

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI



КИУ



الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا
INTERNATIONAL ISLAMIC UNIVERSITY MALAYSIA
دولتي اسلامي دانشگاه انڤاسا ماليزيا



“Mintaqada barqaror iqtisodiy o‘shish orqali aholi turmush farovonligini oshirishning ustuvor yo‘nalishlari” mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjuman

MATERIALLARI

**Международная научно-практическая конференция на тему
«Приоритетные направления повышения благосостояния населения
посредством устойчивого экономического роста в регионе»**

МАТЕРИАЛЫ

**International scientific and practical conference on the topic "Priority
directions for improving the well-being of the population through sustainable
economic growth in the region"**

MATERIALS

I Jild

16-17 April, 2024-yil Urganch, O‘zbekiston

UO‘K: 332.1:330.59(575.1)

KBK: 65.04(5O’)

M 52

“Mintaqada barqaror iqtisodiy o‘shish orqali aholi turmush farovonligini oshirishning ustuvor yo‘nalishlari” mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari I jild [Matn] / Urganch Davlat Universiteti.-Xorazm: Khwarezm travel, 2024.- 360 b.

Xalqaro konferensiya materiallari tezislar to‘plamidan iborat bo‘lib, unda mintaqa barqaror iqtisodiy o‘shishida sanoatning “drayver” sohalarini rivojlantirish istiqbollari, mintaqaning investitsion jozibadorligini oshirish yo‘nalishlari, mintaqani barqaror rivojlanishida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish istiqbollari, mintaqaning barqaror iqtisodiy o‘shishida agrar sektorning o‘rni va roli, mintaqaning barqaror iqtisodiy o‘shishida xizmatlar sohasini jadal rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari, mintaqi iqtisodiyotining barqaror rivojlanishini ekonometrik modellashirish masalalariga oid materiallar kiritilgan.

To‘plam iqtisodiyot sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan, ilmiy tadqiqotlar olib borayotgan yosh olimlar, tayanch doktorantlar, mutaxassislar, mustaqil izlanuvchi va magistrlar uchun mo‘ljallangan.

Mas’ul muharrirlar:

i.f.d., prof. Abdullayev I.S.

i.f.d., dots. Islamutdinov V.F.

Tahrir hay’ati:

i.f.d., prof. Ruzmetov B.R.,

i.f.d., dots. Matyakubov U.R.,

i.f.d., dots. Xudayberganov D.T.,

dots. Axmetshin E.M.,

dots. Gurbanov P.A.,

dots. Ollanazarov B.D.,

dots. Bekjanov D.Y.,

dots. Abdullayev F.O.,

dots. Fayzullayev N.B.,

dots. Rahimov T.J.,

dots. Aminova M.S.,

PhD Matyaqubova D.O.

Taqrizchilar:

i.f.d., prof. Doschanov T.D.,

i.f.d., prof. Anopchenko T.Y.

ISBN: 978-9910-727-01-6

©“Khwarezm travel” MChJ nashriyoti, 2024 y.

© “Mintaqada barqaror iqtisodiy o‘shish orqali aholi turmush farovonligini oshirishning ustuvor yo‘nalishlari” mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari I jild.

**1-SEKSIYA. MINTAQA BARQAROR IQTISODIY O‘SISHIDA
SANOATNING “DRAYVER” SOHALARINI RIVOJLANTIRISHNING
YO‘NALISHLARI**

**1 СЕКЦИЯ. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ «ДРАЙВЕР» ОТРАСЛЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РОСТА РЕГИОНА**

**SECTION 1 A. DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF "DRIVER"
SECTORS OF INDUSTRY IN SUSTAINABLE ECONOMIC
DEVELOPMENT OF THE REGION**

МИНТАҚА ИҚТИСОДИЁТИНИ БАРҚАРОР РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

**Абдуллаев И.С.-Урганч давлат университети “Ижтимоий -
иқтисодий фанлар” факультети декани, иқтисодиёт фанлари доктори,
профессор**

Аннотация: Ушбу тезисда минтақа иқтисодиётини барқарор ривожлантиришда унга таъсир қилувчи омиллар аниқланган ва улардан самарали фойдаланиш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган.

Аннотация: В данном тезисе выявлены факторы, влияющие на устойчивое развитие региональной экономики, и разработаны предложения по их эффективному использованию.

Annotation: This thesis identifies factors influencing the sustainable development of the regional economy and develops proposals for their effective use.

Миллий иқтисодиётни ривожланиши бевосита ҳудудларнинг иқтисодий салоҳиятига боғлиқ. Бу айниқса, минтақаларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси ва иқтисодий субъектлар ўртасидаги иқтисодий муносабатларни мутаносиблиги билан асосланади. Бунда эса бевосита минтақанинг иқтисодий салоҳиятига таъсир кўрсатувчи турли омилларни ҳисобга олиш талаб этилади. Минтақанинг иқтисодий натижалари мавжуд иқтисодий салоҳияти ҳолатига боғлиқ бўлиб, уни барқарор ривожлантиришда самарали усуллардан фойдаланишни тақозо этади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022-2026 йилларга мўлжалланган “Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси” тўғрисидаги ПФ-60 сонли фармони доирасида мамлакатимиз тараққиётини белгиловчи 100 та мақсад ишлаб чиқилди. Ушбу стратегиянинг 29-мақсадида “Тадбиркорлик фаолиятини ташкил қилиш ва доимий даромад манбаларини шакллантириш учун шароитлар яратиш, хусусий секторнинг Ялпи ички маҳсулотдаги улушини 80 фоизга ва экспортдаги улушини 60 фоизга етказиш”[1] вазифаси қўйилган. Минтақани барқарор ривожлантиришда тадбиркорлик фаолиятини ташкил қилиш, ўз навбатида ижтимоий соҳанинг

ҳолати ва аҳоли турмуш тарзи сифатини ҳам белгилайди. Минтақани иқтисодий ривожланишининг устувор йўналишларини белгилаш муҳим масала ҳисобланиб, мазкур масалани ечимини белгилашда биринчи навбатда кучли таъсирга эга омил ва манбаларни аниқлаш зарур бўлади. Минтақанинг иқтисодий салоҳиятининг натижавий кўрсаткичи сифатида ЯХМни танлаб олиш энг мақбул усул ҳисобланади.

“Барқарор ривожланиш - бу иқтисодиёт, экология ва жамиятнинг мувофиқлаштирилган ривожланиши”[2]. Барқарор ривожланишга иқтисодий, экологик ва ижтимоий тизимлардан келиб чиқадиган кўплаб омиллар таъсир кўрсатади. Барқарор ривожланишнинг негизида жамият, иқтисодиёт ва экологиянинг уйғун ривожланиши ётади. Минтақавий барқарор ривожланиш нафақат ушбу учта устунни мувофиқлаштиришни ўз ичига олади, балки ички шаҳарларнинг мувозанатли ривожланишини ҳам ўз ичига олади. Минтақавий интеграциялашган режалаштириш ва самарали сиёсатни рағбатлантириш орқали ортиқча ресурсларни энг зарур бўлган жойларга етказиб бериш нафақат ҳар бир шаҳарнинг барқарор ривожланишига ёрдам беради, балки бутун минтақани мувофиқлаштиришни яхшилайдди. Шунингдек, минтақавий фарқлар туфайли ўлчов индекслари тизимлари учун барқарор ривожланиш таҳлили индексларини яратиш жуда муҳимдир

В.Е. Рохчин барқарор ривожланиш концепцияси талқинларининг ноаниқлигини таъкидлаб концепциянинг мазмуни бўйича учта белгиланган тадқиқот йўналишини белгилаб, барқарор ривожланиш қуйидагича талқин қилинишини таклиф этади. 1) Экотизимлар мувозанатини сақлаган ҳолда ҳозирги ва келажак авлодларнинг моддий ва маънавий эҳтиёжларини қондиришни таъминлайдиган иқтисодий ўсиш; 2) Табиий пойдеворни бузмайдиган барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланиш; 3) Аҳоли турмуш сифатини барқарор яхшилаш[3]. Иқтисодий барқарорлик ўзини ўзи бошқариш ва ўз-ўзини ривожлантиришнинг самарали механизмлари билан таъминланган тизимнинг доимий, кучли позицияси сифатида қаралади[4].

Минтақанинг мустақил ривожланиши учун шароит яратадиган юқори ЯХМ кўрсаткичлари; билим талаб қиладиган тармоқлар ва юқори технологияли ишлаб чиқариш тармоқларининг ривожланиш даражаси; ҳудуднинг иқтисодий мустақиллигини белгиловчи ҳудудий экспорт таркиби ва импортнинг ички истеъмолдаги улуши; табиий ва экологик салоҳиятни сақлаш ва такрор ишлаб чиқариш, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва ресурс базасидан тежамкор фойдаланишдир. Барқарор ривожланиш ўсишнинг сифат мазмунини ўзгартиришни талаб қилади. 3. Одамларнинг асосий эҳтиёжларини қондириш. 4. Аҳоли ўсишининг барқарор даражасини таъминлаш. 5. Ресурс базасини сақлаш ва мустаҳкамлаш. 6. Технологияларни қайта йўналтириш ва хавфларни назорат қилиш. 7. Қарорларни қабул қилиш жараёнида экологик ва иқтисодий жиҳатларнинг интеграцияси.

Минтақа ЯХМиси билан кучли боғлиқликни маҳсулотларга соф солиқлар, қишлоқ хўжалиги, саноат, савдо, яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар ташкил қилиши эътиборга олиб, эндоген катталиқ сифатида ЯХМ, экзоген омиллар сифатида соф солиқлар, қишлоқ хўжалиги, саноат ҳамда хизматларни тадқиқ этамиз.

$$YaHM_t = MSS_t^b * QX_t^c * SAN_t^d * XIZ_t^f \quad (1)$$

Бунда: $YaHM_t$ - Хоразм вилоятида яратилган ЯХМнинг ўсиш суръати;

MSS_t - Хоразм вилоятида маҳсулотларга соф солиқларнинг ўсиш суръати;

QX_t - Хоразм вилоятида яратилган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг ўсиш суръати;

SAN_t - Хоразм вилоятида яратилган саноат маҳсулотларининг ўсиш суръати;

XIZ_t - Хоразм вилоятида кўрсатилган хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати;

б, с, д, ф – мос равишда омилларнинг таъсирчанлик коэффициентлари.

(3.1) тенгликни логорифмлаш натижасида қуйидаги моделни ҳосил қиламиз.

$$lYaHM_t = b * lMSS_t + c * lQX_t + d * lSAN_t + f * lXIZ_t \quad (2)$$

Юқоридаги модел асосида, Хоразм вилоятининг статистик маълумотлари асосида амалга оширилган тадқиқотларимиз натижасида минтақа иқтисодий ривожланишини қуйидаги регрессион тенгламасини ишлаб чиқамиз.

$$lYaHM_t = 0,013 * lMSS_t + 0,342 * lQX_t + 0,301 * lSAN_t + 0,417 * lXIZ_t + 1,45 \quad (3)$$

Тадқиқотларимиз асосида олинган натижаларни ифодалашча, юқори таъсирчанликни қишлоқ хўжалиги, хизматлар ҳамда саноат тармоқлари ташкил қилмоқда. Бунда қишлоқ хўжалигининг 1 фоизга ўсиши ЯХМни 0,34 фоизга, саноатнинг 1 фоизга ўсиши эса ЯХМни 0,30 фоизга ўсишини таъминламоқда. Шунингдек, хизматлар соҳаси энг юқори таъсирга эга бўлиб, унинг 1 фоизга ўсиши ЯХМни 0,42 фоизга оширмоқда.

Шундай бўлсада, Хоразм вилоятида яратилган ЯХМга таъсир қилувчи юқоридаги таклиф омиллари қатори талабнинг таъсирини ҳам алоҳида баҳолаймиз. Бунда асосий эътиборни инвестицияларга қаратамиз. Инвестицияларни таҳлил қилишда уларни икки гуруҳ омилларига, марказлашган ва марказлашмаган омиллар сифатида ажратиб, баҳолаймиз.

$$YaHM_t = MganInv_t^h * MmaganInv_t^j * QX_t^k * SAN_t^l \quad (4)$$

Бунда: $MganInv_t^h$ - Хоразм вилояти иқтисодиётига киритилган марказлашган инвестицияларнинг ўсиш суръати.

$MmaganInv_t^j$ - Хоразм вилояти иқтисодиётига киритилган марказлашмаган инвестицияларнинг ўсиш суръати.

х, ж, к, л – омилларнинг натижавий кўрсаткичларга таъсирчанлик коэффицентлари, эмпирик тадқиқот натижалари.

(4) тенгликни логорифмлаш асосида қуйидагини ҳосил қиламиз.

$$lYaHM_t = h * lMganInv_t + j * lMmaganInv_t + k * lQX_t + l * lSAN_t \quad (5)$$

(5) тенгламни статистик маълумотлар асосида корреляцион-регрессион таҳлил натижаларидан кучли боғлиқликдаги омиллар саноат, қишлоқ хўжалиги, хизматлар каби тармоқлар ҳамда марказлашмаган ёки тўғридан-тўғри инвестицияларни минтақани барқарор иқтисодий ривожланишини таъминловчи омиллар эканлигини аниқлаш мумкин. Юқоридагилардан қуйидаги хулосаларга келиш мумкин. Минтақа иқтисодиётини барқарор ривожлантиришда хорижий инвестицияларни кўпроқ жалб қилиш лозим. Минтақа иқтисодиёти соҳа ва тармоқларини туманлар кесимида ихтисослаштириш, кичик саноат ҳудудлари ташкил этиш ва кластерларни ривожлантириш зарур. Минтақада кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, қишлоқ хўжалиги ва чорвачилик, балиқчилик йўналишларига устуворлик қаратилгани ҳолда, доривор ўсимликларни етиштириш кластерларига ҳам эътибор қаратишимиз лозим. Ҳудудий дастурларни ишлаб чиқиш, маҳаллий бюджет ҳисобидан ривожлантириладиган тадбиркорлик дастурини кенгайтириш лозим. Бунда аёллар ва ёшлар тадбиркорлигини маҳаллий бюджет маблағлари ҳисобидан ташкил этиш мақсадли ҳисобланади. Айниқса, инсон капиталини ривожлантиришга эътибор қаратиш зарур. Бунда, таълим ва илм-фан учун хорижий ҳамда маҳаллий инвестициялар қўламини ошириш энг муҳим масалалардан бири ҳисобланди.

Фойдаланган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022-2026 йилларга мўлжалланган “Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси” тўғрисидаги ПФ-60 сонли фармони
2. R.Costanza, L.Fioramonti, I.Kubiszewski. The UN sustainable development goals and the dynamics of well-being. Front.
3. Рохчин В.Е. Вопросы методологии формирования системы стратегического планирования развития городов России// Пространст.экон. 2005. №1. - С. 107.

4. Краснова, Т.Г. Экономическая устойчивость региона: проблемы теории и практики [Текст]: автореф. дис. ... д.э.н.: 08.00.05 / Т.Г. Краснова. Иркутск, 2001. – 38 с.
5. Иванов П.М. Устойчивое развитие региона: концепция, модель управления, стратегия: монография. – М.: ООО «ЭКЦ «Профессор», 2016. – 254 с. ISBN 978-5-9907298-7-2

ЎЗБЕКИСТОНДА САМАРАЛИ МИНТАҚАВИЙ СИЁСАТНИНГ УСТУВОР ЙЎНАЛИШЛАРИ

Проф. Рузметов Б., Урганч Давлат Университети
Доц. Рузметов Ш., Урганч Ранч Технология Университети

Аннотация. Мақолада Ўзбекистонда самарали минтақавий сиёсатнинг устувор йўналишлари таҳлил қилинган. Хоразм вилоятининг 2024-2026 йилларда иқтисодий-ижтимоий ривожлантириш юзасидан таклифлар ишлаб чиқилган.

Аннотация. В статье анализируются приоритеты эффективной региональной политики Узбекистана. Разработаны предложения по экономическому и социальному развитию Хорезмской области на 2024-2026 годы.

Abstract. The article analyzes the priorities of effective regional policy in Uzbekistan. Proposals for economic and social development of Khorezm region in 2024-2026 have been developed.

Калит сўзлар. Минтақа, минтақавий сиёсат, саноат иқтисоди, туризм, яшил иқтисодиёт, самарадорлик.

Ключевые слова. Регион, региональная политика, индустриальная экономика, туризм, зеленая экономика, эффективность.

Key words. Region, regional policy, industrial economy, tourism, green economy, efficiency.

Ўзбекистонда мустақиллик йилларида самарали минтақавий сиёсат олиб борилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат

Мирзиёевнинг Хоразм вилоятига ташрифи (29 феврал - 1 март 2024 йил) натижасида вилоятдаги имкониятлар ва уларни ишга солиш бўйича вазифалар, минтақани иқтисодий-ижтимоий ривожлантириш устувор йўналишлари белгилаб берилди.

Хоразм вилоятида охириги 7 йилда 600 мингта иш ўрни яратилган. Бугун вилоят ялпи маҳсулоти ҳажми 37 триллион сўмга, аҳоли жон бошига 19 миллион сўмга етган[1].

Хоразмда кичик ва ўрта бизнесни янада қўллаб-қувватлаш учун имтиёзли шартларда 100 миллион доллар ажратилади. Бунинг ҳисобидан 5 минг 500 тадбиркор томонидан 50 минг доимий иш ўрни ташкил этилади.

Вилоят иқтисодиётида драйвер тармоқлардан бири – саноат ҳисобланади. Саноат учун барқарор энергия манбалари ҳам зарур. Шу мақсадда Тупроққалъа туманида Франциянинг “Votalia” компанияси билан ҳамкорликда 100 мегаваттли қуёш электр станцияси қурилиши бошланди. У йил якунигача ишга тушади.

Маълумки, давлатимиз томонидан қайта тикланувчи энергетикани ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилиб, катта дастурлар амалга оширилмоқда. Охириги уч йилда ҳудудларда биргина қуёш ва шамол генерация қувватларини ишга тушириш учун 2 миллиард доллардан зиёд хорижий инвестициялар жалб қилинди. Натижада Бухоро, Жиззах, Қашқдарё, Навоий, Самарқанд, Сурхондарё вилоятларида умумий қуввати 2,6 Гигаватт бўлган 9 та йирик қуёш ва шамол электр станцияси тармоққа уланди.

Яна бир муҳим жиҳати, бу лойиҳалар Саудия Арабистони, Бирлашган Араб Амирликлари, Хитой, Франция каби тараққий этган мамлакатлар билан шерикликда амалга оширилаётир.

Муқобил энергетика ҳисобига бу йил республиканинг электр генерациясида “яшил энергия” улуши 15 фоизга етади. 2030 йилга бориб, аҳолиси 40 миллиондан ортадиган Янги Ўзбекистон иқтисодиёти учун зарур

бўлган энергиянинг 40 фоизини “яшил энергия” ҳисобидан қоплаш мақсад қилинган.

Бу Хоразмдаги илк шундай йирик лойиҳа бўлади. Унинг натижасида йилига 254 миллион киловатт соат “яшил энергия” ишлаб чиқарилади. Бу эса Хоразм вилояти йиллик электр энергияси истеъмолининг 11 фоизини қоплайди. Ушбу станцияни йил якунигача тармоққа улаш режалаштирилган.

Умуман бу лойиҳа ишга тушса, Хоразм вилоятида электр энергияси ишлаб чиқариш қувватлари 30 фоизга ошиб, 424 мега-ваттга етади. Хусусан, Тупроққалъа туманининг электрга бўлган йиллик 135 миллион киловатт соат талаби тўлиқ қондирилади.

Шу билан бирга, истеъмолдан ортган 40 фоиз энергияни қўшни туманларга узатиш имконияти пайдо бўлади. Яъни, 85 минг хонадонни электр энергияси билан барқарор таъминлашга эришилади.

Энг муҳими, ушбу лойиҳа орқали 76 миллион метр куб табиий газ тежалади, атмосферага 106 минг тонна зарарли моддалар чиқишининг олди олинади.

Яна бир эътиборли томони, мазкур лойиҳа доирасида илк бор агровольтаика тажрибаси қўлланади. Бу бир майдоннинг ўзида энергия ва қишлоқ хўжалигини бирлаштириш усули бўлиб, қуёш панеллари остида сабзавот ва полиз экинлари етиштирилади.

Шунингдек, Хоразмда қиймати 10 миллиард долларлик йирик газ-кимё мажмуасини барпо қилиш бўйича илғор хорижий компаниялар билан музокара олиб борилмоқда. Бу лойиҳа ишга тушса, 3 мингта иш ўрни яратилади, йилига 2,5 миллион тонна юқори қўшилган қийматли полимерлар ишлаб чиқарилади.

Саноат лойиҳаларини қўллаб-қувватлаш ва жадаллаштириш мақсадида Хоразмга Саноатни ривожлантириш жамғармасидан 100 миллион доллар йўналтирилади.

Бизнесни ривожлантириш банки томонидан кичик ва ўрта саноат лойиҳаларига 1,5 миллиард сўмгача 18 фоиздан 7 йил муддатга кредитлар берилади.

Бундан ташқари, 1 апрелдан бошлаб, импорт ускуналар, эҳтиёт қисм ва хомашё 5 йилга божхона тўловидан озод қилинади, қўшилган қиймат солиғини 180 кунга кечиктириб тўлашга рухсат берилади. Маҳаллийлаштириш лойиҳаларига олинган кредит фоизининг 10 фоиз банди қоплаб берилади.

