

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

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



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

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

**OLIY VA OʻRTA MAXSUS TAʼLIM VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
IQTISODIYOT VA TURIZM FAKULTETI**

**“SANOAT VA XIZMAT KOʻRSATISH SOHALARINING RAQAMLI
TRANSFORMATSIYASI: TENDENSIYALAR, BOSHQARUV,
STRATEGIYALAR”**

Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari toʻplami

2022 yil 2-3 mart

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

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

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

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

**“Durdona” nashriyoti
Buxoro – 2022**

resources; 3. reduce the risk of bankruptcy; 4. increase flexibility and adaptability; 5. full loading of the existing equipment of the enterprise;

There are also specific diversification strategies. The need to develop a diversification strategy arises when there are strong competitors for the enterprise, in the context of declining demand for existing products and declining profits. Such a strategy gives the company the necessary flexibility and the ability to adapt to constantly changing market conditions.

The diversification strategy is based on the idea of changing the four components of the enterprise: products, distribution channels, areas of activity, the company's position in the industry.

Before developing a strategy, potential innovation is analyzed in three ways: 1. costs associated with the implementation of a new project; 2. existing barriers / boundaries; 3. the amount of potential demand.

Only the additional effects that occur when implementing a diversification strategy can be taken into account. If more than one option is available, a strategy is selected based on the following criteria: - costs of strategy implementation are relatively low; - average or short term of payment;- Constantly growing demand for new products for the company. The strategy also depends in many ways on the type of diversification: 1. diversification that is difficult to implement and in many cases unrelated; 2. includes simpler and less hazardous types of related; In general, there are three types of diversification opportunities. First, each product produced by the enterprise must consist of functional components, parts and basic materials, and then they must form an integral whole. It is usually in the best interest of the company to obtain most of these materials from foreign markets. One well-known method of diversification is vertical diversification, which means expanding and diversifying components, components, and materials. Perhaps one of the most striking examples of vertical diversification is his own empire in the time of Henry Ford. At first glance, vertical diversification may not be consistent with the diversification interpretation. However, the existing tasks that these components and materials have to perform are very different from the final integrated product. In addition, the technology of creating and manufacturing these parts and materials may also differ from the technology of manufacturing the final product.

Conclusion. Thus, vertical diversification implies the development of new tasks, as well as the introduction of a new product into production. The vertical diversification strategy involves moving the company “up or down” along the production chain. In other words, the company moves from the production cycle to the pre-production stages or from the production cycle to the post-production stages. The vertical diversification strategy reduces the company's reliance on third-party decisions, prevents third-party super-profits, and closes all important processes within a single firm. An example of vertical integration is when a company stops selling its products by individual retailers and opens its own retail and wholesale store. Or the company buys a supplier of resources and raw materials to produce its products. Or the company will open an ancillary business that sells paints and building materials for major home renovations that provide the best prices and materials delivery process. Thus, vertical diversification implies the development of new tasks, as well as the introduction of a new product into production.

References

1. Акулич, И.Л. Маркетинг. Учебное пособие. / И.Л. Акулич, В.В. Тарелко – М.: Изд-во Современная школа, 2015. – 304 с
2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учеб.-метод. пособие / Л.И. Егоренков. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 301 с.
3. Kamolov X.Z. Technology of Production a New Type of Product in the Tourism//International Journal of Business, Technology, and Organizational Behavior (IJTOB) ISSN: 2775-4936 Vol. 1 No. 6, December 2021. P 477-483

Saidova F.K. Buxoro davlat universiteti,
Servis sohasi iqtisodiyoti kafedrası o'qituvchisi.
Rajabova M.A. Buxoro davlat universiteti,
Servis sohasi iqtisodiyoti kafedrası o'qituvchisi.

MINTAQALAR IQTISODIYOTINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Annotasiya. Mazkur maqolada innovatsiya tushunchasi, mintaqalar iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari, innovatsion rivojlanish jarayoni, innovatsion faoliyat tarkibi, Buxoro viloyatidagi innovatsion jarayonning statistik ma'lumotlariga oid tahlillar berilgan.

