



Tadqiqot **UZ**



**ЎЗБЕКИСТОН
ОЛИМЛАРИ ВА
ЁШЛАРИНИНГ
ИННОВАЦИОН
ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ТАДҚИҚОТЛАРИ
МАВЗУСИДАГИ КОНФЕРЕНЦИЯ
МАТЕРИАЛЛАРИ**

2021

- » Ҳуқуқий тадқиқотлар
- » Фалсафа ва ҳаёт соҳасидаги қарашлар
- » Тарих саҳифаларидаги изланишлар
- » Социология ва политологиянинг жамиятимизда тутган ўрни
- » Иқтисодиётда инновацияларнинг тутган ўрни
- » Филология фанларини ривожлантириш йўлидаги тадқиқотлар
- » Педагогика ва психология соҳаларидаги инновациялар
- » Маданият ва санъат соҳаларини ривожланиши
- » Архитектура ва дизайн йўналиши ривожланиши
- » Техника ва технология соҳасидаги инновациялар
- » Физика-математика фанлари ютуқлари
- » Биомедицина ва амалиёт соҳасидаги илмий изланишлар
- » Кимё фанлари ютуқлари
- » Биология ва экология соҳасидаги инновациялар
- » Агропроцессинг ривожланиш йўналишлари
- » Геология-минерология соҳасидаги инновациялар



**31 AUGUST
№31**

CONFERENCES.UZ

**"ЎЗБЕКИСТОНДА ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ТАДҚИҚОТЛАР"
МАВЗУСИДАГИ РЕСПУБЛИКА 31-КЎП ТАРМОҚЛИ
ИЛМИЙ МАСОФАВИЙ ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЯ
МАТЕРИАЛЛАРИ
9-ҚИСМ**

**МАТЕРИАЛЫ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ
31-МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ ДИСТАНЦИОННОЙ
ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИИ НА ТЕМУ "НАУЧНО-
ПРАКТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ"
ЧАСТЬ-9**

**MATERIALS OF THE REPUBLICAN
31-MULTIDISCIPLINARY ONLINE DISTANCE
CONFERENCE ON "SCIENTIFIC AND PRACTICAL
RESEARCH IN UZBEKISTAN"
PART-9**

ТОШКЕНТ-2021



УУК 001 (062)

КБК 72я43

"Ўзбекистонда илмий-амалий тадқиқотлар" [Тошкент; 2021]

"Ўзбекистонда илмий-амалий тадқиқотлар" мавзусидаги республика 31-кўп тармоқли илмий масофавий онлайн конференция материаллари тўплами, 31 август 2021 йил. - Тошкент: «Tadqiqot», 2021. - 55 б.

Ушбу Республика-илмий онлайн конференция 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегиясида кўзда тутилган вазифа - илмий изланиш ютуқларини амалиётга жорий этиш йўли билан фан соҳаларини ривожлантиришга бағишланган.

Ушбу Республика илмий конференцияси таълим соҳасида меҳнат қилиб келаётган профессор - ўқитувчи ва талаба-ўқувчилар томонидан тайёрланган илмий тезислар киритилган бўлиб, унда таълим тизимида илғор замонавий ютуқлар, натижалар, муаммолар, ечимини кутаётган вазифалар ва илм-фан тараққиётининг истиқболдаги режалари таҳлил қилинган конференцияси.

Масъул муҳаррир: Файзиев Шохруд Фармонович, ю.ф.д., доцент.

1. Ҳуқуқий тадқиқотлар йўналиши

Профессор в.б., ю.ф.н. Юсувалиева Рахима (Жахон иқтисодиёти ва дипломатия университети)

2. Фалсафа ва ҳаёт соҳасидаги қарашлар

Доцент Норматова Дилдора Эсоналиевна (Фарғона давлат университети)

3. Тарих саҳифаларидаги изланишлар

Исмаилов Ҳусанбой Маҳаммадқосим ўғли (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Таълим сифатини назорат қилиш давлат инспекцияси)

4. Социология ва политологиянинг жамиятимизда тутган ўрни

Доцент Уринбоев Хошимжон Бунатович (Наманган муҳандислик-қурилиш институти)

5. Давлат бошқаруви

Доцент Шакирова Шохида Юсуповна (Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети)

6. Журналистика

Тошбоева Барнохон Одилжоновна (Андижон давлат университети)

7. Филология фанларини ривожлантириш йўлидаги тадқиқотлар

Самигова Умида Хамидуллаевна (Тошкент вилоят халқ таълими ходимларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш ҳудудий маркази)



8.Адабиёт

PhD Абдумажидова Дилдора Рахматуллаевна (Тошкент Молия институти)

9.Иқтисодиётда инновацияларнинг туган ўрни

Phd Вохидова Мехри Хасанова (Тошкент давлат шарқшунослик институти)

10.Педагогика ва психология соҳаларидаги инновациялар

Турсунназарова Эльвира Тахировна (Навоий вилоят халқ таълими ходимларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш ҳудудий маркази)

11.Жисмоний тарбия ва спорт

Усмонова Дилфузахон Иброхимовна (Жисмоний тарбия ва спорт университети)

12.Маданият ва санъат соҳаларини ривожлантириш

Тоштемиров Отабек Абидович (Фарғона политехника институти)

13.Архитектура ва дизайн йўналиши ривожланиши

Бобохонов Олтибой Раҳмонович (Сурхандарё вилояти техника филиали)

14.Тасвирий санъат ва дизайн

Доцент Чариев Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

15.Муסיқа ва ҳаёт

Доцент Чариев Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

16.Техника ва технология соҳасидаги инновациялар

Доцент Нормирзаев Абдуқайом Раҳимбердиевич (Наманган муҳандислик-қурилиш институти)

17.Физика-математика фанлари ютуқлари

Доцент Соҳадалиев Абдурашид Мамадалиевич (Наманган муҳандислик-технология институти)

18.Биомедицина ва амалиёт соҳасидаги илмий изланишлар

Т.ф.д., доцент Маматова Нодира Мухтаровна (Тошкент давлат стоматология институти)

19.Фармацевтика

Жалилов Фазлиддин Содиқович, фарм.ф.н., доцент, Тошкент фармацевтика институти, Дори воситаларини стандартлаштириш ва сифат менежменти кафедраси мудири

20.Ветеринария

Жалилов Фазлиддин Содиқович, фарм.ф.н., доцент, Тошкент фармацевтика институти, Дори воситаларини стандартлаштириш ва сифат менежменти кафедраси мудири

21.Кимё фанлари ютуқлари

Раҳмонова Доно Қаххоровна (Навоий вилояти табиий фанлар методисти)



22. Биология ва экология соҳасидаги инновациялар

Йўлдошев Лазиз Толибович (Бухоро давлат университети)

23. Агропроцессинг ривожланиш йўналишлари

Доцент Сувонов Боймурод Ўралович (Тошкент ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш мухандислари институти)

24. Геология-минерология соҳасидаги инновациялар

Phd доцент Қаҳҳоров Ўктам Абдурахимович (Тошкент ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш мухандислари институти)

25. География

Йўлдошев Лазиз Толибович (Бухоро давлат университети)

Тўпламга киритилган тезислардаги маълумотларнинг хаққонийлиги ва ақтибосларнинг тўғрилигига муаллифлар масъулдир.

© Муаллифлар жамоаси

© Tadqiqot.uz

PageMaker\Верстка\Саҳифаловчи: Шахрам Файзиев

Контакт редакций научных журналов. tadqiqot.uz
ООО Tadqiqot, город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of tadqiqot.uz
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000

ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ
ТУТГАН ЎРНИ

1. Шипилова Юлия Олеговна ЗАРУБЕЖНЫЕ НЕФТЕГАЗОВЫЕ КОМПАНИИ: ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ.	7
2. F.E.Jomonqulova, M.Q.Nizomov MASOFAVIY TA'LIMDA AXBOROT-KOMMUNIKATSION TECHNOLOGIYALARNING O'RNI	9
3. Каланова Мохигул Бахритдиновна ОВҚАТЛАНТИРИШ ХИЗМАТИ ТУРИЗМ ФАОЛИЯТИНИНГ МУҲИМ ҚИСМИДИР	12
4. Қаландаров У.Х., Шодиярова К.Х МИНТАҚАВИЙ ТУРИСТИК ВА РЕКРЕАЦИОН ҲУДУДЛАР ИНВЕСТИЦИОН ИМИ- ЖИНИНГ ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ АМАЛИЁТИ	14
5. Маматкулова Шоира Джалоловна РОЛЬ МАРКЕТИНГА В БИЗНЕСЕ.....	18
6. Қаландаров У.Х., Шодиярова К.Х САМАРКАНД ВИЛОЯТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИДА ТАЛАБНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА СОТИШНИ РАҒБАТЛАНТИРИШ	21
7. А.К. Абдуллаев РОЛЬ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ	25
8. Қаландаров У.Х., Шодиярова К.Х. МОДЕЛЬ ОПТИМАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА ТУРИСЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ	27
9. Мухаммадиев Камолiddин Ғуломиддинович ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА ФОЙДАНИ ШАКЛЛАНИШИ ВА УНДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ЗАРУРИЯТИ	33
10. О.М.Пардаев, У.Сагдуллаев ЎЗБЕКИСТОНДА ДАВЛАТ ХИЗМАТЛАРИ КЎРСАТИШ МИЛЛИЙ ТИЗИМИНИ ЖАДАЛ РИВОЖЛАНТИРИШ	35
11. О.М.Пардаев, У.Сагдуллаев «ЯГОНА ДАРЧА» ТАМОЙИЛИ БЎЙИЧА ДАВЛАТ ХИЗМАТЛАРИ КЎРСАТИШ.....	38
12. Бекмуродов Аббос Амириддинович ДЕПОЗИТЛАР – ИККИ ТОМОН УЧУН ҲАМ ФОЙДАЛИ.....	41
13. Мухаммадиев Камолiddин Ғуломиддинович ТИЖОРАТ БАНКЛАРИНИНГ ИНВЕСТИЦИЯ ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ РОЛИ.....	43
14. Мухиддин Абдуллаевич Қурбонов «ЎЗБЕКИСТОНДА БЮДЖЕТДАН ТАШҚАРИ МАҚСАДЛИ ЖАМҒАРМАЛАР МАБЛАҒЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА ФОЙДАЛАНИШ АМАЛИЁТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ.» (ПЕНСИЯ ЖАМҒАРМАСИДАН ТАШҚАРИ).....	45
15. Қурбонов Мухиддин Абдуллаевич БЮДЖЕТДАН ТАШҚАРИ МАБЛАҒЛАРНИНГ БЮДЖЕТДАН МОЛИЯЛАШТИРИШ УСУЛЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ	49
16. Urunova Dildora MARKETING. THE ROLE AND RELEVANCE OF MARKETING IN OUR LIFE	53



ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

ЗАРУБЕЖНЫЕ НЕФТЕГАЗОВЫЕ КОМПАНИИ: ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ.

Шипилова Юлия Олеговна
Ташкент, Узбекистан
СП ООО «Jizzah Petroleum»,
начальник тендерного отдела

Аннотация: В статье изучен опыт развития зарубежных нефтегазовых компаний, на основе которого можно определить возможности его практического применения на рынке Узбекистана. Изучение зарубежной теории и практики развития нефтегазового рынка имеет большое значение для узбекских нефтяных и газовых компаний. Практические разработки в этой области могут стать эффективным инструментом для поиска конкурентных преимуществ для предприятий страны.

Ключевые слова: нефтегазовая отрасль, Организации стран экспортеров нефти, международные нефтяные компании, мировые запасы нефти, нефтяные компании, ТНК.

Одним из важных событий, изменивших положение на мировых рынках нефти после второй мировой войны, было создание в 1960г. Организации стран экспортеров нефти (ОПЕК), которая поставила перед собой задачу постепенно ограничить деятельность международных нефтяных компаний (МНК) в области добычи нефти первоначально путем увеличения доли нефтедобывающих стран в доходах монополий, а затем и непосредственным своим участием во всех производственных операциях от разведки до сбыта готовой продукции.

В нефтяной промышленности зарубежных стран сложилось три группы нефтяных компаний, находящихся в состоянии конкурентной борьбы между собой и внутри групп. К первой группе относится очень небольшое число транснациональных нефтяных компаний США и ряда стран Западной Европы, к которым можно отнести ExxonMobil, Conoco Philips, ChevronTexaco, Marathón Oil, BP, Royal Dutch/Shell, Total; ко второй группе - государственные нефтяные компании развивающихся стран (прежде всего стран-членов ОПЕК) такие как Saudi Arabia SA, National Iranian, Iraq National, Kuwait Petroleum, Abu Dabi National, Petroleos Venezuela, Petrobras, PetroChina, Statoil; и к третьей - многочисленные нефтяные компании, находящиеся за пределами первых двух групп.

В результате национализации и установления суверенитета над своими нефтяными ресурсами основные запасы нефти оказались под контролем государственных национальных нефтяных компаний.

При общих объемах запасов нефти в мире по данным ОПЕК на 2019 год, составил 1550,736 млрд. баррелей. Из них в США 52,637 млрд. баррелей (3,39 %), в России 80,000 млрд. баррелей (5,16%) и в Узбекистане 0,594 млрд. баррелей (0,004%).

В распоряжении самой крупной нефтяной корпорации США ExxonMobil находится всего 1,65 млрд.т. запасов нефти, что почти в 22 раза меньше запасов, имеющихся у государственной компании Saudi Arabia Oil Co, располагающей запасами в 35,53 млрд.т.

Вторая по объему доходов нефтяная корпорация США ChevronTexaco располагает еще меньшими запасами нефти, чем ExxonMobil. Соответственно в списке крупнейших нефтяных компаний мира корпорация ExxonMobil занимает 12 место и ChevronTexaco -15 место.

Из западноевропейских нефтяных корпораций английская British Petroleum занимает по запасам нефти 18-е место, французская компания Total SA - 19 место и англо-голландская компания Royal Dutch/Shell - 21 место.

Самая крупная нефтяная компания России Роснефть с запасами в 3,4 млрд.т. занимает 9-е место после крупнейших государственных компаний стран-членов ОПЕК.



Концентрация основных мировых запасов нефти в руках небольшой группы государственных нефтяных компаний (прежде всего стран-членов ОПЕК) оказывает огромное влияние на особенности функционирования и тенденции развития, как самих государственных компаний, так и ведущих нефтяных корпораций США и Западной Европы.

Благодаря тому, что в руках крупнейших государственных нефтяных компаний стран-членов ОПЕК сосредоточены колоссальные ресурсы нефти и газа, в ближайшее десятилетие можно будет наблюдать усиление их позиций в контроле за конъюнктурой мирового рынка нефти и газа, укрепление их деятельности за пределами своих стран в разведке и добыче нефти.

Усиление позиций государственных компаний коснется и перерабатывающие отрасли (переработка нефти и газа, нефтехимия), а так же сбыта готовой продукции.

Крупнейшие же ТНК промышленно развитых стран, хотя и обладают незначительными запасами нефти и газа, однако, они имеют в своем активе мощный интеллектуальный капитал, технический и научный потенциалы, дающие конкурентные преимущества перед крупнейшими национальными компаниями. Этому мощному интеллектуальному потенциалу присущи свои ограничения: он не имеет цены, если не находит приложения в разведке и добыче нефти и газа. В сложившихся условиях этот потенциал не может не передаваться государственным нефтяным компаниям и в ближайшее десятилетие потенциал последних может сравняться или даже опередить технический и научный уровень ведущих транснациональных компаний.

Накопленный в развитых странах интеллектуальный потенциал, прогрессивные технологические решения в области нефтегазовой промышленности все более активно осваиваются представителями государственных нефтегазовых компаний. При наличии дефицита квалифицированных кадров в нефтегазовой промышленности США число студентов в Техасском университете, приехавших из стран, где ведётся активная добыча и экспорт нефти и газа, за последние 10 лет значительно увеличилось и составляет 70-83%.

Научный и технический потенциал передаются в государственные компании путем создания совместных предприятий с ведущими ТНК для разработки нефтегазовых месторождений, требующих больших капитальных вложений и наличия высокотехнологичного оборудования.

Принимая участие в совместной разработке месторождений в странах Ближнего Востока крупные транснациональные компании приносят передовые технические стандарты, высокие требования в использовании современного оборудования. Таким образом, происходит заимствование передового научно-технического и интеллектуального ресурсов государственными компаниями, позволяющее последним создавать собственные высокотехнологичные лаборатории и научно-исследовательские центры.

Наличие потенциала у крупных нефтегазовых компаний международного уровня обуславливается так же тем, что имеются условия привлечения лучших специалистов, последних научных и технических разработок, развита информационная сеть и широко распространено понятие обмена опытом, пример которого демонстрируют большинство западных нефтегазовых компаний, таких как Shell, BP, ExxonMobil, ChevronTexaco. В таких компаниях проведение частых круглых столов по определенной заранее выбранной тематике является закономерностью и проводится обычно в центральных офисах и штаб квартирах компаний представленных либо в Лондоне, Гааге, либо в одной из стран Ближнего Востока или ЮВА.

По своей структуре западные частные, а также национализированные компании имеют схожие структуры образования и управления. Западные компании имеют более сложную и многоуровневую дивизиональную структуру.

Список литературы:

1. Азиева Р.Х. Зарубежный опыт управления нефтяным комплексом / Р.Х. Азиева // Молодой ученый. – 2013. – № 3. – С. 189-195.
2. Базалева Р.В. Зарубежная и российская нормативная база освоения месторождений Арктики / Р.В. Базалева, Н.А. Пименова // Нефтепромысловое дело. – 2015. – № 4.
3. Кородюк И.С. Проблемы применения зарубежного опыта в государственном регулировании нефтегазового комплекса России / И.С. Кородюк, С.Е. Трофимов // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2015. – Т. 25. – № 1. – С. 103-109.
4. Павленко В.И. Регулирование сферы недропользования в приарктических странах (США, Канаде, Норвегии) / В.И. Павленко, Ю.Г. Селюков // Арктика: экология и экономика. – 2013. – № 3. – С. 50-57.



MASOFAVIY TA'LIMDA AXBOROT-KOMMUNIKATSION TEKNOLOGIYALARNING O'RNI

F.E.Jomonqulova

Samarqand iqtisodiyot va
servis instituti dotsenti, t.f.n
e-mail: fazilat_72@mail.ru

M.Q.Nizomov

Samarqand iqtisodiyot va
servis instituti talabasi, IK-519

Annotasiya: Maqolada masofaviy o'qish – bu yangi axborot texnologiyalari, telekommunikatsiya texnologiyalari va texnik vositalariga asoslangan ta'lim tizimi va u ta'lim oluvchiga ma'lum standartlar, hamda ta'lim qonun – qoidalari asosida o'quv shart –sharoitlari va o'qituvchi bilan muloqotni ta'minlab berib, o'quvchidan ko'proq mustaqil ravishda shug'ullanishni talab qilishi, bunda o'qish jarayoni ta'lim oluvchini qaysi vaqtda va qaysi joyda bo'lishiga bog'liq emas haqida so'z yuritiladi.

Kalit so'zlar: "Ta'lim" Axborot tizimi kompleksi, "Masofaviy ta'lim" tushunchasi, Learning Management Systems – LMS, Virtual Learning Environments – VLE, LMS Moodle tizimi, «Test» moduli, GIFT.

Аннотация: Дистанционное обучение - это система образования, основанная на новых информационных технологиях, телекоммуникационных технологиях и технических средствах, и она основана на определенных стандартах для учащегося, а также образовательных условиях и правилах обучения. Обеспечивающая общение с учащимся и требующая учащийся должен практиковаться более независимо, тогда как процесс обучения не зависит от того, когда и где находится учащийся.

Ключевые слова: Комплекс информационных систем «Образование», концепция «Дистанционное обучение», системы управления обучением - LMS, виртуальные среды обучения - VLE, система LMS Moodle, модуль «Тест», ПОДАРОК

Annotation: Distance learning is an education system based on new information technologies, telecommunication technologies and technical means, and it is based on certain standards for the student, as well as educational conditions and rules of education. 'providing communication with the learner and requiring the learner to engage more independently, whereas the learning process does not depend on when and where the learner is.

Key words: Education Information System Complex, Distance Learning Concept, Learning Management Systems - LMS, Virtual Learning Environments - VLE, LMS Moodle System, Test Module, GIFT

O'zbekiston mustaqillikka erishgach, hayotimizning barcha jabhalarida bo'lganidek, ta'lim tizimida ham juda katta islohotlar amalga oshirildi, ayniqsa, ta'lim-tarbiya jarayoniga zamonaviy axborot kommunikatsion texnologiyalarini olib kirish, ta'limni kompyuterlashtirish muammolarini hal qilish alohida ahamiyat kasb etadi. Oliy ta'lim tizimida ijodkorlik va tashabbuskorlik qobiliyatiga ega bo'lgan, yuksak malakali, yangi texnika va texnologiyalarga tez moslanishga layoqatli, kelajakda kasbiy va hayotiy muammolarni mustaqil hal qila oladigan kadrlarni tayyorlashda ta'lim jarayonida fanlar bo'yicha zamonaviy o'qitish metodlarini yaratish va ular bilan fan manbalarini ta'minlash muhim ahamiyatga ega.

Hozirgi kunda multimediya vositalaridan foydalangan masofaviy ta'limni tashkil qilish, o'rganuvchilarning mustaqil fikrlashlari va bilim olishlari sifatini yaxshilaydi.

Rivojlangan davlatlarda ta'lim tizimining rivojlanib borishi tahlilidan shuni ko'rish mumkinki, zamonaviy axborot va telekommunikatsion texnologiyalarning rivojlanib borishi bilan bir qatorda masofaviy o'qitish modeli ham shakllanib bormoqda.

Ta'lim muammolari bilan shug'ullanuvchi mutaxassislar masofaviy ta'limni XXI asrdagi ta'limning asosiy shakllaridan biri deb hisoblamoqdalar. Shuning uchun masofaviy ta'lim hozirgi paytda yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash hamda insonlarning bilim olishga nisbatan ehtiyojlarini qondirishning samarali tizimiga aylanib bormoqda [1.37].

Masofaviy o'qitishning asosiy shakllaridan biri axborot texnologiyalaridan foydalanish bo'lib,



u dasturlangan ta'lim g'oyasini rivojlantiradi, ta'lim texnologik variantlarining hali o'rganilmagan yangi qirralarini ochadi. Axborot texnologiyalari - bu o'quvchiga axborotni tayyorlash va uzatish jarayoni bo'lib, uning vositasi kompyuter hisoblanadi [1.49].

Masofaviy ta'lim jarayonidagi ta'lim tizimini boshqaruvchi dasturiy mahsulot bo'lgan LMS (Learning Management System) tizimlaridan foydalangan holda tashkil etish mumkin [2.184].

Bunday e-learning sistemalarni, ko'pincha, boshqaruv ta'limoti (Learning Management Systems - LMS) yoki virtual yaratish qurollari (Virtual Learning Environments - VLE) deb ataladi. LMS - bu nafaqat onlayn-kurslarni tuzish va ishlash, balki, uning yordamida o'quv veb saytlari bilan ishlash uchun mo'ljallangan malumotlar omboridir.

LMS tizimi masofali o'quv jarayonida keng qamrovli imkoniyatlar va o'quv jarayonida qo'l keladigan ko'plab o'quv materiallarining keng ko'lamda yoritilishi, bilim saviyasini tekshirish va boshqaruvida ishlash imkonini yaratadi. Hozirgi vaqtda LMS tizimi jahonning yirik universitetlarida qo'llab kelinmoqda. LMS tizimida taxminan 2 mln nafar faoliyat olib boruvchilar qayd etilgan, 200-ta davlatda 70-tildagi 46 ming o'quv portallari va 300 nafar dasturchi-ishlab chiqaruvchilar faoliyat olib bormoqda [3.104].