Давлат мулки ва ер участкаларини хусусийлаштиришда 5 йил ичида бўлиб-бўлиб тўлаш имконияти яратилади. Иқтисодий ва саноат зоналарида олган мажбуриятини бажарган тадбиркорлар ер ва бинони хусусийлаштириши мумкин бўлади. Экспортчиларга бошқа вилоятдан хомашё етказиб бериш учун йўл харажатларининг 50 фоизи қоплаб берилади.

2020 йилда учта банк иштирокида тузилган инвестиция компанияси трансформация қилиниб, унга тадбиркорларга 30 фоизгача улушдор бўлиб кириш ваколати берилади.

Ҳазорасп эркин иқтисодий зонасидан самарали фойдаланиб, саноат лойиҳалари жойлаштирилади, Урганч туманида Технопарк ташкил қилинади.

Дамас ва Лабо автомобиллари ҳамда уларнинг эҳтиёт қисмларини ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш, ип-калавани қайта ишлаш даражасини 60 фоизга етказиш, фармацевтика маҳсулотларини кўпайтириш имкониятлари мавжуд.

Умуман, йил якунигача вилоятга 1,5 миллиард доллар сармоя, шундан 1 миллиард доллар хорижий инвестиция олиб келиб, 600 миллион доллар экспортни таъминлаш мумкин.

Амударё устида кунига 12 мингта автомобиль, 24 та поездни ўтказиш қувватига эга улкан кўприк очилди. Бу транспорт алоқаларини яхшилаб, юк

ташиш харажатларини камайтириб, бизнес ва хизматлар ривожига қўшимча туртки беради.

Бу иншоот самарасида йўлнинг ўтказиш қобилияти 4 баробарга ошади. Натижада бир кеча-кундузда 48 минг йўловчининг 2 соат вақти тежалади ва дарёдан хавфсиз ўтиши таъминланади.

Маҳаллаларда тадбиркорликни ривожлантиришга 11,5 триллион сўм кредит йўналтирилади, ҳар бир туман ва шаҳарни комплекс ривожлантириш дастури ишлаб чиқилди.

Вилоятда Хитой тажрибаси асосида “уй саноати” ривожлантирилади. Масалан, Боғот, Янгиарик, Янгибозор, Қўшқўпир ҳамда Урганч туманларида жун ва пиллани қайта ишлаш, Ҳазорасп, Хива, Тупроққалъа ва Хонқада гилам тўқиш оммалашган.

Бу йўналишлар қўллаб-қувватланиб, ипакчилик ва гиламчилик кооперациялари ташкил қилинади. Хонадонларда ихчам ускуналар ўрнатиш учун 100 миллион сўмгача гаровсиз кредит берилади.

Оилавий тадбиркорлик дастури доирасида бу йил 5 мингта хонадонда интенсив усулда балиқ боқиш, 4 минг 400 та хонадонга тикувчилик, парранда, чорва, асалари ва боғдорчилик бўйича молиявий кўмак берилади.

Хоразмнинг асосий иқтисодий драйверидан бири туризм ҳисобланади. Уни янада ривожлантириш бўйича 3 йиллик дастур қабул қилинади.

Сайёҳларга бир йил давомида чекловсиз Хоразмга кириш учун “Ўзбекистон – менинг иккинчи уйим” виза тизими жорий қилинади. Урганч шаҳрида “Лазги” ва “Авесто” музейи ташкил қилинади. Меҳмонхона ва дам олиш масканлари қуриш, мавжуд ўринларни кўпайтириш учун имтиёзли кредитлар берилади.

Бу орқали Хоразмга хорижий туристлар оқимини 1 миллионга, маҳаллий сайёҳларни 4 миллионга етказиб, 20 минг иш ўрни яратиш имконияти пайдо бўлади [2].

Хизматлар соҳаси ривожланиши учун транспорт инфратузилмасини яхшиланди. Шу боис Урганч ва мамлакатимизнинг бошқа шаҳарларига

авиачипта нархини арзон қилиш учун 30 миллиард сўм субсидия берилади. Авиакатновлар кўпайтирилади.

“Урганч-Хива” троллейбус қатнови оралиқ вақти қисқаради, Урганчдан Хива ва Хонқага электробус қатнови қўйилади.

Қишлоқ ва сув хўжалиги ҳам ривожланади. Хитой ва бошқа давлатлардан шўр тупроққа чидамли пахта навларини олиб келиб, етиштириш йўлга қўйилади.

Шоличиликда ҳам инновацион ёндашувлар жорий этилади. Бу борада Филиппиндан олиб келинган шўрга чидамли навларни Хоразм шароитига мослаш, Жанубий Корея билан ҳамкорликда шоли уруғчилиги корхонаси ташкил этилади. Шоличиликда ҳосилдорликни 150 центнерга чиқарган деҳқонларга маҳсулотининг ярмини экспорт қилишга рухсат берилади.

Чорвачилик, паррандачилик, балиқчиликни кенгайтиришга ҳам эътибор қаратилади.

Хоразм вилоятида умумий инвестиция ҳажми 10 миллиард доллардан зиёд бўлган йирик газ-кимё лойиҳаси биргаликда амалга оширилади.

Бўлажак қувватлар йилига 2,5 миллион тонна маҳсулот ишлаб чиқариши ва 3 минг иш ўрни яратилади. Лойиҳа 2024-2028 йилларда амалга оширилади.

Ушбу лойиҳа газ-кимё тармоғи ривожига янги суръат бағишлайди ва Янги Ўзбекистон саноатининг флагманларидан бирига айланади.

Сўнгги йилларда барча лойиҳаларда энергия тежамкорлик вазифаси қўйилмоқда. Шу боис базальт хомашёсига талаб ошиб бораётир. Таҳлилларга кўра, мамлакатимизда бундай маҳсулотдан тайёрланган плиталарга йиллик талаб 80 минг тонна.

Шу жиҳатдан “Khorezm Insulation Group” қўшма корхонаси бозор конъюнктураси асосида ташкил топган дейиш мумкин. Қиймати 41 миллион евролик ушбу лойиҳада базальт хомашёсидан иссиқлик сақловчи плиталар ишлаб чиқарилади. Хомашё Қорақалпоғистон Республикасининг Қоратау тоғидан олиб келинади.

Корхонанинг йиллик қуввати 30 минг тонна бўлиб, қурилиш саноатига талаб юқори маҳсулотлар етказиб берилади. Шунингдек, Россия ва қўшни давлатларга 10 миллион долларлик экспорт қилиш имконияти яратилади.

Бунинг учун Германия, Туркия, Россия ва Хитой давлатларидан замонавий ускуналар келтириб ўрнатилмоқда. Корхонада 300 та янги иш ўрни очилади.

Айни пайтда бу ерда йилига 15 минг тонна полипропилен ва полиэтилен тола ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш бўйича ҳам иш олиб борилмоқда. Натижада 80 та янги иш ўрни яратилиши, яна 10 миллион долларлик экспорт қуввати яратилиши мўлжалланган.

Вилоятда чет эллик инвесторлар билан ҳамкорликда машинасозлик, шаҳарсозлик, кимё, тўқимачилик, қурилиш материаллари, тиббиёт, озиқ-овқат каби муҳим тармоқларда умумий қиймати 1,5 миллиард долларлик ўнлаб лойиҳалар ишлаб чиқилган.

Хусусан, бу йил Бухоро – Урганч – Хива, келгуси йилдан Мискин – Нукус темир йўли электрлаштирилади. Натижада Хива ҳамда Нукус шаҳарларига тезюрар поездлар қатнови йўлга қўйилади. Ушбу ҳудудлардаги аҳолининг мамлакатимизнинг бошқа шаҳарларига бориб-келиши осонлашади. Бу лойиҳалар ҳисобидан транспорт харажатлари 2 баробар қисқариб, йўловчи ташиш 30 фоизга ошади.

Юк электромобиллари, аккумуляторлар учун никел сульфат, архитектура ойналари, шиша идишлар, қурилиш материаллари, лак-бўёқлар ва мато ишлаб чиқариш каби лойиҳалар ҳудуд иқтисодиёти ривожига катта ҳисса қўшиб, минглаб иш ўринлари яратиши билан аҳамиятлидир. Меҳмонхона, шифохона, кўнгилочар масканлар ва йўллар қуриш, экотуризмни ва балиқчиликни ривожлантиришга қаратилган лойиҳалар аҳоли фаровонлиги ошишига хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Хоразм вилоятига ташрифи (29 феврал - 1 март 2024 йил).
<https://president.uz/uz/lists/view/7064>

2. Эшимов А.А. Ўзбекистоннинг туризми салоҳияти ва уни ривожлантириш истикболлари .Самарқанд; “Ипак Йўли” -2023й.

MINTAQANING BARQAROR IQTISODIY O‘SISHIDA KORXONALAR MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

**Matyoqubova Dilfuza Olimboyevna, Urganch davlat universiteti
“Menejment va marketing” kafedrasi dotsenti**

**Ro‘ziboyeva Mushtariy Otabek qizi, Urganch davlat universiteti
1-bosqich magistranti**

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli transformatsiya sharoitida marketing strategiyalarini ishlab chiqish ketma-ketliklari va shu jarayon bilan bog‘liq bo‘lgan o‘ziga xos xususiyatlar o‘rganilgan. Bundan tashqari marketing strategiyasini amalga oshirishdagi muhim elementlar va funksiyalar, shu bilan birga, marketing miks ham marketing strategiyalarini ishlab chiqishda alohida xususiyat sifatida yoritib berilgan.

Аннотация. В данной статье изучены последовательности разработки маркетинговых стратегий в условиях цифровой трансформации и особенности, связанные с этим процессом. Кроме того, выделены важные элементы и функции при реализации маркетинговой стратегии, в то же время маркетинг-микс выделяется как особенность разработки маркетинговой стратегии.

Abstract. In this article, the sequences of development of marketing strategies in the context of digital transformation and the specific features associated with this process are studied. In addition, the important elements and functions in the implementation of the marketing strategy, at the same time, the marketing mix is highlighted as a special feature in the development of marketing strategies.

Kalit so‘zlar. Strategik marketing, sun’iy intellect, SWOT tahlil, CRM, SEO strategiyalari, korporativ strategiya, marketing miks, 4P, 7P.

Ключевые слова. Стратегический маркетинг, искусственный интеллект, SWOT-анализ, CRM, SEO-стратегии, корпоративная стратегия, маркетинг-микс, 4P, 7P.

Keywords. Strategic marketing, artificial intelligence, SWOT analysis, CRM, SEO strategies, corporate strategy, MARKETING MIX, 4P, 7P.

Kirish. Hozirgi kunda ro'y berayotgan iqtisodiy rivojlanish ko'pgina omillarga bog'liq. Ular orasida iqtisodiyot, korxonalar va tashkilotlar hamda ijtimoiy jamiyatning raqamli transformatsiyasi muhim o'rin egallaydi. Ketma-ket uchta sanoat inqilobidan so'ng, katta ma'lumotlarga, narsalar internetiga va sun'iy intellektga asoslangan yangi axborot texnologiyalarining to'rtinchi sanoat inqilobi davriga kirildi. Ushbu yangi texnologiyalar korxonalar uchun mahsuldorlikni, raqobatbardoshlikni oshirish, rentabellik va samaradorlikni yanada kuchaytirish, qo'shimcha qiymat yaratish va olish uchun katta imkoniyatlar yaratadi. Jumladan, mashina, qurilmalar uchun sun'iy intellektni joriy etish va birinchi navbatda, aqlli robotlarning yangi avlodlari intellektual salohiyatni rivojlantirishga erishiladi. Korxonalar innovatsion biznes strategiyalarini amalga oshirish orqali yangi jarayonga moslashishi kerak. Bunda marketing strategiyalarining o'ziga xos xususiyatlarini ko'rib chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Asosiy qism. Raqamli marketing strategiyasini ishlab chiqish quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi:

1. Vaziyat tahlili (SWOT) kompaniyaning asosan strategik rejalashtirish jarayonlarida foydalaniluvchi texnologiya hisoblanib, bunda kompaniyaning kuchli, kuchsiz taraflari, imkoniyatlar va xavf-xatarlar kabi ko'rsatkichlari aniqlanib tahlil qilinadi. Korxonaning ushbu turdagi ko'rsatkichlarini aniqlashda marketing tadqiqotlaridan bevosita foydalaniladi, ushbu holatda ayniqsa birlamchi ma'lumotlar to'plashga doir hamda raqobatchilarni kuzatishga asoslangan tadqiqotlar alohida o'rin tutadi.

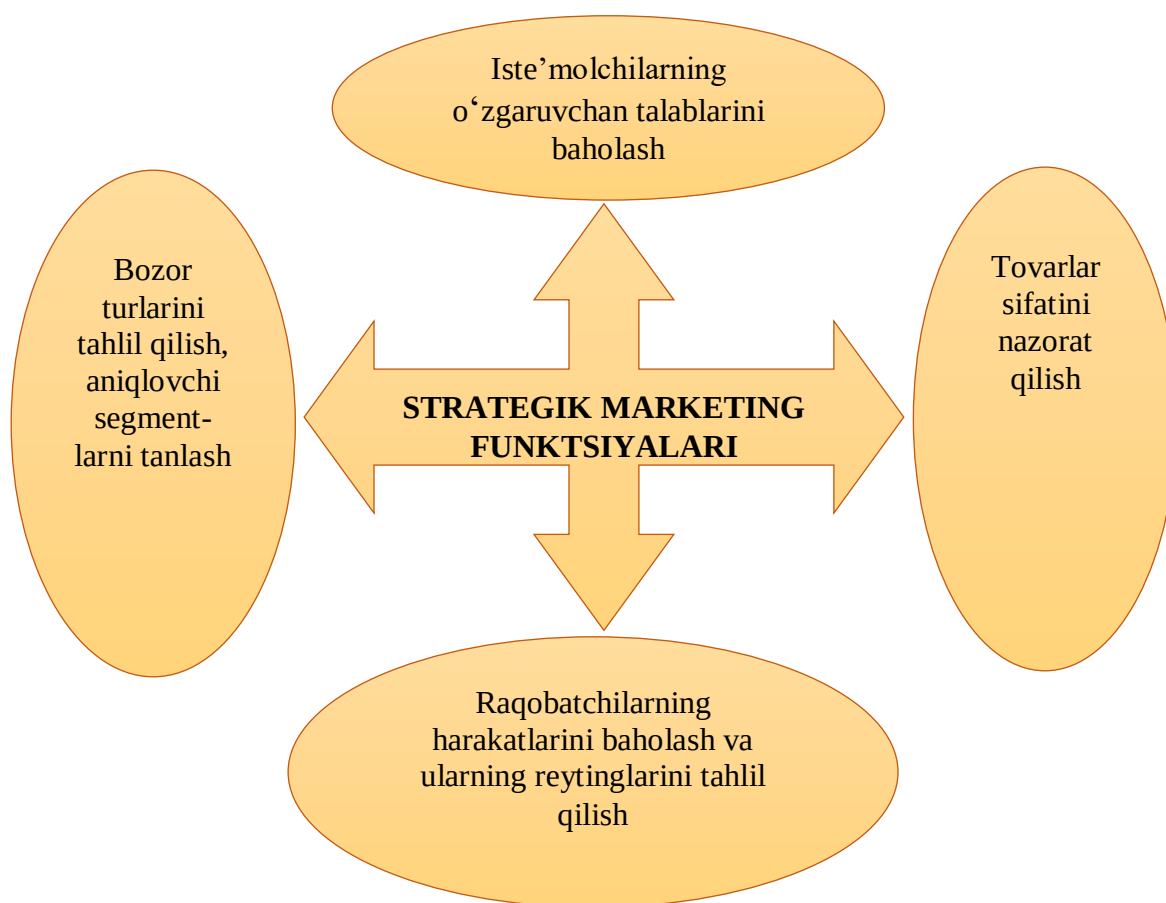
2. Raqamli marketingga oid maqsadlarni aniqlash. Marketing tadqiqotlari yordamida to'plangan xaridorlarga doir ma'lumotlar hamda korxona ichki imkoniyatlari tahlili orqali aniq maqsadlarni qo'yish imkoni yuzaga keladi.

3. Maqsadlardan kelib chiqqan holda marketing strategiyasini aniqlash. Individuallik raqamli marketingning o'ziga xos xususiyati hisoblanadi. Shu sababli strategiya ishlab chiqishda buni hisobga olish muhim hisoblanadi[1]. Har bir segment xususiyatlaridan kelib chiqqan holda kontent strategiyasini ishlab chiqish va pozitsiyalashtirish ham ushbu bosqichning muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Bundan tashqari e-mail marketing elementlarini tanlash, ijtimoiy tarmoqqa oid taktikalar, CRMga oid qarorlar, SEO strategiyalari hamda raqamli reklamalarga oid qarorlar ham shu bosqichda ko'rib chiqiladi. Bularning barchasi marketing tadqiqotlari orqali yig'ilgan ma'lumotlardan foydalangan holda bozordagi mavjud segmentlarga asoslangan holda amalga oshiriladi.

4. Natijalarni baholash. Strategiya ishlab chiqilishi bilan jarayon tugab qolmaydi. Undan so'ng tadbqiq qilingan o'zgarishlarga asoslangan natijalar monitoringi amalga oshiriladi. Kutilgan, kutilmagan, erishilgan yoki erishilmaganini KPI tizimidan foydalangan holda ham aniqlash mumkin. Kutilgan natijalarga erishilmagan taqdirda, sabablarni aniqlash maqsadida yana marketing tadqiqotlariga murojaat qilinadi. Mijozlarni qanday topish, ular bilan qayta aloqa qilish va saqlab qolish, shuningdek, ko'proq sotishga erishish uchun CRM strategiyasini shakllantirishga qaratilgan tadqiqotlar katta ahamiyatga ega[2]. Ushbu tadqiqot kompaniya faoliyati, biznesni kengayishi va rentabelligining oshishiga olib kelishi mumkin. Buning uchun kompaniya CRM tadqiqotlarini to'g'ri va tizimli yo'lga qo'yish lozim bo'ladi.

Lambin marketing strategiyasining muhim elementlari va xususiyatlarini ajratib ko'rsatadi: iste'molchilar talablarini baholash va asosiy bozorni aniqlash, bozorni makro va mikro-segmentatsiya qilish, raqobatbardoshlikni baholash, jozibadorlikni baholash va tashkilotning uzoq muddatli strategiyasini aniqlash. Olimning ta'kidlashicha, raqobatbardoshlik biznes muvaffaqiyatini belgilovchi asosiy xususiyatdir. Strategik marketingning asosiy maqsadi mahsulot sotishning belgilangan maqsadlariga ma'lum vaqt oralig'ida erishishga qaratilgan harakatlar rejasini ishlab chiqishdan iborat bo'lib, uni turli yo'llar bilan amalga oshirish mumkin, shu jumladan, biznesning rentabelligini oshirish, tashqi mablag'larni jalb

qilish, bozor o'zgarishlariga sezgir munosabatda bo'lish va korxonaning ichki muhitini o'zgartirish kabilarni sanab o'tish mumkin[3]. Strategik marketing quyidagi funksiyalarni bajaradi (1-rasm).



1-rasm. Srtategik marketing funksiyalari.

Marketingning strategik o'lchovi kompaniyaning umumiy strategiyasining bir qismidir, shuningdek, har qanday marketing rejasining asosiy qismidir. Bozor turlarini tahlil qilish, aniqlovchi segmentlarni tanlash, iste'molchilarning o'zgaruvchan talablarini baholash, tovarlar sifatini nazorat qilish, raqobatchilarning harakatlarini baholash va ularning reytinglarini tahlil qilish kabilar srtategik marketing funksiyalari hisoblanadi.

Korxonalarda marketing strategiyalarini ishlab chiqishda katta yordam beradigan yana bir xususiyatlaridan biri bu – marketing miksidir. Marketing miks (inglizcha: Marketing mix ba'zan 4Ps deb ham yuritiladi) biznesdagi boshlang'ich modelni tasvirlovchi termindir. 4Ps ingliz tilidagi to'rtta so'z, Product (mahsulot), Price (narx), Place (joylashuv) va Promotion (targ'ibot)larning hammasi "P"

harfidan boshlanish sababidan “4Ps” yoki “Marketing Mix” deb yuritiladi. Marketologlar tomonidan Marketing miksga “maqsadli bozorda marketing rejalarini muvaffaqiyatli amalga oshirishda biznes egalari tomonidan qo‘llaniladigan marketing qurollar to‘plami”- deb ham ta’rif beriladi[4].

Marketing nazariyasi yigirma birinchi asr boshlarida paydo bo‘lgan. Bugungi kunda marketing boshqaruvida dominantga aylangan ushbu marketing miksi birinchi bo‘lib 1984-yilda nashr qilindi [5]. Xizmat ko‘rsatish sohasi marketingida kengaytirilgan marketing miksdan foydalaniladi. Bunda odatdagi 4Ps ga uchta qo‘chimcha Process (jarayon), People (insonlar), Physical evidence (jismoniy dalil) elementlari qo‘shilib 7Ps namoyon bo‘ladi.

Marketing miksi elementlarini to‘g‘ri joylashtirish va faoliyat olib borishda korxona marketing boshqaruvchilari zimmasiga mas’uliyat yuklaydi. Marketing miksi elementlarining to‘g‘ri joylashuvi kompaniyaning muvaffaqiyatli marketingida muhim ahamiyatga ega.

