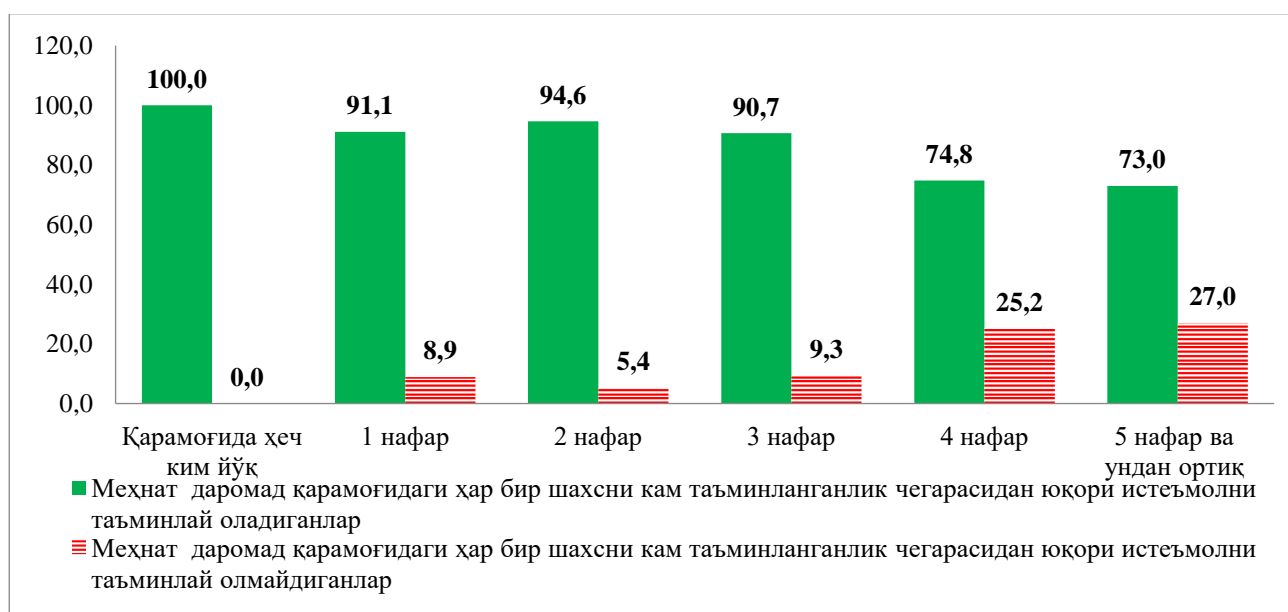
**2-расм. Ижтимоий сўров натижалари: иш билан банд бўлмаган аҳоли орасида камбағалликка тушишдаги асосий эҳтимолий сабаблар<sup>1</sup>, %да**

Иш билан бандлик ҳар доим ҳам камбағалликдан чиқиш учун етарли даражада юқори даромадни таъминлай олмаслиги мумкин, чунки иш ҳақи тўланадиган ишчиларнинг 29,8% ишдан олинган даромадларга қарамай камбағалликда яшаётганликлари аниқланди.

Иш билан бандлар орасида камбағалликнинг мавжудлиги одамларни иш билан таъминлаш ҳар доим ҳам камбағаллик хавфидан қочиш учун етарли эмаслигини исботлайди [Georgescu, M., Herman, E., 2020]. Шунинг учун унумсиз ва маҳсулсиз бандлик тизимидан унумли ва маҳсулдор бандлик тизимига ўтиш жараёнларини жадаллаштириш муҳим аҳамиятга эга (**2-расм**).

Сўровнома натижалари шуни кўрсатдики, 486 нафар боқувчидан 82 нафари (20,1%) ўзи ва қарамоғидагиларнинг ҳар бирини кам таъминланганлик чегарасидан юқори истеъмолини таъминлай олмаяпти. Сўров натижаларидан унумли бандлик даражаси 79,9% ни ташкил этмоқда.

Қарамоғида ҳеч кими йўқ иш билан банд бўлганлар ичида камбағаллик таъсир доирасидагилар аниқланмади, бироқ, қарамоғидаги шахслар сони ортиб борган сари, асосий боқувчининг меҳнат даромади уларга камбағаллик чегасидан юқори истеъмолни таъминлай олмаётганлар сони ортиб борди (**3-расм**).