LMS yordamida bir o'qituvchining yetarlicha sa'y-harakatlari bilan elektron o'quv kursini yaratish mumkin. LMS kurslarini yaratish uchun avvalambor ma'ruza matnlari, amaliy va laboratoriya ishlari, taqdimotlar, audio va video uchun materiallar tayyor bo'lsa, ularni LMS ga yuklashingiz mumkin. LMS da elektron ma'lumotlaringizni joylashtirish va o'z kursingizni yaratish juda oson. LMS tarkibida «Test» moduli mavjud bo'lib, u uning nisbatan murakkab qismlaridan biri hisoblanadi.

Ta'lim jarayonida teskari aloqa ta'lim muhitining juda muhim bo'lgan qismi bo'lsa, natijaviy baholar esa ta'limning zaruriy qismlaridan biri hisoblanadi. Test yaxshi loyihalangan bo'lib, o'quvchilar manbani kerakli darajada o'zlashtirib olishlari uchun o'qituvchiga zarur bo'lgan ma'lumotlarni taqdim qiladi. Agar teskari aloqa yetarlicha tezkor bo'lsa, u holda uning yordamida o'zlarining ishini baholash va keyingi faoliyatini belgilab olish imkonini berishi mumkinligi sababidan test jarayoni o'quvchilar uchun zarur bo'lgan qurolga aylanishi mumkin [3.107].

Test moduli 2 ta komponent (qism, jihoz) dan tashkil topgan: test va savollar ombori. Test savollar bazasidan qo'shilgan turli tipdagi savollardan tashkil topadi. Har bir urinish avtomatik ravishda belgilanadi. O'quvchi testni tugatganidan so'ng test savollariga to'g'ri javoblarni ko'rishi mumkin. Bundan tashqari ushbu modulga o'qituvchiga baho qo'yish uskunasi tegishlidir.

Savollar turli tipda berilishi mumkin. Masalan: bir variantli javobi bilan, ko'p variantli javobi bilan va javob yozish imkoniyati borligi. Bundan tashqari o'quvchilar mazkur savol-javobini tushuntirib berishlari mumkin. Masofali kursni loyihalashda savollar omborini bo'limlar, semestrlar va boshqa tashkiliy sxemalar kabi mavjud mavzularda yaratish mumkin.

Test elementlari test topshiriqlari majmuini yaratish imkonini beradi. Testlar topshiriqlari to'g'ri - noto'g'ri, qisqa matnli javob, yozishmalar, insho va boshqalarni tashkillashtirishda ko'mak beradi. Barcha savollar ma'lumotlar bazasida saqlanadi va keyinchalik o'sha kursda (yoki boshqalarda) qayta ishlatilishi mumkin. Sinovlar o'qituvchilar tomonidan (to'g'ri javoblarni ko'rsatish) yoki nazorat qilish (baholash) bo'lishi mumkin.

To'g'ridan-to'g'ri LMS Moodle tizimida savollar bankini yaratish jarayoni juda ko'p vaqt va internetga doimiy ulanishni talab qiladi. O'qituvchining ishini yengillashtirish va savollar bankini offlayn tayyorlash uchun GIFT test formatidan foydalanish juda qulaydir, bu nafaqat testlarni offlayn tayyorlash, balki uni tayyorlab bo'lgandan so'ng LMS ga yuklash imkoniyatini ham beradi.

O'quvchining xotirasini GIFT formatidagi funksiyalar va maxsus belgilar bilan zeriktirmaslik uchun Microsoft Wordda yaratilgan maxsus shablonni ishlatish tavsiya etiladi. Ushbu shablon savollar banki tezkor tayyorgarlik jarayonini sezilarli darajada tezlashtiradi.

Yuqoridagilardan tashqari ta'limni joriy etishning navbatdagi bosqichi birgalikda ishlashga qaratilgan LMS elementlaridan foydalanish hisoblanadi. Tizimda ushbu vositalar uchun ko'plab uskunalar taqdim etiladi: wiki, glossariylar, bloglar, forumlar, seminarlar va h.k. Shu bilan birga o'quv mashg'ulotlarini assinxron tarzda, materiallarni o'z sur'atida, real vaqtda, onlayn ma'ruzalar va seminarlarni tashkillashtirganda har bir talaba ishtiroki amalga oshirilishi mumkin. Forumlarda guruhlar haqida munozaralar o'tkazish, xabarlarini baholash, ularga har qanday formatdagi fayllarni qo'shish mumkin. Shaxsiy xabarlar va sharhlarda - muallim bilan muayyan muammolarni shaxsan muhokama qilish imkoniyati mavjud. Suhbat davomida, munozaralar real vaqtda amalga os-



hiriladi. Xabarnomalar barcha kursiy ishtirokchilarga yoki shaxsiy guruhlariga zudlik bilan joriy voqealar haqida ma'lumot beradi: har bir talabaga yangi topshiriq haqida yozishingiz shart emas, guruh avtomatik ravishda xabarnomalar oladi.

Ushbu tizim ta'lim sifatini nazorat qilish vositalariga ega. LMS har bir talabaning portfelini yaratadi va saqlaydi: uning taqdim etgan barcha ishi, o'qituvchining mulohazalari va izohlari, forumdagi xabarlar va x.k. LMS- tarmoqdagi talabalarning faoliyatiga "tashrif buyurish"ni va ilmiy ishlarning davomiyligini nazorat qilish imkonini beradi. Natijada, o'qituvchi talabalar

to'g'risidagi statistikasi to'plashi mumkin: kim nimani yuklab olgan, qaysi uy vazifalari bajarilgan, yechgan testi qanday baholangan x.k. Shunday qilib, o'qituvchilar mavzuni qanday o'zlashtirganligini tushunib yetadi va shu bilan birgalikda qo'shimcha o'rganish uchun materiallar ham taklif qila oladi.

LMS dan muvaffaqiyatli foydalanish uchun texnik vositalar bilan bir qatorda quyidagi tashkiliy masalalarni hal qilish kerak:

- oliy ta'lim muassasasining elektron o'quv jarayonini qo'llab-quvvatlash maqsadida axborot va o'quv muhitini tayyorlash;
- elektron muhitda o'qitish uslublarini ishlab chiqish, kompyuter texnologiyalari sohasida malakali kadrlar tayyorlashning tizimini jadallashtirish;
- o'quv materiallari bilan elektron ta'lim olishni yetarli darajada ta'minlash;
- elektron o'qitish uchun o'qituvchilar tayyorlash;
- o'qituvchilar tomonidan istiqbolli va tizimdan foydalanish zarurligi;
- oliy ta'lim muassasasida axborotlashtirishning multifaktor vazifalarini hal etish uchun yetarli darajada yuqori malakali dasturchilar mavjudligi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Abramkin G.P., Tokareva O.V. O'piti ispolzovaniya elektronix obuchashayushix sredstv na prakticheskix zanyatiyax po informatike v VUZE. http://nnz.newmail.ru/dis_psi.htm
2. Abdukadirov A.A., Eshnazarova M.Yu. Elektronnie uchebniki v sisteme distansionnogo obrazovaniya // Pedagogika jene psixologiya. - Almata, 2010. №4. B.184-187.
3. Abdukadirov A.A., Pardayev A.X. Masofali ukitish nazariyasi va amaliyoti. T.: Fan, 2008. B.104, 107..



ОВҚАТЛАНТИРИШ ХИЗМАТИ ТУРИЗМ ФАОЛИЯТИНИНГ МУҲИМ ҚИСМИДИР

Каланова Мохигул Бахритдиновна.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, стажёр
тадқиқотчиси. Ўзбекистон. Самарқанд.
email: kalanova_moxigul@mail.ru

Аннотация: ушбу мақола кейинги йилларда мамлакатимизда туризм соҳасини ривожланиши, туристларни овқатлантиришга бўлган талабларини максимал даражада қондириш масалаларига бағишланган ҳамда таклиф ва тавсиялар келтирилган.

Калит сўзлар: хизмат, овқатлантириш, ресторан, савдо заллари, сифат, ассортимент.

Аннотация: Данная статья посвящена развитию туризма в стране в последние годы, максимальному удовлетворению потребностей туристов в питании, а также предложениям и рекомендациям.

Ключевые слова: сервис, кейтеринг, ресторан, торговые залы, качество, ассортимент.

Annotation: This article is devoted to the development of tourism in the country in recent years, the maximum satisfaction of the needs of tourists in nutrition, as well as suggestions and recommendations.

Keywords: service, catering, restaurant, trade halls, quality, assortment

Мамлакатимизда кейинги беш йилларда туризм соҳасини жадал ривожланиши сайёҳларга хизмат кўрсатиш соҳасини ҳам ривожланишига туртки бўлмоқда. Бундай суръатда туризм соҳасининг ривожланиши албатта умумий овқатланишни ҳам ривожланишида муҳим ўрин тутмоқда. Инсоният борки, унинг биринчи эҳтиёжи овқатланишга бўлган эҳтиёждир. Демак ҳар бир инсон овқатланиш корхонасидан фойдаланишга мажбур. Шу жумладан туристлар ҳам. Сабаби ҳар бир инсон доимо ҳам овқатланиши учун озиқ-овқат маҳсулотларини ўзлари билан олиб юриш имкониятига эга эмас. Шунинг учун ҳам туризм соҳасида асосий хизмат турларидан бири овқатлантириш хизмати ташкил этади десак муболаға бўлмайди.

Туристларни овқатланиш корхоналарида қабул қилиш муҳим аҳамиятга эгадир. Чунки чет эллик туристларга одатда овқат ейишни ташкил қилиш алоҳида залларда ёки умумий залнинг чегараланган қисмида амалга оширилиб уларга хизмат кўрсатиш жуда ҳам эътибор ва дид билан тайёрланган жойларда бўлиши керак.

Туристларни ресторан ҳудудида овқатланиш жараёни ресторан биносидаги савдо заллари ва қўшимча ёрдамчи хоналарни тартибга келтириш, стол ва стулларни қабул қилинган тартибда қўйиш, идиш-товоқ олиш, столларга дастурхонни ёйиш, тушлик столларини ва официантларни ишга тайёрлаш жараёнлари киради. Ресторан ишни ташкил қилиш унинг биносини ички ва ташқи кўринишини гўзал бўлиши ва ресторан очилишига қадар тайёр бўлиши керак.

Шунингдек, туристларни турли хилдаги сервислардан фойдаланиши учун имкониятни яратиб қўйиш керак. Туристларни қабул қилиш ва уларга сифатли хизмат кўрсатиш мақсадида ходимлар ресторан корхонасидаги мебелларни жойланишига ҳам эътибор қаратиш керак, столларни тўғри чизиқ ёки шахмат тартибида ўрнатиш, ўрталаридан бемалол юра оладиган бўлиши, шунингдек бошқа жиҳозларни ҳам туристларни хоҳиш иродаси, қайси юртдан келаётганини ва ҳоказоларни ҳисобга олган қўйилишини таъмин этиш керак.

Халқаро туристларни овқатлантириш туризм фаолиятида туристлар учун хизмат кўрсатишнинг муҳим қисмини ташкил этади. Шунинг учун ҳам туристлар учун хизмат кўрсатиш тури икки қисмдан иборат: биринчиси – ошхона ва бошқа озиқ-овқатларни сифати ва ассортименти, иккинчиси – озиқ-овқат ва хизматларни истеъмолчиларга сотишда сифат жараёнини такомиллаштиришдир. Сифат ва ассортимент умумий овқатлантириш корхоналарининг турига ва уни турли категорияларига қарамасдан барча учун бир хил аҳамиятга эгадир.

Озиқ-овқат ва хизматларни туристларга сотиш ва истеъмолчиларни талабларини қондириш шартларидан бири бу ўз вақтида маҳсулотларни сотиш ва барча талаб қилинган хизматларни қондиришдан иборатдир. Масалан корхонада ёки меҳмонхоналарда тез хизмат кўрсатиш ҳал қилувчи аҳамиятга эга бўлиб, буларга буюртма қилинган таомнинг столга



берилиши тезлиги ва хўрандининг ўзини-ўзига хизмат қилиши киради. Ресторанларда эса хизмат қилиш сифати меҳнат турлари яъни ходимларни қайси хизмат билан шугулланишга боғлиқ бўлади. Буларга маъмурий хизмат, официантлар, гардеробдагилар ва бошқалар шу хизмат кўрсатувчилар қаторига киради.

Овқатланиш соҳасида бу фаолиятининг хизмат кўрсатиш сифати ва кўрсаткичлари қўйидагилардан иборатдир:

- бериладиган таом, десертнинг иссиқ совуқлиги ва таом сифатини юқори даражада ташкил этиш;
- ресторанда бериладиган таомлар ассортиментининг турли-туманлиги, ичимлик ва бошқа маҳсулотлар тури бўйича мижозларга мос келиши;
- овқатланиш жараёнида хизмат кўрсатилаётган шахсга нисбатан тез ва хушмуомала бўлиш, меню-карточкаларидан харидорнинг ўзи фойдаланиши, харидорлар талаб-эҳтиёжларига хушёр бўлиб туриш лозим; Буюртмачининг буйруғини бажарилиш тезлиги ва овқатланиб бўлгандан сўнг таом ҳақини тўлаш усулини қўллаш;
- таом истеъмол қилинадиган вақтда хўрандаларга хизмат кўрсатиш, официантларни вино ва ичимликларни рюмка ва фужерларга куйиш, улар столига хизмат кўрсатиш жараёнида официантлар барча қоидаларга риоя қилиши шарт;
- залдаги тозалик ва шинамлиқни таъминлаш, маданий инсон дидига жавоб бериши, хизмат кўрсатиладиган шахсларга залларда бошқа шароитлар яратиши зарур; шахсий гигиена, ташқи кўриниш ресторан категорияларига жавоб бериши керак.

Таом ва ичимликларни сертификация асосида ва белгиланган нархларда истеъмолчиларга етказишдан иборатдир.

Ҳозирги иқтисодий модернизациялаш жараёнлари амалга оширилаётган бир пайтда иқтисодиётнинг асосий қисмини хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари эгалламokban. Уларнинг улуши ялпи ички маҳсулотда, иқтисодиётда банд бўлганларнинг таркибида, давлат бюджетига тўланадиган солиқларда, янги иш ўринларини яратиш каби энг муҳим масалаларда муттасил ошиб бормokban ва келажакда ҳам бу жараённинг давом этиши ҳукукий-меъёрий ҳужжатлар билан мустаҳкамланokban.

Мамлакатимизга ташриф буюрувчи туристлар мавсумий даврда келганликлари учун биз уларга доимий шаклда хизмат кўрсата олмаймиз. Шунинг учун биз фаолият муддатига кўра йилнинг маълум мавсумларида, куннинг аниқ бир овқатланиш даврида туристларга хизмат кўрсатамиз. Бундан кўриниб турибдики, туризм фаолиятида овқатлантириш хизматининг ўрни ҳам беқиёсдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Оборудование предприятий общественного питания: Тепловое оборудование. Учеб. пособие / М.П.Могильный, Т.В.Калашнова, А.Ю.Баласаян; Под ред. М.П.Могильного. – М.: Издательский центр “Академия”, 2004. – 192 с.
2. Шарипов Т.С., Абдукаримов Б.А. Умумий овқатланиш: ҳолати, муаммо ва ечимлар. Монография. -Тошкент: Иқтисодиёт, 2011.
3. Қ.Ж.Мирзаев, З.И. Равшанов. Умумий овқатланиш хизматларини ташкил этишнинг муҳим хусусиятлари Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 3, май-июнь, 2017 йил.
4. Т.Худайшукуров, И.Х.Шукуров “Овқатланиш корхоналарида санитария ва гигиена”. Олий ўқув юртлари учун Дарслик. Тошкент-2012 йил.



МИНТАҚАВИЙ ТУРИСТИК ВА РЕКРЕАЦИОН ҲУДУДЛАР ИНВЕСТИЦИОН ИМИЖИНИНГ ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ АМАЛИЁТИ

Қаландаров У.Х.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Олий математика кафедраси доценти, т.ф.н.

Шодиярова К.Х.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Ахборот технологиялари кафедраси ўқитувчиси

Аннотация: Мақолада ҳудудий туристик марказларни ривожланиш тенденциялари ўрганилиб, туризм индустриясига инвестицияларни жалб қилишнинг асосий йўналишлари белгилаб берилган. Тармоқнинг инвестицион жозибадорлигига мавжуд ёндашувларнинг таҳлили амалга оширилиб, ушбу категорияга таъсир этувчи омиллар таснифи келтирилган. Инвестиция рентабеллигини ошириш мақсадида ҳудуднинг имижини ошириш масаласига алоҳида ёндашилган.

Калит сўзлар: инвестициялар, инвестицион жозибадорлик, инвестицион жараёнлар ва босқичлар, туристик минтақавий ҳудуд, минтақанинг туристик ва рекреацион ҳудудлари, туристик имиж.

Аннотация: В статье рассматриваются тенденции развития региональных туристских центров и определяются основные направления привлечения инвестиций в туристическую отрасль. Проведен анализ существующих подходов к инвестиционной привлекательности сети, представлена классификация факторов, влияющих на данную категорию. В целях повышения доходности инвестиций отдельно рассматривается вопрос повышения имиджа территории.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестиционные процессы и этапы, туристская региональная территория, туристско-рекреационные зоны региона, туристический имидж.

Annotation: The article examines the development trends of regional tourist centers and determines the main directions of attracting investment in the tourism industry. The analysis of existing approaches to the investment attractiveness of the chain is carried out, the classification of factors influencing this category is resented. In order to increase the profitability of investments, the issue of improving the image of the territory is separately considered.

Key words: investments, investment attractiveness, investment processes and stages, tourist regional territory, tourist and recreational zones of the region, tourist image.

Жаҳоннинг барча мамлакатларидаги каби туризмга, унинг ижтимоий-иқтисодий аҳамиятини ошириб бориши баробарида Ўзбекистон учун ҳам эътиборнинг тобора ортиши, мамлакат минтақавий ҳудудларининг ижобий инвестицион қиёфасини шакллантириш борасидаги ишларни янада чуқурлаштириш давлат даражасидаги муҳим вазифалардандир. Бу жараён сайёҳларни жалб қилиш орқали халқлар ўртасида ижтимоий-маданий, иқтисодий, сиёсий алоқаларни кенгайтириш, бандликни таъминлаш каби бир қатор давлат аҳамиятига молик муаммолар ўз ечимини топмоқда.

Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятини янада ривожлантириш, нуфузли халқаро тадбирларни ўтказиш ва хорижий мамлакатлардан кўплаб меҳмонларни қабул қилишга ҳудудни тайёрлаш, замонавий туризм инфратузилмасини жадал ривожлантириш ва туристлар учун янги дам олиш масканларини барпо этиш, ҳудуднинг иқтисодий салоҳияти ва даромад базасини кенгайтириш, шунингдек, янги иш ўринларини ташкил этиш мақсадида Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарори қабул қилинган бўлиб унда 2019 - 2022 йилларда Самарқанд вилоятида туризм соҳасини ривожлантиришнинг мақсадли параметрлари ҳамда «йўл харитаси» белгиланган. Ушбу қарорда халқаро молия институтлари, шу жумладан Европа тикланиш ва тараққиёт банки маблағлари ҳисобидан молиялаштириладиган Самарқанд вилояти бўйича истиқболли инвестиция лойиҳалари рўйхати тасдиқланган.



2019 - 2022 йилларда Самарқанд вилоятида туризм соҳасини ривожлантиришнинг мақсадли параметрлари¹

Т/р	Кўрсаткичлар	2019 й.	2020 й.	2021 й.	2022 й.
1.	Ички ташриф буюрувчилар (минг киши йилига)	2 500	2 800	3 100	3 500
2.	Хорижий туристлар сони (минг киши йилига)	509	720	950	1 200
3.	Туризм хизматлари экспорти (млн АҚШ доллари)	139	224	360	558
4.	Меҳмонхоналар ва шу каби жойлаштириш воситалари сони (дона)	150	180	200	250
5.	Жойлаштириш воситаларидаги хоналар сони (бирлик)	3 425	3 772	4 280	4 700
6.	Жойлаштириш воситаларидаги ўринлар сони (бирлик)	4 891	5060	5150	6150
7.	Меҳмон уйлари сони (нафар)	150	230	250	300
8.	Туроператорлар сони (нафар)	170	195	230	270

Бугунги кунда туризм соҳасига инвестицияларни жалб қилиш бошқа ҳар қандай тармоқлар каби, унинг глобал рақобатнинг кескин курашлари жараёнида омон қолиш масаласи ҳамдир. Инвестиция жараёнининг турли босқичларида қабул қилинган амалий инвестиция қарорларининг етарлилиги инвестиция жараёнларининг мантиғини тушунишга боғлиқ.

Инвестицияга бўлган эҳтиёжнинг сабаблари турлича бўлиши таъкидланган ҳолда уларни уч турга бўлиш мумкин:

- 1) мавжуд моддий-техника базасини янгилаш, замонавий бронлаштириш тизимлари жорий этиш ёки хоналардаги жиҳозларни такомиллаштириш (кондиционерлар, сантехника ва бошқалар.) меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш синфини такомиллаштириш);
- 2) туризмда савдо ва хизматларни амалга ошириш;
- 3) янги фаолият турларини ривожлантириш (туризм индустрияси бозорига янги туристик маҳсулот ёки янги хизмат тури билан кириб бориш).

Ушбу жараённинг энг муҳим ва масъулиятли босқичларидан бири инвестиция ресурсларини, инвестиция қилинадиган компанияни танлаш, инвестицион жараёнларни илмий асосда ташкил этиш ҳамда инвестициянинг рентабеллигини максимал даражада таъминлаш босқичидир. Бу эса инвестициялар зарурий ҳажмини ва рентабеллигини баҳолаш, уларни мақсадли йуналтириш, улардан соҳа ривожланишини дастурий таъминлашда методик ёндашувни тақозо этади.

Инвестиция объектини танлашга асосан корхонанинг инвестицион жозибадорлик каби категория таъсир кўрсатади. Молиявий бозор призмаси орқали инвестицион жозибадорлик муаммосини кўриб чиқишда, айрим иштирокчилар ресурсларга эҳтиёж сезганда ва бошқалар вақтинча бўш маблағларни жойлаштиришга интилганда, инвестицион жозибадорлик улар ўртасидаги битимнинг детерминанти деб хулоса қилишимиз мумкин.

Хўжалик юритувчи субъектнинг инвестицион жозибадорлигини ҳолисона баҳолашнинг амалий муаммоларини ҳал этишга терминологиядаги чалкашликлар ва концептуал аппаратнинг номукамаллиги тўсқинлик қилади. Иқтисодий адабиётларда ҳали “хўжалик юритувчи субъектнинг инвестицион жозибадорлиги” тушунчасининг мазмунини белгилашда ягона ёндашув ишлаб чиқилмаган. Шу муносабат билан инвестиция жараёнида юзага келадиган вазифа ва муаммолар ҳар бир инвестор (резидент, норезидент) томонидан мустақил равишда, ушбу масалаларнинг субъектив қарашларидан келиб чиқиб ҳал этилади.