Natijalar va xulosa. Kompaniyada marketing strategiyalarining o‘ziga xos xususiyatlari kompaniya bozor bilan parallel ravishda o‘shishida, raqobatbardoshligini ta’minlashida, iste’molchilarning o‘zgaruvchan manfaatlariga moslashishida, mahsulotga bo‘lgan talabni tahlil qilishida, sifatini yaxshilashida, bozorda o‘z brendining pozitsiyasini to‘g‘ri shakllantirishida, mahsulot sotilgandan keyin mijozlarni qo‘llab-quvvatlashida talab darajasini baholashida, talabni oshirish siyosatida namoyon bo‘ladi.

Bundan tashqari o‘zgarishlarni sezish uchun bozor konyunkturasini kuzatish, aniqlangan tendentsiyalar asosida strategiyalarni yaratish va ularni kelajak uchun ekstrapolyatsiya qilish, narx siyosatini qayta ko‘rib chiqish, ishlab chiqarishni ko‘paytirish yoki kamaytirish, narx-navoni o‘zgartirish, mijozlar nima istayotganiga e’tibor qaratish va raqobatchilar nima qilayotganiga qarash, kompaniyaning o‘ziga xosligini saqlab qolish kabi marketing strategiyalarining o‘ziga xos xususiyatlari orqali ham korxonalar ishlab chiqarish jarayonida muvaffaqiyat qozonishlari mumkin.

Korxonalar taraqqiy etishining istalgan bosqichida raqobatchilarni rag‘batlantirish va ularga qarshi kurashishning har xil usullaridan foydalanadilar. Bunday chora-tadbirlar majmui korporativ strategiya deb ataladi. Uning bo‘g‘inlaridan biri marketing strategiyasi hisoblanadi, uning o‘ziga xos xususiyatlari tashkilotning ichki imkoniyatlari va tashqi muhit ta‘sirini hisobga olgan holda harakat yo‘nalishini belgilaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. <https://www.visual-paradigm.com>.
2. Sharopova N. O‘zbekiston tadbirkorlik subyektlari faoliyatida CRM tizimlaridan foydalanish. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” elektron jurnal. Tom 10 №3, 2022 yil. 339-347-bb.
3. <https://www.linkedin.com>.
4. P.Kotler. Marketing Management, Millenium Edition. Custom Edition for University of Phoenix. 2001. 9-p.
5. G.Christian. "Chapter 32.2: Management decision", From marketing mix to relationshop marketing: towards a paradigm shift in marketing, 1994, 4-20-pp.

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

Калмуратов Б. С
Каракалпакский государственный университет
Заведующий кафедры «Экономика»
Доктор экономических наук, профессор кафедры

Аннотация. Иқтисодиётнинг инновацион шаклига ўтиши унинг инновацион ривожланишини бошқариш механизмини сифатли такомиллаштиришни ва ўзгартиришни ўз ичига олади. Бундай такомиллаштириш инновацион ривожланишнинг барча таркибий элементларини ўрнатишга қаратилган бўлиши керак. Мақолада минтақалардаги саноат корхоналарининг ривожланиш жараёни кўриб чиқилган ва ииновацион ривожланишини бошқариш механизми ўрганилган.

Аннотация. Переход к инновационному типу экономики предполагает изменение всей её организации и качественное совершенствование механизма управления инновационным развитием. Такое совершенствование должно быть направлено на установление всех составляющих элементов инновационного развития. В статье рассмотрено развитие промышленных предприятий регионов и изучено механизм управления инновационного развития.

Abstract. The transition to an innovative type of economy implies a change in its entire organization and qualitative improvement of the mechanism for managing innovative development. Such improvement should be aimed at establishing all the constituent elements of innovative development. The article examines the development of industrial enterprises in the regions and examines the mechanism of management of innovative development.

Калит сўзлар. Инновация, инновацион ривожланиш, бошқарув механизми, саноат, модернизация.

Ключевые слова. Инновация, инновационное развитие, механизм управления, промышленность, модернизация.

Keywords. Innovation, innovative development, management mechanism, industry, modernization.

Переход к инновационному типу экономики предполагает изменение всей её организации и качественное совершенствование механизма управления инновационным развитием. Такое совершенствование должно быть направлено на установление всех составляющих элементов инновационного развития.

Механизм управления — это сложный процесс, включающий весь арсенал системы управления. Поэтому при его совершенствовании должны быть учтены все стороны его функционирования. Игнорирование одного из элементов механизма управления может дать не эффективные результаты. В теории и практике управления приведен большой объём исследований в области механизма управления. Он был предметом исследования многих

учёных-экономистов нашей республики, в ряде которых Йўлдошев Н.Қ., Мирсаидова Ш.А., Голдман Й.Д., Ш.И.Отаджанов, Ш. Зайнутдинов, Д. Рахимова, А.М.Кодиров, Б.Қалмуратов и др [1]. Не останавливаясь подробно рассмотренными проблемами в области механизма управления, заметим, что все они внесли достойный вклад в теорию и практику механизма управления инновационным развитием. Развитие каждой страны, как правило, связано с двумя способами инновационного развития экономики: модернизация на основе полной замены устаревших технологий на новейшие и эволюционная замена технологий, которая поддерживается в течение длительного времени.

В развитии отечественного производства за последние 30 лет определяющим был второй тип развития с эволюционной сменой технологии и их периодической модернизацией. В основном новые технологии закупались за рубежом, а отечественные технологии практически не разрабатывались. По такому пути развивалась химическая промышленность, а также некоторые другие отрасли. В тот период такой способ развития химической отрасли был обоснованным.

В нашей стране до приобретения независимости химическая и нефтехимическая промышленность, производство минеральных удобрений и разнообразных синтетических материалов существенно отставали от желаемого уровня. Эти и другие значимые материалы для нужд экономики, особенно для развития сельского хозяйства, закупались вне республики. А это требовало от государства больших валютных расходов. Благодаря независимости многие материалы химической отрасли начали производиться в республике. И в настоящее время химическая отрасль не только обеспечивает внутренний рынок, но и осуществляет экспорт химической промышленности для других зарубежных стран. Коренным образом было реформирована система науки и проведение научных исследований в этой стране[3].

На текущем этапе управление инновационным развитием преимущественно основывается на традиционном подходе, который

фокусируется на техническом совершенствовании производственных процессов. Основное внимание уделяется достижению мирового уровня в разработке и создании новой техники и оборудования.

Однако, на наш взгляд, концентрация усилит только технологическое обновление, производство может привести лишь к некоторым улучшенным структурно-технологическим изменениям.

Необоснованный экономически, несогласованный технологический и организационный уровень может не окупить высоких затрат на его достижение. В химической отрасли использование лучших образцов зарубежной техники в рамках традиционной технологий, и организация производства и труда может обернуться большим не производительным результатом[2].

Исследования подтверждают, что в отечественной практике преобладает такой способ технического совершенствования, когда в рамках технологии улучшается техника, но нередко остаётся не совершенной управление инновацией, его механизм остаётся прежним, устаревшим. Вследствие этого, лучшая техническая оснащённость не даёт нужной отдачи, а производительность труда растёт медленно.

В полном цикле инновационного развития процесс замысла «идея-разработка-создание» может быть представлен в следующей последовательности:

- модели перспективной технологии, на теоретическом уровне показывающие возможности предлагаемой новой технологии;
- опытные образцы комплексной технологии, позволяющей получить лучший эффект у потребителя;
- массовый выпуск комплексных технологий, являющихся базовыми во всех отраслях экономики [4].

Эти проблемы отличаются характерными особенностями, в ряд которых входят ориентация на удовлетворение потребности в создании новой технологии; достижение теоретического уровня; комплексность

«товарности» целей решаемых проблем; необходимость сокращения длительности цикла; экономия финансовых и материальных ресурсов.

Механизм управления инновационным развитием — это сложная проблема. Поэтому этот процесс на предприятии должен рассматриваться с позиции цикла "идея-разработка-создание-эффективность". Здесь необходимо участие как внутренних, так и внешних сил. В широком смысле слова это подразумевает прежде всего интеграцию науки и научно-исследовательских организаций. Например, в развитых странах мира эта проблема давно решена как участие консультативных центров научно-конструкторских организации и высших учебных заведений. В решении ряда вопросов инновационного развития активное участие принимают ученые и профессора университетов.

Другим направлением инновационного развития должна выступать деятельность предприятия. В рыночной экономике, когда предприятия стали частными субъектами хозяйствования, то и вопросы технологического обновления и инновационного развития решаются на самих предприятиях. Однако, исследование (анализ) опыта работы предприятий химической отрасли показывает, что развитие науки и техники не достигает основной цели, т.е. низкая эффективность инновационной деятельности. Причиной этому являются на наш взгляд, слабый квалификационный уровень персонала, слабая интеграция с наукой, т.е. с научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими бюро и вузами [2].

Таким образом, управление инновационным развитием и совершенствование его механизма будет способствовать росту объёма производства, появлению новых продуктов, качеству продукции, росту производительности и эффективности производства.

Использованные литературы

1. Қалмуратов Б.С. Минтақа саноатини инновацион ривожлантиришни бошқариш механизми самарадорлигини ошириш стратегияси. Иқтисодиёт фанлари доктори (DSc) диссертацияси автореферати – Н.: 2023,—37 б.

2. Калмуратов Б.С. Зарубежный опыт управления промышленным развитием в условиях модернизации экономики // Хоразм Маъмун академияси ахборотномаси: илмий журнал.-№10(67), 2020 й. – 294 б. 65-72 б.

3. Калмуратов Б.С. Стратегия развития инновационного управления промышленного комплекса Республики Каракалпакстан// **International Scientific Journal Theoretical & Applied Science** Philadelphia, USA Issue 01, volume 91 published January 31, 2021. 379-387 стр

4. Калмуратов Б. С. Основные направления инновационного развития промышленности в условиях глобализаций экономики// Сервис” илмий-амалий журнали// 2021 йил 3-сон, 20-23 б.

ЗЕЛЕННЫЕ ЗДАНИЯ И ИХ АПРОБАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКЕ

К. И. Курпаяниди, профессор, (ФерПИ)

Д. У. Собирова, студентка 4 – курса, (ФерПИ)

К. Ш. Махсудова, студентка 4 – курса, (ФерПИ)

Аннотация. Данная статья рассматривает некоторые вопросы строительства зеленых зданий в Узбекистане. Авторами анализируются основные тенденции, проблемы и достижения в области зеленого строительства в Узбекистане, а также предлагаются практические рекомендации для дальнейшего развития этого направления.

Annotatsiya. Ushbu maqola O‘zbekistonda yashil binolar qurilishiga oid ayrim masalalarni ko‘rib chiqadi. Mualliflar O‘zbekistonda yashil qurilish sohasidagi asosiy yo‘nalishlar, muammolar va yutuqlarni tahlil qiladi, shuningdek, ushbu sohani yanada rivojlantirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar beradi.

Annotation. This article examines certain issues regarding the construction of green buildings in Uzbekistan. The authors analyze the main trends, problems and achievements in the field of green construction in Uzbekistan, and also offer practical recommendations for the further development of this area.

Ключевые слова. Зеленая экономика, зеленые здания, эффективное энергопотребление, зеленое строительство, энергоэффективность, возобновляемые источники энергии, зеленые стандарты.

Kalit so'zlar. Yashil iqtisodiyot, yashil binolar, samarali energiya iste'moli, yashil qurilish, energiya samaradorligi, qayta tiklanadigan energiya manbalari, yashil standartlar.

Key words. Green economy, green buildings, efficient energy consumption, green building, energy efficiency, renewable energy sources, green standards.

Зеленые здания представляют собой неотъемлемую часть современной архитектуры, обусловленную растущим осознанием необходимости бережного отношения к природным ресурсам и снижению негативного воздействия на экосистемы. Узбекистан, как страна, находящаяся на перекрестке развития, активно внедряет зеленые технологии в различные сферы своего экономического и социального развития. Строительный сектор играет ключевую роль в этом процессе, поскольку здания и сооружения потребляют значительное количество энергии и ресурсов, при этом вносят значительный вклад в общий объем выбросов парниковых газов. В данном контексте исследование практики строительства зеленых зданий в Узбекистане становится актуальной задачей, имеющей как теоретическое, так и практическое значение для дальнейшего развития строительной отрасли страны и ее экологической устойчивости.

Актуальность перехода к «зеленой» экономике, в условиях снижения и нормального роста цен на традиционные энергоресурсы, обеспечение эффективного энергопотребления становится важным фактором в ряде преобразований и сохранения стран. Если взглянуть на перспективы развития строительной индустрии в мире за последние годы, то можно увидеть, что строительство и развитие «зеленых» зданий стало одним из ее основных направлений [1]. Под «зелеными» зданиями и «зеленым» строительством понимается практика строительства и эксплуатации зданий, целью которой является снижение уровня потребления ресурсов и

материальных ресурсов на протяжении всего жизненного цикла зданий: от выбора участка до проектирования, строительства, эксплуатации, ремонта и разрушения [2]. Практика «Зеленого строительства» расширяет и выполняет классическое строительное проектирование концепций экономии, полезности, неопределенности и комфорта. Разработка и внедрение стандартов зеленого строительства стимулирует развитие бизнеса, развитие технологий и экономики, улучшает качество жизни общества и состояние окружающей среды. Они используют разумную экономику – сохранение денег на всех этапах и руководство мировым движением, которые являются ключом к международным инвестициям и признанию на мировом уровне [3].

Многие зеленые здания имеют более низкие потребности в воде и производят меньше сточных вод, чем обычные здания, что снижает спрос на коммунальные услуги. В районах, где часто бывают засухи или где коммунальные службы водоснабжения уже работают на полную мощность, это преимущество зеленого строительства может быть значительным. Даже когда пропускная способность коммуникаций не является проблемой, использование энергии и химических веществ на очистных сооружениях пропорционально объему очистки, поэтому сокращение объемов сточных вод является экологически привлекательным [4].

Проблеме «зеленых» зданий стало уделяться большое внимание и в Узбекистане. Дело в том, что на здания приходится половина всего энергопотребления в стране, это порядка 17 миллионов тонн нефтяного эквивалента в год. За счет изношенности инженерных коммуникаций, плохой изоляции и ряда других проблем, энергопотребление в зданиях в 2-2,5 раза превышает аналогичные показатели в других странах. По подсчетам специалистов, потенциал экономии при реализации мер по строительству «зеленых» зданий в Узбекистане составляет 8 млн.т. нефтяного эквивалента в год. Это означает, что, принимая во внимание возможные последствия экспорта сэкономленного природного газа в стране, ежегодная экономия составит 1,865 миллиардов долларов возможного дополнительного дохода;

за счет выбросов парниковых газов страна теряет \$250,3 млн. Общие потери за счет «озеленения» зданий превышают 2 млрд. долларов США ежегодно.

Необходимость перехода к «зеленой экономике» в Узбекистане объясняется тем, что большая часть потребляемой в национальной экономике энергии вырабатывается с использованием невозобновляемых органических природных ресурсов, истощением ограниченных запасов ресурсов, обострением экологических проблем, связанных с загрязнением окружающей среды, дефицитом воды, высыхание Аральского моря вследствие ускоренного развития промышленности. Устойчивое развитие экономики Узбекистана, разработка долгосрочной стратегии структурных преобразований требует учета внутренних и глобальных процессов и проблем [5].

Ключевой проблемой, обуславливающей сохранение низкого уровня энергоэффективности и реализации строительства «зеленых» зданий, является отсутствие стимулов и вспомогательных механизмов для развития и широкого распространения «зеленого» строительства. Существующая сегодня система управления энергопотреблением, а также устаревшие нормы, правила и подходы к строительству, здания не соблюдают в полной мере современные требования, недостаточно стимулируют повышение энергоэффективности и, как утверждает Китай, обеспечивают избыточное потребление энергии и приводят к выбросам парниковых газов в атмосферу.

Для дальнейшего развития строительства зелёных зданий в Узбекистане можно предложить следующие рекомендации:

- Внедрение строгих нормативов и стандартов для зелёного строительства, включая требования к энергоэффективности, использованию возобновляемых источников энергии и сокращению выбросов.
- Проведение учебных программ и семинаров для архитекторов, инженеров и строителей по принципам и технологиям зелёного строительства.

- Поддержка инноваций в области зелёного строительства, таких как разработка новых материалов, технологий энергосбережения и системного управления.

- Внедрение финансовых стимулов, таких как налоговые льготы или субсидии, для иностранных сторон, которые реализуют проекты зеленого строительства.

- Создание специализированных организаций или агентств, которые будут контролировать и сертифицировать зеленые здания, обеспечивая их соответствие стандартам и критериям устойчивости.

- Сотрудничество по обмену опытом и передаче знаний между представителями отрасли зеленого строительства в Узбекистане и за рубежом.

- Исследование и внедрение эффективных методов ландшафтного дизайна и озеленения территорий вокруг зелёных зданий, чтобы создать благоприятную среду для людей и природы.

Таким образом, применение зеленых стандартов соответствует преимуществам окружающей среды, общества и экономики.

Сертификация обеспечивает высокую конкурентоспособность в продвижении проекта, обеспечение того, что при строительстве применяются технологии, основные принципы активизируют развитие территорий, оптимизацию поиска инновационных решений, снижение затрат и повышение качества рабочей и жилой среды.

В заключении следует отметить, что переход к возобновляемым источникам энергии не может осуществляться в одночасье, но то, что Узбекистан стремится к устойчивому развитию и проводит политику, способствующую его расширению, действительно вдохновляет. Эти инициативы способствуют более рационально использовать ресурсы страны и обеспечить стабильное экономическое развитие для будущих тенденций.

Список использованных ресурсов:

1. https://stroyka.uz/arch/publish/doc/text79462_zelenye_zdaniya_v_uzbekistane_tehnologii_normativy_i_stimuly
2. <https://www.gazeta.uz/ru/2012/02/02/green/>
3. <https://science-economy.ru/ru/article/view?id=764>
4. Дергунова, А. В., Пиксайкина, А. А., & Адылходжаев, А. И. (2023). Экономические преимущества энергоэффективных технологий с применением местных сырьевых ресурсов в зеленом строительстве. Эксперт: теория и практика, (1 (20)), 73-79.
5. Вахабов, А. В., & Хажибакиев, Ш. Х. (2021). Необходимость и приоритетные направления перехода к «зеленой экономике» в Узбекистане. Экономика и финансы (Узбекистан), (Спецвыпуск 4), 3-12.

РОЛЬ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА

Тлеуов Н.Р. PhD, доцент. Каракалпакский государственный университет имени Бердаха

Аннотация. В данной статье рассматриваются промышленности Узбекистана, в нем освещается развитие и специализация аграрного промышленности, динамика производства и развития продукции в пищевой промышленности.

Abstract. This article examines the industries of Uzbekistan, it highlights the development and specialization of the agricultural industry, the dynamics of production and development of products in the food industry.

Ключевые слова. Сельскохозяйственные продукты, специализация, агроклиматический, земельные и водные ресурсы, орошаемое земледелия, продукты пищевой промышленности.

Keywords. Agricultural products, specialization, agro-climatic, land and water resources, irrigated agriculture, food industry products.

Пищевая промышленность довольно разнообразна. Ее предприятия перерабатывают семена хлопка, продукцию животноводства, фрукты,

овощи. Маслобойные заводы дают почти 12% общесоюзной продукции растительного масла, получаемого из семян хлопка-сырца. Хлопковое семя часто называют «чудо-кладовой природы»: из него можно изготовить кроме растительного масла свыше пятидесяти видов другой продукции. Из растительного хлопкового масла вырабатывают маргарин, кухонные жиры, салатное масло, майонезы. В республике действуют крупные маслобойные предприятий, оборудованных новейшей техникой. Самые важные из них — Ферганский и Андижанский масло-жировые комбинаты, Каттакурганский, Янгиюльский, Ленинский, Кокандский, Наманганский маслоэкстракционные заводы. Фрукто перерабатывающие и консервные заводы используют местное сырье.

В этой отрасли из сельскохозяйственного и животноводческого сырья производятся различные продукты (хлеб, сахар, масло, мясо, напитки и др.) для повседневных нужд людей. Самое главное, что такие продукты нужно всегда и всех. Поэтому в настоящее время спрос и потребность в продукции пищевой промышленности чрезвычайно велики.

С этой точки зрения мы видим, что уровень “потребления” пищевой промышленности даже выше, чем у легкой промышленности. Потому что движение этого промышленного продукта в системе производства-потребления очень быстрое и его плотность тоже высокая (одного вида одежды хватает на определенное время, а продукты питания нужны каждый. Пищевые продукты восстанавливают энергию человека, затраченную время работы, и обеспечивают организм необходимыми жизнедеятельности веществами (белком, жиром, углеводами, витаминами и солями).

Она также обеспечивает население полноценными и качественными экологически чистыми продуктами питания и обеспечивает работоспособность, производительность труда, а также физическое и умственное развитие. Пищевая промышленность неразрывно связана с сельским хозяйством, и вместе они составляют основу агропромышленного

комплекса. Поэтому сырье и факторы потребления оказывают решающее влияние на размещение и развитие пищевой промышленности.

Изменение климата в мире и связанные с ним негативные природные явления, в том числе быстрое таяние горных ледников, нехватка воды, а также множество проблем в производстве сельскохозяйственной продукции в различных регионах мира, где наблюдаются засушливые процессы, вызывают серьёзные трудности в обеспечении населения продовольственными товарами в течение всего года.

Это вызывает глобальные проблемы продовольственной безопасности в мире. Мы можем наблюдать, что объем сельскохозяйственного производства в области увеличился в 2022 году по сравнению с 2017 годом. Высокий уровень достигнут, особенно в производстве риса, овощей, молока и мяса.