**3-расм. Меҳнат даромади қарамоғидаги ҳар бир шахсни камбағаллик чегарасидан юқори истеъмолни таъминлаш даражаси, %да<sup>1</sup>**

Иш билан банд камбағаллик таъсир доирасидаги шахсларнинг аҳоли орасида мавжуд бўлиши ва бардавонлиги меҳнат бозорининг ижтимоийлик функциялари ўз хусусиятларини ўзгартираётганлиги тўғрисида оғоҳлантириш вазифасини ўтайди. Шунингдек, иш билан банд-камбағалларнинг мавжудлиги тегишли вазирликлар ва агентликларни барча меҳнатга лаёқатли фуқароларни муносиб меҳнат, маҳсулдор ва унумли банд бўлишларига кўмак берадиган стратегияларни ишлаб чиқиш бўйича чоралар кўришга ундаши лозим.

Ҳозирда мамлакатда кам таъминланган аҳоли сонини мунтазам ва шаффоф равишда қисқартириб боришда натижадор чора-тадбирлар кўришмоқда.

Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Кам таъминланган оилаларга моддий ёрдам кўрсатиш ҳамда камбағаллик билан курашиш кўламини янада кенгайтириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2021 йил 11 августдаги ПФ-6277-сон Фармони, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 27 августдаги «Минимал истеъмол харажатлари қийматини ҳисоблаш тартибини амалиётга жорий этиш тўғрисида»ги 544-сон қарори ва унда тасдиқланган «Аҳолининг минимал истеъмол харажатлари қиймати ва камбағаллик чегарасини ҳисоблаш тартиби тўғрисида»ги Низом ҳамда 2021 йил 21 октябрдаги «Аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-

тадбирлари тўғрисида”ги 654-сон қарори ва унда тасдиқланган “Кам таъминланган оилаларни “Ижтимоий ҳимоя ягона реестри” ахборот тизими орқали аниқлаш, уларга кам таъминланган оилалар болалари учун нафақа ва моддий ёрдам тайинлаш ва тўлаш тартиби тўғрисида”ги Низом ижтимоий ислохотлар учун муҳим ҳуқуқий асос ҳисобланмоқда.

Бугунги кунга қадар мамлакатимизда унумли бандлик даражасини баҳолаш зарурати бўлмаган. Бунга асосий сабаб, тан олинган расмий камбағаллик даражаси мавжуд бўлмаган ва камбағалликни қисқартиришга оид ҳуқуқий асослар, минимал истеъмол харажатлари суммаси бўйича аниқ ҳисоб-китоблар мавжуд эмас эди.

Тадқиқотимиз давомида унумли бандлик тақчиллиги (ишсизлар ва камбағаллик таъсир доирасидаги иш билан банд аҳоли сони) ни ҳисоблашда аниқ услубиёт мавжуд эмаслигини ҳисобга олиб, Ўзбекистонда унумли бандлик тақчиллигини ҳисоблаш услубиётини таклиф қилмоқдамиз (1-жадвал). Фикримизча, ушбу услубиёт камбағалликни қисқартиришда амалга оширилаётган ислохотлар учун самарали мониторинг манбаи бўлиб хизмат қилади.

## 1-жадвал

Ўзбекистонда унумли бандлик тақчиллигини ҳисоблаш учун таклиф этилаётган услубиёт<sup>1</sup>

Т/р	Кўрсаткич номи	Таркибий элементлари
1.	Унумли бандлик тақчиллиги (PE <sub>D</sub> )	- меҳнат ресурслари сони;
		- иқтисодий нофаол аҳоли сони;
- унумли банд аҳоли сони.		
<b>PE<sub>D</sub> = LR - EIP - PE ёки</b>		
<i>бу ерда:</i>		
<b>LR</b> — меҳнат ресурслари; <b>EIP</b> — иқтисодий нофаол аҳоли;		
<b>PE</b> — унумли ва маҳсулдор банд аҳоли.		
2.	Иқтисодий нофаол аҳоли сони (EIP)	- ишлаб чиқаришдан ажралган ҳолда ўқиётган ўқувчилар ва талабалар сони;
		- болаларни парвариш қилаётган ишламайдиган аёллар сони;
		- уй бекалари ва мустақил равишда иш билан банд бўлмаган шахслар, шунингдек, кўчар ва кўчмас мулкдан даромад оладиган ишламайдиган шахслар.
<b>EIP = PS + IW + VUP,</b>		
<i>бу ерда:</i>		
<b>PS</b> — ишлаб чиқаришдан ажралган ҳолда ўқиётган ўқувчилар ва талабалар; <b>IW</b> — болаларни парвариш қилаётган ишламайдиган аёллар;		
<b>VUP</b> — уй бекалари ва мустақил равишда иш билан банд бўлмаган шахслар, шунингдек, кўчар ва кўчмас мулкдан даромад оладиган ишламайдиган шахслар.		
3.	Меҳнат ресурслари сони (LR)	- меҳнатга лаёқатли ёшдаги меҳнатга лаёқатли аҳоли;
		- ишлаётган ўсмирлар ва пенсионерлар.
<b>LR = WAPM + WTP,</b>		
<i>бу ерда:</i> <b>WAPM</b> — меҳнатга лаёқатли ёшдаги меҳнатга лаёқатли аҳоли;		
<b>WTP</b> — ишлаётган ўсмирлар ва пенсионерлар.		
4.	Унумли ва маҳсулдор банд аҳоли (PE)	- иш билан банд бўлганлар сони;
		- иш билан банд, камбағаллик таъсир доирасидаги аҳоли сони.
<b>PE = E - W<sub>POOR</sub>,</b>		
<i>бу ерда:</i> <b>E</b> — иш билан банд бўлганлар сони;		
<b>W<sub>POOR</sub></b> — иш билан банд, камбағаллик таъсир доирасидаги аҳоли сони.		