Дунё олимлари “корхонанинг инвестицион жозибадорлиги” тушунчасининг турли талқинларини таклиф қилмоқдалар. Шунга қарамай, улар орасида ушбу иқтисодий категориянинг моҳиятини белгиловчи бир қатор ўхшаш хусусиятлар мавжуд. Ёндашувларни тизимлаштириш жараёнида қуйидаги соҳаларни ажратиш кўрсатиш мумкин:

1. Инвестиция жозибадорлиги корхонанинг ривожланиш ҳолати сифатида.
2. Инвесторнинг мақсадларига эришиш ва шартларини бажариш каби инвестицион жозибадорлик.
3. Инвестиция жозибадорлиги кўрсаткичлар мажмуи сифатида.
4. Инвестиция жозибадорлиги иқтисодий самаранинг ютуғи сифатида.
5. Инвестицион жозибадорлик ташкилотнинг фаолият юритиш муҳити иқтисодий ҳолатининг ўзига хос хусусияти сифатида.

Бу борада ўтказилган тадқиқотлари натижасида “минтақанинг инвестицион жозибадорлиги” тушунчалари ойдинлашади, инвестицион жозибадорликнинг минтақавий ва соҳавий жиҳати, минтақада туризм соҳасининг инвестицион жозибадорлиги аниқланади. Шундай

¹ Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 30 сентябрдаги 828-сон қарори. Lex/uz



килиб, минтақанинг инвестиция жозибадорлиги остида, бир томондан, инвестиция объектини танлаш жараёнида инвесторнинг афзалликларига таъсир кўрсатадиган шарт — шароитларнинг мавжудлиги, бошқа томондан, инвестицияларнинг салоҳиятини белгиловчи рағбатлантирувчи ва чекловчи табиатнинг муайян объектив шартларини тушуниш тавсия этилади. Шу билан бирга, инвестицион жозибадорликни аниқлашда минтақадаги инвестицион фаолиятни ҳисобга олмасдан туриб, фақат инвестицион салоҳият ва таваккалчилик омилларини ҳисобга олиш лозим. Шундай қилиб, минтақанинг инвестицион жозибадорлиги минтақанинг инвестицияларни қабул қилиш салоҳиятини ва тегишли шарт-шароитлар ва инвестиция объектларининг мавжудлигини акс эттирувчи кўрсаткичдир. Ушбу категория минтақанинг потенциал имкониятларини ҳолисона баҳолашни таъминлайди, бу эса инвесторлар учун асосий омил ҳисобланади.

1. Минтақада туризм секторининг инвестицион жозибадорлигини аниқлаш муҳим бўлиб, бу потенциал инвесторнинг муайян минтақада туризм секторига инвестициялашга бўлган қизиқишини белгиловчи объектив омиллар мажмуи сифатида тушунилиши керак. Бундай ҳолда инвестицион жозибадорлик инвестицион салоҳият ва инвестицион таваккалчилик омилларининг бирлашуви билан белгиланади, ҳам минтақавий, ҳам тармоққа хос, яъни мавҳумликда эмас, балки аниқ бир минтақага оид реал ва потенциал омилларга нисбатан аниқланади. Шунга мувофиқ, минтақада туризм соҳасининг инвестицион жозибадорлигини аниқлаш учун инвестицион салоҳият ва инвестицион хавфнинг муҳим омиллари-инвестицион тузилмасини асослаб бериш катта аҳамиятга эга.

Шу билан бирга, вилоятда туризм соҳасининг инвестицион жозибадорлигини таъминлаш жараёнида инвестицион жозибадорликнинг ўзини аниқлаш биринчи босқич ҳисобланади. Иккинчи босқичда вилоятда туризмни ривожлантиришнинг устувор йўналишларини белгилаб олиш зарур. Учинчи босқич минтақавий туризмни ривожлантириш сиёсатининг асосий йўналишларини асослашдан иборат. Тўртинчи босқич минтақада туризмни ривожлантириш бўйича тегишли кенг қамровли минтақавий дастурни ишлаб чиқишни, шу жумладан инвесторларни жалб қилиш механизминини ишлаб чиқишни ўз ичига олади.

2. Инвестицион жозибадорликни аниқлашнинг мавжуд усуллари олиб борилган тадқиқотлар хусусан, минтақанинг ривожланиши унда рўй бераётган инвестиция жараёнларига бевосита боғлиқ бўлгани учун инвестиция қарорларини қабул қилишда анча аҳамиятли бўлган минтақа ва туризм соҳасининг инвестицион жозибадорлигини ўзаро таъсирини ҳисобга олган ҳолда инвестицион жозибадорликни аниқлаш таклиф этилади. Бу жараёнлар муайян тармоқ ва соҳалараро мажмуаларининг бевосита иштирокида, турли соҳаларда инвестициялар самарадорлиги каби минтақанинг инвестиция жозибадорлигига боғлиқ бўлмай, турлича бўлади, лекин минтақада қулай инвестицион вазият даражаси инвестиция оқимлари йўналишини тўғри танлашга боғлиқ.

Бундан ташқари, вилоятда туризм соҳаси инвестицион жозибадорлигининг инвестицион-муҳим омиллари миллий ва хорижий инвесторлар манфаатларини ҳисобга олган ҳолда аниқланиб, асослаб берилиши дастурларнинг муҳим кафолатидир. Инвестицияларнинг турли иерархияси-минтақадаги туризм секторининг миллий ва хорижий инвесторлар учун инвестицион жозибадорлигининг муҳим омиллари асосан мамлакат иқтисодиётидаги инвесторларнинг ушбу гуруҳлари фаолияти шароитидаги фарқларга боғлиқ.

3. Инвестицион тадқиқотларда туризм соҳасида инвестиция фаолиятини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари, шунингдек, Самарқанд вилоятининг туризм объекти сифатида жозибадорлигини таъминловчи омиллар асослаб берилиши ва бу минтақада туризмни ривожлантириш минтақавий сиёсатининг асосий йўналишлари сифатида белгиланиши зарур. Мамлакатимиз туризм соҳасида аниқланган тенденциялар орасида жаҳон иқтисодиётида ушбу соҳанинг ривожланиш суръатларининг ортиб бораётган бўлсада ва бу кўрсаткичлар миллий туризм индустриясининг жаҳон кўрсаткичларидан сезиларли даражада орқада қолишини, асосан, унинг туристик имкониятларидан етарли даражада фойдаланилмаганлиги билан фарқлашимиз мумкин. Асосий муаммо эса, мамлакатнинг инвестиция объекти сифатида жозибадорлигининг йўқлиги эмас, балки туризм соҳасида инвестицион фаолиятни рағбатлантиришга қаратилган етарлича ўйланмаган ва мувозанатли инвестиция сиёсати ҳисобланади.

Минтақанинг сайёҳлик ва рекреацион ҳудудлари имиджини шакллантиришнинг концептуал асослари: минтақанинг сайёҳлик ривожланиши учун стратегик режани ишлаб чиқиш ва унинг асосида инвестиция режасини асослаш; минтақанинг сайёҳлик ва рекреация ҳудудларини сайёҳлар ҳамда инвесторлар учун рағбатлантириш режасини ишлаб чиқиш ва бошқалар.

Фаолиятга йуналтирилган таркибий тузилма доимий коммуникацион жараёнлари ва ижтимоий-сиёсий муҳит билан ўзаро таъсир орқали ижобий образни шакллантиради, нати-



жада мақсадли гуруҳлар муайян ғоя ва муносабатга эга бўладилар. Энг муҳим методлар қуйидагилардан иборат: вилоятнинг туристик ва рекреацион ҳудудларининг туристик ва инвестицион имижини шакллантиришга қаратилган амаллар ва махсус тадбирларни ташкил этиш; ахборот мониторингини ташкил этиш; социологик тадқиқотлар ўтказиш (ушбу восита тасвирни бошқариш чора-тадбирлари самарадорлигини баҳолаш имконини беради), уларнинг ютуқлари тақдироти билан минтақанинг сайёҳлик ва дам олиш ҳудудларининг ва халқаро даражасига эришиш; мақсадли гуруҳлар учун мўлжалланган тасвир махсус масалалар ва тақдирот адабиётларини нашр этиш, халқаро ва миллий рейтингларини олиш, масалан, минтақанинг туристик ва рекреацион ҳудудларининг инвестицион жозибадорлигини ошириш; минтақанинг туристик ва рекреацион ҳудудларини шакллантириш ва рағбатлантириш.

Шахсга йуналган таркибий қисм бу имижни шахслаштириш бўлиб, унинг шаклланишида муҳим рол ўйнайди. Унинг доирасида асосий методлар: масалан, инвестиция имиджи нуктаи-назаридан ҳудудий бошқарувнинг аниқ ижобий имиджини шакллантириш ва мустаҳкамлашга эришилади.

Атрибут компоненти-минтақанинг туристик ва рекреацион ҳудудлари тасвири объектларига таъсир кўрсатишнинг маълум кўргазмалари йўллари мажмуи. У қуйидаги элементларни ўз ичига олади: ҳудудларнинг асосий туристик ва рекреацион сифатларини ягона услуб ва дизайнини ишлаб чиқиш; шу каби стилистик ечимларда мўлжалланган реклама, ахборот ва сувенир маҳсулотларини ишлаб чиқариш; тасвирнинг инвестиция ва туризм компонентларини ифодаловчи расмий икки тилли (камида) Internet порталини яратиш.

Туристтик ва инвестицион имижни шакллантиришда унинг таркибида мавжудлиги ва эмоционал компонентнинг актуаллашувини ҳисобга олиш зарур. Имиж объектларга ҳиссий ва психологик таъсир кўрсатиш учун мўлжалланган. Таъсирнинг рационал ва ҳиссий компонентлари нисбатини аниқлашда таъсир объектларининг хусусиятларини ҳисобга олиш муҳим аҳамиятга эга. Демак, потенциал инвесторлар учун минтақанинг туристик ва рекреацион ҳудудлари қиёфасининг оқилона таркибий қисми, сайёҳлар учун-ҳиссий аҳамиятга эга. Имиж истеъмолчиларининг бу гуруҳлари учун ахборот оқимлари ажратилиши керак.

Минтақанинг туристик ва рекреацион ҳудудлари туристик имижининг асосий таркибий қисмлари ассоциатив тасаввурлар мажмуаси сифатида географик, маданий, этник, тарихий ва инфратузилмавий мажмуада кўриб чиқилиши керак.

Имижнинг инвестицион компоненти инвестицион жозибадорликка таъсир этувчи омиллар призмаси орқали минтақанинг туристик ва рекреацион ҳудудларининг инвестицион жозибадорлигига асосланиши лозим.

Юқорида айтилганларнинг барчаси минтақанинг туристик ва рекреацион ҳудудлари қиёфасини шакллантириш учун қуйидаги принципларни шакллантиришга имкон беради:

1. Ҳудуднинг туристик ва инвестицион қиёфаси ҳудудларининг ўзига хос хусусиятлари, ички ва халқаро бозорларда ўрганилиши, ривожланиши ва фаол тарғиб қилиниши зарур бўлган инвестицион шарт-шароитларга асосланган активларидан бири сифатида эътироф этилиши лозим.

2. Анъаналарга асосланган ва янгиликларни жалб этган ҳолда турли туристик ва рекреацион ҳудудлар учун ҳудуд имижини шакллантириш ва рағбатлантиришнинг табақалаштирилган стратегияси зарур.

3. Вилоятнинг туристик ва рекреацион ҳудудлари имижини шакллантириш масалалари вилоят ҳокимликлари даражасида кўриб чиқилиши лозим.

Фойдаланилган адабиётлар.

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни ривожлантириш бўйича кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” 2019 йил 30 сентябрдаги 828-сон қарори. Lex/uz.

2. Мусабаева Л.А. Формирование национального туристского бренда. Монография, С.: 2019.

3. Ибрагимов И.Х. Туристтик маҳсулот яратишнинг маркетинг концепцияси. Рисола. СамИСИ, Самарқанд 2014 йил. –114 бет

4. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг страны.



РОЛЬ МАРКЕТИНГА В БИЗНЕСЕ

Маматкулова Шоира Джалоловна,
Самаркандский институт экономики и сервиса,
кандидат экономических наук, доцент.
email: shoirajalolovna@umail.uz

Аннотация: В этой статье подчеркивается, что сегодня маркетинг охватывает всю территорию рынка. Также было отмечено, что предприниматель может получать доход только от продажи своего товара. При этом есть предложения и рекомендации, что производитель сам может продавать свой товар или привлекать экспертов рынка, продавцов.

Ключевые слова: бизнес, прибыль, рыночная экономика, ориентации, маркетинговый процесс, товар, рынок.

Аннотация: Ushbu maqolada bugungi kunda marketingning butun bozor maydonini qamrab olayotganligiga alohida urg'u berilgan. Tadbirkor faqat o'z tovarlarini sotish natijasida daromad olishi mumkinligiga ham to'xtalib o'tilgan. Shu bilan birga ishlab chiqaruvchining o'zi ham o'z tovarlarini sotishga yoki bozor mutaxassislarini, sotuvchilarni jalb qilishi oqrali amalga oshirishi mumkinligi xususida taklif va tavsiyalar keltirilgan.

Kalit so'zlar: biznes, foyda, bozor iqtisodiyoti, yo'nalish, marketing jarayoni, mahsulot, bozor.

Abstract: This article emphasizes that today marketing covers the entire territory of the market. It was also noted that an entrepreneur can only receive income from the sale of his goods. At the same time, there are suggestions and recommendations that the manufacturer himself can sell his goods or attract market experts, sellers.

Key words: business, profit, market economy, orientation, marketing process, product, market.

В современном обществе маркетинг становится неотъемлемой частью бизнеса. Устарело и стало неприемлемым бытовавшее деление бизнеса на “благородный” (производственно – сбытовая деятельность) и “неблагородный” (торгово – посредническая деятельность). Маркетинг охватывает всю рыночную сферу. Нельзя забывать, что бизнесмен может получить прибыль только в результате продажи принадлежащего ему товара. Производитель или сам вынужден заниматься реализацией своего товара, или привлекать знатоков рынка, торговых посредников. Предпринимател, создающий товар, такой же коммерсант, как и тот предприниматель, который специализируется на купле – продаже.

Маркетинг быстро завоевал прочные позиции во всем мире, где функционировала рыночная экономика. Существует большое число научно-практических публикаций по маркетингу, ведущие университеты всего мира выпускают тысячи специалистов по маркетингу. Существует множество маркетинговых служб, маркетинговых и консалтинговых фирм. На маркетинг ежегодно во всех развитых странах тратятся миллиарды долларов, большинство предпринимателей понимают, что экономия на маркетинг обернется неисчислимыми убытками. Дальновидные предприниматели и менеджеры считают, что маркетинг органически неотделим от бизнеса и незаменим в условиях конкуренции. В периоды стабилизации или роста экономики предприниматель вынужден ориентироваться на требования рынка, изучать закономерности и тенденции покупательского спроса, учитывать интересы потребителей, осваивать методы конкурентной борьбы, применять маркетинговые инструменты стимулирования сбыта и продажи товаров, то есть опираться в своей коммерческой деятельности на стратегию маркетинга. Маркетинг уважает и защищает права потребителя.

Маркетинг вписывается в рыночный механизм, позволяя оптимизировать взаимный поиск продавца и покупателя, стимулировать спрос, использовать в качестве регулятора рыночных процессов цену и другие рыночные инструменты, ориентировать производство на интересы рынка. Он формирует систему изучения и прогнозирования рынка, обеспечивая его “прозрачность” и предсказуемость развития.

В основу развития маркетинга заложена концепция перехода от производственной ориентации к ориентации на потребительский рынок, то есть на покупателя, его интересы и требования. Фирма обеспечивает себе максимальную прибыль путем наиболее полного удовлетворения потребностей, то есть производством и продажей конкурентоспособных



товаров, в которых нуждаются потребители. В условиях развитой рыночной экономики фирма действует в жесткой конкурентной среде. По мнению известного американского маркетолога Питера Р. Диксона, конкурентоспособность выступает как основная движущая сила концепции маркетинга. Дальнейшее ее развитие и совершенствование приводит к формированию концепции стратегического маркетинга, сущность которой заключается в целенаправленных действиях по поиску устойчивого преимущества над конкурентами путем выявления и анализа потребностей покупателей для максимального их удовлетворения. Производить и продавать все, что пользуется спросом и может быть продано – вот- главный принцип маркетинга.

Потребитель своим кошельком голосует за тот или иной товар, тем самым оказывая непосредственное влияние на производственно-распределительную стратегию маркетинга. Предприниматель (как производитель, так и торговец) заинтересован в сокращении времени, в течении которого созданный товар ждет момента продажи, требует затрат на хранение, но не приносит дохода. Для этого создана система стимулирования спроса, включая рекламные мероприятия, обеспечение конкурентоспособности товара, распродажи по сниженным ценам, высокий уровень сервиса.

Маркетинговая деятельность может быть представлена в форме постоянно возобновляющегося маркетингового цикла. Любой маркетинговый процесс начинается с информационно – аналитического исследования, на основе которого осуществляется стратегическое и текущее планирование, разрабатывается программа создания и вывода на рынок нового товара, формируются каналы движения товара от производителя до потребителя с участием торговых посредников (дистрибьюторов), организуется рекламная кампания и осуществляются другие действия по продвижению товара на рынок, наконец, на заключительном этапе оценивается эффективность маркетинговых мероприятий.

Каковы цели маркетинга? Общая цель заключается в том чтобы обеспечить удовлетворение спроса потребителей, предъявляемого на рынке, и за счет этого получить максимально возможную прибыль. К глобальным целям маркетинга как составной части рыночного механизма относятся следующие требования:

- сделать рынок упорядоченным (подчиняющимся определенным правилам), «прозрачным» (позволяющим оценивать его состояние, параметры и тенденции развития) и предсказуемым (обеспечивающим возможность прогнозировать его изменения);
- ограничить стихийность рынка путем регулирования некоторых рыночных процессов;
- сделать конкуренцию упорядоченной, подчиняющийся определенным ограничениям, исключить возможность недобросовестной конкуренции;
- обеспечить своеобразное обновление ассортимента выводимой на рынок продукции с тем, чтобы завоевать и меняющиеся потребности покупателя;
- подчинить производство и торговлю требованиям рынка, т.е. интересам потребителя;
- разработать и внедрит в рыночную деятельность принципы научно обоснованной технологии товародвижения и распределения (дистрибьюции);
- обеспечить высокую эффективность рекламной и другой маркетинговой деятельности по влиянию на рынок и формированию привлекательного образа товара и представлении потенциальных и фактических покупателей.

Каждая фирма, выступая на рынке, разрабатывает свою систему целей (дерево целей), которая закладывается в основу маркетинговой стратегии. Выделяются конечные цели (обычно это или захват некоторой доли) рынка, или сбыт какого-то объема товара. Или получение определенной), а также промежуточные цели. Достижение первых (как вероятно, заметил читатель, связанных между собой) обуславливает развитие фирмы, ее коммерческих успех, место, которое она займет на рынке. Вторые – представляют собой средства, обеспечивающие возможность осуществления конечных целей. Иногда стратегически выгоднее отказаться от второстепенных целей и сосредоточив усилия на других, где позиции конкурентов слабее.

Маркетинг – активная форма предпринимательской деятельности. Конечно, маркетинг предполагает, что предприниматель должен поступиться частицей своего рыночного суверенитета, но он снижает уровень риска, позволяет использовать коллективно накопленный опыт и, в конечном счете, дает определенные гарантии успеха. Роль маркетинга в бизнесе показана на рис. 1.

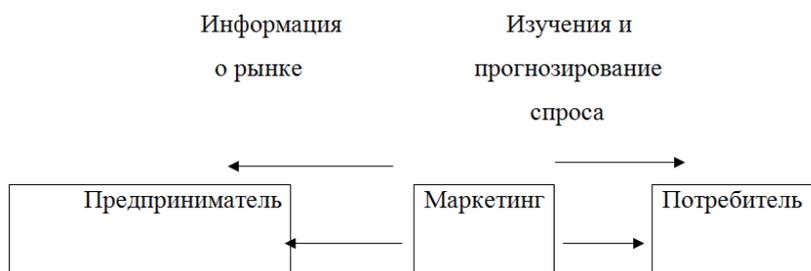


Рис.1. Место маркетинга в рыночных взаимоотношениях “предприниматель-клиент”

Роль маркетинга в бизнес определяется, что маркетинг раскрывает потенциальные возможности производства и сбыта товара, разрабатывает оптимальную товарную политику, определяет направления конкурентной борьбы и завоевания рынка, предлагает набор инструментов для стимулирования спроса, создает эффективную систему товародвижения, позволяет изучить и спрогнозировать состояние и развитие рынка. Как известно, исторически, по мере концентрации и специализации производства, предприниматель все более отдалялся от потребителя и строил свою производственную программу не слишком эффективным методом проб и ошибок. Маркетинг поставил взаимоотношения производителя и потребителя на научную основу, играя роль звена, соединяющего предпринимателя и потребителя. В этом взаимоотношении обе стороны получают выгоду: предприниматель-прибыль, потребитель-товар, посредством которого он удовлетворяет потребность. Маркетинг-наука, изучающая, какие товары и в каком количестве следует производить, как выгоднее и быстрее сбыть (продать) товар с меньшим риском, оптимальными затратами и максимально возможной прибылью.

Однако роль маркетинга в конкретном бизнесе и отношение к нему предпринимателя в немалой степени зависят от того, на каком рынке выступает предприятие. Например, на рынке продавца, где предложение отстает от спроса и производитель осуществляет диктат над потребителем, предприниматель заинтересован в маркетинге значительно меньше, чем на рынке покупателя, где предложение опережает спрос и продавец ищет покупателя. Чем интенсивнее конкуренция, чем больше трудностей со сбытом товара, тем нужнее предприятию маркетинг. Опыт учит, что экономия на маркетинг, рано или поздно оборачивается потерями. Конечно, для коммерческого успеха важна удача, благоприятная ситуация на рынке. Результат маркетинговых действий зависит не только от знания научных принципов и методов, но и от таланта предпринимателя, опыта, оборотливости, настойчивости. Маркетинг - не только наука, но и искусство. Однако в поединке искусных борцов обычно побеждает более знающий. В практике маркетинга сегодня необходимо отказаться от сосредоточенности на сделках, которая часто приводит к продаже сегодня и потере клиента завтра. Следует формировать взаимовыгодные долгосрочные отношения с клиентами, а не просто продавать товар. Ценность предприятия измеряется ценностью его постоянных клиентов.

Список использованной литературы

1. Gary Armstrong, Philip Kotler, Marketing an introduction. England, 2016, Paperback; 720 pages, Pearson
2. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, United States of America 2012 y.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Учебное пособие. –М.: Издательский дом «Вильямс», 2010. – 656 с.
4. Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. Маркетинг. Учебник.: ИНФРА- М, 2010.- 336 с
5. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. –М.:КНОРУС, 2010.-680 с.
6. Mamatkulova Shoira Jalolobvna. 'Features of the Development of the Marketing strategy of the Enterprise.', European Journal of Molecular & Clinical Medicine, 7(2), pp. 6207-6217. (2020);
7. Mamatkulova Sh.J. The place and role of marketing research in the marketing activities of industrial enterprises. Archivist, 2020;
8. Mamatkulova Sh.J. The role and importance of marketing tools in improving the efficiency of manufacturing enterprises. Archivist, 2021.



САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ТУРИЗМ СОҲАСИДА ТАЛАБНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА СОТИШНИ РАҒБАТЛАНТИРИШ

Қаландаров У.Ҳ.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Олий математика кафедраси доценти, т.ф.н.