Анализ внутреннего состава области показывает, что в доле Кашкадарьинской и Сурхандарьинской областей в производстве сельскохозяйственной продукции в нашей республике имеются четкие различия. Доля Кашкадарьинской области составляет 9,2 процента, а доля Сурхандарьинской области 7,7 процента в объеме продукции (услуг) сельского, лесного и рыбного хозяйства республики. В Кашкадарьинской области орошаемое земледелие ведется в Каршинском, Нишонском и Чиракчинском пустынных районах.

Одной из важных задач развития промышленности в регионах является формирование направлений развития промышленности.

Разрабатываемые направления дифференциации отраслей и территориальной структуры промышленности, должны в полной мере учитывать уровень социально-экономического развития региона.

Республика Каракалпакстан по площади занимает 1-место в Республике Узбекистан, но по уровню социально-экономического, промышленного и сельскохозяйственного развития значительно отстаёт от всех других регионов. В данное время доля населения региона в общей численности населения страны составляет 5,7% [2], доля региона в ВВП страны –2,5% [3],

доля региона в промышленном производстве страны –1,7% [4]. Как видно, по этим основным показателям, данный регион однозначно можно отнести к депрессивным регионам.

С точки зрения развития экономики, регион отличается слабо развитой промышленностью, преобладанием добывающих отраслей, высоким уровнем износа основных фондов, удаленностью большинства территорий от транспортных узлов и центров. Также сильное воздействие на развитие региона оказывает высыхание Аральского моря и Каракалпакстан является зоной экологического бедствия. Совокупность, биологических, экологических, почвенных, климатических явлений, связанных с усыханием Аральского моря, привело к образованию на его месте пустыни Аралкум. Усиливающееся влияние экологического фактора ещё больше сдерживает экономическое, социальное и промышленное развитие региона.

Анализ отраслевой структуры промышленности, показывает что коэффициент отраслевой диверсификации очень высок и составляет 0,054% (рис.1) [6], но такой уровень диверсификации является не следствием промышленного развития, а скорее отсутствием сложившихся промышленных отраслей. Как видно, из рисунка 1, в структуре промышленности преобладают электроэнергетика (25,1%), лёгкая промышленность (23,3%), пищевая (12,0%) и топливная (11,2%) отрасли. Хотя доля этих отраслей преобладает в структуре промышленности региона, в последнее время интенсивно развиваются химическая, газохимическая отрасли и индустрия строительных материалов. Существующие значительные диспропорции в территориальном развитии и размещении производительных сил, наличие относительно развитых, слаборазвитых и депрессивных районов в республике создают дополнительный дисбаланс в развитии региона.

Как видно из рисунка 1, промышленное производство в Каракалпакстане сконцентрировано в нескольких городах и районах, и на их долю приходится около 70% всего промышленного производства.

Данные рисунка 1, свидетельствуют о том, что на долю г. Нукус приходится (32,7%), на долю Ходжейлийского, Муйнакского, Берунийского и Амударьинского районов в совокупности приходится (35,1%) всей промышленности региона. На долю Нукусского, Чимбайского, Канлыккульского, Караузьякского, Тахтакупирского и Шуманайского районов вместе взятых приходится всего лишь 5,6% всей промышленной продукции региона. Доля Канлыккульского (0,6%), Тахтакупирского (0,3%) и Шуманайского (0,3%%) районов в промышленности не составляют даже одного процента[1-3].

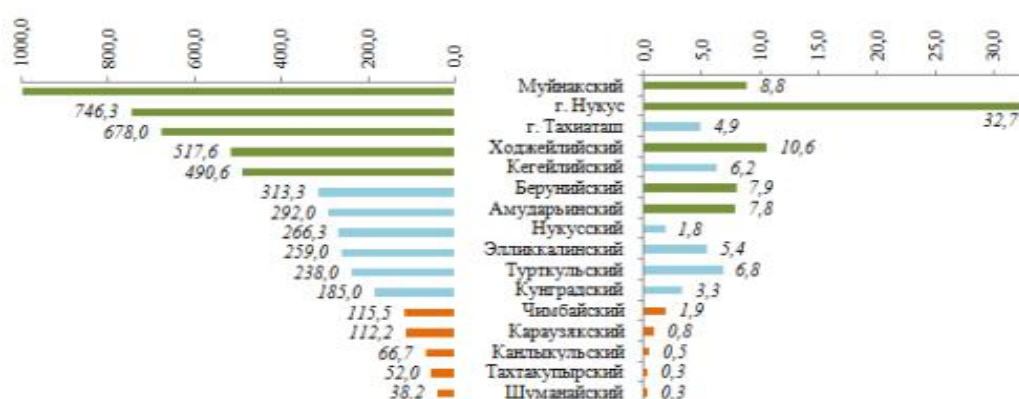


Рис.1. Оценка уровня сбалансированности промышленного производства районов Каракалпакстана [2].

Все эти показатели свидетельствуют о значительном уровне диспропорции в развитии и размещении промышленности в регионе, который и без того отличается самым низким уровнем развития промышленности среди всех регионов страны.

Как показывает анализ рентабельности отраслей экономики Республики Узбекистан за последние пять лет, средняя рентабельность промышленности составила 38,7%, в том числе, добывающих отраслей 99,7%, обрабатывающих отраслей 29,0%. Среди добывающих отраслей самый высокий уровень рентабельности имеет топливная промышленность (101,0%) и цветная металлургия (64%). В обрабатывающих отраслях наибольшая рентабельность приходится на промышленность строительных

материалов (93,2%) и пищевую промышленность (43,5%), самая низкая рентабельность наблюдается в легкой промышленности (14,0%) [1-3].

Библиографический список

1. Абдуназаров Х.М., Ниёзов Х.М. Вопросы развития пищевой промышленности Южного Узбекистана // «Экономика и социум» №6(109) 2023.

2. Усманов З.К. Приоритетные направления развития промышленности в республике Каракалпакстан / З.К. Усманов, М.А.Ниязов // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2015. — №8. — С. 127-131.

3. Тлеуов Н.Р. Состояние пищевой промышленности в Республике Каракалпакстан//Экономика и финансы — 2012. — №9. — С. 18-20.

4. Калмуратов Б.С. КОНЦЕПЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕГИОНА // Экономика и социум. 2021. №1-2 (80). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-innovatsionnogo-upravleniya-razvitiya-promyshlennosti-regiona>.

5. Калмуратов Б.С. Стратегия развития инновационного управления промышленного комплекса Республики Каракалпакстан. **International Scientific Journal Theoretical & Applied Science** Philadelphia, USA Issue 01, volume 91 published January 31, 2021. 379-387 стр

МИНТАҚА САНОАТ КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШДА МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИАТЛАРИ

**Хайтбоева Н.Б. Урганч давлат
университети ўқитувчиси**

Аннотация. Ушбу мақолада минтақа саноат корхоналарини ривожлантиришда маркетингдан фойдаланиш бўйича назарий билимлар ўрганилган ҳамда Ҳоразм вилоятининг республика саноат ишлаб

чиқаришидаги ўрни таҳлил қилинган. Олинган натижалар ва мавжуд тадқиқотлар асосида тавсиялар берилган.

Аннотация. В данной статье изучаются теоретические знания по использованию маркетинга в развитии промышленных предприятий региона и анализируется роль Хорезмской области в промышленном производстве республики. Рекомендации даны на основе полученных результатов и существующих исследований.

Abstract. In this article, theoretical knowledge on the use of marketing in the development of industrial enterprises of the region is studied and the role of Khorazm region in the industrial production of the republic is analyzed. Recommendations are given based on the results obtained and existing research.

Калит сўзлар. Саноат корхоналари, тўқимачилик саноати, маркетинг стратегияси, бозор конъюктураси, SWOT таҳлил.

Ключевые слова. Промышленные предприятия, текстильная промышленность, маркетинговая стратегия, конъюнктура рынка, SWOT-анализ.

Keywords. Industrial enterprises, textile industry, marketing strategy, market condition, SWOT analysis.

Бугунги кунда янги Ўзбекистонда амалга оширилаётган турли иқтисодий ислохотлар жараёни саноат тармоқлари фаолиятини сезиларли даражада ўзгартиришни, улар фаолиятини маркетинг талабларига мослаштиришни талаб қилмоқда. Бозор муносабатлари шароитида маркетинг стратегияси тадбиркорликнинг илғор шакли бўлиб, бизнинг назаримизда, у бозор иқтисодиёти илмий-техника тараққиётини ривожланиши учун реал имкониятлар яратади.

Мамлакатимиз Президенти таъкидлаганларидек, “... мамлакат саноатини ривожлантиришнинг фундаментал драйверлари хисобланган соҳаларда меҳнат унумдорлигини янада ошириш, соҳанинг рақобатбардошлигини кучайтириш, шунингдек, мазкур жараёнда техник

регламентларни замон талабларидан келиб чиқиб янгилаш ва самарали фойдаланиш масалалари ҳам алоҳида эътиборни талаб қилмоқда” [1].

Ҳақиқатан ҳам, бугунги кунда мамлакатимизда иқтисодиётнинг бошқа соҳалари қатори саноат соҳаси ҳам жадал суръатлар билан ривожланмоқда. Хусусан, 2022 йилда Республика корхоналари томонидан 551,1 трлн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлиб, 2021 йилга нисбатан саноат ишлаб чиқаришининг физик ҳажми индекси 105,2 % ни ташкил этди. Мамлакам ЯИМ улушида саноат маҳсулотларининг ўсиши 484,7 трлн. сўмга етди [2].

Мамлакат саноат маҳсулотларини дунё бозорига олиб чиқиш ҳамда республиканинг инвестиция ва экспорт салоҳиятини кенг тарғиб қилиш, хорижий инвесторлар ва савдо компанияларини билан ҳамкорликни йўлга қўйишда корхоналар томонидан қўлланилаётган маркетинг стратегиялари ва услублари катта аҳамиятга эга.

Бугунги кунда саноат корхоналарини ривожлантиришда маркетинг фаолиятидан кенг фойдаланиш доимий равишда ортиб бормоқда, чунки у кўпчилик корхоналар томонидан рақобатбардошлик қобилиятининг етакчи воситаси сифатида қўлланилади. Замонавий маркетинг воситалари самарали нарх сиёсатини юритиш, маҳсулот ассортиментини ишлаб чиқиш, ходимларнинг манфаатларини рўёбга чиқариш, маҳсулотни самарали реклама қилиш ва сотиш фаолиятини йўлга қўйиш имконини беради. Таниқли ўзбек олималаридан Ш.Ж.Эргашходжаева “маркетинг стратегияси – корхона имкониятларининг таҳлили, мақсадларни танлаш, режаларни ишлаб чиқиш, маркетинг чора – тадбирларини амалга ошириш ва уларни рўёбга чиқаришни назорат қилиш жараёнидир”, деб таърифлайди [3]. Тўқимачилик саноатининг ривожлантиришнинг энг асосий шартларидан бири ишлаб чиқарилган маҳсулотни сотиш ҳисобланади. Маълумки маҳсулотни истеъмолчиси бўлмаса ишлаб чиқарувчи ҳар қандай корхона инқирозга юз тутади. Инновацион маркетинг стратегияси истеъмолчи билан боғлиқ ҳар қандай муаммоларни ҳал қилишда бошқарув тизимининг бошқарув қуйи

тизимининг йўналишини таъминлайди [4].

Тадқиқотчи Ҳ.Криштал ва бошқалар саноат корхоналарини ривожлантиришда рақамли технологияларнинг таъсири тўғрисида тадқиқот олиб борганлар. Уларнинг фикрича, саноат корхоналарида рақамлаштириш жараёни корхоналар томонидан тақдим этиладиган янги товарлар қийматини яратишда, уларнинг сарф-харажатларини камайтиришда асосий омил ҳисобланади. Ушбу тадқиқот натижасида, рақамли воситалардан имкон қадар кўпроқ фойдаланиш, келажакда маҳсулот ва хизматларни таклиф қилишда рақамли инновацияларга инвестиция қилиш таклиф қилинган[5].

Маркетинг стратегиялари компаниянинг даромадини ошириш мақсадида сотув ҳажмини кўпайтириш ва мақсадли бозорни эгаллаш учун ишлаб чиқилади.

Мустақилликдан кейинги даврда Ўзбекистон тўқимачилик саноати етакчи тармоқ сифатида кенг ривожланди. Шунингдек мамлакатда саноат тармоғи иқтисодиётнинг асосий етакчи драйверларидан бири ҳисобланади. Хусусан, 2023 йилда Республика корхоналари томонидан 655,8 трлн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлиб, унинг 11,3 фоизи тўқимачилик маҳсулотлари, 3,1 фоизи эса кийим маҳсулотларидир. Ўзбекистон республикасида тўқимачилик, тикув-трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи қарийб 17 минг корхоналарда 2022 йилда 220 мингдан ортиқ аҳоли иш билан банд. Мазкур корхоналар тўқимачилик, тикув-трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг деярли барча босқичларини ўзлаштирган.

Хоразм вилоятининг Республика бўйича жами тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқаришдаги улуши 2021 йилда 5,9 фоиздан 2022 йилда 6,2 фоизга ошган, кийим ишлаб чиқаришдаги улуши эса мос равишда 0,7 фоиздан 0,6 фоизга пасайган. Вилоятнинг тўқимачилик корхоналари сони бўйича Республикада салмоқли улушга эга бўлсада тармоқнинг ўсиш суръатлари қониқарли эмас. Хоразм вилоятида тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналарида ишловчилар сони 2021 йилда 7279,0 кишини

ташкил этиб республика тўқимачилик саноатида ишловчиларнинг қарийб 5,6
 фоизи вилоят ҳиссасидир

1-жадвал

**Хоразм вилоятининг республика тўқимачилик, тикув-трикотаж
 саноатидаги ўрни[6]**

Кўрсаткичлар	2021 й.	2022 й.
Хоразм вилояти		
Жами саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш, млрд.сўм	13658,1	18323,3
Тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш, млрд.сўм	3072,3	3782,2
Кийим ишлаб чиқариш, млрд.сўм	95,0	103,7
Саноат корхоналари сони, бирлик	3645,0	4298,0
Тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналари сони, бирлик	188,0	209,0
Кийим ишлаб чиқариш корхоналари сони, бирлик	435,0	526,0
Саноатда бандлар сони, минг киши	61,4	64,2
Тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналарида ишловчилар сони, киши	7279,0	9979,0
Кийим ишлаб чиқариш корхоналарида ишловчилар сони, киши	1597,0	1192,0
Хоразм вилоятининг республика тўқимачилик саноатидаги ҳиссаси, фоизда		
Жами саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш, млрд.сўм	3,0	3,3
Тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш, млрд.сўм	5,9	6,2
Кийим ишлаб чиқариш, млрд.сўм	0,7	0,6
Саноат корхоналари сони, бирлик	4,3	4,8
Тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналари сони, бирлик	3,8	3,9
Кийим ишлаб чиқариш корхоналари сони, бирлик	4,3	4,7
Саноатда бандлар сони, минг киши	3,4	3,4
Тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхоналарида ишловчилар сони, киши	5,6	6,7
Кийим ишлаб чиқариш корхоналарида ишловчилар сони, киши	2,0	1,6

Мазкур кўрсаткич 2022 йилда мос равишда 9979,0 нафарни ва 1,6
 фоизни ташкил этган. Мавжуд таҳлиллар, Хоразм вилоятида тўқимачилик
 саноатида юқори салоҳият мавжудлигини ва ундан самарали фойдаланиш
 бўйича стратегик йўналишларни ишлаб чиқишни долзарблаштиради.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, минтақа саноат корхоналарида маркетингдан фойдаланиш самарадорлигини ошириш учун қуйидагиларга эътибор қаратиш лозим:

- Бозор конъюктурасидаги ўзгаришлар ва истеъмолчилар ҳошиш-истакларини маркетинг тадқиқотлари ўтказиш орқали чуқур ўрганиш;
- Тўпланган маълумотларни математик ва статистик таҳлил усуллари ёрдамида, таъсир қилувчи муҳит омилларини таҳлил қилиш учун SWOT, SPACE ва PEST таҳлил усулларида фойдаланиш;
- Тармоқдаги рақобатчи компаниялар фаолиятини BENCHMARKING усулида таҳлил қилиш;
- Таҳлил натижаларидан тегишли хулосалар олиб, стратегияни амалга оширишнинг ташкилий ва иқтисодий механизмларини ишлаб чиқиш;
- Стратегия натижарини доимий равишда назорат қилиб бориш.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сон «2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги фармони. – www.lex.uz.

2. Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий-иқтисодий ҳолати ахборотномаси, 2022 й. www.stat.uz

3. Ergashkhodjaeva Shakhnoza Djasurovna, Hakimov Ziyodullo Ahmadovich, Samadov Askarjon Nishonovich. The Ways Of Improving Competitiveness Of Textile Industry Enterprises Based On Marketing Strategies, European Journal of Molecular & Clinical Medicine ISSN 2515-8260 Volume 07, Issue 07, 2020

4. Abdullaev I.S, Hayitboyeva N.B. Innovative marketing strategy in the development of the textile industry. Volume 2021 Issue 3 Central Asian Problems of Modern Science and Education 2021-3.

5. Kryshthal H., Novykova I., Vasytkonova E., Kuzminska Yu., Kozlova A. The influence of digitalization on the development of industrial enterprises.

6. Ўзбекистон республикаси Президенти ҳузуридаги давлат статистика агентлиги маълумотлари асосида тузилган.

MINTAQANI KOMPLEKS IJTIMOIIY-IQTISODIY RIVOJLANISHINING STRATEGIK YO‘NALISHLARI

M.K.Avezov - Urganch Davlat Universiteti tayanch doktoranti

Annotatsiya. Maqolada mintaqani kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish strategik yo‘nalishlari tahlil qilingan. Hududlarni rivojlanish darajasi o‘rtasidagi tafovutlarni qisqartirish yuzasidan takliflar ishlab chiqilgan.

Аннотация. В статье анализируются стратегические направления комплексного социально-экономического развития региона. Разработаны предложения по уменьшению различий между уровнем развития регионов.

Abstract. The article analyzes the strategic directions of complex socio-economic development of the region. Proposals have been developed to reduce the differences between the level of development of the regions.

Kalit so‘zlar. Mintaqa, strategiya, kompleks rivojlanish, iqtisodiy o‘shish, hududlararo tafovut.

Ключевые слова. Регион, стратегия, комплексное развитие, экономический рост, региональное неравенство.

Keywords. Region, strategy, integrated development, economic growth, regional disparity.

Mamlakatimizda 2016-yildan boshlangan yangi iqtisodiy siyosatda hududlarni barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish masalalariga katta e‘tibor qaratilmoqda. Jumladan, hududlar iqtisodiyotini modernizatsiya va diversifikatsiya qilish, ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish bo‘yicha ulkan chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

O‘zbekistonda raqobat muhitini yaratish, investitsiyaviy jozibadorlikni yaratish, xo‘jalik yurituvchi subyektlarning innovatsion va eksport faoliyatini

rag'batlantirish maqsadida muayyan preferensiyalar berishni nazarda tutuvchi institutsional islohotlar ancha oshirilmoqda [1].

Ta'kidlash lozimki, 2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida ham (keyingi o'rinlarda – Harakatlar strategiyasi) hududlarni kompleks va mutanosib ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, ularning mavjud salohiyatidan oqilona va samarali foydalanish borasida qator vazifalar belgilandi [2]. Harakatlar strategiyasida hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni jadallashtirish yuzasidan belgilangan vazifalarni amalga oshirilishi natijasida 2017-2021-yillarda respublikada aholi jon boshiga umumiy daromadlar 43% ga oshdi. Bunda eng yuqori ko'rsatkichlar Xorazm viloyati (51%), Qoraqalpog'iston Respublikasi (51%) va Toshkent shahrida (49%) kuzatildi.

2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi (keyingi o'rinlarda – Taraqqiyot strategiyasi)ning qabul qilinishi hududlar rivojini yangi bosqichga olib chiqdi. Unga muvofiq, 2022-2026-yillarga mo'ljallangan hududlarni kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish bo'yicha dasturlar asosida har yili barcha tuman va shaharlarning muammo va imkoniyatlarini chuqur o'rgangan holda hududlar kesimida taraqqiyot dasturlari ishlab chiqish amaliyoti joriy etildi.

Hududlardagi ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni joyida hal etish maqsadida mahallalar vakolatlarini kengaytirish, ularning moliyaviy mustaqilligini kuchaytirish choralari ko'rildi. Mahallalarning "o'sish nuqtalari" va ularda yashovchi aholining tadbirkorlik faoliyatidagi ixtisoslashuvidan kelib chiqib, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tizimi ishlab chiqildi [4].

Taraqqiyot strategiyasida hududlarni mutanosib rivojlantirish orqali hududiy iqtisodiyot hajmini 1,4-1,6 baravarga oshirish vazifasi qo'yildi.

Shuningdek, Taraqqiyot strategiyasida:

- "Obod qishloq" va "Obod mahalla" dasturlari doirasida hududlarning "o'sish nuqtalari"dan kelib chiqib, muhandislik-kommunikatsiya va ijtimoiy infratuzilma obyektlarini qurishni kengaytirish;

- hududlarda xizmat ko'rsatish va servis sohalarini rivojlantirish orqali keyingi 5 yilda xizmat ko'rsatish hajmini 3 baravarga oshirish hamda ushbu yo'nalishda jami 3,5 million yangi ish o'rinlarini yaratish;

- hududlarda 200 ta yangi sanoat zonalarini tashkil etish va biznes-inkubatorlar tizimini rivojlantirish, sharoiti og'ir bo'lgan tumanlarda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratish kabi chora-tadbirlar ko'zda tutilgan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-sonli Farmoni bilan tasdiqlangan "O'zbekiston – 2030" Strategiyasida ham hududlarni kompleks rivojlantirish masalalariga alohida e'tibor qaratildi [3].