Kalit so'zlar: Innovatsiya, innovatsion faoliyat, investitsiya, innovatsion mahsulot, texnologik innovatsiyalar, marketing innovatsiyalar, tashkiliy innovatsiyalar, innovatsion xarajatlar

Аннотация. В данной статье проводится анализ понятия инновации, проблемы инновационного развития региональных экономик, процесс инновационного развития, структура инновационной деятельности, статистика инновационного процесса в Бухарской области.

Ключевые слова: Инновация, инновационная деятельность, инвестиции, инновационный продукт, технологическая инновация, маркетинговая инновация, организационная инновация, инновационная стоимость.

Annotation. This article analyzes the concept of innovation, the problems of innovative development of regional economies, the process of innovative development, the structure of innovation, statistics of the innovation process in the Bukhara region.

Key words: Innovation, innovation activity, investment, product innovation, technological innovation, marketing innovation, organizational innovation, innovation value.

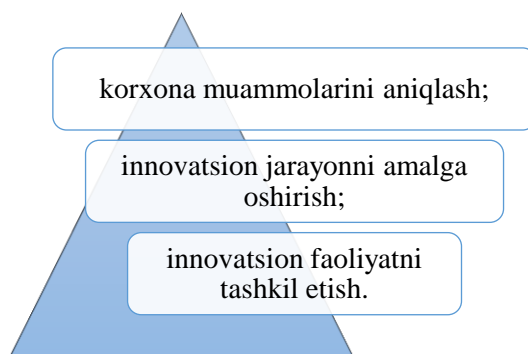
Inson har bir yangi narsadan qo'rqish bilan ajralib turadi. Bu ijtimoiy-psixologik beqarorlik kuzatilgan va yangisini joriy etish mavjud vaziyatga tahdid sifatida qabul qilingan o'tish davrida, ayniqsa inqirozli paytlarda ko'proq namoyon bo'ladi;

Oxirgi statistik ma'lumotlarga ko'ra, 1000 dan ortiq xodimga ega yirik korxonalar innovatsiyalar bo'yicha eng faol hisoblanadi. Buni yirik korxonalarning katta moliyaviy, ishlab chiqarish, insoniy va siyosiy resurslarga egaligi - o'z manfaatlarini himoya qilish qobiliyati bilan izohlash mumkin, bu esa ko'p jihatdan raqobat kurashidagi muvaffaqiyatni belgilaydi. Xorijiy kompaniyalar tajribasi ham yirik korxonalar va korporatsiyalar uchun innovatsion rivojlanish qulayroq ekanini ko'rsatadi.

Innovatsion faoliyat bu assortimentni kengaytirish va mahsulot sifatini oshirish, texnologiyani takomillashtirish va ishlab chiqarishni tashkil etish maqsadida yangiliklarni izlash va amalga oshirishga qaratilgan faoliyatdir.

1-diagramma

Innovatsion faoliyat tarkibi



Korxonaning innovatsion faoliyatining asosiy sharti shundaki, eskirgan, eskirgan, taraqqiyot yo'lidan orqada qolgan barcha resurslarni, shuningdek xatolar, nosozliklar va noto'g'ri hisob-kitoblarni hisobga olish kerak. Innovatsion g'oyalar tashqi va ichki manbalardan kelib chiqishi mumkin.

Innovatsiya deb yangi ko'rinishda mahsulot (tovar, ish, xizmat) yaratilishini yoki takomillashtirilishni, ishlab chiqarish jarayonining yangi ko'rinishi joriy qilinishini yoki ushbu jarayonning takomillashtirilishini, biznesni yuritishda yangi marketing yoki tashkiliy usullarning joriy qilinishini, ish o'rinlari tashkil etishni yoki tashqi aloqalar o'rnatilishini o'zida mujassamlashtirgan innovatsion faoliyatning yakuniy natijasi tushuniladi.