Шодиярова К.Х

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
Ахборот технологиялари кафедраси ўқитувчиси

Аннотация: Ушбу мақола меҳмонхона хўжаликлари корхоналарида хизматлар рақобатбардошлигини баҳолаш муаммоларини ёритишга қаратилган бўлиб, унда сифат – объект рақобатбардошлигининг муҳим омили сифатида олиб қаралган. Мақолада меҳмонхона корхоналарида хизматлар рақобатбардошлигини баҳолашнинг эксперт, омилли ва параметрик усуллардан фойдаланилган ва талабларни шакллантириш, ҳамда сотиш масалалари кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: Сифатни таъминлаш, рағбатлантириш, сотиш, хизмат кўрсатиш, сифат тизими, усуллар мажмуаси, корреляцион таҳлил, сифатнинг техник ва функционал қиймати, “кирувчи”, “чиқувчи” “умумий” ва “хусусий” омиллар, хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, аниқлилик, таниқлилик, ахборот узатиш тезлиги, нарх ва сифат мувофиқлиги.

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы, касающиеся человеческих интересов и их оценки. В ней также приведены конкретные формулы, посредством которых определяются экономические, социальные, политические, духовные, правовые интересы человека.

Ключевые слова: Человеческие интересы, показатели, экономические интересы, социальные интересы, политические интересы, духовные интересы, правовые интересы человека

Abstract: The article deals with issues relating to human interests and their evaluation. It also provides specific formulas through which the economic, social, political, spiritual, legal interests of a person are determined.

Keywords: human interests, indicators, economic interests, social interests, political interests, spiritual interests, legal interests of a person

Миллий меҳмонхона корхоналари ўзида бозор муносабатларини тўлиқ ўзлаштирган ҳолда изчил ривожланиш даврида фаолият олиб боришмоқда. Рақобатнинг бозор механизми сифатидаги кескин таъсири меҳмонхона корхоналари олдида замонавий маркетинг арсеналлари билан қуролланган бошқарув тизимини яратишни тақозо этмоқда.

Шунга қўра, маркетингнинг бугунги кундаги такомиллашуви замирида миқдорий таҳлил усулларини мунтазам амалиётга жорий этиб бориш заруратини илгари сурмоқда.

Туризм соҳасида маркетинг тизимининг олдида турган долзарб йўналишлардан бири - меҳмонхона корхоналарининг муҳим кўрсаткичи ҳисобланган яъни, уларнинг рақобатбардошлик кўрсаткичини (уни белгилувчи асосий параметрларини) аниқлаш муаммосидир.

Меҳмонхона корхоналарининг келгусидаги ривожланиши қўйидаги амалларга боғлиқ бўлади:

- маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқариш ҳамда сотиш учун зарур бўлган шароитларни таъминловчи, маркетинг асосида менежментни самарали ташкил этиш;

- корхона фаолиятининг рақобатбардошлигини ҳамда даромадни таъминловчи самарали сифат тизимини ўрнатиш.

Меҳмонхона корхоналарида хизматларни таклиф этишнинг бир қатор муҳим томонлари мавжуд:

Биринчидан, хизматни олди – сотди жараёнида истеъмолчи бевосита иштирок этади, яъни моддий товар ишлаб чиқариш соҳасидан қўра, ишлаб чиқарувчи билан яқиндан ўзаро муомалада бўлади.

Иккинчидан, истеъмолчининг талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиқиб, меҳнат ута индивидуаллашган бўлади.

Учинчидан, хизматларни таклиф этишда меҳнат сарфи моддий товар ишлаб чиқаришдаги



юқори малакалари қул меҳнатига тенглаштириш мумкин.

Ушбу хизматларнинг бозор объекти сифатида таъкидланган уч жиҳати унинг самарадорлигини ҳамда фаолият рақобатбардошлигини таъминлашда корxonани бошқариш жараёнининг мураккаб кечишини эътироф этади. Ҳақиқатан, харидор билан сотувчи ўртасидаги алоқалар даражаси қанча юқори бўлса, меҳнатнинг индивидуаллашиш даражаси ҳам шунча юқори бўлади, жараён қанчалик меҳнатталаб бўлса, юқори даражадаги сифат ва иқтисодий самарадорликка эришиш шунчалик қийин кечади.

Шундай бўлсада, бундай шароитда фаолият юритаётган меҳмондўстлик индустрияси корxonаларининг хизматлар силжитиш самарадорлигини аниқлашда бир қатор усуллар қўлланилиб келинмоқда. Шундай усуллардан бири - хизмат кўрсатиш рақобатбардошлигини сифат тизими асосида оширишга қаратилган усуллар мажмуасидир.

Бугунги кунда меҳмонхоналар раҳбарлари меҳмонхона қувватларидан фойдаланишни ҳамда рентабеллик даражасини оширишда сифатни бошқариш тизимини комплекс жорий этиш зарурлигини тушуниб етмоқдалар.

Шу билан бирга, хизматлар яратиш ва уни бозорда силжитишда меҳмонхоналардаги биргина техник шароитларнинг мавжудлиги (хоналарнинг шинамлиги, майший хоналар, юқори технологик жиҳозлар) сервис сифати ва мутатдил фойдани кафолатлай олмаслигини тажрибалар кўрсатиб турибди.

Демак, бугунги кунда сифат муаммосини ҳал этиш, унинг нархни оптимал ўрнатишда ва рақобатбардошлигини оширишда меҳмонхона корxonаси бизнес фаолиятининг муҳим соҳаси сифатида қаралишини талаб этади.

Сифатни таъминлаш деганда истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини улар кўтганидан ҳам тўлароқ қондира олишга қодир бўла оладиган даражадаги меҳмонхона товар ва хизматларнинг тавсифи ҳамда хоссаларини шакллантириш тушунилади.

Шунинг учун меҳмонхона жамоасининг асосий мақсади улар томонидан таклиф этилаётган хизматлар даражасини юқори савияда ташкил этиш орқали мижозлар эҳтиёжини максимал қондиришга эришишдир.

Бизнес – таҳлили амалиётида кўп ҳолларда изланаётган омилларнинг ўзаро таъсирлари даражасини аниқлаш талаб этилади. Ушбу мақсадда қўлланиладиган усуллардан бири корреляцион таҳлил ҳисобланади.

Корреляцион таҳлил ўзгарувчан белгилар ўртасидаги алоқаларнинг зичлигини ўлчаш, натижавий белгиларга кўпроқ тасир кўрсатувчи омилларни баҳолаш ҳамда мавҳум таъсирлар боғлиқлигини аниқлашда, боғланиш шакллари ўрнатишда, регрессия функцияларини аниқлашда фойдаланиш билан бир қаторда ўлчовга эга бўлмаган кўринишдаги иккита туркум кўрсаткичларнинг ўзаро боғлиқлигини миқдорий баҳолаш учун ҳам қўлланилади. [2, 3]

Мазкур мақолада таҳлилнинг ўлчами мавҳум бўлган иккита туркум кўрсаткичларнинг ўзаро боғлиқлигини миқдорий баҳолаш усули асосида хўжалик субъектининг рақобатбардошлигини аниқлаш масаласи амалий жиҳатдан кўриб чиқилган.

Шунга мувофиқ, кўйида муайян ҳудудий туристик марказда меҳмонхона хизматлари билан шуғулланаётган ва ўзаро рақобатда бўлган бир типли “А,Б,В,Г” меҳмонхона корxonаларининг туркум параметрларини таққослаш орқали рақобат устунлигини аниқлаш масаласи кўриб чиқилади.

Бунинг учун маълум амаллар асосида экспертлар гуруҳи танланиб, ҳисоб-китоблар ўтказилгандан сўнг (10 баллик тизимда) унинг натижаларига кўра корреляцион текширув амаллари бажарилади.

Дастлабки босқичда меҳмонхона хизматлари сифатига таъсир этувчи омиллар экспертлар томонидан баҳоланади ва танланади. Жаҳон амалиётида хизматлар сифат даражасини аниқлашда параметрлар таркибини “кирувчи ёки “чиқувчи”, баъзи адабиётларда “умумий” ёки “хусусий” параметрларга ажратиб ўрганилади.

Шунга мувофиқ экспертлар эътиборига меҳмонхона сервис сифатини эътироф этувчи кўйидаги параметрлар тавсифи келтирилган. Корреляцион таҳлил натижаларини яхлит ҳолда кўйидаги жадвалда келтирилган. Корреляцион таҳлил ўтказиш жараёнида нафақат корреляция коэффицентини қўллаш, балки илмий асослаш мумкин бўлади.



1-жадвал

Рақиб меҳмонхоналар рақобатбардошлигини баҳолаш

Ахамиятлилик даражаси %	Сифат кўрсаткичлари	А рақиб	Б рақиб	В рақиб	Г рақиб
35	Сервис сифати даражаси	6	5	4	6
25	Доимийлик	6	6	3	4
20	Ишончлилик	5	3	2	5
15	Аниқлилик	5	3	5	1
5	Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	2	5	5	5
	Ўртача вазн баҳоси	5,5	4,6	3,7	4,3
	Хақиқий нарх ш.б	290	210	150	220
	Бозордаги улуш %	27	45	20	8

Куйидаги жадвалда хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, хақиқий нарх, бозордаги улуш каби тадқиқ қилинаётган омилларнинг корреляция жуфтлиги коэффициентлари келтирилган.

2-жадвал

Корреляция жуфтлиги коэффициентлари

Кўрсаткичлар	Сервис сифат даражаси	Доимийлик	Ишончлилик	Аниқлилик	Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	Хақиқий нарх \$	Бозордаги улуши %
Сервис сифат даражаси	1,00	0,53	0,93	-0,42	-0,55	0,88	-0,21
Доимийлик	0,52	1,00	0,41	0,06	-0,56	0,76	0,70
Ишончлилик	0,99	0,41	1,00	-0,41	-0,56	0,84	-0,36
Аниқлилик	-0,45	0,06	-0,41	1,00	-0,52	0,02	0,32
Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	-0,52	-0,56	-0,56	-0,52	1,00	-0,84	-0,09
Хақиқий нарх, \$	0,86	0,76	0,84	0,02	-0,84	1,00	0,11
Бозордаги улуши, %	-0,23	0,70	-0,36	0,32	-0,09	0,11	1,00

Жадвалда белгиланган рақамлар жуфтлиги таҳлил қилинаётган омиллар билан сезиларли боғлиқлик мавжудлигини англатади. Бундай ҳолларда корреляция коэффициенти қиймати (0,5 – 1) оралиқда бўлади. Агарда ушбу коэффициент 0,5 дан кичик бўлса жуфт белгилар ўртасидаги боғлиқлик кучсиз бўлади, «манфий» ишора омиллар ўртасида тескари боғлиқлик мавжудлигини англатади. Яъни бир омил қийматининг ортиши иккинчисининг камайишига олиб келади.

Юқорида таъкидланганидек, рақобатбардошликнинг белгиловчи омилларни таҳлил этишда уларни шартли равишда «кирувчи» ва «чиқувчи» омилларга ажратиш мақсадга мувофиқ бўлади. «Кирувчи» ёки «хусусий» омилларга куйидагилар тегишли бўлади: хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, аниқлилик(таниқлилик), ахборот узатиш тезлиги, нарх. Бу омиллар меҳмонхонанинг бошқарув тузилмалари билан тўғридан - тўғри бошқарилади.

Ушбу кўрсаткичлар ичида бозор улуши натижавий кўрсаткич бўлиб, «чиқувчи» параметр ҳисобланади. Меҳмонхона бошқарув органи бозор улушининг нарх ва сифатга боғлиқ бўлганлиги боис уни бевосита ўзгартира олмайди. Бироқ, амалиёт шуни кўрсатадики, хизмат кўрсатиш сифатининг ортиши, нархнинг пасайиши каби «кирувчи» омилларни яхши-



лашга қаратилган тадбирлар «чиқувчи» омиллар ҳисобланган бозор улушининг ўсишини рағбатлантиради.

Рақобатбардошлик омилларининг корреляцион таҳлили «А» ва «Г» меҳмонхоналар учун куйидаги хулосаларни олишга имкон берди:

1. Айнан бир танлаб олинган омилнинг натижага таъсири(бизнинг мисолимизда бозор улуши) 1-жадвалга кўра сезиларсиз экан. Кўпгина кўрсаткичлар учун корреляция коэффициенти қиймати 0,5 кичик бўлиб уларнинг бозор улушига таъсири кучсиз эканлигидан далолат беради.

2. Бозор улушига сезиларги таъсир кўрсатадиган омил доимийлик бўлиб, унинг корреляция коэффициенти 0,7 яъни функционал боғланишга яқин. Шундай қилиб меҳмонхоналарнинг бозордаги мувофакқияти кўп жиҳатдан уларнинг доимийлиги – истеъмолчиларнинг ишончини ҳар қандай вазиятда оқлашига боғлиқ.

3. Доимийлик ўз навбатида нарх ва хизмат кўрсатиш сифати балан боғлиқ бўлиб жадвалнинг «доимийлик» устунида мос равишда 0,76 ва 0,52 га тенг. Бошқача сўз билан айтганда истеъмолчиларнинг кутиши нарх ва хизмат кўрсатиш сифати нуктаи-назаридан доимо оқланиши керак. Хизмат кўрсатиш сифати рақобатбардошлик тизимида ҳал этувчи қийматга эга. Бироқ, ушбу мисолимизда харид жараёнида қарор қабул қилишни белгилаб берувчи асосий омил сифатида нарх доминант белги бўлиб қолмоқда. ($r=0,76$). Агарда нарх ва хизмат кўрсатиш сифати истеъмолчиларнинг кутишини оқласа, уларнинг такрор харид қилишларини рағбатлантиради. Ўз навбатида истеъмолчиларнинг такрор харид қилиши сотиш хажмини оширади ва бозордаги улуши ортиб боради..

4. Нарх хизмат кўрсатиш сифати, доимийлиги, ишончлилиги(таниқлилиги) каби омиллар билан узвий боғлиқ (мос равишда $r=0,87$; 0,79; 0,83). Нарх истеъмолчилар томонидан кутилган қийматни ҳамда меҳмонхона хизматининг ишончлилигини доимо оқлаши керак.

5. Хизмат кўрсатиш сифати ва ишончлилик омиллари ўртасида боғлиқлик кучли бўлиб функционал боғлиқликка яқин ($r=0,93$) ҳолда, меҳмонхона тизими ва унинг барча хизмат кўрсатувчи тузилмаларини қамраб олади. Ишончлилик ўз навбатида бизнинг мисолимизда кўзда тутилмаган ишлаб чиқариш ва технологик омиллар, меҳмонхоналарнинг бино, жиҳоз ва иншоотларининг техник ҳолатига ҳам боғлиқ.

Шундай қилиб, сервис сифатининг доимийлик ва ишончлилик параметрларининг жуфтлиги меҳмонхона корхоналарининг бозор улушининг кенгайишига шунингдек, улар рақобатбардошлигининг ошишига ҳамда нархнинг оптимал шаклланишига сезиларли равишда таъсир этади.

Сифатнинг доимийлик даражасини барқарор таъминлаш асосида мижозлар сонидан қатъий назар, улар билан бўладиган бевосита хизматлар жараёнидаги мулоқат алоқаларини тўғри ташкил этиш ётади.

Хизматлар сифатини таъминлаш муаммосини кўриб чиқишда унинг техник томонларини аниқлаш билан бирга сифатнинг функционал жиҳатларини ўзаро боғлиқликда ва яхлитликда қараш мақсадга мувофиқ бўлади. Сифатни баҳолаш мезони бўлиб, кутилган ва реал тақдим этилган хизматни таққослаш ҳисобланади. Агар тақдим этилган хизматнинг сифат даражаси кутилгандан ортиқ бўлса ёки кутилганликка мувофиқ бўлса эҳтиёж қондирилган ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2010. 65-69 ст.

2. Пардаев М.Қ. Функционал қиймат таҳлилини такомиллаштириш йўналишлари. Монография. Т.:фан ва технология, 2013 й. 38-47 б.

3. Справочник по функционально-стоимостному анализу /П.П.Ковалев, Н.К.Моисеева, В.А. Сысун и др.; под ред. М.Г.Карпунина, Б.И.Майданчика.- М.: Финансы и статистика, 2012. 18-23ст.

4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. – 6-е изд., испр и доп. М.: Дело, 2013. 71-73б.



РОЛЬ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ

А.К. Абдуллаев,

Старший преподаватель,

Кафедра «Международные финансы и инвестиции»,

Университет мировой экономики и дипломатии

Телефон: +998946086447

e-mail: azizabdulla1982@gmail.com

Аннотация: Статья рассматривает развитость транспортной инфраструктуры как один из значимых факторов экономического развития регионов и страны в целом.

Ключевые слова: транспортная инфраструктура, экономический рост, экономическое развитие, экономический эффект, инфраструктурный комплекс.

В современных условиях глобализации и интеграции возрастает роль транспортной инфраструктуры и транспортных коммуникаций как один из важнейших составляющих социально экономического развития, как отдельных регионов, так и целых стран. Понимая это страны вкладывают огромные средства в проекты, связанные с развитием и совершенствованием транспортно-логистической системы.

Правительством Республики Узбекистан проводится огромное количество реформ направленные на развитие транспортных коммуникаций. В частности программа развития и модернизации инженерно-коммуникационной и дорожно-транспортной инфраструктуры на 2015 — 2019 годы предусматривала выработку единой комплексной стратегии в области развития национальной транспортной отрасли, отвечающей высоким международным требованиям и стандартам, обеспечение ее широкой интеграции в международные транспортные коммуникации, с учетом перспективных потребностей республиканских производителей в продвижении своей продукции на региональные и мировые рынки. В рамках данной программы реализован ряд проектов, в частности, по развитию железнодорожной инфраструктуры и в сфере авиатранспорта общей стоимостью более 1580 млн. долларов США, а также построено и реконструировано автомобильных дорог общей протяженностью 695 км.¹

В мире используются три основных подхода, для оценивания реализуемых проектов в транспортной сфере:

1. Анализ «выгоды-затраты»
2. Анализ совокупного экономического эффекта
3. Многофакторный анализ

В рамках анализа «выгоды-затраты», эффекты измеряются количественно с возможностью оценки в денежном выражении. Полученные результаты выражаются в виде чистой выгоды от реализации проекта или в виде коэффициента отношения общих положительных эффектов к понесенным затратам.

В соответствии с анализом совокупного экономического эффекта выгода от проектов оценивается с точки зрения следующих индикаторов:

1. прирост выпуска предприятий;
2. чистый прирост доходов;
3. создание новых рабочих мест;
4. увеличение объемов инвестиций.

Последний многофакторный анализ используется для конкретных целей, в частности, в целях сравнения проектов и составления рейтингов. Данный метод подразумевает оценку эффективности через количественные рейтинги или качественные оценки.²

Уровень развитости транспортной инфраструктуры является значимым фактором для обеспечения устойчивого социально-экономического развития государства и глобальной

¹ Постановление Президента республики Узбекистан О мерах по совершенствованию транспортной инфраструктуры и диверсификации внешнеторговых маршрутов перевозки грузов на 2018 — 2022 годы

² Транспортная инфраструктура и экономический рост. — М. Издательство Перо, 2019. —142 с



конкурентоспособности. Что примечательно, значение инфраструктурного комплекса особенно хорошо проявляется в периодах экономических шоков, как позитивных, так и негативных. Во многих развивающихся странах наблюдается существенное недофинансирование инфраструктурного комплекса, несмотря на его значимость. В современных условиях, ключевыми факторами, влияющими на развитие транспортной инфраструктуры, являются государственное управление и повышения инвестиционной привлекательности, в частности, для частных инвесторов.¹

В заключении необходимо отметить, что транспортный сектор обеспечивает возможность перемещения людей и товаров и тем самым создает единое экономическое пространство. Транспорт представляет собой основу инфраструктуры торговли и оказывает огромное влияние на конкурентоспособность страны в целом и тех или иных отраслей экономики в частности.

Список использованной литературы:

1. Постановление Президента республики Узбекистан О мерах по совершенствованию транспортной инфраструктуры и диверсификации внешнеторговых маршрутов перевозки грузов на 2018 — 2022 годы
2. Транспортная инфраструктура и экономический рост. — М. Издательство Перо, 2019. —142 с.
3. Бедняков А.С., Роль инфраструктуры в обеспечении устойчивого социально-экономического развития и конкурентоспособности актуальные вопросы в России и за рубежом, «Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета», 2021 [Электронный ресурс] – URL.: <https://roscongress.org/materials/rol-infrastruktury-v-obespechenii-ustoychivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-i-konkurentosposo/>

¹ Бедняков А.С., Роль инфраструктуры в обеспечении устойчивого социально-экономического развития и конкурентоспособности актуальные вопросы в России и за рубежом, «Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета», 2021. [Электронный ресурс] – URL.: <https://roscongress.org/materials/rol-infrastruktury-v-obespechenii-ustoychivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-i-konkurentosposo/>



МОДЕЛЬ ОПТИМАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА ТУРИСЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ

Каландаров У.Х.

Самаркандский институт экономики и сервиса
Доцент кафедры высшей математики, к.э.н.

Шодиярова К.Х.

Самаркандский институт экономики и сервиса.
Преподаватель кафедры информационных технологий

Аннотация: В этой статье рассмотрена модель оптимального планирования ассортимента, ориентированная на туристическую отрасль, которая позволяет обеспечить согласование интересов. Также приведены критерии, направленные на увеличение ценностей. Были проведены экспериментальные и практические расчеты оптимального плана.

Ключевые слова: модель, экономика, планирование, оптимизация, ассортимент, туристическая отрасль, механизм, ориентации.

Аннотация: В этой статье рассмотрена модель оптимального планирования ассортимента, ориентированная на туристическую отрасль, которая позволяет обеспечить согласование интересов. Также приведены критерии, направленные на увеличение ценностей. Были проведены экспериментальные и практические расчеты оптимального плана.

Ключевые слова: модель, экономика, планирование, оптимизация, ассортимент, туристическая отрасль, механизм, ориентации.

Annotation: This article discusses the model of optimal assortment planning focused on the tourism industry, which allows for the coordination of interests. Criteria aimed at increasing values are also provided. Experimental and practical calculations of the optimal plan were carried out.

Key words: model, economy, planning, optimization, assortment, tourism industry, mechanism, orientation.

На этапе перехода к модернизации экономике, когда рынок насыщен и развита конкуренция руководители предприятий осознали необходимость ориентации производственной деятельности на потребителей и предприятий – производителей продукции через механизмы оптимизации применив высоких технологии маркетинга.

Ниже приводится модель оптимального планирования производственной программы предприятия, позволяющая обеспечить такое согласование интересов.

Краевский В.В. Методология научного исследования: Пособие для студентов и аспирантов гуманитарных ун-тов.

Арчибальд Р.С. Управление высокотехнологичными программами и проектами.

Новиков А.М., Новиков Д.А. Образовательный проект. Методология практической образовательной деятельности.

Рузавин Г.И. Методология научного исследования: Учеб. Пособие для вузов.

В практике применяются, как правило, упрощенные модели.

Авторы таких моделей исходят из предположения, что существует некоторая «вилка», внутри которой сравнительную ценность для потребителя той или иной структуры выпуска оценить пока практический невозможно. А если это так, то почему бы в рамках этой неопределенности не обеспечить улучшение таких показателей, как общий объем товарного выпуска или прибыли. Однако при соответствующем изменении структуры выпуска происходит, как правило, снижение ценности для потребителя структуры товарной продукции.

Оптимизация за счет изменения структуры выпуска имеет смысл лишь тогда, когда благодаря такому изменению повышается ценность для потребителя структуры товарной продукции.

Одним из известных критериев, который направлен на увеличение ценности для потребителя структуры выпускаемой продукции, является критерий максимума выпуска в заданном ассортименте. Использование такого критерия предполагает, что нам известен наилучший ассортимент выпускаемых продуктов (тогда он и принимается в качестве ассортиментного условия). Однако и в том случае, когда это соотношение нам неизвестно заранее, принципы теории принятия решений в условиях неопределенности, опыт и интуиция маркетолога по-



зволяет найти более или менее приемлемое приближение к наилучшему ассортименту.