Hududlarning sanoat salohiyatini to'liq ishga solish va sanoatning "drayver" sohalarini rivojlantirish doirasida har bir tumanda zamonaviy texnologik sanoat zonalarini tashkil etish, sanoatda qo'shilgan qiymat hajmini 45 milliard dollarga yetkazish va hududlarda 2,5 millionta yuqori daromadli ish o'rinlarini yaratish ko'zda tutilgan.

2030-yilga qadar hududlarda qishloq xo'jaligini rivojlantirish, hosildorlik va rentabellik darajasini keskin oshirish yo'nalishida bir gektardan olinadigan o'rtacha daromadni 5 ming dollarga yetkazish, sohaga jami 15 milliard dollar investisiyalarni jalb qilish, qo'shimcha 300 ming gektar yer maydonini zamonaviy suv tejaydigan texnologiyalarni qo'llash orqali o'zlashtirish va mazkur yerlarda ozuqabop, dorivor, moyli, dukkakli, sholi, g'alla, sabzavot, poliz ekinlari ekish, intensiv bog' va uzumzorlar tashkil etish kabi tadbirlar amalga oshirilishi maqsad qilingan.

"O'zbekiston - 2030" Strategiyasiga muvofiq, hududlarda xizmat ko'rsatish va servis sohalarini rivojlantirish orqali xizmat ko'rsatish hajmini 3 baravarga oshirish ko'zda tutilgan. O'rta va yirik shaharlar hamda aholisi 300 mingdan ko'p bo'lgan tumanlarda zamonaviy bozor xizmatlari, IT, ta'lim, tibbiyot, yuridik, san'at, turizm, mehmonxona, umumiy ovqatlanish va transport xizmatlarini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilgan.

Mazkur strategiyalarda belgilangan vazifalarni amalga oshirish natijasida 2010-2023-yillarda O'zbekistonning deyarli barcha hududlarida iqtisodiy o'sish kuzatildi, bu esa, o'z navbatida milliy iqtisodiyotning 2,3 baravarga o'sishini ta'minladi.

Eng tez rivojlanayotgan hududlar sifatida Toshkent shahri (o'sish 3,7 baravar), Qoraqalpog'iston Respublikasi (2,8 baravar), Namangan (2,7 baravar), Jizzax (2,6 baravar), Buxoro (2,5 baravar), Surxondaryo (2,4 baravar), Samarqand (2,4 baravar), Andijon (2,4 baravar) viloyatlari qayd etildi. Bu hududlarda yalpi hududiy mahsulotning (YAHM) o'sish sur'atlari respublika o'rtacha ko'rsatkichidan yuqori bo'ldi.

Xorazm (2,3 baravar), Farg'ona (2,3 baravar), Toshkent (2,2 baravar) va Sirdaryo (2,2 baravar) viloyatlarida iqtisodiy o'sishning o'rtacha sur'atlari kuzatildi. Iqtisodiy o'sish sur'atlari respublika ko'rsatkichidan past bo'lgan viloyatlar qatoriga Navoiy (2,0 baravar) va Qashqadaryo (1,9 baravar) viloyatlari kirdi.

2010-2023-yillarda deyarli barcha hududlarda ijobiy yillik o'sish sur'atlari qayd etildi. Hududlarda YAHMning o'rtacha yillik o'sish sur'atlari Qashqadaryo viloyatida 4,7 foizdan Toshkent shahrida 9,7 foizgachani tashkil etdi.

Hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasini ko'rsatuvchi yana bir muhim ko'rsatkich, bu – aholi jon boshiga YAHM ishlab chiqarish darajasi hisoblanadi.

2010-2023-yillarda hududlarning iqtisodiy rivojlanish darajasi bo'yicha tafovutning kamayishiga erishildi. Ya'ni 2010-yilda aholi jon boshiga YAHM hajmi bo'yicha eng yuqori (Navoiy viloyati) va eng past (Qoraqalpog'iston Respublikasi) ko'rsatkichlar o'rtasidagi tafovut nisbati 3,8 baravarni tashkil etgan bo'lsa, mazkur ko'rsatkichni 2023-yilda (2010 yilning taqqoslama narxlarida) 3,5 baravargacha qisqartirishga erishildi.

Hududlarning rivojlanishi va ular o'rtasida tafovutning kamayishiga iqtisodiyot tarmoqlarining, jumladan, sanoat, qishloq xo'jaligi va xizmat ko'rsatish sohalari ahamiyati beqiyosdir.

Bu o'rinda qishloq xo'jaligi sohasi rivojlanishi bo'yicha hududlararo tavofutning nisbatan pastroq ekanligini qayd etish zarur. 2010 yilda aholi jon boshiga qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish bo'yicha eng yuqori (Samarqand viloyati) va eng quyi (Qoraqalpog'iston Respublikasi) o'rinlarni egallagan mintaqalar orasidagi farq 2,7 baravarni tashkil etgan bo'lsa, 2023 yil natijalariga ushbu yo'nalishda eng yuqori (Navoiy viloyati) va eng past (Qoraqalpog'iston Respublikasi) natijalarga erishgan hududlar o'rtasidagi tafovut darajasi 2,4 baravargacha qisqarishiga erishilgan.

2010-2023-yillarda O'zbekiston sanoati 2,2 baravarga o'sdi. 2010-yilda hududlar o'rtasida aholi jon boshiga sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish bo'yicha eng yuqori ko'rsatkich Navoiy viloyati va eng past ko'rsatkich Surxondaryo viloyati natijalari o'rtasidagi tafovut 12,8 baravarni tashkil etgan bo'lsa, 2023-yilda bu sohada eng yuqori natijaga erishgan Toshkent shahri va eng quyi natijaga erishgan Surxondaryo viloyati o'rtasidagi farq 14,1 baravarni tashkil etgan.

Aholi jon boshiga xizmatlar ko'rsatish sohasi rivojlanishi darajasi bo'yicha hududlar o'rtasida eng yuqori va eng past natijalarni aks ettirganlar o'rtasidagi tafovut 2010-yilda 10,4 baravardan 2023-yilda 12,0 baravargacha oshgan.

Tahlillar ko'rsatmoqdaki, aholi jon boshiga YAHM ishlab chiqarish bo'yicha hududlararo tavofutning kamayishi qishloq xo'jaligi hisobiga yuz bergan. Sanoat va xizmatlar ko'rsatish bo'yicha tavofut yanada oshgan.

Shuning uchun ham hududlar rivojlanishi darajalari o'rtasidagi jiddiy tavofutning hamon saqlanib qolayotganligini inobatga olgan holda, o'rta va uzoq muddatlarga mamlakatimiz ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish istiqbollarini belgilab beruvchi qabul qilingan strategik dasturlarda hududlar rivojlanish darajasi o'rtasidagi tafovutni qisqartirib borishga erishish maqsad qilingan. Bunda asosan hududlarning sanoat va xizmatlar ko'rsatish sohasining mavjud salohiyatidan to'liq foydalanish hamda buning uchun hududlarga zarur bo'ladigan ishlab chiqarish infratuzilmasini tubdan yangilash, bu yo'nalishlarda yangi obyektlarni barpo etish belgilangan.

Shuningdek, hududlarning barchasini barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, rivojlanish darajasi bo'yicha orqada qolayotgan hududlarga alohida shart-sharoitlar yaratish vazifalari belgilab olingan. Bunda quyi natijalar ko'rsatayotgan hududlar iqtisodiyotini rivojlantirishning innovasion yo'llariga va YAHMning barqaror o'sishiga tizimli ravishda o'tish, hamda ishlab chiqarishning texnologik bazasini tubdan modernizatsiya qilish va fan-texnika taraqqiyoti natijalarini ishlab chiqarishga keng joriy etish bo'yicha maxsus chora-tadbirlar ishlab chiqish maqsad qilingan.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Рузметов Б., Региональная экономика: опыт, проблемы, эффективность комплексного развития. Ташкент Фан, 2002 г. -220 с.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-son Farmoni. <https://lex.uz/acts/3107036>.
3. Ruzmetov B. Avezov M.K. Mintaqani kompleks va barqaror rivojlantirish ustuvor yo'nalishlari. Jurnal. Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi – 1/2 – 2024.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabrdagi PF-158-sonli Farmoni bilan tasdiqlangan "O'zbekiston – 2030" Strategiyasi. <https://lex.uz/docs/6600413>.

KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING TADQIQOTLARINING QO'LLANILISHI VA B2B BOZORLARINING AHAMIYATI

**Samandarov Ogabek Alisher o'g'li, Urganch davlat
universiteti, Ijtimoiy-iqtisodiy fanlar fakulteti
Turizm kafedrasi stajyor-o'qituvchisi**

Annotatsiya. Ushbu maqolada kichik biznesni rivojlantirishda marketingdan foydalanish xususan, kichik biznesni rivojlantirishda B2B bozori ahamiyati o'rganib chiqilgan. Shuningdek, B2B marketingidan samarali foydalanish usullarini nazariy jihatdan o'rganilgan.

Аннотация. В данной статье рассматривается использование маркетинга в развитии малого бизнеса, в частности значение рынка B2B в развитии малого бизнеса. Также теоретически были изучены методы эффективного использования B2B-маркетинга.

Abstract. This article examines the use of marketing in small business development, particularly the importance of the B2B market in small business development. Also, methods of effective use of B2B marketing were studied theoretically.

Kalit soʻzlar. B2B, kichik biznes, B2B marketing, bozor, maxsulot, marketing turlari.

Ключевые слова. B2B, малый бизнес, B2B-маркетинг, рынок, продукт, виды маркетинга.

Keywords. B2B, small business, B2B marketing, market, product, types of marketing.

Kirish. Marketing nazariyalarini oʻrganish bozorni tushunish, unda faoliyat yuritish, unga taʼsir koʻrsatish va uni boshqara olishga yordam berib, biznesda muvaffaqiyatga erishishning asosiy dastagi boʻlib xizmat qiladi.

Mamlakatimizda ham kichik biznesni rivojlantirishda B2B marketing ilmini oʻrganish va uning ilmiy uslubiy asoslarini yaratishga qaratilgan tadqiqotlar olib borishga alohida ahamiyat qaratilmoqda. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28 yanvar PF-60 sonli farmonining 29-maqsadida “Tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va doimiy daromad manbalarini shakllantirish uchun sharoitlar yaratish, xususiy sektorning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 80 foizga va eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazish”. Har yili Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining tadbirkorlar bilan “Ochiq muloqoti”ni oʻtkazish. Hududlarda 200 ta yangi sanoat zonalarini tashkil etish va biznes- inkubatorlar tizimini rivojlantirish. “Sharoiti ogʻir boʻlgan tumanlarda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratish.”[1] Kichik biznesni rivojlantirishda xizmatlar va tovar bozorida oʻrin egallashda B2B marketingidan foydalanish alohida kasb egallaydi.

Asosiy qism. Marketing tadqiqotlarining asosiy maqsadi, uning vujudga kelish, shakllanish va rivojlanishning ob'ektiv sabablari, zarurati bilan belgilandi, xamda uning maqsadi nixoyatda keng va murakkab masalalarni xal qilishga qaratilgandir. U ishlab chiqarishni xaridor ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklifni muvozanatiga erishgan xolda, uni tashkil etgan korxona, tashkilotlarga yuqori foyda keltirishdir. Marketing tadqiqotlarini o'tkazish orqali kichik biznesda faoliyat yuritayotgan subyektlarni bozorda mustahkam o'rin egallashiga yordam beradi. Bunga erishish uchun marketing quyidagi muhim vazifalarni bajarishi lozim.

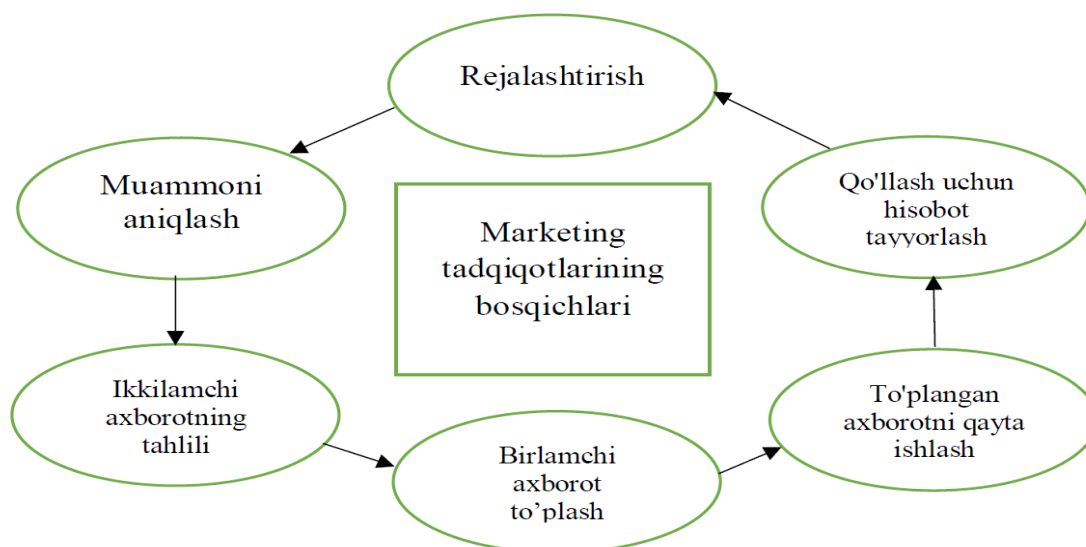
Marketing tadqiqotlarining asosiy vazifalari va nazariy tushunchalari [2]

Marketing tadqiqotlarining vazifalari	xaridorlar (iste'molchilar) ehtiyojini o'rganish
	tovarlarga bo'lgan ichki va tashqi talablarni o'rganish
	korxonaning faoliyatini xaridorlar ehtiyojiga moslashtirish
	talab va taklif to'g'risidagi olingan ma'lumotlar asosida bozorni o'rganish
	tovarlar reklamasini tashkil etish, xaridorlarni tovarlarni sotib olishga qiziqishini oshirish
	tovar yaratuvchi yoki uni sotuvchi korxona tadqiqotlarini amalga oshirish uchun ma'lumotlar tuplash va tahlil qilish
	tovarni bozorga chiqarishdagi barcha xizmatlar to'g'risida ma'lumotlar olish
	tuldiruvchi tovarlar va o'rnini bosuvchi tovarlar to'g'risida axborotlar yig'ish
	tovarlarga bo'lgan talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iboratdir.

1-rasm

Marketing tadqiqotlarining yalpi marketing faoliyatini tashkil etishda, uni boshqarishda, rejalashtirishda va nazorat etishda muhim ahamiyatga ega bo'lishi zamonaviy marketing nazariyasining asosiy xususiyatlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda.

Marketing tadqiqotlarini amalga oshirishda rejalashtirish asosiy o'rinda turadi chunki, kichik biznes subyektlari bozorda o'z o'rnini egallashda va B2B bozorini shakllantirishda strategik rejalashtirishga ehtiyoj seziladi. Shuning uchun ham marketing tadqiqotlarini quyidagicha bosqichlarga bo'lib o'rganamiz.



Marketing tadqiqotlarini amalga oshirish bosqichlari. (2-rasm) [3]

Marketing tadqiqotlarinig yuqori darajada tashkil etilishi, ularning ko‘lami, tahliliy va qayta ishlash jarayonlarida foydalaniladigan uslublar yig‘indisi, bevosita korxona va tashkilotlarning marketing strategiyasini belgilashda, amalga oshirishda, dastlabki bosqich, «tayanch nuqta» hisoblanadi. Iste`mol bozori tobora yangi tovarlar va xizmatlar bilan boyib borayotgan bugungi sharoitida yangi imkoniyatlarni aniqlash va ulardan oqilona foydalanishda marketing tadqiqotlarining ahamiyati kun sayin ortib bormoqda.[4]

Marketing tadqiqotlarining asosiy maqsadi uning vujudga kelish, shakllanish va rivojlanishning ob’ektiv sabablari, zarurati bilan belgilandi, xamda uning maqsadi nihoyatda keng va murakkab masalalarni xal qilishga qaratilgandir. U ishlab chiqarishni xaridor ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklifni muvozanatiga erishgan xolda, uni tashkil etgan korxona, tashkilotlarga yuqori foyda keltirishdir.[5]

Marketing strategiyasi - bu maqsadli guruhga erishish uchun biznesning eng muhim rejasi, belgilangan B2B bozorining bir qismi xisoblanadi. Marketing strategiyasining markazi kompaniyaning asosiy qiymatini, shu jumladan brend va kompaniya qarashlarini o‘z ichiga oladi. Ushbu qarash marketing strategiyasini belgilaydigan marketing maqsadini belgilaydi.[6]

Raqamli B2B marketingi raqamli texnologiyalardan foydalanadigan barcha marketing harakatlarini o'z ichiga oladi. Internet orqali onlayn haridlarni amalga oshirish yoki onlayn reklamalar orqali ma'lumotlar bazasiga ega bo'lish imkoni yaratib beradi. Korxonalar joriy va istiqbolli mijozlar bilan muloqot qilish uchun qidiruv tizimlari, ijtimoiy media, elektron pochta va veb-saytlar kabi raqamli kanallardan foydalanadilar. Bugungi kunda texnologiyalarning rivojlanishi internet marketingni yanada rivojlantiradi.[7] Shuning uchun ham ijtimoiy tarmoqlardan foydalanuvchilarning ortishi B2B bozorida alohida ahamiyatga ega hisoblanadi. Barcha kichik biznes subyektlari xizmatlar va tovarlarni bozorga taqdim etish uchun raqamli marketing, onlayn marketing va internet marketing raqamli texnologiyadan foydalanadi. B2B bozoridagi korxonalar xaridorlarning ehtiyojlari va raqobatchilarning imkoniyatlarini chuqur anglash asosida, iste'molchilar ehtiyojlarini raqobatchilardan ko'ra yaxshiroq qondirish orqali yuqori ko'rsatkichlarga erishishga yordam beradigan jarayonlar va qadriyatlar majmuiga sodiqdirlar.

Xulosa. Sotish va xarid qilishning katta hajmda ekanligi sanoat marketingini asosini tashkil etadi. Har qanday sanoat korxonasi o'z mohiyatiga ko'ra iste'molchilar ehtiyojini qondirish uchun ko'plab, ommaviy ravishda mahsulot ishlab chiqarishi lozim. Iste'mol tovarlari ishlab chiqaruvchi korxonada marketing strategiyasidagi jiddiy o'zgarishlar marketing bo'limi xodimlari tomonidan - qadoqlash, dizayni, siljitish turi, reklamada e'tiborni o'zgartirish yo'llari bilan tashabbus ko'rsatiladi va amalga oshiriladi. Har bir korxona xizmatlar va tovar bozorida mahsulotlarini ulgurji shaklda sotishga harakat qiladilar va B2B bozorini tanlashadi. Bugungi kunda turistik xizmatlar bozorida ham turagentliklar turoperatorlardan ulgurji shaklda turpaketlarni qabul qilib chakana shaklda turistlarga sotish jarayoni jadal rivojlanmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. 2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi.

2. Business Marketing Management B2B. By Hutt and Speh South-Western CENGAGE Learning www.cengagebrain.com 2013

3. Business-to-Business Marketing Textbooks: A Comparative Review. Klaus Backhaus, Katrin Muehlfeld. Journal of Business-to-Business Marketing

4. Qosimova M.S., Abduhalilova L.T. Marketing tadqiqotlari: Uslubiy qoʻllanma. - T.: TDIU, 2007.

5. Светульников С.Г. Методы маркетинговых исследований: Учебное пособие. - СПб.: ДНК, 2003.

6. Tran, V.-T., Porcher, R., Tran, V.-C., & Ravaud, P. (2017). Predicting data saturation in qualitative surveys with mathematical models from ecological research. *Journal of Clinical Epidemiology*

7. *B2B Marketing Expert, Editor and Marketing Management Consultant*
Stephan Wenger

HUDUDLARDA SANOATNI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI HAMDA MINTAQANING IQITISODIY OʻSISH KOʻRSATKICHLARIGA TAʼSIRI

Pardayeva Maftuna Ulugʻbek qizi
TDIU magistranti

Annotatsiya. Maqolada hududlarda hozirgi yillardagi mintaqiy rivojlanish tendensiyalari ularni amaldagi koʻrsatkichlari hamda sanoatda ishlab chiqarish samaradorligini oshirish uchun olib borilayotgan islohotlar mazmuni haqida fikr yuritiladi. Shuningdek, Qashqadaryo viloyati iqtisodiy koʻrsatkichlari asosida hududlarni kompleks rivojlantirish haqida fikrlar bayon etiladi.

Abstract. The article describes the current regional development trends in the regions, their actual indicators, and the content of the reforms being carried out to increase the efficiency of production in the industry. Also opinions on comprehensive development of regions based on economic indicators of Kashkadarya region are presented.

Kalit soʻzlar. Mintaqaviy rivojlanish, ishlab chiqarish, sanoat, investitsiya, oʻsish surʼati, kichik biznes, kompleks rivojlanish.

Keywords. Regional development, production, industry, investment, growth rate, small business, complex development.