Камбағалликни қисқартиришда ушбу кўрсаткичлар мониторинги аҳамиятли ҳисобланади. Бунинг учун Ўзбекистонда иш билан банд камбағаллик таъсир доирасидаги аҳоли сонини ҳисоблаш лозим бўлади.

Таклиф этилган унумли бандлик тақчиллигини ҳисоблаш услубиёти асосида биз ҳисоблаган иш билан банд камбағаллик таъсир доирасидаги аҳоли сони “Ягона миллий меҳнат тизими” ва “Ягона ижтимоий ҳимоя реестри” ўртасидаги интеграция орқали аниқлаш мумкин. Бу эса халқаро тажрибалар асосида иш билан банд камбағаллик таъсир доирасидаги аҳоли ҳисобини юритиш, мониторинг қилиш ва тегишли чора-тадбирларни олиб боришга имкон беради.

### **Хулоса ва таклифлар.**

Аҳоли фаровонлигини ҳар томонлама қўллаб-қувватлашга қаратилган энг самарали ижтимоий ислохотларни амалга ошириш максимал даражада мақсадли тамойилларга риоя қилишни талаб қилади. Зеро, аҳолининг унумли бандлигига таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларнинг намоён бўлиш моҳиятини ўрганиш ниҳоятда долзарбдир. Шу билан бирга, ушбу салбий ижтимоий-иқтисодий ҳодисанинг пайдо бўлишининг “илдизлари”ни нафақат аниқлашга, балки уларни тавсифлашга имкон берадиган махсус эмпирик тадқиқотлар лозим.

Халқаро тажрибаларда камбағалликни қисқартириш борасида аҳолининг тўлик, унумли ва муносиб меҳнат билан бандлигига кўмаклашиш йўналишидаги тадқиқотларга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Айниқса, мавжуд ишсизликни камайтириш асосида аҳоли даромадларини янада ошириш, уларнинг ҳаёт сифатини янада юксалтириш, меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини доимий ошириш, яратилаётган барқарор иш ўринларида ходимларнинг муносиб меҳнатда бандлиги ҳамда унумли ва маҳсулдор бандлигини оширишга йўналтирилган тадқиқотлар устувор даражада амалга оширилмоқда.

Унумли бандлик тақчиллиги даражасини мониторинг қилиш ва мунтазам қисқартириб бориш халқаро ва миллий даражада белгиланган инсон тараққиёти стратегиясининг муҳим таркибий қисмларидан биридир.

Ўзбекистонда олиб борилаётган тадқиқотлар натижалари аҳоли турмуш даражаси ва сифатини яхшилаш, аҳолининг иш билан бандлик даражасини ошириш асосида камбағалликни қисқартиришга, хусусан ўзини ўзи банд қилиш, кичик бизнес ва хусусий тарбикорликни, айниқса, оилавий тадбиркорликни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилиш лозимлигини эътироф этади.

Илмий тадқиқотлар камбағалликни қисқартиришда, айниқса иш билан банд аҳоли таркибида камбағаллик таъсир доирасида бўлганларни аниқлаш, ҳисобини юритиш ва мониторингини олиб бориш муҳимлигини кўрсатиш билан бир қаторда куйидаги хулоса ва таклифларни ишлаб чиқишда муҳим аҳамият касб этди.