Buxoro viloyati misolida olib borgan izlanishlarimiz natijasiga ko'ra, 2019- yilda 172 ta korxonalar va tashkilotlar o'z kuchi bilan innovatsion mahsulotlar, ishlar, xizmatlar ishlab chiqargan. Shundan 168 tasi kichik korxonalar va mikrofirmalar faoliyatiga to'g'ri keladi.¹

1-jadval

Buxoro viloyatida o'zlashtirilgan innovatsion mahsulotlar

Ko'rsatkichlar	2019 yil, %
2019- yilda birinchi marta o'zlashtirgan	40,1
2017-2019- yillarda takomillashtirilgan	21,4
2017-2018- yillarda birinchi marta o'zlashtirgan	38,5

2-jadval

O'z kuchi bilan ishlab chiqarilgan innovatsion mahsulotlar, ishlar, xizmatlar hajmi (qqs va aktsizsiz) (mln. so'm)

Ko'rsatkichlar	2019 yil,
2019- yilda birinchi marta o'zlashtirgan	67206,9
2017-2019- yillarda takomillashtirilgan	137563,1
2017-2018- yillarda birinchi marta o'zlashtirgan	39439,0

3-jadval

2019- yilda moliyalashtirish manbalari va hududlar bo'yicha texnologik, marketing va tashkiliy innovatsiyalarga xarajatlar

Ko'rsatkichlar	2019 yil, %
Tashkilotning o'z mablag'lari	6,3
Chet el investitsiyalari	85,4
Tijorat banklarining kreditlari	8,3

Texnologik, marketing va tashkiliy innovatsiyalarga jami xarajatlar 315100,7 mln. so'mni tashkil etdi. Shundan 315062,3 mln. so'm texnologik innovatsiyalarga, 12,4 mln. so'm marketing innovatsiyalarga, 26,0 mln. so'm tashkiliy innovatsiyalarga qilingan xarajatlardir. Texnologik innovatsiya turlari bo'yicha xarajatlar 2 xil turda bo'lib, shundan 45920,1 mln. so'm mahsulotlar bo'yicha innovatsiyalarga, 269142,2 mln. so'm jarayonlar bo'yicha innovatsiyalarga to'g'ri keladi.

Buxoro viloyatida jami 49 ta tashkilotda innovatsiya joriy qilgan bo'lib, innovatsiyalar soni 175 tani tashkil qiladi. Tashkilotlar 173 ta innovatsiyani o'z kuchi bilan amalga oshirgan bo'lib, boshqa tashkilotlar bilan hamkorlikda 2 ta innovatsiya amalga oshirilgan.

2019 yilda O'zbekiston Respublikasida innovatsiyalarni joriy etgan korxonalar va tashkilotlar statistikasiga ko'ra, iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha innovatsiyalarni joriy etishda eng yuqori ulush ishlab chiqarish sanoatida kuzatilib, 51,9 % ni tashkil etmoqda.

Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, innovatsiyalarni joriy etishda eng yuqori ulushga ega bo'lgan sohalar:

- Ishlab chiqarish sanoati – 51,9 %

¹ Innovatsiya_2019_uz

- Qurilish – 6,5 %
- Qishloq o‘rmon va baliq xo‘jaligi – 2,7 %
- Axborot va aloqa – 2,4 %
- Ta‘lim – 1,1 %
- Boshqa faoliyat turlari – 35,4%

Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlariga ko‘ra, 2021 yilning 1 yanvar holatiga respublikamizda 4011 ta texnologik innovatsiyalar joriy qilingan.

Joriy qilingan texnologik innovatsiyalar tarkibida:

-mahsulotlar bo‘yicha innovatsiyalar soni – 3 017 ta

-jarayonlar bo‘yicha innovatsiyalar soni – 994 ta

Xulosa o‘rnida shuni aytish mumkinki, mamlakatimizda korxonalarining innovatsion rivojlanishi hozirda ko‘plab Evropa va Osiyo davlatlaridan orqada qolmoqda. Buning sababi juda ko‘p muammolar. Asosiy rivojlanish cheklovlari quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

1. Tadqiqot va ishlanmalar bilan shug‘ullanadigan xodimlar sonini qisqartirish. 2000 yildan 2019 yilgacha ushbu ko‘rsatkichning o‘sish sur‘ati 0,8 ni tashkil etdi va past ish haqi yosh mutaxassislarni jalb qilmaydi. Bu quyidagi muammoga olib keladi.

2. Xodimlarning chiqib ketishi. Mamlakatimizdan emigratsiya qilingan mutaxassislarning 40% dan ortig‘i yuqori malakali va iqtidorli kadrlardir. Rivojlangan mamlakatlardan kadrlar oqimi kuzatilmaganini ham ta‘kidlash joiz.