Этот критерий имеет, по крайней мере, три существенных недостатка. Первый недостаток состоит в том, что критерий не учитывает, что самый наилучший ассортимент может меняться в зависимости от достигнутого уровня выпуска. Второй недостаток состоит в том, что за счет небольшого отклонения от заданного ассортимента можно зачастую получить существенное увеличение выпуска отдельных продуктов и общего выпуска. И наконец, третий недостаток состоит в том, что такой критерий может приводить к выбору дорогих по себестоимости, капитальным вложениям и приведенным затратам технологических способов.

Первый недостаток может быть снят несколькими модификациями рассматриваемого критерия, простейший из которых состоит в том, что ассортимент задается соотношениями типа

$$y_g = \tilde{y}_g + \lambda(B_g - \tilde{y}_g)$$

где y_g = искомый выпуск продукции g -го вида; y_g - достигнутый уровень выпуска продукции g -го вида (или значение выпуска продукции g -го вида в некотором рационализированном по структуре плане, не превышающем в сумме достигнутого); B_g - потребность; λ - максимизируемый параметр. Более точный способ снятия этого недостатка состоит в переходе от критерия максимизации выпуска в заданном ассортименте к критерию максимизации выпуска в переменном ассортименте, при котором используются более общего вида нелинейные зависимости удельных весов разных продуктов в общем объеме выпуска от достигаемой величины этого объема.

В ряде работ предложены критерии, позволяющие частично или практически полностью снять указанные недостатки критерия максимума выпуска в заданном ассортименте при сохранении положительной стороны этого критерия: ориентировка на наилучший, с точки зрения потребителя, ассортимент.

Идея предложенных в некоторых работах различных видов критерия максимума прибыли за вычетом штрафов за отклонение от рационализированного ассортимента состоит в следующем. Если наилучший ассортимент может быть достигнут без недоиспользования ресурсов и без использования дорогостоящих способов производства, то решение дает максимум выпуска в рационализированном ассортименте. Если же за счет небольшого отклонения от этого ассортимента может быть заметно увеличен выпуск других продуктов или обеспечен выбор менее дорогостоящих способов производства, то данный критерий обеспечивает соответствующее отклонение. Это отклонение дает возможность решению оставаться вблизи рационализированного ассортимента и является в определенном смысле минимальным отклонением от него. Сам рационализированный ассортимент меняется в зависимости от достигнутого уровня обеспечения потребности.

Критерии данного типа могут обеспечить как улучшение структуры пуска с точки зрения интересов потребителей, так и уменьшение затрат на производство. Они являются более общими, чем обычно используемые требования максимума прибыли, максимума товарного выпуска, максимума выпуска конечной продукции в заданном ассортименте, минимума затрат, минимума среднеквадратичного отклонения доли заявленной потребности от единицы и др. Как более общие, они позволяют устранить ряд недостатков указанных упрощенных критериев и использовать их относительные преимущества.

Однако предложенные критерии подобного рода, выражающие требование максимума прибыли за вычетом штрафов за отклонения от рациональной структуры, крайне затруднительно использовать в том же предприятии, на котором производятся и готовые изделия, и входят в стоимость последних по себестоимости.

В таком более общем случае можно принять в качестве критерия требование минимума совокупных затрат на производство и штрафов за отклонение размеров выпуска от потребностей.

С математической точки зрения такого рода критерия относится к тому же классу, что и предложенные в ряде работ.

Параметры, соизмеряющие «затратные» и «натуральные» слагаемые критерия (величины η_g приводимой ниже модели) можно строить с использованием информации об относительной значимости (полезности) отдельных видов продукции для народного хозяйства или для потребителей. Эти параметры можно строить с учетом относительной значимости продуктов, отражаемой в соотношениях цен, и значимости, отражаемой через показатели



эластичности спроса на продукцию соответствующих видов.

Сами параметры η_g можно рассматривать как задание с точностью до некоторого общего для них регулируемого параметра $\eta(\eta = \eta' \bullet \eta_g)$, с помощью которого можно придавать большую значимость отдельным факторам (затратному или структурному). Значение указанного параметра должно быть тем больше, чем выше ожидаемый процент удовлетворения потребности.

В отличие от линейных моделей с ограничениями в виде «вилки» на выпуск продукции, при которых решения ложатся в основном на границы диапазонов «вилка», решения в модели с предполагаемым критерием при заданных параметрах η_g , определяющих большую или меньшую значимость продуктов, получаются не на границах «вилки», а внутри их.

Варьирование параметром η отнюдь не равносильно варьированию «вилкам» в линейных моделях. В последних предполагается (при переходе от решения к решению) варьирование 2G- параметрами (верхними и нижними «вилками»), G- число переменных.

В качестве условия оптимальности в усовершенствованной модели оптимального текущего планирования принята, как отмечено выше, минимизация текущих затрат на производство и штрафов за отклонения размеров выпуска конечной продукции предприятия от потребностей в ней:

$$\sum_k C_k x_k + \sum C^s x_f^s + \sum_l \sum_f n^f C_l f + \sum \frac{\eta_g}{B_g} \left[B_g - \left(\sum_{k \in k^s} x^k - \sum_{q \neq g} \sum_{k \in e^q} a_k \bullet x_k \right) \right] \rightarrow \min$$

В приводимых нами ограничениях модели представлены специфические особенности часовых заводов и предприятий очковой оптики, например характерное для часовой промышленности и очковой оптики наличие вспомогательного инструментального производства, наличие промежуточных продуктов (полуфабрикатов и др.). Следует отметить, что хотя отдельные ограничения содержались в аналогичном или более простом виде в других моделях, однако модели, содержащие именно такую совокупность взаимоувязанных ограничений с именно такой системой показателей, приводятся впервые.

Таким образом, предлагаемая модель оптимального планирования является существенно более общей, чем ранее использовавшиеся в приборостроении и машиностроении.

Представляется, что расчет оптимального текущего плана следует проводить с целью его использования на второй из двух плановых лет. Дело в том, что заказываемое в середине текущего базового года оборудование на ближайший плановый год поступает и устанавливается в течение этого планового года не в полном соответствии с заказанной спецификацией и в основном к концу года. Из-за этого расчет оптимального плана на ближайший плановый год может оказаться обесцененным. Поэтому имеет смысл проводить первоначально расчет плана на второй из двух плановых лет, уточняя его по мере выяснения, определяемой первыми вариантами расчетов модели, при этом наиболее существенными переменными оказываются x_f^s .

Когда пройдет год и второй плановый год станет первым, для него может быть решена задача оптимального текущего планирования производства с заданными величинами старых и новых основных фондов в соответствующем году. В тех случаях, когда основные фонды в соответствующем году. В тех случаях, когда основные фонды каких-то видов в течение года оказываются существенно меняющимся, эта задача может решаться для отдельных отрезков года (например, для кварталов).

Итак, модель для второго года из двух плановых лет включает следующие ограничения.

Балансы среднегодового количества имеющегося и вновь вводимого оборудования каждого вида на каждом предприятии и его использования:

$$\sum_{k \in e_f} b_k^s x_k \leq \tilde{h}_f^s (\tilde{x}_f^s - \hat{x}_f^s) + h_f^s \bullet x_f^s \quad ; f=1, F; s \in S_f \quad (1)$$

Баланс наличия и использования капиталовложений на приобретение нового оборудования по подотрасли:

$$\sum_{f=1} \sum_{s \in S_f} C^s x_f^s \leq Q \quad (2)$$



Ограничения сверху по возможным поставкам оборудования каждого вида:

$$\sum_F x_f^s \leq B^s, s \in S \quad (3)$$

Балансы наличия и использования производственных площадей основного производства по каждому предприятию:

$$\sum u_s (\tilde{x}_f^s - \hat{x}_f^s + x_f^s) \leq P \quad f=1, F; \quad (4)$$

Балансы наличия и использования рабочей силы основного производства по каждому предприятию и в целом по подотрасли:

$$\sum r_k x_k \leq x^f \cdot t; \quad x^f \leq x^f \leq \bar{x}^f; \quad f = 1, F; \quad \sum_f x^f \leq R; \quad (5)$$

Балансы по подотрасли наличия и использования сырья, материалов и комплектующих изделий каждого вида, получаемых со стороны:

$$\sum r_k^m \leq R_m; \quad m = 1, M; \quad (6)$$

Ограничения снизу на выпуск конечной продукции каждого вида:

$$\sum_{k \in K^g} x_k - \sum_{q \neq g} \sum_{k \in K^q} a_g x_k \geq A_g; \quad g \in G_2; \quad (7)$$

Балансы производства и потребления чисто промежуточных продуктов подотрасли:

$$\sum_{k \in K^g} x_k - \sum_{q \neq g} \sum_{k \in K^q} a_g x_k; \quad g \in G_1; \quad (8)$$

Балансы наличия и использования инструментов и оснастки каждого вида по каждому предприятию:

$$\sum_{k \in K^g} V_k^l x_k \leq \tilde{n}_f + \frac{1}{2} n_f; \quad f = 1, F; \quad l \in L_f; \quad (9)$$

Балансы наличия и использования фондов рабочего времени инструментальных участков по каждому предприятию:

$$\sum_l b_l^f \cdot n^f \leq C_f; \quad f = 1, F; \quad l \in L_f; \quad (10)$$

Балансы производства и использования инструментов и оснастки каждого вида по подотрасли:

$$\sum_f n^f = \sum_l n_f; \quad l \in L; \quad (11)$$

Условия неотрицательности и целочисленности переменных:

$$x_k \geq 0; \quad n_f \geq 0; \quad x_f^s \in \{0, 1, 2, \dots\} \quad (12)$$

В приведенной модели использованы следующие обозначения.

Индексы:

q, g - наименования продуктов, производимых в подотрасли (деталей, узлов, готовых изделий); k - технология производства; f - завод ($f = 1, F$); s - вид оборудования; m - вид ограниченного сырья, материала или комплектующего изделия, получаемого извне ($m = 1, M$); l - вид инструмента или оснастки.

Множества:

G_1 - наименований чисто промежуточных продуктов; G_2 - наименований конечных продуктов (которые могут лишь частично потребляться и внутри подотрасли), включая продукты, используемые для ремонта готовых изделий; K^g - технологий производства на f -м предприятии; S_f - видов оборудования на f -м предприятия; S - видов оборудования в подотрасли; L - видов инструментов и оснастки в подотрасли; L_f - видов инструментов и оснастки на f -м предприятии.

Искомые величины:

x_k - объем производства продукции, производимой по k -й технологии; \hat{x}_f^s - число единиц оборудования s -го вида, которое следует демонтировать (не считая демонтажа из-за износа оборудования) на f -м предприятии; x_f^s - число единиц оборудования s -го вида, которое следует приобрести для замены выходящего из-за износа и для расширения производства



на f -м предприятия; n_f - количество новых инструментов или оснастки l -го вида, которое будет использовано на f -м предприятии; n^l -количество новых инструментов или оснастки l -го вида, произведенных на f -м предприятии; x^f -численность рабочих основного производства, используемых на f -м предприятии.

Известные величины:

t -плановый фонд рабочего времени одного рабочего;

b_k^s -нормативы затрат станко-часов S -го вида на продукцию, изготавливаемую по k -й технологии; r_k -нормативы затрат рабочего времени основных производственных рабочих на продукцию, производимую по k -й технологии; u_s -норма занятости производственной площади под единицу оборудования S -го вида; V_k^l - норма затрат инструментов или оснастки l -го вида в штуках на продукцию, изготавливаемую по k -й технологии; b_l^f - норматив затрат на изготовление одного инструмента одной оснастки l -го вида в станко-часах или норма-часах на f -м предприятии; V_k^m - нормативы затрат m -вида сырья, материалов или комплектующих изделий, получаемых извне, на продукцию, изготавливаемую по k -й технологии; a_{kg} -количество производимых на предприятии деталей и узлов g -го наименования, затрачиваемых на единицу продукции, производимую по k -й технологии (без учета деталей и узлов, вошедших в g -е узлы и механизмы); h_f^s - годовой фонд рабочего времени единицы оборудования s -го вида, имеющегося на f -м предприятии на момент начала планового периода, т.е. к началу первого планового года; h_f^s -годовой фонд рабочего времени единицы нового оборудования s -го вида, устанавливаемого в плановом году; \tilde{x}_f^s - количество оборудования s -го вида, имеющегося на начало планового периода (опять-таки к началу первого планового года) на f -м предприятии; C^s -стоимость единицы оборудования s -го вида, приведенная к текущим затратам; C_k - себестоимость единицы продукции, произведенной по k -й технологии; (за вычетом себестоимостей затраченных на этот продукт деталей и узлов, произведенных на самом предприятии); C_f -себестоимость изготовления единицы инструмента или оснастки l -го вида на f -м предприятии; приведенная к текущим затратам; x^f и \bar{x}^f - соответственно нижняя и верхняя границы численности рабочих основного производства на f -м предприятии; R -лимит численности рабочих основного производства по подотрасли; P_f - наличные производственные площади основного производства по каждому предприятию в плановом году; \tilde{n}_f количество инструмента или оснастки l -го вида, имеющейся к началу планового периода на f -м предприятии; C_f -мощности инструментального производства в станко-часах или норма-часах на f -м предприятии; Q -лимит капиталовложений на приобретение нового оборудования в подотрасли; R_m - лимиты по сырью, материалами и комплектующим изделиям m -вида, получаемым извне подотрасли; A_g -минимально допустимый выпуск готовой продукции g -го наименования, B^s -максимально возможные закупки оборудования s -го вида, B_g - потребность в продукции g -го наименования; η_g -потери общества от недопроизводства изделий g -го наименования(в первом приближении - цены изделий).

Основные трудности расчетов по модели связаны как с более сложной структурой задачи (квадратичный функционал целевой функции, наличие целочисленных переменных), так и с большей размерностью соответствующих задач для большинства подотраслей.

Основным математическим обеспечением для решения модели является программа решения задачи квадратичного программирования.

По модели приведенного типа были проведены экспериментальные и практические расчеты оптимального плана в очковой оптике и часовой промышленности, которые подтвердили возможность и целесообразность ее использования.

Интегральный эффект от решения задачи оптимального текущего планирования очковой оптики выразился в уменьшении затрат на производство на 1800 тыс. сум., что составляет 6% всех затрат на производство, при увеличении выпуска на 350 тыс.шт. линз в год. при этом улучшились структура производственной программы сточки зрения ее общественной полезности(улучшилось удовлетворение потребности в линзах высоких рефракций, особенно необходимых потребителю, возросла доля линз большого диаметра, пользующихся наибольшим спросом у потребителей).

Для предприятия промышленности расчеты показали, что выбор оптимальной по детальной специализации позволяет существенно уменьшить затраты на производство.



Список использованных источников (References)

1. Арчибальд Р.С. Управление высокотехнологичными программами и проектами. – М.: ДМК Пресс, 2002.
2. Декарт Р. Рассуждение о методе. Начала философии. – М.: Вежа, 1998.
3. Краевский В.В. Методология научного исследования: Пособие для студентов и аспирантов гуманитарных ун-тов. – СПб.: ГУП, 2001.
4. Лешкевич Т.Г. «Философия науки: традиции и новации» М.:ПРИОР,2001
5. Новая философская энциклопедия: В 4-х т. – М.: Мысль, 2000.
6. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология. М.: Синтег, 2007.
7. Новиков А.М., Новиков Д.А. Образовательный проект / Методология практической образовательной деятельности. – М.: Эгвес, 2004.
8. Основы философии науки: Учебное пособие для аспирантов / В.П. Кохановский и др. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д: Феникс, 2005.
9. Рузавин Г.И. Методология научного исследования: Учеб. Пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.

ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА ФОЙДАНИ ШАКЛЛАНИШИ ВА УНДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ЗАРУРИЯТИ

Мухаммадиев Камолиддин Ғуломиддинович

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

“Банк иши” кафедраси ассистенти

Телефон: +998934246409

kamoliddin@bk.ru

Аннотация: Ушбу мақолада тижорат банкларининг давлатга тўлайдиган солиқлари ва мажбурий тўловларига алоҳида урғу берилган. Шу билан биргаликда фойдани тақсимлаш муаммоларини ҳал қилиш, миллий даромадларнинг бир қисмини тақсимланиши борасида фикр мулоҳазалар баён этилган.

Калит сўзлар: фойда, даромад, солиққа тортиш, тақсимлаш, мажбурий тўловлар, миллий даромад.

Тижорат банклари доирасида фойданинг шаклланиши ва ундан фойдаланиш жараёнларини тадқиқ этаётган бир вақтимизда мантиққа риоя қилган ҳолда тижорат банклари ёрдамида реализация қилинган миллий даромад бир қисмининг тақсимланиши муаммосига дуч келамиз ва уни ўзимизнинг имкониятимиз даражасида ҳал қилишимиз керак деб уйлаймиз. Бизнинг фикримизча, умумий режада фойдани тақсимлаш муаммоларини шартли равишда икки гуруҳга бўлиб ўрганишимиз мумкин:



1 - чизма. Умумий режада фойдани тақсимлаш муаммолари

Юқоридаги чизмада умумий режада фойдани тақсимлаш муаммоларини шартли равишда икки гуруҳга ажратдик ва биринчи гуруҳ давлат билан тижорат банклари ўртасида вужудга келадиган масалалар бўлиб, улар тижорат банклари даромадлари ёки фойдасини солиққа тортиш билан боғлиқ вазифаларни ҳамда бирламчи тақсимотни ўз ичига олади.

Иккинчи гуруҳга эса тижорат банкининг ихтиёрида қоладиган ва акционерлар умумий йиғилишининг қарорига кўра фойдаланадиган даромадлари ёки фойдасини иккиламчи тақсимлаш билан боғлиқ бўлган масалаларини ўз ичига олади. [1]

Олинган даромад ёки фойданинг давлат ва тижорат банклари ўртасида оқилона (оптимал) тақсимланиши тижорат банкларининг ривожланишига ўзининг ижобий таъсирини кўрсатмасдан қолмайди. Буни исботлаб беришга сира ҳам ҳожат йўқ. Шунинг учун ҳам бозор муносабатлари тизимида тижорат банкларининг муваффақиятли фаолият кўрсатиши улар даромадини ёки фойдасини солиққа тортиш тизимининг таъсирига бевосита боғлиқдир.

Тижорат банклари ихтиёрига қоладиган даромад (фойда)ни тақсимлаш ҳар бир тижорат банкига тегишли бўлган унинг ички масаласидир. [2] Шу маънода биз бу масалани ҳозирги шароитда маълум маънода иккинчи даражали масала деб қарашимиз мумкин. Бир вақтнинг ўзида бу масала ўз аҳамиятини ҳозирги шароитда бир оз даражада йўқотган бўлишига қарамасдан, бизнинг назаримизда, ҳанузгача ўзининг оқилона ечимини қутаётган масалалардан бири эканлигини таъкидлаб ўтишимиз зарур.



Ҳозирги вақтда тижорат банклари билан давлат ўртасидаги муносабатларни янада мустаҳкамлаш зарур деб ҳисоблаймиз. Шу боисдан ҳам, тижорат банклари даромадини бирламчи тақсимлаш масалаларига алоҳида эътибор қаратиш мақсадга мувофиқдир. Шу ўринда, бизнинг фикримизча, солиққа тортишнинг умумий услубий (методологик) масалаларига эътибор қаратиш зарур деб ҳисоблаймиз.

Солиққа тортишнинг умумий услубий (методологик) характердаги масалаларини кўриб чиқиб, онгли равишда муаммонинг бир неча йўналишларига эътибор қаратиш лозим деб ҳисоблаймиз, улар қуйидагилардан иборатдир:

- солиқларнинг иқтисодий табиати ёки моҳияти;
- солиқларнинг турли бошқа тўловлар ва мажбурий ажратмалардан афзалликларини аниқлаб берувчи характерли белгилари;
- солиқларнинг олиниши (ундириш) механизми.

Солиқларнинг ижтимоий-иқтисодий моҳияти, солиққа тортиш тамойиллари ва услублари, уларнинг роли ва тури, одатда жамиятнинг иқтисодий тузуми билан белгиланиши лозим. Шунинг учун ҳам иқтисодиёт фанининг классиклари жамият тараққиётининг иқтисодий муаммоларини тадқиқ қилиш жараёнида улар солиқларнинг моҳияти ва уларнинг иқтисодий табиати масалаларига алоҳида эътибор берганлар. [3]

Тижорат банклари орасида ҳам иқтисодиётининг барча субъектлари сингари солиққа тортишнинг ягона тартиби қўлланиши керак. Аммо биз бундан барча тижорат банкларига нисбатан бир хил солиқ турлари ва ставкалари қўлланиши керак экан-да, деган хулоса чиқаришимиз мақсадга мувофиқ эмас.

Шуни таъкидлаш лозим-ки, ҳар бир давлатда солиқ тизими, жумладан солиққа тортиш механизми ҳукуматнинг тегишли қонунлари ва норматив ҳужжатлари ёрдамида тартибга солиб турилади. Шу билан биргаликда мамлакатимизда иқтисодий ислохотлар бошланган пайтдан бошланиб ҳозиргача солиққа тортиш тизими анча ўзгарганлигини алоҳида таъкидлаб ўтишимиз лозим.

Банкларнинг бюджетга тўловларни амалга ошириш ва уларнинг ҳисобини юритишнинг амалий жиҳатдан ўрганишлар натижасига таяниб қуйидаги хулосаларни шакллантиришга муваффақ бўлдик:

- банклар нафақат иқтисодиётнинг реал секторини молиявий ресурслар билан таъминлаш ва молиявий ҳисоб-китоб хизматларини кўрсатиш, балки тижорат муассасалари сифатида йирик солиқ тўловчилардан ҳисобланади;
- банклар интизомли солиқ тўловчилар ҳисобланади, банклар жорий ой учун тўланадиган солиқларни олдиндан тўлаб беришлари натижасида давлат бюджетига тўлайдиган умумбелгиланган солиқлар ва, ажратмалар ва мажбурий тўловлардан муддати ўтган қарзлари мавжуд эмас;
- банкларда бухгалтерия ҳисоби бўйича кунлик баланс тузилиши давлат бюджетига тўлайдиган солиқлар ва мажбурий тўловлар ҳамда ажратмаларни тўлаш устидан самарали назорат қилиш имкониятини беради.

Хулоса қилиб айтганда, тижорат банклари давлат бюджетига тўлайдиган солиқлар ва мажбурий тўловлар бўйича йирик ва интизомли солиқ тўловчилар ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Бердияров Б.Т. Тижорат банклари актив операцияларининг даромадлилиги. и.ф.н. илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. –Т.: 2002. – 21 б.
2. Вахабов А.В., Ибрагимов А.К., Ризаев Н.К. Тижорат банклари ташқи аудитида халқаро молиявий ҳисобот стандартларини жорий этиш методикаси. Монография. Тошкент: молия, 2011. -188б.
3. Диана Мак Нотон, Дональд Дж. Карлсон, Клайтон Таусенд Дитд и др. Организация работы в банках: в 2–х томах. Том 2. Интерпривование финансовой отчетности. Пер. с англ. –М.: Финансы и статистика, 2002. –240 с.



ЎЗБЕКИСТОНДА ДАВЛАТ ХИЗМАТЛАРИ КЎРСАТИШ МИЛЛИЙ ТИЗИМИНИ ЖАДАЛ РИВОЖЛАНТИРИШ

О.М.Пардаев – и.ф.д., доцент
(Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти)
У.Сагдуллаев – муст. изланувчи

Аннотация: ушбу мақолада Ўзбекистонда давлат хизматлари кўрсатиш миллий тизими-ни жадал ривожлантиришда онлайн хизматларни жорий қилиш орқали ягона интерактив давлат хизматлари портали имкониятларини тарғиб қилиш аҳамияти тўғрисида баён этилган.