Биринчидан, иш билан банд аҳоли таркибида камбағаллик таъсир доирасидаги шахслар мавжудлиги мамлакатда камбағалликни қисқартиришга йўналтирилган чора-тадбирлар натижадорлигига салбий таъсир этади. Шунинг учун ҳисобга олган ҳолда, Ўзбекистонда иш билан банд аҳолининг камбағаллик таъсир доирасига тушиб қолишини олдини олишга қаратилган “Унумли бандлик тақчиллигини ҳисоблаш услубиёти”ни оила шароитида банд бўлганлар, кўчар ва кўчмас мулкдан даромад оладиган ишламайдиган шахслар кабиларни фаол эътиборга олган ҳолда амалда қўлланилиши камбағалликка қарши курашдаги ислохотлар натижадорлигини оширади.

Иккинчидан, аҳоли даромадларининг ўсишини таъминлайдиган муносиб, унумли ва маҳсулдор бандликни рағбатлантириш бўйича чораларни нафақат давлат, балки хусусий сектор вакиллари иштирокини рағбатлантиришга қаратилган, таъсирчан чора-тадбирларни ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ. Камбағалликни қисқартиришда барча масъулиятни баҳам кўрмоғи лозим. Айниқса, иш билан банд аҳоли таркибида камбағаллик таъсир доирасидагилар мавжудлиги нафақат давлат секторида, балки хусусий секторда ҳам сақланиб қолаётганлиги уларни ҳам бунга бефарқ қолдирмаслиги керак.

Учинчидан, иш билан банд камбағаллик таъсир доирасидаги аҳоли сонини ҳисоблашда мамлакат иқтисодиётидаги унумли ва маҳсулдор банд аҳоли, самарали банд

бўлган аҳоли ва камбағаллик таъсири доирасидаги иш билан банд аҳоли нисбатларини доимо эътиборга олиш мақсадга мувофиқ. Барча иш билан банд аҳоли - камбағаллик таъсирида эмас, деган тушунча ҳақиқатдан йироқ бўлиши мумкин.

Тўртинчидан, унумли бандлик тақчиллигига мансубликда фаол бўлган ишсиз ёшларни касб-хунарга йўналтириш, касбий ва тадбиркорлик кўникмаларини шакллантириш, зарур касбга қайта ўқитишга сарфланаётган харажатлар натижадорлигини ошириш, ёшлар маҳсулдор бандлигини таъминлаш мақсадида иш берувчилар ва ёшлар ўртасида муддатли ва муддатсиз “Кўнгилли бандлик” тизимини йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Меҳнат шартномаси ҳар доим ҳам ёшларни касбга тайёрлай олмаслиги, иш берувчи талаблари эса уларни касбий тайёргарлигига мос келмаслиги мумкин.

Бешинчидан, аҳоли даромадларини ошириш, ёшлар ва хотин-қизлар, меҳнат бозорига илк бор кириб келаётган битирувчилар бандлигини таъминлаш ҳамда эҳтиёжманд аҳолини меҳнат фаолиятига жалб қилишда фақат ва фақат унумли бандлик муҳим омил бўлиб хизмат қилади, заиф бандлик эса бунга кўмак бериши мумкин.

Олтинчидан, унумли бандлик тақчиллиги таркибида камбағаллик таъсири доирасидаги иш билан банд шахсларни “Ижтимоий ҳимоя ягона реестри” ахборот тизими ва “Ягона Миллий меҳнат тизими” идоралараро дастурий-аппарат комплекси орқали аниқлаш ва мониторингини олиб бориш механизм янада такомиллаштирилиши лозим;

Еттинчидан, давлат, нодавлат ва норасмий институтлар томонидан унумли бандликни рағбатлантиришнинг натижадор ва самарали тизими ишлаб чиқилиши лозим.

Саккизинчидан, меҳнат бозорига унумли ва маҳсулдор бандлик истиқболли диаграммасида самарали бандлик контекстида муносиб бандлик тамойиллари асосида меҳнат ресурслари таснифи қайта кўриб чиқилиши лозим.