3. Moliyaviy faollikning pastligi, ya‘ni tijorat sektorida yangi bilimlarni olishga va ularni amaliyotda qo‘llashga qaratilgan faoliyatda. Ilmiy-tadqiqot xarajatlari asosan tadbirkorlar tomonidan "to‘lanadigan" ko‘plab mamlakatlardan farqli o‘laroq, mamlakatimizda iqtisodiyotning xususiy sektori xavfli va qimmat bo‘lgan texnologiyalarga qiziqmaydi. Tahlilchilarning fikricha, mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotdan ilmiy-tadqiqot ishlariga milliy xarajatlar bo‘yicha 72-o‘rinda. Etakchi o‘rinni egallagan Yaponiya bilan taqqoslaganda, mamlakatimizda xarajatlar ulushi besh baravar kam.

4. Intellektual mulk huquqlarining zaif himoyasi. 2015 yilda intellektual mulk huquqlarini himoya qilish bo‘yicha mamlakatlar reytingida mamlakatimiz Amerika va Evropa va Osiyoning aksariyat davlatlaridan keyin 81-o‘rinni egalladi va shu bilan birga Keniya, Mali, Misr va Senegal bilan bir qatorda.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. <https://erohovastitch.ru/uz/benefits-to-donors/ekonomicheskije-problemy-innovacionnogo-razvitiya-uspehi-sovremennogo-estestvoznaniya-problemy-i-tende.html>
2. Innovatsiya_2019_uz
3. SAIDOVA F. O‘ZBEKISTONDA INVESTITSION MUHIT: MUAMMO VA YECHIMLAR //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 7. – №. 7.
4. SAIDOVA F. BUXORO VILOYATIDA TURISTIK KLASTERLARNI TASHKIL ETISH: MUAMMOLAR VA YECHIMLAR //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 8. – №. 8.
5. Khurramov O. K., Fayzieva S. A., Saidova F. K. Features of electronic online market in tourism //Вестник науки и образования. – 2019. – №. 24-3. – С. 18-20.
6. Kamalovna S. F., Otabekovich B. D. Use of Outsourcing Services in Service Networks //Academic Journal of Digital Economics and Stability. – 2021. – Т. 6. – С. 236-245.
7. Rajabova M. FEATURES OF THE PRODUCTION OF TOURIST ROUTES //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 7. – №. 7.
8. Раджабова М. А. Глава 8. Перспективы развития женского паломнического туризма в Узбекистане //Инновационное развитие науки и образования. – 2021. – С. 100-110.
9. Rajabova M. O‘ZBEKISTONDA INVESTITSION FAOLLIKNI OSHIRISH YO‘LLARI VA SAMARADORLIGINI VAHOLASH //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2021. – Т. 7. – №. 7.

вилоятлари ҳамда Тошкент шаҳрига хос, бу асосан мазкур ҳудудлардаги саноатнинг, шу билан бирга, хизмат кўрсатувчи ижтимоий, бозор инфратузилманинг ривожланганлиги, шунингдек, иш ҳақиға коэффициентлар ва қўшимча ҳақларнинг жорий қилиниши билан боғлиқ.

Бизнинг фикримизча, қишлоқ жойларида яшовчи аҳоли даромадлари ва истеъмоли соҳасидаги сиёсатни қуйидагиларга йўналтириш керак:

– қишлоқ аҳолиси ҳаёти ва фаолиятининг, ишчи кучининг ислоҳ қилинаётган аграр ишлаб чиқариш талабларига мувофиқ келувчи жадал тур бўйича қайта тикланишини таъминловчи даражасини шакллантириш;

– меҳнатга ҳақ тўлашда ишлаб чиқариш шароитларини тўлароқ ҳисобга олиш;

– қишлоқ оиласи бюджети таркибини даромадларнинг ҳар хил турлари учун энг қулай шароитларни яратиш йўналишида такомиллаштириш;

– пенсионерлар, ногиронлар, болали аёллар ва қишлоқ аҳолисининг бошқа энг кам ҳимояланган қатламларини ижтимоий ҳимоялашни кучайтириш;

– қишлоқда истеъмолчилар кооперациясини, қишлоқ аҳолиси меҳнат ва тадбиркорлик фаолиятини рағбатлантирувчи ривожланган бозорини яратиш.