Hududlarni mintaqaviy rivojlantirish deganda iqtisodiy kam rivojlangan mintaqalarga yordam ko'rsatish hamda rejalashtirilgan iqtisodiyotda mintaqaviy o'sishni tahlil qilishda ikkita mintaqaviy siyosat maqsadlari ya'ni samaradorlik va tenglik o'rtasidagi munosabatlarni statistik va dinamik tahlil qilish orqali ko'rsatishini anglash mumkin. Qashqadaryo viloyati ham mamlakat iqtisodiy taraqqiyotida muhim o'rin tutib, xalq xo'jaligining barcha tarmoqlari uchun moddiy – texnika vositalarini to'xtovsiz takror ishlab chiqarish manbai sifatida faoliyat ko'rsatadi. Iqtisodiy rayonlashish, viloyatlarning ijtimoiy ishlab chiqarish texnikaviy darajasini belgilab hamda moddiy va mehnat resurslaridan foydalanishning holatiga ta'sir ko'rsatadi.

Mustaqillik yillarida viloyatda sanoatni ustuvor rivojlantirishga katta ahamiyat berildi. Ichki va xorijiy investitsiyalardan samarali foydalanish, yangi korxonalar qurish, eskilarini qayta jihozlash, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, korxonalar mulk texnologiyalarni joriy etish, korxonalar mulk shakllarini o'zgartirish, resurslardan oqilona foydalanish kabi bir qator loyihalar amalga oshirilib kelinmoqda. Qashqadaryo viloyati qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetishtirishda hamda yoqilg'i resurslarini qazib olishda O'zbekiston iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishida muhim o'rin egallaydi. Shuningdek, respublikada eng ko'p don va paxta yetkazib beruvchi viloyatlardan biri hisoblanadi.

Viloyatda bir qancha samarali faoliyat yuritayotgan boshqa yetakchi sanoat tarmoqlari ham mavjud bo'lib, ular viloyatning eng yirik korxonalari Muborak neftgaz unitar korxonasi, Sho'rtan gaz unitar korxonasi, Muborak gazni qayta ishlash zavodi, Sho'rtan gaz kimyo majmuasi, Qarshi, Koson yog' ekstraksiya, Shahrisabz konserva zavodlari, Shahrisabz pillakashlik, Qarshi tikuvchilik fabrikalari, Qashqadaryo marmar aksiyadorlik jamiyati va boshqa qo'shma korxonalar faoliyatida yo'lga qo'yilgan bo'lib, tabiiy gaz va neft qazib olish, gazni qayta ishlash, paxta tozalash, yog' ekstraksiyasi, qurilish materiallari ishlab

chiqarish, ip yigiruv, tikuvchilik, oziq-ovqat va boshqa sohalarda yetakchilik qilmoqda va viloyat hududiy rivojiga katta imkoniyatlarni olib kirmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining hududlarning jadal ijtimoiy rivojlanishini ta'minlashga doir ustuvor chora-tadbirlari to'g'risidagi qarorlarida tumanlar, shaharlar, mahallalardagi yechimini kutayotgan muammolarni hal qilish bo'yicha ishlarning samaradorligi va uyg'unligini ta'minlash maqsadida davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari faoliyatini muvofiqlashtirish, ularning mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlari bilan uzviy hamkorligini tashkil etish;

hududning ishchanlik muhiti va ishchanlik faolligini tahlil qilish, tadbirkorlikni jadal rivojlantirishga to'siq bo'layotgan dolzarb muammolarni hal etishga ko'maklashish, shakllangan tadbirkorlik madaniyati va mahalliy an'analar, hududning o'ziga xos xususiyatlari va rivojlanish darajasini inobatga olgan holda, hududni rivojlantirish bo'yicha manzilli amaliy chora-tadbirlarni ishlab chiqish;

hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish ahvolini tahlil qilish, amalga oshirilayotgan tadbirlarning aholi hayotining sifatiga ta'sir etish darajasini oshirish bo'yicha amaliy chora-tadbirlarni ishlab chiqish;

hukumat, respublika davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari darajasida qaror qabul qilishni talab etadigan aniqlangan muammolarni bartaraf etish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish bo'yicha vazifalar belgilangan. Amalga oshirayotgan islohotlar natijasida aytish mumkinki, belgilangan barcha vazifalar birin-ketin amalda o'z natijasini ko'rsatmoqda ham hududlarning rivojlanish tendensiyalariga o'z hissasini qo'shmoqda. Shubhasiz yaqin kelajakda hududlar ustuvor yo'nalishlar doirasidagi amallarni samarali yo'lga qo'yish orqali Respublika ijtimoiy-iqtisodiy rivojida sezilarli darajada farovonligini ta'minlash uchun imkoniyatlarni yaratib beradi.

Xulosa qilib aytganda, Qashqadaryo viloyatida amalga oshirilayotgan barcha islohotlar aholi farovonligini oshirish, turmush tarzini yanada yaxshilashga qaratilgani bilan ahamiyatlidir. Prezidentimizning viloyatlarga, jumladan Qashqadaryoga tashrifi yangi-yangi g'oyalar, tashabbuslarni amalga oshirish,

iqtisodiy barqarorlikni yanada oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Xalqimizning ertangi kunga bo'lgan ishonchini yanada mustahkamlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 8-avgustdagi "Hududlarning jadal ijtimoiy rivojlanishini ta'minlashga doir ustuvor chora-tadbirlari to'g'risida" gi PQ-3182-son
2. Nabiyeu.E, Kayumov.A "O'zbekistonning iqtisodiy salohiyati" Akademiya, 2019 yil, 76 b
3. I.S.Xotamov, G.R.Madraximova. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik.— T.:«Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2022. 252 b
4. <https://lex.uz/ru/docs/-3302438>
5. <https://review.uz/uz/post/infografika-qashqadaryo-viloyatining-besh-yillik-ijtimoiy-iqtisodiy-rivojlanishi/>

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA B2B OZIYQ-OVQAT TOVARLARI BOZORIDA SOTISH TIZIMIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR

**Hayitboyeva Ullijon, UrDU 221-marketing mutaxassisligi
2-bosqich magistranti
Qurambayev Farrux, UrDU 221-iqtisodiyot mutaxassisligi
2-bosqich magistranti**

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida B2B oziq-ovqat tovarlari bozorida sotish tizimidagi o'zgarishlar yoritilgan. Eng zamonaviy texnologiyalar jalb qilingan B2B bozori holati tahlil qilingan.

Аннотация. В данной статье описаны изменения в системе продаж на продуктовом рынке B2B в условиях цифровой экономики. Проанализировано состояние рынка B2B с использованием самых современных технологий.

Abstract. This article discusses changes in the system of selling B2B food products in the digital economy. An analysis of the state of the B2B market was conducted with the integration of modern technologies.

Kalit soʻzlar. Raqamli iqtisodiyot, raqamli marketing, B2B oziq-ovqat bozori, sunʼiy intellekt, samaradorlik.

Ключевые слова. Цифровая экономика, цифровой маркетинг, продуктовый рынок B2B, искусственный интеллект, эффективность.

Keywords. Digital economy, digital marketing, B2B food market, artificial intelligence, efficiency.

Globallashuv jarayonida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga qaratilayotgan say-harakatlar negizini isteʼmolchilarga samarali xizmat koʻrsatish, ularning xatti-harakatlarini boshqarish (tadqiqotlar asosida), axborot almashinuvini erkinlashtirish, yaratilayotgan sunʼiy intellektlar va texnologik platformalar orqali raqamli jamiyatni barpo etish, korxonalarining savdo faoliyatlarini optimal tanlovlar, qolaversa marketing zamonaviy yoʻnalishlari yordamida yanada takomillashtirish va foydani maksimallashtirish tashkil etadi. Shu boisdan ham bugungi kunga kelib, jahon mamlakatlarida raqamli texnologiyalar asosida B2B (business to business) bozorida innovatsion marketing (yangi gʻoya va kashfiyotlarga asoslangan marketing) doirasida texnologiya va zamonaviy usullarini joriy etishga qaratilgan tizimli ilmiy tadqiqotlar amalga oshirilmoqda.

Muhtaram yurtboshimiz Shavkat Mirziyoyev 2023-yil 20-dekabrdagi IT infratuzilmasini yaxshilash, soha va tarmoqlarni raqamlashtirish yuzasidan videoselektor yigʻilishida davlat rahbari jahon iqtisodiyoti shiddat bilan oʻzgarib borayotgan sharoitda hech bir sohani raqamli texnologiyalarsiz tasavvur qilib boʻlmasligini taʼkidladi. Bu borada Respublikamizda raqamli industriyani jadal rivojlantirish, milliy iqtisodiyot tarmoq va sohalarini raqobatbardoshligini oshirish maqsadida 2020-yil 5-oktabrda “Raqamli Oʻzbekiston – 2030” strategiyasini samarali amalga oshirish chora tadbirlari toʻgʻrisida Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining PF-6079-son farmoni qabul qilindi [1].

Raqamli iqtisodiyot – insonlar, korxonalar, qurilmalar, axborotlar va iqtisodiy operatsiyalarni raqamli texnologiyalar orqali bogʻlovchi iqtisodiy harakatlar yigʻindisi. Bu faoliyat internet, mobil qurilmalar, axborot va

kommunikatsion texnologiyalar kabi ko‘plab tarmoqlar va texnikalar orqali amalga oshiriladigan onlayn operatsiyalar va tranzaksiyalarni ifodalaydi.

Raqamli iqtisodiyot natijasida B2B bozorida faoliyat yutiruvchi oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar ham savdo faoliyatini takomillashtirishda marketingning yangicha usullaridan, ya’ni raqamli marketingdan keng foydalanmoqdalar. Raqamli marketing – mahsulot va xizmatlarni veb-saytlar, ilovalar, mobil qurilmalar, ijtimoiy tarmoq va boshqa raqamli texnologiyalardan foydalangan holda sotish va targ‘ib qilishni anglatadi.

B2B elektron savdo texnologiyasini joriy qilishdan uchun juda ko‘p foyda bor. Bugungi raqamli asrdagi eng katta o‘zgarishlardan biri bu mobil qurilmalarning biznes uchun asosiy kommunikatsiya vositasiga aylanishidir. BCG tadqiqotiga ko‘ra, 2018-yilda B2B so‘rovlarining qariyb 50 foizi smartfonlarda qilingan. 2020-yilga kelib, ushbu ko‘rsatkichning 70 foizga o‘sishi prognozlangan. Kelajakda e-commerce (mobil elektron tijorat) har qanday biznesda o‘sish imkoniyatidir.

Angliyadagi maxshur “Omobono” biznes agentligi tomonidan Yevropa va Amerika B2B bozori mutaxassislari o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rov natijalariga ko‘ra B2B kompaniyalarida raqamli marketing strategiyalarini qo‘llash kompaniyaning quyidagi ko‘rsatkichlariga salmoqli ta’sir qilishi aniqlangan [2]:

1. Brend xabardorligini oshirish (55 %)
2. Mijozlar bilan munosbatlar (49 %)
3. Brendni ilgari surish (39 %)
4. Rahbarlar fikrlashini oshirish (34 %)
5. Bozordagi xarakatlarni tushunish (32 %) va boshqalar.

Butun dunyoda restoran va mehmonxonalarga bo‘lgan talabning oshishi onlayn B2B oziq-ovqat tovarlari bozori sezilarli tasir ko‘rsatdi. Onlayn B2B oziq-ovqat bozorining rivojlanganlik darajasiga ko‘ra AQSh, Yevropa mamlakatlaridan Germaniya, Angliya, Fransiya, Italiya, Rossiya va Turkiya, osiyo mamlakatlaridan Xitoy, Yaponiya, Koreya va Hindiston yetakchi o‘rinlarni egallaydi.

Iqtisodiyotning ko‘plab tarmoqlarida sun’iy intellektni foydalanib, ijobiy natijalarga erishilmoqda. Sun’iy intellekt kontent yozish dasturlari mahsulot va xizmatlarning asosiy elementlaridan foydalangan holda huddi insonlardek maqola yozish imkoniga ega. Sport, fond bozori ma’lumotlari va kompaniya choraklik hisobotlari kabi doimiy axborotlashgan tadbirlar bo’yicha hisobot tayyorlashda sun’iy intellektdan foydalanish mumkin. B2B bozorida ham ijtimoiy tarmoqlarda brendni ommalashtirish va inson omilini kamaytirish maqsadida sun’iy intellektdan foydalanilmoqda. Hozirda B2B bozori subyektlarining 37% i sun’iy intellektdan foydalanib yuqori samaradorlikka erishmoqdalar [3].

Yuqorida amalga oshirilgan tadqiqot natijalari oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchi va ulgurji savdo korxonalarida B2B bozorida samarali faoliyatini ta’minlash imkonini beruvchi an’anaviy marketing strategiyalarini raqamli marketing strategiyalariga o‘zgartirishning metodologik yondashuvi tavsiya etiladi. Bunda, onlayn B2B bozorlarini tashkil qilish va marketing jarayonida sun’iy intellektdan va zamonaviy texnologiyalardan keng foydalanish korxonada yuqori samaradorlikka qisqa muddatda erishishda asosiy omillar hisoblanib, mamlakatda eksport miqdorini oshishiga katta xissa qo‘shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>
2. [https://studme.org/47682/marketing/shirina assortimentnoy gruppy](https://studme.org/47682/marketing/shirina_assortimentnoy_gruppy)
3. Masoud Moradi, Mayukh Dass: Applications of artificial intelligence in B2B marketing: Challenges and future directions. Industrial Marketing Management 107 (2022) 300–314

ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ХОРЕЗМСКОГО РЕГИОНА

**Иссл.Атажанов Ж.
Ургенчский Университет Ранч Технологий**

Аннотация. В статье анализируются факторы эффективного развития промышленности Хорезмской области. Обозначены наиболее важные и

актуальные меры по реализации региональных и межрегиональных проектов.

Abstract. The article analyzes the factors of effective development of industry in the Khorezm region. The most important and relevant measures for the implementation of interregional and interregional projects are identified.

Ключевые слова. Регион, комплексное развитие, устойчивое развитие, конкурентная позиция, отрасли промышленности.

Keywords. Region, integrated development, sustainable development, competitive position, industries.

Эффективное развитие промышленности Хорезмского региона связана с усилением региональных конкурентных позиций за счет реализации межрегиональных и межтерриториальных проектов, преимущественно менее развитых территориях с ограниченными средствами и ресурсами. Реализация межрегиональных проектов направлена на ресурсное и инфраструктурное обеспечение территорий и активизацию предпринимательской инициативы местного населения на базе тесного сотрудничества с другими регионами Республики Узбекистан (Республика Каракалпакстан, Навоийская и Бухарская области), обладающими отличительными конкурентными преимуществами[1].

Такая возможность заключается в рациональных межрегиональных поставках природных ресурсов, сырья, материалов для производства товаров за счет снижения издержек их производства и повышения конкурентоспособности на региональном и мировом рынках; формировании единого научно-образовательного потенциала для ускорения инновационных процессов; развитии межрегиональных маркетинговых центров как основного звена оптовой торговли для крупных экономических регионов.

Межрегиональное сотрудничество даст «толчок» для ускоренного развития машиностроения (г.Ургенч, Ургенчский район), производства химической продукции и строительных материалов (Хивинский, Багатский,

Гурленский, Кошкopyрский, Хазараспский, Ханкинский, Янгиарыкский и Янгибазарский районы)[2].

С учетом того, что Хорезмская область не располагает богатым наличием месторождений полезных ископаемых решение вопросов насыщения внутреннего рынка строительными материалами целесообразно за счет реализации межрегиональных проектов на базе широкого использования природно-ресурсного потенциала Республики Каракалпакстан. Так, с использованием месторождений извести (м.Каратау) и цементного сырья (м.Джимуртау) в области можно наладить выпуск извести, железобетонных изделий, асфальта бетона (Багатский, Гурленский, Кошкopyрский, Янгиарыкский, Янгибазарский, Ханкинский, Хазараспский районы), что позволит не только расширить ассортимент местной продукции, но и повысить экспортные поставки (Казахстан). Кроме этого тесное сотрудничество с Устюртским газохимическим комплексом позволит освоить выпуск полипропиленовых изделий, синтетических ковров, синтетических моющих средств, битума на базе переработки вторичного сырья (Гурленский, Янгибазарский, Ханкинский районы).

Вместе с тем индустриальное развитие Хорезмской области будет осуществляться в тесном сотрудничестве с территориями Навоийской области. Перспективным станет создание проектов по выпуску и ремонту техники и оборудования, востребованных в Навоийской области в условиях развивающегося аутсорсинга (г.Ургенч, Ургенчский районы). Реализация данного проекта позволит эффективно использовать потенциал соседнего региона (наиболее развитые инновационные технологии, методы управления и сбытовые торговые точки при выпуске и реализации местных товаров).

Межтерриториальные проекты, подразумевающие совместное осуществление мероприятий по стимулированию индустриального развития путем использования местных сырьевых ресурсов районов, будут направлены на обеспечение роста менее развитых, недостаточно ресурсно- и инфраструктурно обеспеченных территорий.

Районы Хорезмской области обладают уникальной сырьевой базой, отличительной от других территорий Узбекистана. Однако их глубокая переработка практически отсутствует. Кроме этого деятельность местных предпринимателей отличается низкими объемами выпуска продукции, что отражается на их реализации и конкурентоспособности. Для решения этих вопросов необходимо объединить усилия территорий в использовании имеющихся преимуществ. Вовлечение потенциала районов, имеющих сырьевые ресурсы, производственный, трудовой и иной потенциал, а также традиции в развитии ремесленничества позволит обеспечить сбалансированное развитие территорий и преодолеть межрайонный разрыв в уровне производства (Хивинский, Гурленский, Кошкопырский, Ургенчский, Янгиарыкский, Янгибазарский).

➤ При этом, немаловажным направлением является организация переработки плодоовощной продукции. Пищевая промышленность является отраслью обеспечивающей продовольственную безопасность регионов и формирующей агропродовольственный рынок. В качестве сырьевой базы производственной деятельности регионов выступает специализация аграрного сектора на выращивании плодоовощных культур, разведению животноводства.

С повышением глубокой переработки сельскохозяйственного сырья перспективная реализация ряда проектов по переработке плодов, овощей (Ургенчский, Шаватский районы), мяса и молока (Ургенчский, Кошкопырский, Багатский районы) обеспечит расширение ассортимента товаров пищевой промышленности. Так, богатая сырьевая база в перспективе даст толчок созданию межтерриториальных агрокомплексов (на базе глубокой переработки плодов и овощей (г. Ургенч, Ургенчский, Шаватский районы).

С целью получения экономической выгоды предприятий расширение ассортимента выпускаемой пищевой продукции с ориентацией ее как на

внутренний, так и внешний рынок требуется проводить по цепочке создания добавленной стоимости продукции пищевой промышленности.

➤ Другим перспективным направлением является организация углубленной переработки солодкового корня (лакрицы). Отличительной особенностью Хорезмской области (наряду с Республикой Каракалпакстан) является естественное прорастание на ее территории лакрицы (Янгибазарский, Гурленский, Шаватский районы), обладающей широким диапазоном полезных для человеческого организма веществ. Переработка лакричного корня позволит наладить производство товаров широкого спектра применения - лекарственные препараты, краски для текстильной, различные добавки и полуфабрикаты для пищевой промышленности (г. Ургенч, Ургенчский, Шаватский, Гурленский, Янгибазарский районы), а также повысить экспортные поставки готовой продукции (Россия, Китай, Индия).

Кроме этого стебли лакрицы можно применять для изготовления грубой пряжи, веревочных изделий, настилочных материалов для мебели, волокна – для получения щеток, а отходы - как кормовую добавку к рациону скота. Таким образом, потребителями продуктов углубленной переработки лакричного корня будут являться практически все отрасли промышленности, включая фармацевтическую, парфюмерно-косметическую, кондитерскую, алкогольную, текстильную, черную металлургию, а также сельское хозяйство.

Важнейшими и неотложными мероприятиями для реализации межрегиональных и межтерриториальных проектов должны стать:

1. Формирование сырьевой базы продукции растениеводства и животноводства;
2. Глубокая переработка сельскохозяйственной продукции, вовлечение в производственный процесс вторичных ресурсов, позволяющее увеличить выход готовой продукции с единицы перерабатываемого сырья;

3. Внедрение новых технологий, в том числе био- и нанотехнологии, позволяющие производить товары нового поколения с качественными характеристиками (диетического и лечебно-профилактического назначения для разных возрастных групп населения), в том числе обогащенных минералами и нутриентами;

4. Внедрение современных достижений научно-технического прогресса, позволяющих перейти к ресурсосберегающим технологиям, обеспечивающим безотходное производство и производство с минимальным воздействием на экологию; внедрение принципиально новых схем оборотного водоснабжения с максимальным возвратом воды в производство;

5. Создание благоприятной производственной и социальной инфраструктуры, т.е. обеспечение бесперебойного электроснабжения, хранения и своевременной транспортировки сырья и товаров.

6. Установление взаимовыгодных кооперационных связей предпринимателей Хорезмской области с другими регионами республики, а также внутри самого региона.

7. Повышение грамотности и информированности местных жителей и предпринимателей путем организации предпринимательских ярмарок, обмена опытом с успешными производителями, квалифицированными кадрами из других регионов страны и зарубежья (Китай, Индия, Израиль).

8. Эффективное использование пустующих незадействованных объектов для создания малых промышленных предприятий, рассмотрение возможности их предоставления под «нулевую» ставку.