Калит сўзлар: давлат хизматлари, онлайн хизматлар, интерактив, портал, ягона интерактив давлат хизматлари портали

Abstract: This article describes the importance of promoting the capabilities of a single interactive public services portal through the introduction of online services in the rapid development of the national system of public services in Uzbekistan.

Keywords: public services, online services, interactive, portal, single interactive public services portal

Аннотация: В данной статье описывается важность продвижения возможностей единого интерактивного портала государственных услуг через внедрение онлайн-услуг в стремительном развитии национальной системы государственных услуг в Узбекистане.

Ключевые слова: государственные услуги, онлайн-услуги, интерактив, портал, единый интерактивный портал государственных услуг.

Ўзбекистонда аҳолига давлат хизматларини кўрсатиш тизими изчил ва тизимли равишда ислоҳ қилиниб борилмоқда. Ҳар бир туман ва шаҳарларда Давлат хизматлари марказлари ташкил этилиб, сўнгги 3 йил давомида аҳолига ва тадбиркорларга хизмат кўрсатиб келмоқда. Аммо ушбу марказларга аҳолининг катта қисми шахсан мурожаат қилишлари ҳисобига навбатлар пайдо бўлиб, хизмат кўрсатиш самарадорлигининг пасайишига сабаб бўлди. Шунининг олган ҳолда, давлат хизматларидан фойдаланиш учун мурожаат этувчи аҳоли ва тадбиркорлик субъектларининг сони ўсиб бориши мазкур соҳани такомиллаштириш бўйича қўшимча чоралар қўрилишини талаб этмоқда.

Бугунги кунда, Давлат хизматлари марказлари томонидан 130 дан ортиқ турдаги давлат хизматлари кўрсатиб келинмоқда. Бироқ, ҳозирда давлат хизматлари кўрсатиш соҳасида қатор муаммолар бўлиб, улардан энг асосийларидан бири бу – онлайн хизматларнинг оммалашмаганлиги ва фуқароларнинг интернет орқали хизматлардан онлайн тартибда фойдаланишга ишончи йўқлигидадир. Масалан, 2019 йилда кўрсатилган жами 13 миллионга яқин хизматлардан бор йўғи 500 минг таси (5.21 фоизи) онлайн тартибда кўрсатилганлиги ҳам бу борадаги муаммоларнинг мавжудлигини кўрсатади¹.

Онлайн тартибдаги мурожаатлар сонининг пастлигини қуйидаги омиллар билан ҳам боғлаш мумкин:

-фуқароларда онлайн хизматлардан фойдаланиш кўникмаларининг етарли даражада шаклланмаганлиги;

- чекка ва олис ҳудудларда инфратузилманинг лозим даражада ривожланмаганлиги;

- Ягона интерактив давлат хизматлари порталидан фойдаланиш учун ихтисослаштирилган мобил илованинг мавжуд эмаслиги;

- мобил идентификациялаш тизимининг мавжуд эмаслиги.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 31 январдаги “Давлат хизматлари кўрсатиш миллий тизимини жадал ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5930-сон Фармони² асосида аҳолига қулай шарт-шароитлар яратиш ҳамда давлат хизматлари кўрсатиш тизимида замонавий ахборот-қоммуникация технологияларини жорий этиш давом эттирилишини таъминлаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 12 декабрдаги «Аҳолига давлат хизматлари кўрсатишнинг мил-

¹ <https://www.xabar.uz/jamiyat/yagona-interaktiv-davlat-xizmatlari-portali-orqa>

² <https://lex.uz/docs/4720389>



лий тизимини тубдан ислоҳ қилиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ-5278-сон Фармони-га мувофиқ жисмоний ва юридик шахсларга давлат хизматлари кўрсатиш соҳасида ягона давлат сиёсатини амалга ошириш Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги Давлат хизматлари агентлиги зиммасига юклатилди. Ушбу агентлик зиммасига Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Лойиҳа бошқаруви миллий агентлиги ва Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигининг Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатидан ўтказиш ва ҳисобга қўйишнинг автоматлаштирилган тизимини юритиш, Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатидан ўтказиш ва ҳисобга қўйишнинг автоматлаштирилган тизимини юритиш ва техник қўллаб-қувватлаш ҳамда уни Юридик шахсларнинг марказий маълумотлар базаси билан интеграция қилиш ва идоралараро электрон ҳамкорликни бепул таъминлаш бўйича қўшимча вазифалар юклатилди.

Фармонига мувофиқ 2020 йил 1 апрелдан бошлаб Тошкент шаҳрида 10 турдаги давлат хизматлари фақат Ягона интерактив давлат хизматлари портали орқали ёки ваколатли давлат органларининг расмий веб-сайтлари орқали кўрсатилиши белгиланди.

Мазкур Фармон ижросини таъминлаш ҳамда аҳолининг давлат хизматларидан он-лайн тартибда фойдаланиш кўникмаларини шакллантириш, уларга янада қулайликлар яратиш мақсадида Давлат хизматлари марказлари биноларида фуқаролар учун ўз-ўзига хизмат кўрсатиш зоналари ташкил этилиб, Марказ ходимлари томонидан ташриф буюрувчи фуқароларга давлат хизматларидан онлайн тартибда фойдаланиш имкониятлари кўрсатилиб, уларнинг давлат хизматлари соҳасидаги билим ва кўникмалари ошириб борилмоқда.

Давлат хизматларидан онлайн тартибда фойдаланишнинг мурожаатчилар учун қуйидаги афзалликлари мавжуд:

- давлат хизматларидан кун давомида, яъни доимий равишда онлайн вақт режимида фойдаланиш имкониятлари мавжудлиги;
- давлат божи, йиғимлар ва бошқа тўловлар Давлат хизматлари марказлари орқали ёки бевосита хизмат кўрсатувчи органларга мурожаат этганда тўланадиган суммадан 90 фоиз миқдорида тўланиши белгиланганлиги;
- фуқароларнинг ортиқча вақти ва нақд пулларини сарфлаб давлат органларида сарсон бўлмаслик ва бошқалар.

Ўзбекистон Республикаси Ягона интерактив давлат хизматлари портали Интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг Ҳукумат портали доирасида, шу жумладан, «бир дарча» тамоилида фаолият кўрсатади. Ягона портал орқали интерактив давлат хизматлари кўрсатиш Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2017 йил 15 сентябрдаги «Ўзбекистон Республикаси ягона интерактив давлат хизматлари портали орқали электрон давлат хизматлари кўрсатиш тартибини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» 728-сонли қарорида келтирилган Ўзбекистон Республикаси Ягона интерактив давлат хизматлари портали тўғрисида низомига мувофиқ рўйхатдан ўтиш ва авторизация қилиш жараёнларидан ўтган фойдаланувчилар учун амалга оширилади¹. Ягона портал давлат органлари томонидан кўрсатиладиган, шу жумладан пулли асосда кўрсатиладиган интерактив давлат хизматларидан эркин фойдаланишнинг ягона нуқтаси ҳисобланади.

Ягона порталнинг асосий вазифаларига қўйидагиларни киритиш мумкин:

- фойдаланувчиларга давлат органларига тўғридан-тўғри мурожаат қилиш учун имконият бериш;
- фойдаланувчиларни ахборот-коммуникация технологиялари соҳасидаги бошқа лойиҳалар билан интеграциялаш;
- фойдаланувчиларнинг давлат органлари билан ўзаро ҳамкорлиги самарадорлигини ошириш;
- давлат органларига мурожаат қилинганда фойдаланувчилар учун бюрократик тўсиқларни қисқартириш ва уларни бартараф этиш;
- «Электрон ҳукумат» тизимини янада ривожлантириш ва давлат бошқарувида замонавий ахборот технологияларини жорий этишда кўмаклашиш.

Ягона портал замонавий ахборот технологияларидан фойдаланиш асосида интерактив давлат хизматлари олишда фойдаланувчиларнинг шарт-шароитларини ривожлантириш ва имкониятларини кенгайтириш учун мўлжалланган бўлиб, фойдаланувчиларга давлат орган-

¹ <https://my.gov.uz/uz/pages/about>



лари томонидан кўрсатиладиган бир томонлама, икки томонлама ва транзакцион шаклдаги интерактив давлат хизматларидан фойдаланиш имкониятини беради.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, давлат хизматларини кўрсатишнинг самарадорлигини ошириш, аҳолига хизмат кўрсатиш сифатини кўтариш мақсадида интерактив давлат хизматлардан фойдаланиш кўникмаларини шакллантириш ва кенг тарғиб қилишни жорий қилиш мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар

1. <https://www.xabar.uz/jamiyat/yagona-interaktiv-davlat-xizmatlari-portali-orqa>
2. <https://lex.uz/docs/4720389> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 31 январдаги “Давлат хизматлари кўрсатиш миллий тизимини жадал ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5930-сон Фармони
3. <https://my.gov.uz/uz/pages/about> Ягона интерактив давлат хизматлари портали



«ЯГОНА ДАРЧА» ТАМОЙИЛИ БЎЙИЧА ДАВЛАТ ХИЗМАТЛАРИ КЎРСАТИШ

О.М.Пардаев – и.ф.д., доцент
(Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти)
У.Сағдуллаев – муст. изланувчи

Аннотация: ушбу мақолада Ўзбекистонда «ягона дарча» тамойили бўйича давлат хизматлари кўрсатиш орқали аҳоли ва тадбиркорлик субъектларига тезкорлик ва очиқлик билан давлат хизматларини кўрсатиш имкониятларини тарғиб қилиш аҳамияти тўғрисида баён этилган.

Калит сўзлар: давлат хизматлари, «ягона дарча» тамойили, давлат хизматлари кўрсатиш ягона марказлари

Annotation: This article discusses the importance of promoting the ability to provide public services to the population and businesses in a timely and transparent manner through the provision of public services on the principle of "single window" in Uzbekistan.

Keywords: public services, "single window" principle, single centers for public services

Аннотация: В данной статье обсуждается важность продвижения возможности предоставления государственных услуг населению и бизнесу своевременно и прозрачно через предоставление государственных услуг по принципу «единого окна» в Узбекистане.

Ключевые слова: государственные услуги, принцип «единого окна», единые центры государственных услуг.

Мамлакатда давлат хизматлари кўрсатиш тизими изчиллик билан такомиллаштирилмоқда ва модернизация қилинмоқда, бу аҳолининг ҳаёт сифати, инвестиция иқлими, ишчанлик муҳитини яхшилаш ва бизнесни ривожлантириш имконини беради. 2003 йилдан буён тадбиркорлик субъектларини «ягона дарча» тамойили бўйича рўйхатдан ўтказиш туманлар ҳокимликлари ҳузуридаги тадбиркорлик субъектларини рўйхатдан ўтказиш инспекциялари томонидан амалга ошириб келинган. 2016 йил 1 январдан бошлаб Инспекциялар негизида Тадбиркорлик субъектларига «ягона дарча» тамойили бўйича давлат хизматлари кўрсатиш ягона марказлари ташкил этилди. 2017 йил 1 февралдан Ягона марказларнинг туманлар ҳокимликлари тузилмасидан Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги тасарруфига ўтказилиши мазкур соҳани ривожлантириш бўйича кейинги қадам бўлиб, вертикал бошқарувни шакллантириш, уларнинг самарали фаолиятини ташкил этиш имконини берди. 2017 йил 1 апрелдан бошлаб рўйхатга олиш тартиб-таомилларини 30 дақиқагача қисқартириш имконини берувчи тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатидан ўтказишнинг автоматлаштирилган тизими ишга туширилганлиги «Doing Business 2018» глобал рейтингдаги «Бизнесни рўйхатдан ўтказиш» кўрсаткичи бўйича Ўзбекистоннинг мавқеини 24-ўриндан 11-ўринга яхшилашга хизмат қилди¹.

Маълумки, 2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси ҳамда Ўзбекистон Республикасида Маъмурий ислохотлар концепциясини рўёбга чиқариш, шунингдек, аҳолининг ҳаёт даражасини ошириш ва ишбилармонлик муҳитини яхшилаш, бизнесни ривожлантириш мақсадида давлат хизматлари кўрсатишнинг миллий тизимини сифат жиҳатидан янги даражага ўтказиш жадал суръатларда олиб борилмоқда. Кейинчалик мамлакатимизда давлат хизматларини кўрсатишнинг миллий тизимини тубдан ислоҳ қилиш бўйича кенг миқёсда бошланган ишлар доирасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 12 декабрдаги ПФ-5278-сон Фармони²га асосан Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузурида Давлат хизматлари агентлиги ташкил этилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 12 декабрдаги ПФ-5278-сон Фармонига мувофиқ Республикада «ягона дарча» тамойили бўйича фақат Давлат хизматлари марказлари орқали кўрсатиладиган 58 та давлат хизматларининг рўйхати тасдиқланди. Таъкидлаш керакки, мазкур давлат хизматла-

¹ <https://lex.uz/docs/3454462> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 12 декабрдаги ПФ-5278-сон Фармони

² <https://lex.uz/docs/3454462> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 12 декабрдаги ПФ-5278-сон Фармони



ри фуқаролар ва юридик шахслар томонидан энг кўп талаб этиладиган хизматлар саналади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 11 апрелдаги ПҚ-3662-сонли қарорига асосан, тажриба тариқасида, 2018 йилнинг 1 июнидан Нукус, Андижон, Когон, Зарафшон, Наманган, Термиз, Қўқон шаҳарлари, Дўстлик, Пастдарғом, Сирдарё, Шахрисабз, Чирчиқ, Хонқа ва Юнусобод туманлари давлат хизматлари марказлари орқали 70 — 100 турдаги талаб юқори бўлган давлат хизматларини кўрсатиш амалиётини жорий қилиш белгиланди ҳамда босқичма-босқич амалиётга татбиқ қилиб борилмоқда. Давлат хизматлари кўрсатиш соҳасидаги ислохотлар узлуксиз тарзда давом этмоқда. Шу ўринда, қайд этиш керакки, Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳамда Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлигининг 2018 йил 1 июндаги 5, 08/23-сон қарорига асосан Давлат хизматлари ягона реестри тасдиқланган бўлиб, ушбу реестр ўзида 693 та давлат хизматлари турини акс эттирган¹.

2017—2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлан-тиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси ва Ўзбекистон Республикасида Маъмурий ислохотлар концепциясини амалга ошириш, шунингдек, аҳолига давлат хизматлари кўрсатиш миллий тизимининг сифат жиҳатидан янги даражага ўтишини таъминлаш мақсадида қуйидагилар давлат хизматлари кўрсатиш миллий тизимини тубдан ислох қилишнинг энг муҳим йўналишлари деб белгиланди:

- биринчидан, давлат хизматлари кўрсатиш соҳасида уларнинг сифати, тезкорлиги, шаффофлиги ва фойдаланиш имкониятини тубдан ошириш орқали «Халқ давлат идораларига эмас, давлат идоралари халқимизга хизмат қилиши керак» деган улуғвор ғояни сўзсиз амалга ошириш;

- иккинчидан, Тадбиркорлик субъектларига «ягона дарча» тамойили бўйича давлат хизматлари кўрсатиш ягона марказларини ҳам юридик, ҳам жисмоний шахсларга «ягона дарча» тамойили бўйича хизматларни тақдим қилувчи Давлат хизматлари марказларига ўзгартириш;

- учинчидан, давлат хизматларининг ҳар бир тури бўйича «Фуқаролар эмас, ҳужжатлар ҳаракатланади» тамойилига кўра давлат хизматлари кўрсатиш механизмини, энг аввало, ортикча тартиб-таомилларни бартараф этиш, ваколатли давлат органлари ва бошқа ташкилотлар зарур ҳужжатлар ва ахборотларни бошқа тузилмалардан мустақил равишда олиши ҳисобига соддалаштиришни назарда тутувчи маъмурий регламентларни тасдиқлаш;

- тўртинчидан, давлат хизматлари кўрсатиш соҳасига инновацион ечимлар ва ахборот-коммуникация технологияларини жадал жорий этиш, давлат органлари ва бошқа ташкилотларнинг маълумотлар базаларини идоралараро электрон ҳамкорлик ягона тизимига интеграция қилиш, Ўзбекистон Республикаси Ягона интерактив давлат хизматлари портали орқали давлат хизматлари кўрсатиш амалиётини кенгайтириш;

- бешинчидан, давлат хизматларини, шу жумладан олис жойларга чиқиш орқали кўрсатишнинг мақбул, қулай ва шаффоф услубларидан, мазкур соҳада бюрократия ва коррупция юзага келишини бартараф этишга қаратилган навбатни бошқаришнинг автоматлаштирилган тизими ва ишларнинг узайтирилган графигидан фойдаланиш;

- олтинчидан, давлат хизматлари кўрсатиш сифати ва тезкорлигини мониторинг қилиш ва баҳолашнинг илғор механизмларини жорий этиш, аҳоли билан қайта алоқанинг самарали тизимини, шу жумладан тезкор алоқаларни, расмий сайтлар, ижтимоий тармоқлар ва мобиль иловаларда он-лайн сўровларни ташкил қилиш;

- еттинчидан, давлат хизматлари кўрсатиш соҳасида малакали кадрларни тизимли тайёрлаш ва қайта тайёрлашни, уларнинг малакасини, шу жумладан хорижий мамлакатларнинг етакчи ихтисослашган муассасаларида стажировка ўташ орқали тизимли равишда оширишни ташкил этиш.

Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги Давлат хизматлари агентлиги ташкил этилиб, Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигининг Давлат хизматлари кўрсатишни мувофиқлаштириш ва ривожлантириш бошқармаси ҳамда унинг ҳудудий бўлимлари ва тадбиркорлик субъектларига «ягона дарча» тамойили бўйича давлат хизматлари кўрсатиш ягона марказлари орқали хизмат кўрсатиш ташкил этилди.

¹ <https://adolatmarkazi.uz/uzs/news/news/davlat-hizmatlari> ДАВЛАТ ХИЗМАТЛАРИ КЎРСАТИШНИНГ ЯНГИ ИСТИҚБОЛЛАРИ



Хулоса қилиб шуни таъкидлаш керакки, аҳолига ва тадбиркорлик субъектларига «ягона дарча» тамойили бўйича давлат хизматлари кўрсатиш ягона марказлари орқали хизмат кўрсатиш ушбу жараён иштирокчиларининг вақт ва маблағларининг тежалишига ва фаолият самарадорлигининг ошишига, давлатга ишончнинг ортишига олиб келади. Ушбу жараённинг мобил иловаларининг яратилиши ва уларнинг кенг оммага кенг тарғиб қилиниши ушбу тизимнинг такомиллашишига сабаб бўлиши мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар

1. <https://lex.uz/docs/3454462> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 12 декабрдаги ПФ-5278-сон Фармони
2. <https://adolatmarkazi.uz/uzs/news/news/davlat-hizmatlari> Давлат хизматлари кўрсатишнинг янги истиқболлари



ДЕПОЗИТЛАР – ИККИ ТОМОН УЧУН ҲАМ ФОЙДАЛИ

Бекмуродов Аббос Амириддинович

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис

“Банк ва жамғарма иши” кафедраси ўқитувчиси

Аннотация: Ушбу мақолада вақтинча бўш турган пул маблағларидан оқилона, саамарали ва ишончли фойдаланиш учун қонуний қафолатланган, иқтисодий асосланган ҳолда тавсия ва таклифлар берилган.

Калит сўзлар: депозит, кредит, банк, трансформация, валюта.

Аннотация: В этой статье представлены гарантированные законом, основанные на затратах рекомендации и предложения по рациональному, эффективному и надежному использованию временно свободных средств.

Ключевые слова: депозит, кредит, банк, трансформация, валюта.

Annotation: This article provides legally guaranteed, cost-based recommendations and suggestions for the rational, efficient, and reliable use of temporarily idle funds.

Keywords: deposit, credit, bank, transformation, currency.

Бозор иқтисодиёти шароитида банкларнинг муваффақиятли фаолият юритиши, ривожланиши, равнақ топиши кўп жиҳатдан ресурсларни жалб этиш ва ундан оқилона фойдаланишига боғлиқдир. Чунки, банклар бўш пул маблағларини ўзларига жалб этиб, уларни халқ хўжалигининг барча зарур тармоқларига кредит сифатида йўналтириб, мамлакатда ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш жараёнларининг тўхтовсизлигини таъминлашга масъул молиявий институт ҳисобланади.

Кейинги 3-4 йил ичида республикада банк тизимини ислоҳ қилиш ва мустаҳкамлаш бўйича кўрилатган чора-тадбирлар банкларнинг капиталлашув даражасини ошириш, иқтисодиётни кредитлаш кўламини кенгайтириш, кўрсатилаётган банк хизматлари спекторларини кўпайтириш, шунингдек, мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда банк тизимининг ролини ошириш имконини берди.

Мамлакатимиз раҳбарияти томонидан тижорат банкларининг ресурс базасини мустаҳкамлаш, уларнинг инвестиция ва иқтисодиётни таркибий ўзгартириш жараёнларида фаол иштирок этишларини таъминлаш, актив ва пассив операциялари кўламини кенгайтиришга эндиликда янада кўпроқ эътибор қаратиб келинмоқда.

2017- 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 2 сентябрдаги «Валюта сиёсатини либераллаштириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида» ПФ-5177-сонли Фармони, шунингдек, банк тизимининг молиявий барқарорлигини таъминлаш, халқаро тажрибани ҳисобга олган ҳолда, банк таваккалчилигини баҳолашни такомиллаштириш, тижорат банклари фаолиятини тартибга солиш ва назорат қилишнинг замонавий тамойиллари ҳамда механизмларини жорий этиш орқали банк хизматлари сифати ва спектри янада кенгайтириш чора-тадбирлари ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 2 мартдаги ПФ-5953-сон Фармонида айтилганидек “...банкларнинг инвестициявий жозибадорлигини, банк хизматлари оммабоплиги ва сифатини ошириш учун банк секторини тубдан трансформация қилиш” ни таъкидлаши банк тизимида янги саҳифа очди.

Бу тижорат банклари томонидан вақтинча бўш пул маблағларининг жалб этилиши банк тизимини ривожлантиришнинг стратегик вазифасига айланиб бормоқда.

Тижорат банкларининг ресурс базасини оширишда олиб борилган ишлар жами депозитларнинг ҳажмини йилдан йилга ошириш таъминламоқда. Сўнги беш йил ичида банклардаги депозитларнинг қолдиғи 30 фоиздан юқорига ошган. Бу аҳолининг реал даромадларининг ошаётгани, аҳолининг банкларга бўлган ишончининг мустаҳкамланиб бораётгани, инвестиция ресурсларининг ғоят муҳим манбаи сифатида аҳолининг бўш пул маблағларини тижорат банклари омонатларига жалб этишни янада рағбатлантириш борасида олиб борилаётган чора-тадбирлар натижасидир.

Республикада тижорат банкларига аҳоли томонидан қўйиладиган омонатларнинг қулайликларидан бири шундаки, дунёнинг ривожланган мамлакатларидан фарқли ўларок



Ўзбекистонлик омонатчиларнинг банкка жойлаштирган жамғармаларидан оладиган даромадлари солиққа тортилмайди ва манбалари декларация қилинмайди.

Шунингдек, жамғармалар пул маблағларини жойлаштиришнинг энг ликвидли, даромадгир шакли, жисмоний шахсларнинг ҳисобварақлари ва пул қўйилмалари, шунингдек, улар бўйича амалга ошириладиган операциялар банк сири ҳисобланади. Тижорат банклари томонидан бундай маълумотларнинг сир сақланиши “Банк сири тўғрисида” ва “Фуқароларнинг банклардаги омонатларини ҳимоялаш кафолатлари тўғрисида”ги қонунлар билан мустаҳкамланган.