Ҳозирги пайтда қишлоқ жойларида яшовчи ва турли хил кластерларда ишловчи ходимларнинг ўртача жон бошига тўғри келадиган даромадлари тирикчилик минимуми даражасини ҳам таъминлашга қодир эмас. Бошқача қилиб айтганда, қишлоқ оилаларининг учдан икки қисми камбағаллик чагарасидан ташқарида турибди ва фақат шахсий ёрдамчи хўжалиқдан олинadиган озиқ-овқат маҳсулотлари ҳисобига кун кўрмоқда. Бундай ҳолат меҳнатга ҳақ тўлашнинг рағбатлантирувчи вазифаси ролини йўққа чиқарди, шу муносабат билан қишлоқ хўжалигида меҳнат унумдорлигининг пасайиши давом этмоқда. Шунинг учун меҳнатга ҳақ тўлашнинг шахсий ёрдамчи хўжалиқдан, мулкдан, (турар жой биноларини, дала ҳовли, омборларни ижарага бериш), меҳнатдан келадиган даромадларга ва шахсий ёрдамчи хўжалиқдан келадиган табиий тушумларга нисбатан аҳоли пул даромадларининг улуши қисқаришда давом этмоқда. Шу билан бирга, қишлоқда истеъмол кооперацияси тизимининг бекор қилиниши у ерда яшовчи одамларнинг даромадлари даражасига салбий таъсир қилмоқда.

Паязов М.М.	Хизмат кўрсатиш соҳаларининг рақамли трансформацияси: тенденциялар, бошқарув, стратегиялар	202
Алимжанов Н.Х.	Рақамли трансформация шароитида электрон турдаги суғурта хизматларини такомиллаштириш	206
Курбанов Ф.Г.	Цифровые технологии – важный инструмент музейной коммуникации	211
Рустамов Н.И.	Иқтисодиёт тармоқларини трансформациялашга доир назарий қарашлар ва уларнинг илмий асослари	215

4-SHO‘BA:

MINTAQAVIY VA TARMOQ IQTISODIYOTINING INNOVATSION RIVOJLANISH MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

Ивлиева О.В.	Информационная обеспеченность разделов «туризм» на туристских сайтах субъектов Северного Кавказа	220
Муталиева Л.М.	Стратегические и тактические проблемы развития кадровой политики в отельном бизнесе Казахстана	226
Рахманов С.У.	Возможности развития внутреннего туризма в Бухарской области	231
Хидирова Г.Р., Касимова Ш.М.	Роль интернета в развитии устойчивого туризма в Узбекистане	236
Таджиева С.У.	Formation of a tourist brand in the Republic of Kazakhstan	239
Акрамова Н.А. Zharkenov B.R., Mukanov A.H.	Turizmda transport xizmatlarini optimallashtirish chora tadbirlari	244
Mutaliyeva L.M. Axmatova M.E.	The role of advertising in the movement of Bukhara tourism destination	248
Bozorova S.K. Rajabov O.O.	Priorities for improving the quality of hotel services through innovative development	252
Davronov I.O. Nurov Z.S.	Turizmning axloqiy o'lchamlari	256
Yuldashev K.Sh. Radjabov O.O.	The role of culture and arts in society and the development of managerial skills of leaders in this field	260
Hamroyev H.R. Navruz-zoda L.B.	Inson kapitali va undan foydalanish samaradorligini oshirish omillari	263
Negmurodova Sh. Jo'rayeva Z.T.	The role of diversification in the world economy	267
Kamolov X. Abdullayev A.J.	Mintaqalar iqtisodiyotini innovatsion rivojlantirish istiqbollari	270
Saidova F.K. Rajabova M.A.	Tourism development strategies in the scope of carec countries initiatives	273
Djabbarov I.G. Berdiqulova S.T.	Mintaqalar va tarmoqlar iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari va istiqbollari	276
Djuraeva D.D.	Organizational and economic mechanisms for ensuring the innovative development of science and services in the conditions of the formation of an innovative economy	280
Tukhtaev T.T.	Reunite the lost ties with the help of nostalgic tourism	284
Ibragimov N.S. Khidirova G.R.	The role and importance of tourism in the development of the country and the region	286
Maxmudova N.O'.	Ta'lim turizmi mohiyati va mamlakat iqtidiyotini rivojlantirishdagi o'rni	290