Литература

1. Рузметов Б. Региональная Экономика. Ташкент: «ФАН» 2002 г.
2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан, «О дополнительных мерах по комплексному социально-экономическому развитию территорий и дальнейшему улучшению уровня жизни населения Хорезмской области в 2022 — 2026 годах» от 04.04.2022 г. № 154 <https://lex.uz/docs/5942066>.

MINTAQADA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI CHAKANA SAVDOSI JOYLASHUVNING QIYOSIY TAHLILI

Ibrayimova D.A.-Urganch davlat universiteti
tayanch doktoranti

Annotatsiya. Maqolada oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdo joylashuvining o'ziga xos jihatlari yoritilgan va chakana savdo joylashuvi bo'yicha qiyosiy tahlili amalga oshirilgan.

Аннотация. В статье проведен сравнительный анализ особенностей размещения продовольственной розницы и места розничной торговли.

Abstract. In the article, a comparative analysis of specific aspects of food retail location and retail location is carried out.

Kalit so'zlar. Mintaqa, oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosi, qiyosiy tahlil, chakana savdo muassasalarining joylashuvi

Ключевые слова. Регион, продовольственная розничная торговля, сравнительный анализ, расположение предприятий розничной торговли

Keywords. Region, food retailing, comparative analysis, location of retail establishments

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi" to'g'risidagi PF-60-sonli Farmonining 3-bandi 21-maqsadini amalga oshirishda oziq-ovqat mahsulotlari savdosini takomillashtirish bo'yicha hududlar kesimida quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish belgilangan [1]. Tadqiqot ishida oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosida savdo punktining joylashuvi mahalliy ta'minot nuqtayi nazaridan muhokama qilinadi. Mahalliy ta'minotda asosan iste'molchilarning uyiga yaqin bo'lgan va savdo-sotiq uchun qulay bo'lgan joylashuvga e'tibor qaratiladi. Bunda kundalik hayotda insonlar yashashi uchun zarur bo'lgan oziq-ovqat mahsulotlari va iste'mol buyumlari tushuniladi, hamda bu turdagi tovarlarga ehtiyoj doimo ortib boradi. Buning o'ziga xos xususiyatlari har xil, lekin "yetarli darajadagi"

mahalliy ta'minot (ya'ni me'yoriy nuqtai nazardan) bilan bog'liq holda, ko'pincha ikkita turli nomdagi, ammo bir xil o'lchovlar ajralib turadi:

1. Miqdoriy yoki fazoviy-joylashuv o'lchovi: Bunda ta'minotga tegishli taklif iste'molchilarga joylashuv jihatdan yaqin joyda mavjud bo'lishi kerak va bu nazariy jihatdan qisqa masofa yoki qisqa vaqt oralig'ida yurish masofasidan xarid qilish imkonini beradi[2]. Yurish masofasidagi mahalliy qulayliklarning yuqori chegarasi odatda 500 dan 1000 metrgacha yoki beshdan o'n daqiqagacha piyoda yurish bilan belgilanadi.

2. Sifat yoki kontent bilan bog'liq o'lchov: Bunda bu hududda oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosi bir nechta turdagi savdo qilish shakllari (masalan, mahalliy bozorlar, gipermarketlar, chegirmali do'konlar, oziq-ovqat savdo do'konlari), shuningdek, boshqa chakana takliflar (masalan, dorixonalar) va xizmatlar (masalan, bank, pochta bo'limi) mijozlar uchun mavjud bo'ladi [3].

Bunday shakldagi joylashuvlarni taklif qilish qilishdan asosiy maqsad iste'molchilar uyiga yaqin masofadagi xizmat ko'rsatish shakllarini taklif qilish, hamda oziq-ovqat mahsulotlari bilan uzluksiz ta'minotni tashkil qilish hisoblanadi.

Tadqiqot jarayonida aerofoto tasvirlash va Google Maps dasturidan foydalangan holda chakana savdo punktlarini joylashtirishda shahar hududiga nisbatan qay nuqtada joylashganligini qiyosiy tahlil qildik (1-jadval).

1-jadval

Oziq-ovqat va nooziq-ovqat mahsulotlari chakana savdo punktlari joylashuvining qiyosiy tahlili¹

Shahar markazida	Shahar ichida
- shaharning qoq markazida aholi gavjum joylarda - ko'pincha piyodalar zonasi va transport harakati tinch bo'lgan hudud, shuningdek, birlashtirilgan savdo markazlari, do'konlar va shahar ichidagi temir yo'l vokzallari va boshqa transport markazlari - qisqa, o'rta va uzoq muddatli ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan takliflar -butun shahar (yashovchi aholi) va uning	- aholi yashash punktlari turar-joylarda integratsiyalashgan joylashuv -chakana savdo va xizmat ko'rsatish korxonalarining kichikroq aglomeratsiyalari (shahar markaziga nisbatan kichikroq maydon va kichikroq do'konlar) - yadro diapazoni shaharning ichki qismiga o'xshaydi, ammo kamroq farqlanadi - asosiy mahsulotlar uchun takliflar (qisqa muddatli ehtiyojlar) quyidagi asosiy mahsulot

¹ Manba.Muallif ishlanmasi

atrofidagi hududlar uchun ta'minot funksiyasi -doimiy uchraydigan assortimentlar: moda va aksessuarlar, zargarlik buyumlari va soatlar, salomatlik uchun buyumlar, elektron-texnika jihozlari - yirik chakana savdo markazlari -an'anaviy tarzda tadbirkorlik shakllari: univermag va do'konlar, korxona egalari tomonidan boshqariladigan ixtisoslashtirilgan do'konlar va diskontlar (nooziq-ovqat sektorida)	assortimenti: oziq-ovqat (shuningdek, nonvoyxona va qassob do'koni), konselyariya buyumlari, kitob do'konlari, dorixonalar va uy-ro'zg'or uchun zarur buyumlar -shu hududda yashovchi aholiga ko'rsatiladigan xizmatlar - ko'p uchraydigan tadbirkorlik shakllari: diskontlar, supermarketlar, ixtisoslashtirilgan do'konlar va ba'zi hollarda magnit do'konlar, universal do'konlar yoki ixtisoslashgan bozorlar
Shahar chekkasida	Shahardan tashqarida
- turar-joy maydoni va chekka qishloq joylashuvi xususiyatlarining aralashmasi - "yashil maydonlar" ga integratsiya-lashgan savdo muassasalari; - ta'minot xizmatlari birinchi navbatda atrofdagi aholiga yo'naltirilgan bo'lib, va bir xil darajada mintaqaviy ahamiyatga ega -avtomobillarda borishi uchun qulay, parkovka maydonlarining kengligi	- markazdan uzoqda faqat avtomobil va jamoat transportida borish mumkin - savdo maydoni keng va iste'molchilarning tanlovi uchun katta assortimentdagi tovarlarning mavjudligi - qisqa va o'rta muddatli iste'molga yo'naltirilgan tovarlar - an'anaviy tadbirkorlik shakllari, dehqon va buyum bozorlari, savdo do'konlari, maxsus turdagi tovarlar savdosiga mo'ljallangan muassasalar

Yuqoridagi qiyosiy tahlilga qo'shimcha tariqasida shuni ta'kidlab o'tish lozimki, chakana savdo muassasalarini joylashuvini belgilashda shahar maydonining kattaligi, aholi soni va zichligi, shuningdek, aholining boshqa demografik xususiyatlari ham e'tiborga olinishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, oziq-ovqat va nooziq-ovqat mahsulotlari chakana savdo punktlari joylashtirish ilmiy jihatdan asoslangan, iste'molchilar talabi va xulq-atvor me'yorlariga yo'naltirilgan, shuningdek, shahar transport tizimiga ortiqcha bosim va muammo tug'dirmaydigan hududlarga joylashtirilishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. <https://lex.uz/uz/docs/5841063> - O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi" to'g'risidagi PF-60-sonli Farmoni

2. Zentes J., Morschett D., Schramm-Klein H. Strategic Retail Management. Springer Fachmedien, Wiesbaden GmbH 2017

3. Heinemann G. Intelligent Retail. Springer Fachmedien, Wiesbaden GmbH, Springer Nature 2023.

XORAZM VILOYATIDA YAHMNI SHAKILLANTIRISHDA SANOAT KORXONALARNING O'RNI

Shamurotov N.B. – Urganch davlat universiteti
Buxgalteriya hisobi va audit kafedrasi o'qituvchisi

Annotatsiya. Maqolada Xorazm viloyati YaHM tarkibida sanoat tarmog'i holati tahlil etilgan. Tahlil natijalari asosida viloyatda sanoatni YaHMni ishlab chiqarishdagi o'rni va vazifalari hamda uni rivojlantirish bo'yicha takliflar berilgan.

Аннотация. В статье анализируется промышленный сектор и его положение в ВРП Хорезмской области. По результатам анализа приведены роль и задачи отрасли в производстве ВРП региона и предложения по ее развитию.

Abstract. The article analyzes the industrial sector and its situation within the Khorezm region's GRP. Based on the results of the analysis, the role and tasks of the industry in the production of GRP in the region and proposals for its development are given.

Kalit so'zlar. Strategiya, sanoat, yalpi hududiy mahsulot, kichik biznes, drayver soha.

Ключевые слова. Стратегия, промышленность, валовой внутренний продукт, малый бизнес, драйверный сектор.

Keywords. Strategy, industry, gross domestic product, small business, driver sector.

O'zbekiston Respublikasini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish doirasida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60 sonli

farmoni bilan 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi qabul qilindi.

Strategiyaning uchinchi ustuvor yo'nalishi yigirma ikkinchi maqsadida Milliy iqtisodiyot barqarorligini ta'minlash va yalpi ichki mahsulotda sanoat ulushini oshirishga qaratilgan sanoat siyosatini davom ettirib, sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmini 1,4 baravarga oshirish belgilangan hamda quyidagi vazifalar belgilangan:

- sanoatning yetakchi tarmoqlari va iqtisodiyotni yanada liberallashtirish hamda transformasiya jarayonlarini yakunlash;

- avtomobil sanoatida kooperatsiyani yanada rivojlantirish orqali ishlab chiqarish hajmini 1,4 baravarga, eksport hajmini 2 baravarga ko'paytirish va mahalliy lashtirish darajasini oshirish. Chirchiq shahrida qishloq xo'jaligi mashinasozligi ishlab chiqarishini yagona sanoat klasteri usulida tashkil etish;

- qurilish materiallari ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga ko'paytirish;

- to'qimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga ko'paytirish;

- oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish dasturini amalga oshirish;

- yirik sanoat tarmoqlari va hududiy korxonalar o'rtasida sanoat kooperatsiyasini rivojlantirish.

Strategiyaning o'ttiz uchinchi maqsadida esa hududlarni mutanosib rivojlantirish orqali hududiy iqtisodiyotni 1,4 - 1,6 baravarga oshirish belgilangan [1].

Strategiyada belgilangan vazifalar ijrosini ta'minlash maqsadida, Xorazm viloyati hududlarida sanoat, qishloq xo'jaligi va xizmatlar sohasining kelgusi besh yildagi istiqbollarini hamda har bir tuman va shaharning "o'sish nuqtalari"ni belgilash, ijtimoiy sohani rivojlantirish orqali aholi salomatligi hamda turmush darajasini yanada yaxshilash dasturlari ishlab chiqilgan.

Dasturga asosan, Xorazm viloyatida 2022-2026-yillarda yalpi hududiy mahsulot hajmini 1,4 baravarga, sanoat mahsulotlari hajmini 1,4 baravarga, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishni 1,1 baravarga, xizmatlar hajmini

3,1 baravarga hamda qurilish ishlari hajmini 1,2 baravarga oshirishni nazarda tutuvchi shahar va tumanlar kesimidagi maqsadli ko'rsatkichlar parametrlari tasdiqlandi [2].

Xorazm viloyati shahar va tumanlarining ixtisoslashuvi, "o'sish nuqtalari" va "drayver sohalari" belgilanib, sanoat, qishloq xo'jaligi va xizmat ko'rsatish sohaslarini rivojlantirish bo'yicha investisiya loyihalari ishlab chiqildi (1-jadval).

1-jadval

Xorazm viloyati shahar va tumanlarining ixtisoslashuvi, "o'sish nuqtalari" va "drayver sohalari"

T/r	Hudud nomi	Tuman (shahar)larning "o'sish nuqtalari"
1.	Xorazm viloyati	Yengil sanoat, mashinasozlik, issiqxona xo'jaligi, oziq-ovqat sanoati
2.	Urganch shahri	Yengil sanoat, tibbiyot va ta'lim xizmatlari, savdo
3.	Xiva shahri	Yengil sanoat, turizm va ta'lim xizmatlari
4.	Bog'ot tumani	Yengil sanoat, issiqxona xo'jaligi, bog'dorchilik-uzumchilik, meva-sabzavotni qayta ishlash
5.	Gurlan tumani	Yengil sanoat, sholichilik, issiqxona xo'jaligi
6.	Qo'shko'pir tumani	Yengil sanoat, bog'dorchilik, qurilish materiallari ishlab chiqarish, parrandachilik
7.	Urganch tumani	Qurilish materiallari ishlab chiqarish, oziq-ovqat sanoati, yengil sanoat, bog'dorchilik
8.	Xazorasp tumani	Yengil sanoat, bog'dorchilik, sholichilik, savdo
9.	Tuproqqal'a tumani	Mashinasozlik, yengil sanoat, elektrotexnika sanoati, qurilish materiallari ishlab chiqarish
10.	Xonqa tumani	Yengil sanoat, mebelsozlik, oziq-ovqat sanoati, sholichilik
11.	Xiva tumani	Yengil sanoat, meva-sabzavotchilik, baliqchilik, parrandachilik
12.	Shovot tumani	Yengil sanoat, issiqxona xo'jaligi, oziq-ovqat sanoati
13.	Yangiariq tumani	Yengil sanoat, baliqchilik, issiqxona xo'jaligi
14.	Yangibozor tumani	Issiqxona xo'jaligi, bog'dorchilik, xizmat ko'rsatish

Bugungi kunda respublikada 93,9 mingta sanoat korxonalari faoliyat ko'rsatmoqda, shundan 15,9 mingtasi (ro'yxatdan o'tgan korxonalar umumiy sonining 16,9 % i) Toshkent shahriga, 10,1 mingtasi (10,7 %) Farg'ona viloyatiga, 9,6 mingtasi (10,3 %) Toshkent viloyatiga, 9,4 mingtasi (10,1 %) Andijon viloyatiga, 8,3 mingtasi (8,8 %) Samarqand viloyatiga va 4,7 mingtasi (5,0 %) Xorazm viloyatiga to'g'ri kelmoqda[3].

2023-yilda Xorazm viloyati bo'yicha yalpi hududiy mahsulot (keyingi o'rinlarda – YAHM) hajmi joriy narxlarda 36 916,5 mlrd. so'mni tashkil etdi va 2022- yil bilan taqqoslaganda 4,4 % ga o'sdi. O'zbekiston Respublikasi bo'yicha

YAIMning shakllanishida Xorazm viloyatining qo'shgan hissasi 3,5 % ga yetdi. 2023-yilda YAHMning o'sishi hudud iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridagi ijobiy o'sish sur'atlari bilan bog'liqdir. YAHM tarkibida sanoat 15,6 % yoki 5627,5 mlrd. so'mni tashkil etganini ko'rishimiz mumkin. Ushbu ko'rsatkich 2022-yilning mos davriga nisbatan 6,1% ga ko'p ekanligini ko'rishimiz mumkin [4].

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, sanoat mahsulotlarini yetishtirishda hamda YaHM tarkibiga kiruvchi sanoat mahsulotlari kesimida kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining ulushi yuqoriligicha qolmoqda. Ayni shu ko'rsatkichning o'zi ham viloyatda sanoat tarmog'ida kichik biznes faoliyatini yo'lga qo'yishda turli imtiyozlar qo'llashni taqozo etadi. Shu sababli, viloyatdagi bir qator hududlar uchinchi va to'rtinchi toifaga kiritildi. Yuqoridagi tahlillar natijasida sanoatda kichik biznesni oshirish maqsadida quyidagilarni taklif etaman:

- aholi o'rtasida sanoat ishlab chiqarishga oid tadbirkorlik xususida targ'ibot-tashviqot ishlarini faol yuritish;
- kasbga o'qitish markazlari orqali yosh tadbirkorlarni kichik biznes faoliyatini boshlashga ko'maklashish;
- uchinchi va to'rtinchi toifaga kiritilgan hududlarda faoliyat yuritayotgan va yangidan tashkil etiladigan tadbirkorlik subyektlari uchun qo'shimcha soliq imtiyozlarini belgilash va h.k.

Xulosa o'rinda aytish mumkinki, iqtisodiyotning drayveri hisoblangan tadbirkorlik faoliyatida sanoatning ulushini tobora oshirib borish, bugungi kunda dolzarb hisoblanadi. Shu sababli, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka oid hukumatning chiqarayotgan farmoyish va qarorlari ushbu sohaning YaHM ishlab chiqarishdagi mavqeyini mustahkamlanishiga asos bo'la oladi, deb hisoblaymiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'grisida"gi PF-60-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/5841063#5844066>

2. Vazirlar Mahkamasining 2022-yil 4-apreldagi 154-sonli “2022-2026-yillarda Xorazm viloyati hududlarini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish va aholi turmush darajasini yanada yaxshilashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori. <https://lex.uz/ru/docs/5939831>

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika Agentligi www.stat.uz

4. Xorazm viloyati statistika boshqarmasi ma’lumotlari. <http://www.xorazmstat.uz/>

XORAZM VILOYATIDA SANOAT TARMOQLARINING HOLATI TAHLILI

Z.S.Abdullayeva – UrDU Buxgalteriya hisobi va audit kafedrası o‘qituvchisi
D.S.Kurambayeva – UrDU Buxgalteriya hisobi va audit kafedrası
o‘qituvchisi

Annotatsiya. Maqolada Xorazm viloyati sanoat tarmoqlarining holati tahlil etilgan. Tahlil natijalari asosida sanoat tarmoqlarini yanada rivojlantirish bo‘yicha takliflar berilgan.

Аннотация. В статье анализируется состояние промышленных отраслей Хорезмской области. По результатам анализа были сделаны предложения по дальнейшему развитию отраслей промышленности.

Abstract. The article analyzes the state of industrial sectors of Khorezm region. Based on the results of the analysis, proposals were made for further development of industrial sectors.

Kalit so‘zlar. Strategiya, sanoat, yalpi hududiy mahsulot, sanoatlashuv, ishlab chiqaradigan sanoat.

Ключевые слова. Стратегия, промышленность, валовой региональный продукт, индустриализация, обрабатывающая промышленность.

Keywords. Strategy, industry, gross regional product, industrialization, manufacturing industry.

O‘zbekiston Respublikasini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish doirasida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60 sonli

farmoni bilan 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi qabul qilindi.

Strategiyaning uchinchi ustuvor yo'nalishi yigirma ikkinchi maqsadida milliy iqtisodiyot barqarorligini ta'minlash va yalpi ichki mahsulotda sanoat ulushini oshirishga qaratilgan sanoat siyosatini davom ettirib, sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmini 1,4 baravarga oshirish belgilanib, quyidagi vazifalar belgilangan:

- Sanoatning yetakchi tarmoqlari va iqtisodiyotni yanada liberallashtirish hamda transformatsiya jarayonlarini yakunlash.

- Avtomobil sanoatida kooperatsiyani yanada rivojlantirish orqali ishlab chiqarish hajmini 1,4 baravarga, eksport hajmini 2 baravarga ko'paytirish va mahalliyashtirish darajasini oshirish. Chirchiq shahrida qishloq xo'jaligi mashinasozligi ishlab chiqarishini yagona sanoat klasteri usulida tashkil etish.

- Qurilish materiallari ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga ko'paytirish.

- To'qimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga ko'paytirish.

- Oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish dasturini amalga oshirish.

- Yirik sanoat tarmoqlari va hududiy korxonalar o'rtasida sanoat kooperatsiyasini rivojlantirish.

Strategiyaning o'ttiz uchinchi maqsadida esa hududlarni mutanosib rivojlantirish orqali hududiy iqtisodiyotni 1,4 — 1,6 baravarga oshirish belgilangan [1].

Strategiyada belgilangan vazifalar ijrosini ta'minlash maqsadida, Xorazm viloyati hududlarida sanoat, qishloq xo'jaligi va xizmatlar sohasining kelgusi besh yildagi istiqbollarini hamda har bir tuman va shaharning "o'sish nuqtalari"ni belgilash, ijtimoiy sohani rivojlantirish orqali aholi salomatligi hamda turmush darajasini yanada yaxshilash dasturlari ishlab chiqilgan.

Dasturga asosan, Xorazm viloyatida 2022 — 2026 yillarda yalpi hududiy mahsulot hajmini 1,4 baravarga, sanoat mahsulotlari hajmini 1,4 baravarga, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishni 1,1 baravarga, xizmatlar hajmini

3,1 baravarga hamda qurilish ishlari hajmini 1,2 baravarga oshirishni nazarda tutuvchi shahar va tumanlar kesimidagi maqsadli ko'rsatkichlar parametrlari tasdiqlandi.

Xorazm viloyati shahar va tumanlarining ixtisoslashuvi, "o'sish nuqtalari" va "drayver sohalari" belgilanib, sanoat, qishloq xo'jaligi va xizmat ko'rsatish sohaslarini rivojlantirish bo'yicha investisiya loyihalari ishlab chiqildi [2].