“Фуқароларнинг банклардаги омонатларини ҳимоялаш кафолатлари тўғрисида”ги Қонунга мувофиқ жисмоний шахсларнинг тижорат банклари депозит ҳисобварақларига жойлаштирилган пул маблағлари миқдоридан қатъи назар давлат томонидан ҳимояланган ва фуқароларнинг омонатлари тўла ҳажмда қоплаб берилиши ишончли кафолатланган.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 2 мартдаги ПФ-5953-сон Фармони
2. Ўзбекистон республикасининг қонуни фуқароларнинг банклардаги омонатларини ҳимоялаш кафолатлари тўғрисида. Тошкент ш., 2002 йил 5 апрель



ТИЖОРАТ БАНКЛАРИНИНГ ИНВЕСТИЦИЯ ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ РОЛИ

Мухаммадиев Камолиддин Ғуломиддинович

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

“Банк иши” кафедраси ассистенти

Телефон: +998934246409

kamoliddin@bk.ru

Аннотация: Ҳозирги кунда жаҳоннинг кўплаб мамлакатлари халқаро амалиётга кўра, инвестицион банклар иқтисодиётнинг реал секторини қимматли қоғозлар бозори воситалари орқали молиялаштиришнинг асосий институти, молиявий воситачи, инвестордан корпарацияга капитал оқиб ўтишини таъминловчи сифатида намоён бўлмоқда. Мазкур мақола мамлакатимизда тижорат банкларининг инвестицион фаолиятини аҳамиятини очиб беради.

Калит сўзлар: давлат бюджети, инвестиция, кредит институтлари, фаол инвестиция, фонд портфели.

Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётида 2018 йилда асосий капиталга инвестицияларнинг асосий молиялаштириш манбаининг 53,0 фоизини корхоналар ва аҳолининг ўз маблағлари ташкил этган бўлса, жами инвестицияларнинг қолган 47,0 фоизи жалб этган маблағлар ҳисобига тўғри келди. 2017 йилга нисбатан корхона ва аҳолининг ўз маблағлари улуши 4,0 фоиз пунктга ўсди. Давлат бюджети маблағларининг жами асосий капиталга инвестициялардаги улуши 4,5 фоизни ташкил этиб, 2017 йилдагига нисбатан 1,1 фоизга, банк соҳаси ва иқтисодиётнинг реал сектори бошқа қарз маблағлари улуши 11,1 фоизни ташкил этиб ўтган йилдагига нисбатан 0,7 фоизга камайди. [1] Бу борада Президентимиз Ш.Мирзиёевнинг “банк тизимини ислох қилиш, банклар депозит базасининг капитализациясини чуқурлаштириш ва барқарорлигини ошириш, уларнинг молиявий барқарорлигини ва ишончлилигини мустаҳкамлаш, истикболли инвестицион лойиҳалар ҳамда кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларини кредитлаштиришни янада кенгайтириш” - деб таъкидлагани ушбу соҳа фаолиятига қаратилган эътиборни кучайтирилганлигидан далолатдир. [2]

Чунки, ҳозирги кунда жаҳоннинг кўплаб мамлакатлари банк тизимида турли ташқи ва ички салбий омиллар натижасида кредит ҳамда валюта рисклари ошиб, кредит институтлари молиявий ҳолатининг ёмонлашишига, уларнинг кредит портфелида муаммоли дея таснифланадиган кредитлар ҳажмининг ошишига олиб келган бир вақтда, республикаимизда бундай салбий ҳолатларнинг олди олиниб, банк тизимининг барқарор фаолият кўрсатиши таъминланмоқда.

Бунга самарали пул-кредит сиёсати ва таъсирчан банк назоратининг амалга оширилиши, хорижий капитални жалб қилишда эҳтиёткорона сиёсатнинг юритилиши, миллий валюта барқарорлигининг таъминланиши, банклар ресурс базасини шакллантиришда асосан ички манбаларга таяниш, кредит амалиётларини ўтказишдаги тамойиллар ва қоидаларга қатъий риоя қилиш ҳамда рискларни бошқаришнинг замонавий усулларини қўллаш орқали эришилган бўлиб, соҳа ривожланиши ҳамда фаолиятини янада такомиллаштириш бўйича илмий тадқиқот ишларини олиб боришни тақозо этади.

Банкларнинг корхоналарни ривожланишида уларни капитал маблағларини кўпайтиришдаги ўрни ва аҳамияти бевосита кредитлаш масалалари ва бу сиёсатни қандай амалга оширилишига боғлиқ. Республикаимизда аҳолини моддий фаровонлигини таъминлашда тижорат банклари томонидан ажратилаётган кредитларнинг ўрни катта. Сабаби, аҳолини иш билан таъминланишини янада ошириш ва мамлакатимизда истеъмол товарлари ишлаб чиқарилишини рағбатлантиришда, ички талаб барқарорлигини таъминлашда кредитлаш сиёсати локоматив вазифасини бажаради. Шу боис бу борада бир қатор етакчи олимлар тадқиқотлар олиб боришган. Жумладан: О.И.Лаврушиннинг фикрига кўра банклар иқтисодиётнинг ўзига хос «қон томири» бўлиб, уларсиз замонавий хўжалик механизмини тасаввур қилиш мумкин эмас. Бу тизимни турли хўжалик субъектлари, давлат корхоналари, чет эл инвесторлари, пул ресурслари муомалада бўлади, О.В.Саввина ўзининг тадқиқотида халқаро молиявий ташкилотлар уларнинг фаолияти ва иқтисодиётдаги ўрни тўғрисида, В.А.Слепова ва Е.А.Звоновойлар халқаро молиявий бозорлар бўйича илмий из-



ланишлар олиб борганлар [3]. Маҳаллий иқтисодчи олимлардан С.С.Гулямов, И.И.Алимов, А.Хусанбоев ва О.Й.Рашидов ўз тадқиқотларида банкларнинг фаолияти уларда кредит бериш тартиби унинг фаолиятини такомиллаштириш борасида иш олиб борганлар.

Кенг маънода, инвестиция деганда турли шаклларга, моддий ишлаб чиқариш ва молиявий активларга бўш турган пул маблағларининг капитал қўйилмасини тушунаимиз. Инвестиция сиёсати ҳар қандай давлатнинг иқтисодий ривожланиши ва унда ишлаб чиқаришни кенгайтиришнинг энг асосий йўналишларидан биридир. Шундай экан, миллий иқтисодиётни ҳар тамонлама ривожлантириш фаол инвестиция сиёсатини юрғизишни талаб қилади. Шунга кўра, иқтисодиётни фаол ривожлантириш кенг миқёсдаги инвестицияларни талаб қилади. Банк секторининг асосий вазифалари пул маблағларини жамғариш ва уларни кредит ва инвестицияларга айлантириш ҳисобланади, омонатчилар ва банкларнинг бошқа кредиторлари олдида ишончли мустаҳкамлаш, уларнинг манфаатларини ҳимоя қилиш ҳисобланади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, инвестиция нақадар кенг маъноли тушунча эканлигини билишимиз мумкин. Шунинг учун, инвестиция тушунчасига таъриф бераётганда унинг барча жабҳаларини ҳисобга олмоғимиз лозим.

Шундай қилиб, “инвестиция” деганда келгусида даромад (фойда) олиш ёки ижтимоий самарага эришиш мақсадида қонун доирасида иқтисодиётнинг турли тармоқлари ва бошқа соҳаларига инвесторлар томонидан қўйиладиган барча турдаги мулк, молиявий ва интеллектуал бойликлар тушунилади. Бошқача айтганда, инвестициялар-мулкчиликнинг ҳар хил кўринишларидаги моддий, молиявий ва номоддий бойликларни иқтисодий-ижтимоий даромад олиш мақсадида муомалага киритишдир.

Тижорат банкларининг инвестиция фаолиятини нафақат иқтисодий, балки муҳим ижтимоий-сиёсий аҳамият касб этади. Бозор муносабатларининг ривожланишига яқиндан ёрдам бераётган ушбу фаолиятнинг амалий натижалари бугун ҳар жабҳада намоёндыр.

Тижорат банклари айни пайтда мамлакатимизда инвестиция фаолиятини олиб боришда муҳим аҳамият касб этмоқда. Унинг ривожланган инфратузилмаси Ўзбекистондаги иқтисодий ислохотларни фаол қўллаб-қувватлаётган молия ва саноат шубҳаларини ривожлантиришда ёрдам бермоқда.

2019 йил 1 январдаги ҳолатига кўра банклар томонидан қимматли қоғозлар билан операцияларга йўналтирилган жами қўйилмалар ҳажми 348,3 млрд. сўмни ташкил этди, 1,4 млрд. сўм миқдорида даромад олинди. [4]

Банкларнинг инвестиция сиёсати қимматли қоғозлар ва улушларга инвестицияларни амалга ошириш орқали фаолият кўламини кенгайтириш, қўшимча миқдорларни жалб этиш билан бирга, асосий мезон сифатида фонд портфели даромадлигининг таъминланишини кўзда тутди.

Банкларнинг ушбу фаолиятини кузатар эканмиз, унинг ўз инвестициялари билан Ўзбекистонда ишлаб чиқаришни рағбатлантирувчи асосий омилардан бирига айланаётганлигининг шоҳиди бўлишимиз мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг 2017 йилга мўлжалланган монетар сиёсат асосий йўналишлари - <http://www.cbu.uz>
2. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажакимизни мард ва олийжаноб халқимиз билан бирга кураимиз. – Тошкент: “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 488 б.
3. Абдуллаева Ш.З. “Банк рисклари ва кредитлаш”.-Т.: Молия,2002 й.-Б-1.
4. Абдуллаев Ю, Қоралиев Т, Тошмуродов Ш, Абдуллаева Ш. «Банк иши» Ўқув қўлланма. –Т. IQTISOD-MOLIYA, 2010й.-Б-28.



«ЎЗБЕКИСТОНДА БЮДЖЕТДАН ТАШҚАРИ МАҚСАДЛИ ЖАМҒАРМАЛАР МАБЛАҒЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА ФОЙДАЛАНИШ АМАЛИЁТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ.» (ПЕНСИЯ ЖАМҒАРМАСИДАН ТАШҚАРИ)

Мухиддин Абдуллаевич Қурбонов
Ўзбекистон Республикаси Банк-молия
академиси катта ўқитувчиси
Тел: 90-644-74-77

Аннотация. Мақолада мақсадли жамғармаларнинг молиявий активларини бошқаришда молиявий рискларни бошқаришнинг асосий сабаблари ва муаммолари ҳақида маълумот берилди. Мақолада рискларнинг турлари ва шакллари таҳлил қилинган. Бундан ташқари, хатарларни башорат қилиш, ўлчаш ва бартараф этиш йўллари таҳлил қилинган.

Таянч сўз ва иборалар: Мақсадли фонд, нодавлат мақсадли фондлар, молиявий активлар, молиявий риск, стресс-тест, хавф, даромад, инвестициялар.

Abstract. The article provides information on the main reasons and problems of financial risk management in the management of financial assets of non-state pension funds. The article analyzes the types and forms of risks. In addition, methods of forecasting, measuring and mitigating risks were analyzed.

Key words: Pension fund, pension fund, non-state pension fund, financial assets, financial risk, stress test, risk, income, investment.

Бугунги кунда мамлакатимизда олиб борилаётган туб иқтисодий ислохотлар аввало иқтисодий ўсишни таъминлашга ва бу орқали фуқаролар ҳаётини янада яхшилашга қаратилгандир. Бу ўринда асосий масалалардан бири давлат бюджети ва мақсадли жамғармаларининг фаолиятини кучайтириш ҳамда самарадорлигини ошириш ҳисобланади. Шу билан бирга яна шуни ҳам алоҳида таъкидлаш лозимки, иқтисодий ислохотлар даврида аҳолини қўллаб-қувватлаш ва бошқа турли мақсадларни амалга ошириш учун махсус жамғармалар ҳам тузилмоқда.

Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил учун мўлжалланган энг муҳим устувор вазифалар ҳақидаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида ҳам бевосита давлат мақсадли жамғармалари фаолияти билан тўғридан-тўғри боғлиқ бўлган қуйидаги асосий вазифалар санаб ўтилди:

- аҳоли ўртасида ишсизликни камайитириш, одамлар ва оилаларнинг даромадини ошириш;
- пенсия ва нафақаларни тайинлаш ва тўлаш тартибини қайта кўриб чиқиш, пенсия тизимини тубдан ислоҳ қилиш;
- илм-фан, замонавий ва узлуксиз таълим тизимини янада такомиллаштириш;
- инсон капиталига эътиборни кучайтиришимиз, бунинг учун барча имкониятларни сафарбар этиш;
- хотин-қизлар ва ёшларни давлат томонидан ижтимоий қўллаб-қувватлашни янада кучайтириш ва бошқалар.

Бу эса ўз навбатида жамғармаларнинг мазмун-моҳияти ва вазифаларини чуқурроқ таҳлил этишни тақозо қилмоқда.

Ҳозирги кунда ушбу белгиланган устувор ва стратегик вазифаларга мувофиқ Давлат молиясининг муҳим бўғини, давлат мақсадли жамғармалари соҳасида ҳам қатор ислохотлар ва улар фаолиятини янада такомиллаштиришга йўналтирилган чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Албатта, шу кунгача мазкур жамғармаларнинг амал қилиши аҳолини ижтимоий ҳимоялаш, таълим соҳаси, инфратузилма ва ижтимоий объектларни ривожлантириш ҳисобига жамиятимиз тараққиётига салмоқли ҳисса қўшди.

Эндиликда тобора ўзгариб бораётган замон талаблари ва ушбу жамғармаларнинг фаолиятида аниқланган қатор камчиликлар, объектив равишда мақсадли жамғармаларнинг амал қилиш самарадорлигини оширишга тобора кўпроқ эътибор беришни талаб қилмоқда.

Шуни таъкидлаб ўтиш жоизки, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган мажлисдаги маърузасида «Барчамиз сўзсиз тушунамиз, иқтисодий ислохотлар ва ижтимоий



Ўзгаришларни муваффақиятли амалга ошириш энг аввало иқтисодий ва молиявий органларнинг фаолияти самарадорлигига боғлиқдир. Улар яқин ва узоқ истиқболга мўлжалланган, мамлакатимиз иқтисодий қудратини мустаҳкамлашга доир стратегик вазифаларни нафақат ишлаб чиқиши, балки амалга оширишни таъминлаши зарур» деб таъкидлаб ўтган эди.

Шу сабабли, яқин келажакда давлат бюджети таркибидаги давлатнинг мақсадли жамғармалари фаолиятини такомиллаштиришни таъминлайдиган чора-тадбирларни амалга ошириш муҳим аҳамиятга эгадир.

Ушбу ҳолатлар бир қатор умумдавлат вазифаларини молиялаштириш учун тегишли бюджетдан ташқари мақсадли жамғармаларни ташкил этиш учун жиддий асос бўлиб хизмат қилди.

Бюджетдан ташқари жамғармаларни ташкил этишдан мақсад - жамият учун муҳим бўлган ижтимоий-иқтисодий эҳтиёжларни мустақил манбалар ҳисобидан маблағ билан таъминлаш.

Бюджетдан ташқари жамғармаларнинг таърифланиши Бюджетдан ташқари жамғармалар давлат молияси тизимининг таркибий бўғини бўлиш билан бирга, бир неча ўзига хос хусусиятларга эга:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан режалаштирилади ҳамда қатъий мақсадли йуналтирилган бўлади;

жамғармалар маблағларидан бюджетга киритилмаган давлат харажатларини молиялаштириш учун фойдаланилади;

асосан юридик ва жисмоний шахсларнинг мажбурий ва ихтиёрий ажратмалари асосида шакллантирилади;

жамғармаларга суғурта бадалларини тўлаш ва бу борадаги ўзаро муносабатлар солиқ характерида эга, яъни бадалларнинг миқдори ва суғурта тарифлари давлат томонидан белгилаб қўйилади ҳамда барча тўловчилар учун мажбурий ҳисобланади;

жамғармаларнинг пул маблағларига давлат эгалик қилади, улар қонун дужжатларида кўзда тутилмаган мақсадларга ишлатилмайди;

-жамғармалар маблағларидан махсус кўрсатмаларга мувофиқ давлат томонидан белгиланган мақсадларда фойдаланилади.

Бюджетдан ташқари жамғармалар - давлат томонидан баъзи жамоат эҳтиёжларини қўшимча молиялаштириш учун мустақил тезкорлик асосида молиявий ресурслардан қатъий мақсадли фойдаланиш шаклидир.

Бюджетдан ташқари мақсадли жамғармалари жамият тараққиёти, ижтимоий-иқтисодий ва маънавий эҳтиёжларнинг кенгайиши жамият аъзоларининг кенгайиб бораётган турли хил эҳтиёжларини қондиришга қаратилган жамғармаларнинг шаклланиши ва ривожланишига тўртки бўлди. Мақсадли жамғармаларни қуйидаги хусусиятлар буйича таснифлаш мумкин:

Бюджетдан ташқари жамғармаларнинг дастлабки тузилишига кўра:

-мақсадли жамғармаларни ташкил қилиш учун давлат бюджетидан махсус ажратилган бюджет маблағлари ҳисобидан;

жамғармаларнинг ўз маблағлари ҳисобидан (масалан, фуқароларнинг бадаллари, корхоналарнинг тўловлари, тадбиркорлик фаолиятдан даромадлари).

Шакллантириш усулига кўра:

махсус ўрнатилган солиқлар ва мажбурий ажратмалар ҳисобига;

давлат бюджетидан ажратмалар ҳисобига;

махсус ёки ихтиёрий заёмлар чиқариш йўли билан;



Бюджетдан ташқари жамғармаларнинг таснифланиши.



Амал қилиш муддатига кура:

доимий ва узоқ муддат амал қилувчи жамғармалар (масалан, пенсия жамғармалари, ижтимоий суғурта жамғармалари, бу жамғармалар бажарадиган вазифалар нисбатан доимий характерга эга булади);

вақтинчалик (маълум бир муддатга) ташкил этилган жамғармалар, улар жамият ривожланишининг маълум босқичида ижтимоий-иқтисодий, сиёсий ёки экологик вазифаларни бажариш учун ташкил этилади.

Эгалик қилиш ҳуқуқи ва мулкый жихатдан тегишлилигига кура:

давлатга тегишли жамғармалар;

турли мақсадларда тузилган давлатлараро жамғармалар;
халқаро жамғармалар.

Мақсад ва вазифаларига кўра:

ижтимоий мақсадлардаги жамғармалар (пенсия жамғармалари, бандлик жамғармалари, ногиронларни қуллаб-қувватлаш жамғармалари);

марказлашмаган жамғармалар (худудий ёки маҳаллий даражада, ёхуд бирон тармоқ микёсида тузилади ва чекланган манфаатларни кўзлайди, масалан, илмий-тадқиқот жамғармалари, инвестицион жамғармалар).

2007 йилдан бошлаб давлат бюджета параметрларида алоҳида сатр билан Тикланиш ва таралтиёт жамғармасининг даромадлари ва харажатлари кўзда тутила бошланди. Мазкур жамғарма иқтисодиётнинг етакчи, энг аввало, базавий тармоқларини модернизациялаш ва техник қайта қуроллантириш лойиҳаларининг амалга оширилишини таъминлаш, мамлакатни барқарор ва мутаносиб равишда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришга эришиш, шунингдек, самарали таркибий ва инвестицион сиёсатни амалга ошириш мақсадида тузилган.

Амалга оширилиши лозим бўлган ишлар. Таклифлар.

– бюджетдан ташқари мақсадли жамғармалар даромадлари асосан юридик ва жисмоний шахсларнинг мажбурий ва ихтиёрий ажратмалари асосида шакллантириш ва натижада бюджетдан ажратиладиган субвенциялари ва ссудалари микдорини камайтириш.

- бюджет сиёсатини ташкил этишнинг кўрсаткичли натижа мезонларини ишлаб чиқиш, яъни мақсадли жамғармаларга молиявий мустақиллик берилиши;

– натижага йўналтирилган бюджетлаштиришнинг ҳуқуқий асосларини янада такомиллаштириш (бюджетдан ташқари мақсадли жамғармалар даромадлари шаклланиш мезонлари ҳамда уларни такомиллаштириш);

– натижага йўналтирилган бюджетлаштиришни ташкилий тузилмасини яратиш ва унга



бюджет сиёсатини мувофиқлаштириш.

- мамлакатимизда натижага йўналтирилган бюджетлаштиришни жорий этиш бюджет сиёсатидаги туб ўзгаришларни талаб этсада, уни татбиқ этишга қаратилган дастлабки қадамларни қўйилганлиги, мазкур методни жорий этишга барча имкониятлар мавжудлигини аниқлатади.

- махсус фондларнинг маблағларини ишлатилишига қараб иқтисодий, ижтимоий, шахсий ва мол-мулкни суғурталаш, илмий-тадқиқот, харбий-сиёсий, халқаро фондларга бўлинади, жамғармалар маблағларини бу йўналишларга мустақил, белгиланган талаблар асосида ҳолисона йўналтирилишига ва эркинлигига эришиш.

- аҳоли Бюджетдан ташқари мақсадли фондлар юзасидан молиявий саводхонлигини ошириш – мамлакатнинг барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланишини таъминлаш, юқори ўсиш суръатлари, фаол тадбиркорлик ҳамда Олий ва ўрта махсус таълим тизимида “Бюджетдан ташқари мақсадли фондлар юзасидан молиявий саводхонлиги” фанлари жорий этилиши тўлиқ бандлик даражасига эришишнинг муҳим шартларидан бири бўлишини таъминлайди.

- мамлакат иқтисодиётининг ривожланганлик даражаси аҳоли молиявий саводхонлик даражасига ижобий таъсир кўрсатади. Бироқ, бу ривожланган мамлакатларда мазкур соҳада ҳеч қандай муаммо мавжуд эмас деган маънони аниқлатмайди. Шунга кўра, ривожланганлик даражасидан қатъий назар, ҳар бир мамлакат ўз иқтисодиёти ҳамда аҳоли менталитети хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда аҳоли молиявий саводхонлик даражасини ошириш бўйича мунтазам ва тизимли чора-тадбирларни ишлаб чиқиши муҳим ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Алимов И. Бюджет тизими: ўзига хос хусусиятлар// Бизнес-Эксперт журнали. – Т., 2017. - №7. – Б. 7-10.
2. Хайдаров М.Т. Маҳаллий бюджетлар мустақиллигини ошириш масалалари//Иқтисод ва молия. –Т., 2017. - №6. – Б.21-30.
3. Ли.А.Н, Мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда давлат бюджетининг роли//Молиячи маълумотномаси журнали. – Т., 2016. - № 12(60). – Б.12-14.
4. Юлдашев А., Зайлиев А., Юлдашев А. Молиявий сиёсат ва унинг асосий йўналишлари// Бизнес-Эксперт журнали. – Т., 2017. - №7. – Б. 11-12.
5. Гулямов С.С., Жумаев Н.Х., Рахмонов Д.А., Ташходжаев М.М. Ижтимоий соҳада инвестицияларнинг самарадорлиги. Монография. –Т.: IQTISODIYOT, 2019. – 342 б.