Юқоридаги таклиф ва тавсиялар фақатгина нафақат камбағалликни қисқартиришга, балки халқаро ташкилотлар тавсияларига мослигини таъминлаш билан бирга аҳоли фаровонлиги, меҳнатга лаёқатли аҳолига демографик босимларни камайитириш ва мамлакат иқтисодий ўсиш барқарорлиги йўлидаги ислохотлар натижадорлигига замин яратиши мумкин.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Халқаро меҳнат ташкилоти (ХМТ) Манба: <https://kasaba.uz/halqaro-mehnat-tashkiloti/>
2. Қудбиев Ш.Д.. (2020) Общие тенденции формирования мирового рынка труда. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” Ilmiy elektron jurnali. № 6/2019 (№ 00044). 50-54 б.
3. International Labour Office - ILO (2012) Understanding Deficits of Productive Employment and Setting Targets: A Methodological Guide; International Labour Office, Employment Sector: Geneva, Switzerland, 2012; ISBN 978-92-2-125990-9. P3.
4. McMillan, M.S.; Rodrik, D.; Sepúlveda, C. (2016) Structural change, fundamentals, and growth: a framework and case studies; international food policy research institute: Washington, DC, USA, 2016; ISBN 9780896292147.
5. Lavopa, A.; Szirmai, A. (2018) Structural modernisation and development traps. An empirical approach. World Dev. 2018, 112, 59–73.
6. Herman, E. (2016) Productive employment in Romania: A major challenge to the integration into the European Union. Amfiteatru Econ. 2016, 18, 335–350.
7. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). World Population Prospects 2019. 46P. p5.
8. WB-World Bank. World Development Report 2013: Jobs; World Bank: Washington, DC, USA, 2012.
9. Rammelt, C.F.; Leung, M.; Gebru, K.M. (2017) The exclusive nature of inclusive productive employment in the rural areas of northern Ethiopia. Work. Employ. Soc. 2017. p2.
10. Aneel Karnani (2011) Reducing poverty through employment. Innovations / Volume 6, Number 2, 2011. p75.

11. Anker, R.; Chernyshev, I.; Egger, P.; Mehran, F.; Ritter, J. Measuring Decent Work with Statistical Indicators; International Labour Office (ILO): Geneva, Switzerland, 2002;
12. Szirmai, A.; Gebreeyesus, M.; Guadagno, F.; Verspagen, B. (2013) Promoting Productive and Sustainable Employment: Elaborating a Knowledge and Research Agenda; UNU-MERIT: Maastricht, The Netherlands, 2013; p 49-53.
13. Herman, E. (2014) Working poverty in the European Union and its main determinants: An empirical analysis. *Inz. Ekon.* 2014, 25, 427–436.
14. Islam, R. (2006) The nexus of economic growth, employment and poverty reduction: an empirical analysis in fighting poverty: the development-employment link; Islam, R., ed.; Lynne Rienne: London, UK, 2006; ISBN 978-1-58826-396-4.
15. Fosu, A.K. Growth, inequality, and poverty reduction in developing countries: Recent global evidence. *Res. Econ.* 2017, 71, 306–336.
16. Islam, R. (2013) Integrating Productive Employment into the Post 2015 Development Agenda; Southern Voice on Post-MDG International Development Goals: Dhaka, Bangladesh, 2013; Available online: [http:// southernvoice-postmdg.org/wp-content/uploads/2013/06/SV-OP-3.pdf](http://southernvoice-postmdg.org/wp-content/uploads/2013/06/SV-OP-3.pdf)

***Muassislar:***  
***Buxoro davlat universiteti***  
***“Economic science” mas'uliyati cheklangan jamiyati***

<p><b>"IQTISODIYOT VA TURIZM"</b> <b>xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali</b></p> <p><b>2023-yil 2-son (10)</b></p> <p><b>2021-yildan chiqa boshlagan.</b></p> <p><b>OBUNA INDEKSI: 200117</b></p> <p><b>Manzil: Buxoro shahri, M.Iqbol ko'chasi, 11-uy, 2-bino, 403-xona.</b></p>	<p><b>ilmiy va innovatsion nashri</b></p> <p>Jurnal oliy o'quv yurtlarining professor- o'qituvchilari, ilmiy tadqiqotchilar, ilmiy xodimlar, magistrantlar, talabalar, akademik litsey va kasb-hunar kollejlari hamda maktab o'qituvchilari, shuningdek, keng ommaga mo'ljallangan.</p> <p>Jurnalda nazariy, ilmiy-metodik, muammoli maqolalar, fan va texnikaga oid yangiliklar, turli xabarlar chop etiladi.</p> <p><b>Nashr uchun mas'ul:</b> <b>Gavhar XIDIROVA</b> <b>Muharrir:</b> <b>Navruz-Zoda Baxtiyor Negmatovich</b></p>	<p>Jurnal tahririyat kompyuterida sahifalandi. Chop etish sifati uchun bosmaxona javobgar.</p> <p>Bosishga ruxsat etildi 26.04.2023 Bosmaxonaga topshirish vaqti 02.05.2023 Qog'oz bichimi: 60x84. 1/8 Tezkor bosma usulda bosildi. Shartli bosma tabog'i – 17,0 Adadi – 100 nusxa Buyurtma № 203. Bahosi kelishilgan narxda.</p> <p>“Sadriddin Salim Buxoriy” MCHJ bosmaxonasida chop etildi. Bosmaxona manzili: Buxoro shahri M.Iqbol ko'chasi 11-uy.</p>
--	--	---