БЮДЖЕТДАН ТАШҚАРИ МАБЛАҒЛАРНИНГ БЮДЖЕТДАН МОЛИЯЛАШТИРИШ УСУЛЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич
Ўзбекистон Республикаси Банк-молия
академияси катта ўқитувчиси
90-644-74-77

Аннотация: Мазкур мақолада бюджетдан молиялаштиришнинг методлари ва уларнинг ўзига хос жиҳатлари тадқиқ этилган. Уларнинг ўзаро ўхшаш ва фарқли хусусиятлари тизимлаштирилган. Уларга нисбатан мустақил муаллифлик ёндашуви шакллантирилган, шунингдек, натижага йўналтирилган бюджетлаштиришнинг афзалликлари назарий-ҳуқуқий жиҳатдан баҳоланган.

Калит сўзлар: бюджет сиёсати, бюджетлаштириш услари, натижага йўналтирилган бюджетлаштириш, бюджет харажатлари, бюджет самарадорлиги.

Аннотация: В статье рассматриваются методы бюджетного финансирования и их особенности. Структурированы их взаимные сходства и различия. Сформирован независимый авторский подход к ним, а также теоретически и юридически оценены преимущества бюджетирования, ориентированного на результат.

Ключевые слова: бюджетная политика, бюджетирование, ориентированное на результат, расходы бюджета, эффективность бюджета.

Abstract: The article examines the methods of budgetary financing and their features. Their mutual similarities and differences are structured. An independent author's approach to them was formed, as well as theoretically and legally assessed the advantages of performance-based budgeting.

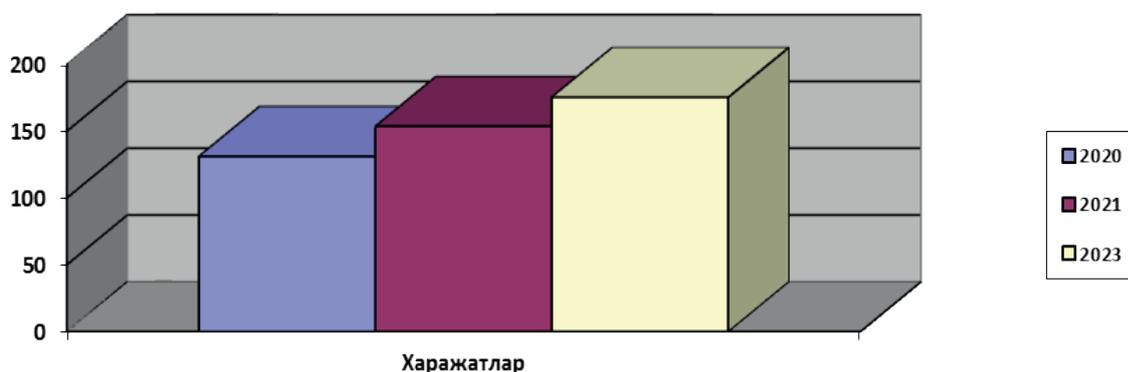
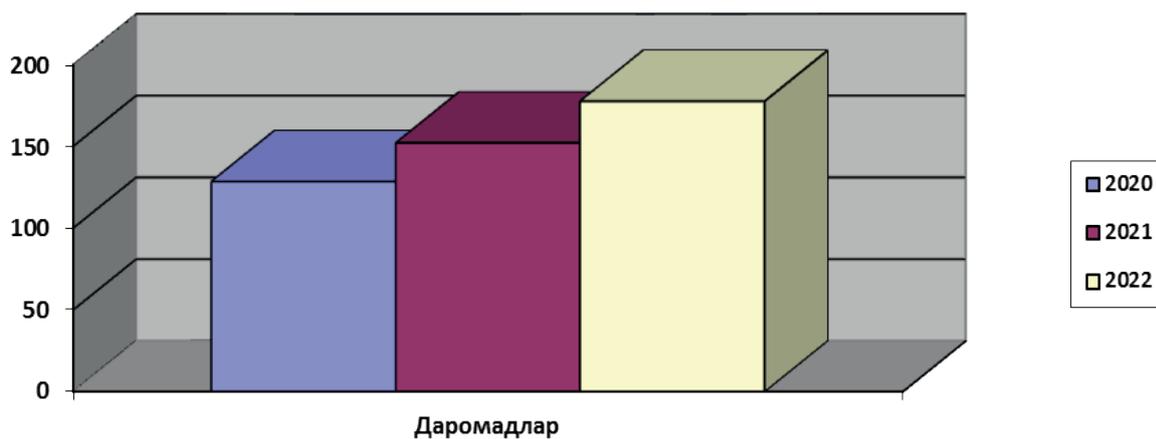
Key words: budget policy, performance-oriented budgeting, budget expenditures, budget efficiency.

Кириш: Давлат бюджетидан молиялаштиришда мамлакатлар турли усуллардан фойдаланиб маблағларни тақсимлашни амалга оширадilar. Бюджет харажатларини йўналтириш ва улардан мақсадли фойдаланиш асосий омиллардан бири ҳисобланади.

Тадқиқотлардан маълумки, давлат бюджети давлатнинг зиммасидаги вазифаларни бажарилиши учун молиявий таъминлаш воситаси сифатида акс этиб келган. Бу эса, давлат бюджетидан молиялаштириш усулининг қандай бўлишидан қатъий назар давлатнинг вазифалари бюджетдан молиялаштирилиши доимий мавжуд бўлишини аниқлатади. Доц. И.Алимов "...ҳар бир мамлакатда давлат бюджети тузилмаси ва бюджет тизими мавжуд бўлиб, бюджет тузилмаси мазкур давлатнинг сиёсий-маъмурий тузилмасига асосан шакллантирилади. Давлат бюджети тузилмаси ўз моҳиятига кўра, давлат бюджетини тузиш тамойиллари, уни тузиш, кўриб чиқиш, қабул қилиш ва ижро этиш тартиби, бюджет даромадларини шакллантириш, унинг харажатларини амалга ошириш тамойилларини ташкил этишни ифодалайди" деб таъкидлаб ўтади [1].

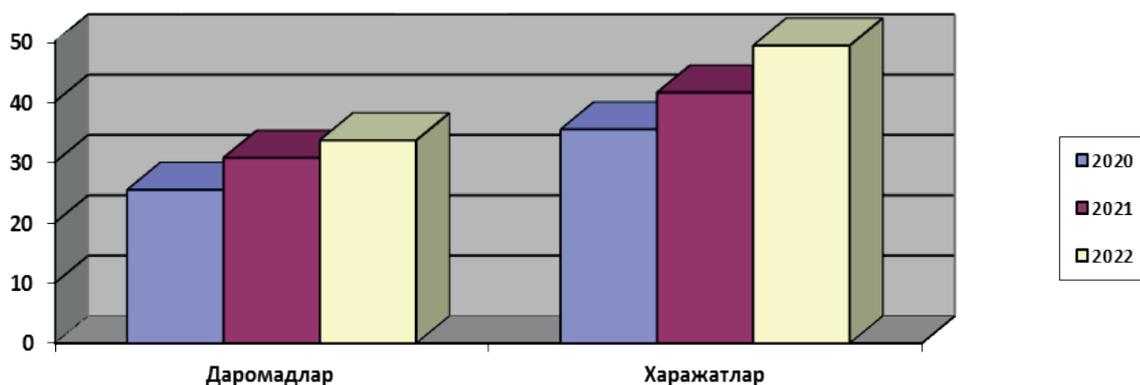
Бизнингча, бюджетдан молиялаштириш усулларининг қандай бўлиши давлат зиммасидаги масалаларни ўзгартиришни тақозо қилиши керак эмас. Бюджетдан молиялаштириш усулларидан фойдаланишдан кўзланган мақсадга эришиш учун самарали эканлигини ифода этиши лозим. Шу боисдан, давлат стратегик мақсадларига бюджет харажатларини уйғунлаштириши лозим бўлади. Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили Бозор муносабатларининг ривожланиши натижасида бюджетнинг айрим харажатларини хусусий тармоққа ўтишининг кучайиб бориши кузатилади. Бу эса, бюджет харажатларини амалга оширишда бозор иқтисодиёти тамойилларидан кенг фойдаланишни ўзида ифода этади.

Давлат бюджетининг даромадлар ва харажатлари, 2020 йил прогнози ва 2021-2022 йиллар учун мўлжаллар. Трлн.сўмда.



Куйидаги таҳлиллардан кўриниб турибдики 2020-2022 йилларда режалаштирилган бюджет даромадлари ва харажатлари миқдори йилдан йилга ўсиб бориши, ҳамда даромадларнинг харажатлардан ошиб боришини кўриш мумкин.

Давлат мақсадли жамғармаларининг параметрлари, 2020 йил учун прагнози ва 2021-2022 йиллар учун мўлжаллар. Трлн сўм.



Куйидаги таҳлиллардан кўриниб турибдики 2020-2022 йилларда режалаштирилган давлат мақсадли жамғармалари даромадлари ва харажатлари миқдори йилдан йилга ўсиб бориши, ҳамда харажатларнинг даромадлардан ошиб боришини кўриш мумкин.

Бюджет харажатларига бозор муносабатларини татбиқ этишда куйидаги элементларни юзага келиши билан изоҳлаш мумкин: – бюджет сиёсатининг номарказлашуви; – давлатнинг айрим функцияларини хусусий секторга ўтказилиши; – давлат бюджетини режалаштиришнинг либераллашуви. Ўз навбатида, бюджет сиёсатидаги фундаментал ўзгаришларнинг юзага келиши бюджет харажатларини режалаштириш услубларини ҳам такомиллаштиришга бўлган заруратни келтириб чиқаради. Бюджет сиёсатининг номарказлашуви – бу маҳаллий ҳокимият органлари ваколатларига кўплаб молиявий қарорлар қабул қилишни тақдим этишни англатади.

Жумладан, М.Хайдаров бюджет молиявий мустақиллигига эътибор қаратади. Номарказ-



лаштириш натижасида жамият хизматларини шундай ташкил ва тақдим этилиши назарда тутиладики, улар маҳаллий аҳоли эҳтиёжларини тўлақонли қониқтиришни таъминлашлари керак [2], деб таъкидлайди.

Доц. А.Ли бюджетни режалаштириш тўғрисида ўзининг кўплаб илмий хулосаларини келтириб ўтади. Давлат бюджетининг роли даромадлар ва харажатларнинг бошқа барча ба-ланслари, сметалар, молиявий режалар, шунингдек кредит ва касса режалари билан узвий боғланганлигини таъкидлаб ўтади.

Шунингдек, А.Линкольннинг “ давлатнинг қонуний мақсади – инсонлар жамияти учун зарур бўлган барча ишларни, уларни бир шахс сифатида ёки биргаликда умуман уддасидан чиқа олмайдиган ёки маромида бажара олмайдиган фаолиятни бажаришдан иборат” деган фикрини келтириб ўтади [3]. А.Лининг фикридан давлатнинг қандай функцияларини унинг зиммасидан олиш мумкинлигини англаш мумкин. Демак, фуқаролар/бизнес вакилла-ри мустақил равишда молиялаштиришни инкор этмайдиган йўналишларни давлат зимма-сидан олиш мумкин. Буларга, таълимнинг айрим босқичлари, баъзи тиббий хизматлар ёки иқтисодий қўллаб-қувватлаш харажатлари кабиларни киритиш мумкин. Лекин мушофаа, ижтимоий соҳа ва давлат бошқаруви каби давлат функцияларини хусусийлаштиришнинг имкони мавжуд эмас ёки бу каби тажрибалар жаҳон амалиётида қўзғатилмайди. Бизнинг-ча, давлатнинг зиммасидаги ажралмас соҳаларда харажатларини бюджетдан молиялаш-тиришнинг либераллашуви юзага келиши лозим. Сабаби, жаҳон тажрибасида ҳам бозор қонунларини бюджет сиёсатида татбиқ этилиши айнан молиялаштиришнинг эркинлашти-рилиши билан акс этади.

Шу нуқтаи назардан, бюджетдан молиялаштиришнинг кенг фойдаланиладиган усулла-рини кўриб чиқишга ва уларни ўзаро таққослашга назарий жиҳатдан ёндашувларни амалга оширамиз. Умуман олганда, бюджет харажатларини режалаштиришнинг кўплаб назарий асослари мавжуд бўлиб, уларга нисбатан турлича ёндашувларни кўриш мумкин. Академик С.Гулямов, профессорлар Н.Жумаев, Д.Рахмонов ва доц. М.Ташходжаевларнинг жамоавий монографиясида бюджетдан молиялаштиришнинг учта усулига тўхталиб ўтади [5].

Жумладан: **1. Бюджет-суғурта модели.** Ушбу модель доирасида бюджет маблағлари, иш берувчилар, ишчиларнинг мақсадли тўловларини амалга ошириш орқали молиялаштирилади. Мазкур модель кенг тарқалган бўлиб, у Германия, Франция, Италия ва Швеция мамла-катларида амал қилади.

2. Бюджет модели. Асосан бюджет маблағлари ҳисобига молиялаштирилади. Ушбу мо-дель Буюк Британия ва шу каби мамлакатларда фойдаланилади.

3. Корхона модели. Бунда соғлиқни сақлаш муассасалари аҳолига тиббий хизматлар ихтиёрий суғурта фонди маблағлари ёки тўғридан-тўғри тўловлар ҳисобидан ўтказиб бе-ради. Мазкур модель асосан АҚШда кенг тарқалган. М.Хусаинов бюджетни режалашти-ришда йўналишлари ўзаро таққослаш орқали маблағларни тақсимлаш методини таклиф этади [6]. Унга кўра, бюджет сўровномаларини иерархик тарзда шакллантириш асосида устувор мақсадлар аниқланиши кўзда тутилади. Сўнгра мутахассис-экспертлар фикри асо-сида бюджетни молиялаштириш соҳалари ўзаро таққосланиб устунликка эга йўналишлар аниқланади. Фикримизча, юқорида келтирилган ёндашувларда бюджетдан молиялашти-ришнинг таққослама ва хорижий моделларига эътибор қаратилган. Мазкур моделлар усул-ларга нисбатан кенгроқ тушунча бўлиб, бир моделнинг ўзида бир неча методлардан фойда-ланилиши мумкин.

Тадқиқот методологияси- Мақолада илмий абстракциялаш, мантиқий фикрлаш, қиёсий таҳлил, динамикада ўрганиш, маълумотларни гуруҳлаш, таққослаш усуллари билан фойда-ланилган. Таҳлил: бюджетлаштириш усуллари Ўзбекистон амалиётига тўхталиб ўтадиган бўлсак, бюджетни режалаштириш усулининг бош омили Ўзбекистон Республикаси Ва-зирлар Маҳкамасининг 1999 йил 3 сентябрдаги “Бюджет ташкилотларини маблағ билан таъминлаш тартибини такомиллаштириш тўғрисида”ги 414-сонли қарори билан бевосита боғлиқ ҳисобланади. Мазкур ҳужжатга кўра, бюджет ташкилотлари молиялаштирилиши смета харажатлари асосида тўрт гуруҳ (иш ҳақи ва унга тенглаштирилган тўловлар, иш ҳақига қўшимчалар, капитал қўйилмалар ва бошқа харажатлар)га ажратилган ҳолдамалга оширилиши белгиланган.

Ушбу методнинг 2000 йил 1 январдан бошлаб амалга киритилиши ҳар қандай бюджет харажат йўналишлари қатъий белгиланишини ўзида акс эттиради. Бугунги кунда бюджет



ташкilotларининг харажатлар сметаси харажатлар гуруҳларининг ҳар бир моддалари бўйича режалаштирилиб, мазкур сметалар асосида тўловлар амалга оширилмоқда (Ягона ғазна ҳисоб рақамига ўтилгандан сўнг молиялаштириш йўқ бўлиб (оғзаки терминологияда мавжуд), ягона ғазна ҳисоб рақамидан касса харажати (тўловлар) амалга оширилмоқда. Шу билан биргаликда харажатлар режалаштирилиши харажат гуруҳларининг ҳар бир моддалари кесимида амалга оширилади).

Хулоса Фикримизча, натижага йўналтирилган бюджетлаштиришни жорий этишда куйидаги йўналишларда ишларни ташкил этиш муҳим ҳисобланади:

- бюджет сиёсатини ташкил этишнинг кўрсаткичли натижа мезонларини ишлаб чиқиш;
- натижага йўналтирилган бюджетлаштиришнинг ҳуқуқий асосларини янада такомиллаштириш;
- натижага йўналтирилган бюджетлаштиришни ташкилий тузилмасини яратиш ва унга бюджет сиёсатини мувофиқлаштириш.

Хулоса қилиб айтганда, мамлакатимизда натижага йўналтирилган бюджетлаштиришни жорий этиш бюджет сиёсатидаги туб ўзгаришларни талаб этсада, уни татбиқ этишга қаратилган дастлабки қадамларни қўйилганлиги, мазкур методни жорий этишга барча имкониятлар мавжудлигини аниқлатади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Алимов И. Бюджет тизими: ўзига хос хусусиятлар// Бизнес-Эксперт журнали. – Т., 2017. - №7. – Б. 7-10.
2. Хайдаров М.Т. Маҳаллий бюджетлар мустақиллигини ошириш масалалари//Иқтисод ва молия. –Т., 2017. - №6. – Б.21-30.
3. Ли.А.Н, Мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришда давлат бюджетининг роли//Молиячи маълумотномаси журнали. – Т., 2016. - № 12(60). – Б.12-14.
4. Юлдашев А., Зайлиев А., Юлдашев А. Молиявий сиёсат ва унинг асосий йўналишлари// Бизнес-Эксперт журнали. – Т., 2017. - №7. – Б. 11-12.
5. Гулямов С.С., Жумаев Н.Х., Рахмонов Д.А., Ташходжаев М.М. Ижтимоий соҳада инвестицияларнинг самарадорлиги. Монография. –Т.: IQTISODIYOT, 2019. – 342 б.
6. Хусаинов М. Маҳаллий бюджетларни кластерли таҳлил этиш//Иқтисодиёт ва таълим журнали. – Т.: ТДИУ, 2011 й. - №6. – Б. 117-120.
7. Абдуллаев А.Ф. Методологические аспекты финансирования дошкольных образовательных учреждений//Молия ва банк иши электрон илмий журнал. – Т.: БФА, 2019. - №2. – С. 27-36.
8. Новак Е. В. Интеграция сметного ценообразования и бюджетирования в строительстве: автореферат ... к.э.н. – М.: Российский университет кооперации, 2011. – 25 с.
9. Елистратова Е.Ю. Повышение эффективности расходов бюджетов на общее образование: автореферат ... к.э.н. – М.: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2016. – 25 с.
10. Шарафутдинова Д.А. Оффлайн ва онлайн мактаб таълими: молиялаштиришнинг илғор тажрибалари//Молия ва банк иши электрон илмий журнал. – Т.: БМА, 2020. - №



MARKETING. THE ROLE AND RELEVANCE OF MARKETING IN OUR LIFE

Urunova Dildora

Student of the Tashkent Institute of
Irrigation and Agricultural Mechanization Engineers

Abstract: The article deals with the essence and the relevance of marketing in our life. Widespread informatization of all spheres of society's life fundamentally changes the role of information and information technologies in the social and economic development of the country. The level of economic and social development of society and its integration into the world economic system depend on the scale and quality of the use of information technologies in the professional activities of specialists.

Key words: information technologies, marketing, business processes.

In such conditions, the problems of training qualified specialists in the field of marketing activities, capable at the beginning of the next century, to work in conditions of developed informatization - saturation of production and the non-production sphere with ever-increasing flows of information and their management, acquire special importance. In business and marketing, more than in any other area, the determining ones are the problems associated with the collection, storage, search, processing, transformation, dissemination and use of information.

Marketing is one of the most intensively developing sectors of information technology application, since the automation of information processes in this area in the context of intensive development of market relations is a strategic factor of competition. Only modern information technologies make it possible to almost instantly connect to any electronic massifs, receive all the necessary information and use it for analysis, forecasting, making management decisions in the field of business, commerce, and marketing. Today the role of marketing in the life of society is somewhat underestimated. In particular, marketing as an activity and business philosophy contributes to the development and formation of some important processes in people's lives, namely:

- structuring of companies. Marketing is becoming a backbone element of companies;
- ethics and morality. Marketing as a philosophy is becoming a moral and ethical censor in companies of various fields and sizes;
- social orientation. Marketing philosophy ensures the social orientation of companies;
- entertainment. Marketing contributes to the development of the emotional side of life, saturates goods and markets with elements of entertainment.

Let's take a closer look at each of these aspects of the impact of marketing on society.

In English, there is the term Marketing Management, often translated as marketing management. You can translate this term the other way around - marketing management. The difference is not just there, it is fundamental. When it comes to "marketing management", it is a manager who directs efforts to make his marketing (department, department, division) work better and more efficiently. In this case, a whole set of different management appears: finance, personnel, production, and marketing rises on a par with other management functions. Marketing management means restructuring the entire organization. The manager who managed finance, personnel and production now manages differently - "marketing, which means managing all business processes in the name of the client, taking into account his needs and desires. This is the goal of a modern organization professing a marketing philosophy. This brief terminological study can show the role Marketing in the organization It is marketing that is designed to connect all structural divisions and focus them on the implementation of the main goal of the company - making a profit through meeting the needs of the client.

The topic of ethics and morality occupies a special place in marketing. F. Kotler in his classic work "Fundamentals of Marketing" gives examples of public criticism of marketing. For example, critics accuse the American marketing system of harming consumers by:

- high prices;
- use of misleading techniques;
- use of methods of imposing goods;
- sales of substandard or unsafe goods in circulation;
- using the practice of planned obsolescence of goods;



- low level of service to disadvantaged consumers.

According to critics, the American marketing system leads to excessive mercantilism, the imposition of artificial desire, a lack of socially needed goods, cultural erosion, and excessive political influence of business.

It is surprising how accurately and accurately the moral and ethical issues that plague most business owners and managers are articulated. The deficiencies described can in no way be attributed to marketing-related problems. On the contrary, all these problems stem from the fact that these leaders are not marketing oriented enough. The fact is that the practice of aggressive active sales, intrusive advertising and short-term increase in the company's profits does not always agree with the marketing philosophy, and often even conflicts with it. What is the essence of the problem? First of all, it must be admitted that under the guise of long-term marketing strategies, in most cases, there are not entirely ethical methods of doing business, aimed at quick and effective results that contribute to the populism of top managers, and not at all systematic and effective business development. It is at such moments that stones begin to fly into the marketing garden, whose methods are unscrupulously exploited by unscrupulous or unprofessional managers. Can you imagine a professional business strategist who, by means of misleading, imposes low quality goods at high prices on his customers? Any professional will tell you that this behavior has nothing to do with long-term business development plans.

Everything is exactly the opposite. Marketing-oriented companies seek to deploy their business processes to face their consumer and client. Jeremy Wright suggests going even further and treating your clients as co-owners of the business.

References:

1. Information technology management: Textbook. textbook for universities / Ed. prof. G.A. Titorenko. - M.: UNITY - DANA, 2003.
2. Neil J. Rubenking. Effective Internet Search // PC Magazine. - 2001. - No. 6.

**"ЎЗБЕКИСТОНДА ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ТАДҚИҚОТЛАР"
МАВЗУСИДАГИ РЕСПУБЛИКА 31-КЎП ТАРМОҚЛИ
ИЛМИЙ МАСОФАВИЙ ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЯ
МАТЕРИАЛЛАРИ**

(9-қисм)

Масъул мухаррир: Файзиев Шохруд Фармонович
Мусахҳиҳ: Файзиев Фаррух Фармонович
Саҳифаловчи: Шахрам Файзиев

Эълон қилиш муддати: 31.08.2021

Контакт редакций научных журналов. tadqiqot.uz
ООО Tadqiqot, город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of tadqiqot.uz
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000