Xorazm viloyatida 2024-yil 1-yanvar holatiga 4 039 ta sanoat korxonasi faoliyat ko'rsatayotgan bo'lib, shundan 4 003 tasi kichik biznes subyektlaridir. Yangi tashkil qilingan korxonalar soni 1 132 ta va barchasi kichik biznes hissasiga to'g'ri kelmoqda. 2023-yil sanoat korxonalari tomonidan 21 167,9 mlrd. so'mlik sanoat mahsulotlari ishlab chiqarilgan bo'lib, 2022- yilning mos davriga nisbatan sanoat ishlab chiqarishining fizik hajmi indeksi 106,1 % ni tashkil etdi.

Xorazm viloyatida 2023-yilda sanoat ishlab chiqarish tarkibida eng katta ulush ishlab chiqaradigan sanoat hissasiga to'g'ri kelib, uning jami sanoat ishlab chiqarishdagi ulushi 96,5 % ni tashkil etdi. Xorazm viloyatida sanoatning yetakchi tarmoqlari bo'yicha sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmi so'nggi 5 yillikda (2019-2023-yillar) mobaynida quyidagi 1-jadvaldagi kabi bo'lgan. Bunda sanoat mahsuloti umumiy hajmi 2023-yil yakuniga ko'ra 21167,9 mlrd so'mni tashkil etgan bo'lib, ishlab chiqaradigan sanoat hajmi 20436,8 mlrd. so'mni tashkil etgan. Ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida yuqori o'rinlar avtotransport vositalari, treylerlar va yarim pritseplar ishlab chiqarish 43,1 % (8826,9 mlrd so'm), to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish 19,8 % (4053,5 mlrd so'm), oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish 18,8 % (3853,5 mlrd so'm) hissasiga to'g'ri kelmoqda [3].

Bundan tashqari mashina va uskunalardan tashqari tayyor metall buyumlar ishlab chiqarish (271,0 mlrd so'm) va kiyim ishlab chiqarish (141,3 mlrd so'm) sohalari ham 2023-yilda katta o'sishga erishganligini ko'rishimiz mumkin

1-jadval**Xorazm viloyatida sanoatning ayrim sohalari bo'yicha sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmi (mlrd. so'm)**

	2019 y.	2020 y.	2021 y.	2022 y.	2023 y.
Sanoat mahsuloti hajmi, mlrd. so'm	8538,6	9615,9	13658,1	18325,8	21167,9
Ishlab chiqaradigan sanoat	8167,5	9180,2	13183,8	17608,9	20436,8
Oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish	1218,5	1508,7	3200,7	3936,2	3853,5
Ichimliklar ishlab chiqarish	278,7	316,7	295,9	1101,5	1730,8
To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish	1677,2	2056,2	3072,3	3773,7	4053,5
Qog'oz va qog'oz mahsulotlari ishlab chiqarish	20,2	62,5	146,0	171,9	198,5
Mashina va uskunalaridan tashqari tayyormetall buyumlar ishlab chiqarish	146,1	206,5	192,3	200,9	271,0
Kiyim ishlab chiqarish	21,5	63,3	95,0	103,7	141,3
Avtotransport vositalari, treylerlar va yarim pritseplar ishlab chiqarish	3619,7	4102,6	5044,8	7030,5	8826,9

Hududlar kesimida sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishda Tuproqqal'a tumani (11489,9 mlrd. so'm) va Urganch shahri (3383,9 mlrd. so'm) yetakchilik qilmoqda. Bunga sabab sifatida Tuproqqal'a tumanida Erkin iqtisodiy zona imkoniyatlaridan va Urganch shahrida esa qulay infratuzilma sharoitlaridan yaxshi foydalanilayotganini ko'rsatish mumkin bo'ladi. Qolgan tuman va shaharlarda mavjud infratuzilma imkoniyatlaridan yetarli darajada foydalanilmayotganligini ko'rishimiz mumkin. Jumladan, Xiva va Qo'shko'pir tumanlarida sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish ko'rsatkichlari past sur'atlarda o'sish tendensiyasini kuzatishimiz mumkin bo'ladi. Qulay investitsion muhit va soliq imtiyozlari yaratilgan Yangiariq (579,2 mlrd. so'm) va Yangibozor (603,2 mlrd. so'm) tumanlarida esa o'sish sezilarli kuzatilganini e'tirof etish mumkin (2-jadval).

Aholi jon boshiga to'g'ri keladigan sanoat mahsuloti ishlab chiqarishda ham Tuproqqal'a tumani (22331,3 ming so'm) va Urganch shahri (10707,9 ming so'm) yetakchilik qilsa, Xiva (2259,2 ming so'm) va Qo'shko'pir (2320,8 ming so'm) tumanlari eng oxirgi o'rinlarda kelmoqda.

2-jadval.

Tumanlar va shaharlar bo'yicha sanoatning holati

	Hududiy birliklar	Tumanlar bo'yicha sanoat mahsuloti hajmi (mlrd. so'm)					Tumanlarda aholi jon boshiga ishlab chiqarilgan sanoat mahsuloti (ming so'm)				
		2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
1	Xorazm viloyati	8538,6	9615,9	13658,1	18323,3	21167,9	4612,7	5115,5	7155,5	9439,5	10707,9
2	Urganch sh.	1989,0	1913,3	2200,9	3202,8	3383,9	13938,6	13254,6	15091,4	21592,0	22331,3
3	Xiva sh.	122,9	152,7	158,3	201,2	315,1	1343,2	1646,3	1678,4	2093,4	3218,3
4	Bo'got	262,1	311,0	444,6	568,8	552,7	1615,1	1883,0	2645,8	3325,9	3170,4
5	Gurlan	349,9	445,0	446,9	472,8	517,2	2387,0	2995,3	2964,7	3085,8	3318,4
6	Qo'shko'pir	184,1	254,8	357,3	373,1	419,1	1082,3	1475,7	2042,9	2101,8	2320,8
7	Urganch	253,7	334,4	796,2	918,4	912,4	1296,3	1677,5	3915,2	4429,1	4316,2
8	Xazorasp	4048,0	287,1	341,9	505,3	519,5	16482,2	1478,8	1728,4	2521,2	2545,8
9	Tuproqqal'a	0,0	4306,6	6966,1	9467,0	11489,9	0,0	77750,6	125549,4	165382,3	196022,4
10	Xonqa	508,9	504,0	614,6	742,4	773,4	2764,4	2696,6	3235,2	3841,5	3933,0
11	Xiva	116,0	251,4	243,1	274,7	346,7	807,4	1720,4	1636,3	1820,7	2259,2
12	Shovot	371,4	307,1	349,1	671,7	755,7	2212,2	1801,2	2017,5	3822,4	4227,0
13	Yangiariq	209,2	276,0	293,8	448,2	603,2	1825,9	2371,4	2488,6	3738,3	4943,2
14	Yangibozor	123,1	272,5	445,5	476,9	579,2	1426,6	3114,3	5021,5	5290,4	6318,8

Xulosa qilib shuni e'tirof etish kerakki, qulay infratuzilmaning shakllanganligi sanoatni rivojlanishi uchun asosiy sabab emas balki, o'sha hududning investitsion muhiti va soliq imtiyozlari ham sanoat tarmoqlarining rivojlanishiga asosiy omillar qatorida e'tirof etilishi zarur. Ayni shu omillarni inobatga olgan holda tuman va shaharlarda sanoat loyihalari va investitsion dasturlar ishlab chiqilsa maqsadga muvofiq bo'ladi. Bu esa aholi daromadlarini oshishiga va turmush farovonligini o'sishiga erishishga, shuningdek inson kapitalini rivojlantirishga asos bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/5841063#5844066>

2. Vazirlar Mahkamasining 2022-yil 4-apreldagi 154-sonli "2022 — 2026-yillarda Xorazm viloyati hududlarini kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish va aholi turmush darajasini yanada yaxshilashga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori. <https://lex.uz/ru/docs/5939831>

3. Xorazm viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari. <http://www.xorazmstat.uz/uz/default/press-relizlar/7627-2022-yil>.

**2-SEKSIYA. MINTAQANI BARQAROR RIVOJLANISHIDA RAQAMLI
IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI**

**2 СЕКЦИЯ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ
В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

**SECTION 2 . PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE
DIGITAL ECONOMY IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE
REGION**

MINTAQANING BARQAROR RIVOJLANISHIDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

**B.Sh.Tillabayev – Farg‘ona politexnika instituti,
Oliy matematika kafedrası assistenti**

Annotatsiya: ushbu maqolada mintaqaning barqaror rivojlanishida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish usullari ko‘rib chiqilgan. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillar tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, raqamli texnologiya, internet, elektron tizim.

Annotation: in this article examines the methods of developing the digital economy in the sustainable development of the region. Factors affecting the development of the digital economy are analyzed.

Key words: digital economy, digital technology, internet, electronic system.

Аннотация: в данной статье рассматриваются пути развития цифровой экономики в условиях устойчивого развития региона. Анализируются факторы, влияющие на развитие цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, Интернет, электронная система.

Har bir davlatning rivojlanishida uning iqtisodiy tarafdin rivojlanganlik darajasi alohida ta’kidlanadi. Chunki iqtisodiy tomondan rivojlangan davlatlarning aholisi boy va erkin yashaydi. Siyosiy va iqtisodiy holatni yaxshilashdan asosiy maqsad albatta aholi turmush tarzini yanada yaxshilash hisoblanadi. Tez sur’atlar bilan rivojlanayotgan hozirgi davrda raqamli iqtisodiyot tushunchasi kirib keldi. Bu qanday iqtisod uning afzalliklari va kamchiliklari qanday kabi savollarga javob berish orqali aholining iqtisodiy bilimlarini bir pog‘onaga ko’targan bo‘lamiz.

Raqamli iqtisodiyot bu raqamli texnologiyalarga asoslanadi. XXI asr bu raqamli texnologiya asri bo‘lgani uchun uning asosida raqamli iqtisodiyot ham rivojlanib boradi. Raqamli iqtisodiyot bu elektron biznes, elektron tijorat, raqamli tovar va xizmatlarni ishlab chiqarayotgan va jahon bozoriga taqdim etayotgan iqtisodiy faoliyat hisoblanadi. Rivojlangan davlatlarning iqtisodiyotiga nazar

tashlaydigan bo'lsak, raqamli iqtisod uning iqtisodining ajralmas qismi ekanligiga amin bo'lamiz. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori bilan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari ishlab chiqildi va ularni amalga oshirish uchun bir qancha vazirlarlar yuklatildi. Raqamli iqtisodiyotning rivojlantirishning asosiy yo'nalishlaridan biri bu innovatsion g'oyalar, texnologiyalarni joriy etish sohasida davlat organlari va tadbirkorlik subyektlarining uzviy hamkorligini ta'minlash hisoblanadi.

Raqamli iqtisodiyotni quyidagi afzalliklari mavjud. Iqtisodiyotning bu turi raqamli xizmatlarni o'z ichiga olgani uchun bunday xizmatlar an'anaviy xizmatlarga qaraganda qog'ozbozlikni kamaytiradi, vaqtni tejaydi hamda tanlovning ko'pligi kabi bir qancha afzalliklarga ega. Har bir kunimizni raqamli texnologiyalarsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Chunki insonning har bir faoliyati raqamli texnologiya bilan uzviy bog'langan hisoblanadi. Ilm-fan taraqqiyoti ham raqamli texnologiyalarga bog'liq holda rivojlanmoqda. Raqamli iqtisodiyot bizga barcha jarayonlarni tahlil qilish imkonini beradi, hamda elektron biznes va elektron tijorat bilan bog'langan iqtisodiy faoliyatdir.

Raqamli iqtisodiyotni quyidagi qulayliklari mavjud:

1. To'lovlar uchun xarajatlar kamayadi;
2. Tovarlar va xizmatlar haqida ko'proq va tezroq ma'lumot olinadi;
3. Jahon bozorida qaysi tovar yoki xizmatga talab borligini kuzatish;
4. Talab va taklifni tez sur'atlarda almashinishini kuzatish;
5. Raqamli dunyodagi tovar va xizmatlarning jahon bozoriga chiqish imkoniyatlari katta;
6. Feedback (iste'molchi fikri)ni tez olish hisobiga tovar va xizmatlar jadal takomillashtiriladi;
7. Tezroq, sifatliroq, qulayroq.

Masalan, online bozorlarning ko'payishi bu insonlar uchun yanada qulayroq va arzonroq bo'ldi. Chunki, aholi birinchi navbatda o'z vaqtini tejaydi, narxlarni qolgan mahsulot narxlari bilan bema'lol qisqa vaqt ichida solishtira oladi va uydan chiqmagan holda hattoki nasiya savdoga ham kerakli bo'lgan mahsulot yoki

tovarlarga egalik qilmoqda. Yoki ishga kirish jarayonlarini oladigan bo'lsak raqamli elektron tizim ishga tushirilmasdan oldin insonlar o'zlari uchun mos ishni topish uchun qaysi korxonada qanday ish o'rni mavjudligi haqida ma'lumot olish uchun ham ancha vaqtni sarflashar edi. Lekin bugungi kunga kelib bunday ma'lumotlarni olish juda ham osonlashdi. Bularning barchasi albatta islohotlar insonlar uchun ekanligini anglatadi.

O'zbekiston – 2030 strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PK-6079-sonli qarori doirasida 2020-2022-yillarda hududlarni raqamlashtirish dasturlari tasdiqlandi. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida O'zbekiston Respublikasi ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining barqarorligini ta'minlash, jahon tajribasiga tayangan holda milliy iqtisodiyotni jadal sur'atlarda raqamlashtirish uchun quyidagi ishlarni bajarish lozimligi ko'rsatib o'tilgan:

1. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun uning me'yoriy-huquqiy bazasini shakllantirish;
2. Milliy iqtisodiyotning barcha tarmoq va sohalarini modernizatsiyalashda imkon qadar eng so'nggi raqamli texnologiyalarni joriy etish;
3. Eng so'nggi raqamli texnologiyalarga asoslangan kommunikatsion vositalar, mashina va uskunalarni sotib olish, o'rnatish va mahalliy kadrlarning ularda ishlash malakalarini oshirish;
4. Maktabgacha ta'lim tizimidan boshlab, to oliy ta'limdan keyingi ta'lim tizimigacha raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga qaratilgan kadrlar siyosatini ishlab chiqish va yuritish.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, raqamli texnologiya hayotimizning ajralmas bir bo'lagiga aylangan davrda, elektron hukumatni, raqamli ta'limni, raqamli sanoatni rivojlantirish uchun har bir hududlarda yashayotgan aholining turmush tarzi yanada yaxshilanadi. Yoshlarimiz uchun jahon miqyosiga chiqish imkoniyati mavjud bo'ladi. Axborot texnologiyalaridan samarali foydalanish orqali biz o'z ilmimizni yanada ko'paytirib yurtimiz taraqqiyoti uchun o'z hissamizni qo'sha olish imkoniyatiga ega bo'lamiz.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. G.Qosimova “Davlat byudjeti ijrosining g‘aznachilik tizimi”. O‘quv qo‘llanma. - T.: IQTISOD-MOLIYA, 2008y.
2. Xaydarov Baxrom Xolmuradovich “Iqtisodiy islohotlarni rivojlantirishda kambag‘allikni qisqartirish”. IQTISODIYOT VA TA’LIM 2021-y 4-son.

IQTISODIYOTDA RAQAMLI MARKETINGNING O‘RNI

**Aliyeva G.I., Urganch davlat universiteti “Menejment va marketing”
kafedrası katta o‘qituvchi**

Annotatsiya. Ushbu maqolada iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida marketing sohasida zamonaviy raqamli texnologiyalarni joriy etish hamda eng samarali internet marketing kanallari hamda raqamli marketingning o‘rni yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: raqamli marketing, raqamli iqtisodiyot, transformatsiya, marketing content, B2B, Social Media.

Аннотация: В даанной статье освещено внедрение современных цифровых технологий в сфере маркетинга в условиях цифровизации экономики, наиболее эффективные каналы интернет-маркетинга, а также роль цифрового маркетинга.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, цифровая экономика, трансформация, маркетинговый контент, B2B, Social Media(социальные сети).

Abstract. This article highlights the introduction of modern digital technologies in the field of marketing in the context of digitalization of the economy, the most effective internet marketing channels, and the role of digital marketing.

Keywords: digital marketing, digital economy, transformation, marketing content, B2B, Social Media.

Kirish. Iqtisodiy rivojlanish bugungi kunda ro‘y berayotgan ko‘plab omillarga bog‘liq. Ular orasida iqtisodiyot, korxonalar va tashkilotlar hamda

ijtimoiy jamiyatning raqamli transformatsiyasi muhim o‘rin egallaydi. Yangi texnologiyalar korxonalar uchun mahsuldorlikni, raqobatbardoshlikni oshirish, rentabellik va samaradorlikni yanada kuchaytirish, qo‘shimcha qiymat yaratish va olish uchun katta imkoniyatlar yaratadi. “Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyasini ishlab chiqilishi va hayotga tatbiq etilishi, puxta va mukammal tashkiliy-huquqiy mexanizmlarni shakllantirish, qolaversa, innovatsion g‘oyalar, texnologiyalar va ishlanmalarni joriy etish bo‘yicha davlat organlari va tadbirkorlik subyektlarining uzviy hamkorligini ta‘minlash, barcha soha va tarmoqlarda ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatishni raqamli texnologiyalar bilan qamrab olish, bu borada zamonaviy bilimlarni chuqur egallagan, intellektual salohiyatli kadrlarni yetishtirish, shu orqali, mamlakatda “axborotlashgan jamiyat” muhitini yaratishga xizmat qiladi” [1].

Raqamli transformatsiyalar maqsadli ravishda amalga oshirilgan taqdirdagina korxona faoliyatining muvaffaqiyatiga hissa qo‘shadi, bunda asosiy e‘tibor analitika hamda avtomatlashtirishga qaratiladi. Boshqacha qilib aytganda, marketologlar o‘z mijozlarini, ularning muammolari hamda ehtiyojlarini chuqur bilishlari muhimdir. Bu aynan qanday marketing vositalardan foydalanish kerakligi haqida emas, balki iste‘molchilar aynan shu tovar va xizmatlardan nima uchun foydalanayotganligini bilishlari haqidadir. Eng muvaffaqiyatli brendlar - bu o‘zgarishlarni oldindan ko‘ra oladigan hamda vaqtida unga sarmoya kiritadigan brendlardir.

Raqamli marketing reklama tarqatishning eng ommaviy vositasidir. Raqamli marketing har kuni mijozlar bilan muloqot qiladigan raqamli kanallarning keng tarmog‘ini o‘z ichiga oladi. Ushbu kanallardan to‘g‘ri foydalanish uchun ularning har biri haqida tushunchaga ega bo‘lish muhimdir. Raqamli marketingning rivojlanishi mamlakat iqtisodiyotining barcha sohalariga ta‘sir ko‘rsatish imkoniyatiga egadir.

Marketing texnologiyalari hozirda renessans davrini boshdan kechirmoqda. Veb-saytlar, ijtimoiy va mobil platformalar, kontentni boshqarish vositalari va qidiruv tizimini optimallashtirish kabilarga asoslangan yechimlar kechagi

yangiliklarga aylanib bormoqda. Marketingdan tashqari o'sishning bir qismi sifatida korxonalar hozirda mijozlar bilan yaqin aloqalarni o'rnatishga, bozorga maqsadli yondashishga va ijobiy ta'sirni ta'minlaydigan yangi avlod marketing tizimlarini joriy qilishga intilmoqda. Ma'lumotlarni yig'ish, qaror qabul qilish va yetkazib berishda yangi yondashuvlarni qo'llash orqali korxonalar endi raqamlashtirish davrida individual mijozlar uchun moslashtirilgan kompleks yechimlardan foydalanmoqda. Bu jarayonlar o'z navbatida, iste'molchilar orasida korxonaga sodiqlikni oshirish hamda biznes muvaffaqiyatini ta'minlaydigan chuqur hissiy aloqalarni iste'molchilar va korxona o'rtasida o'rnatishga yordam beradi.

Jahon iqtisodiyotining raqamlashuvi, texnologik va ijtimoiy madaniy muhitning rivojlanishi, aloqaning yangi shakllarining joriy etilishi bozorda iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlarni o'rnatishda yangi vositalarini izlashni taqozo etmoqda. Korxonalar uzoq vaqtdan beri o'z xizmatlari va mahsulotlarini sotish uchun turli vositalardan foydalanganlar, ammo endi ular barqarorlikni ta'minlash va bo'layotgan o'zgarishlarga tezroq javob berish uchun yangi boshqaruv vositalarini qo'llashga majbur bo'ldi. Bu esa marketing faoliyatining yangi shakli - raqamli marketing paydo bo'lishiga turtki bo'ldi. Shunday qilib, axborotni qayta ishlash va undan foydalanishning yangi raqamli usullari marketing faoliyati samaradorligini oshirishning asosiy manbasiga aylanmoqda.

Raqamli marketing hozirgi kunda zamonaviy raqamli texnologiyalar keng qo'llaniladigan sohalardan biridir. Marketing sohasida raqamli texnologiyalardan foydalanishning asosiy maqsadi - kengroq auditoriyani qamrab olish, shuningdek, turli "platformalarda" tarqatish orqali raqobatbardosh muhitni shakllantirish[2]. Bu omillarning barchasi nafaqat biznes, korxonalar va kompaniyalar uchun, balki siyosat sohasida ham hal qiluvchi ahamiyatga ega, chunki yuborilayotgan xabarlar va axborot sifati sezilarli darajada oshadi.

Raqamli iqtisodiyotni transformatsiya qilish sharoitida tovarlarning ta'minlangan mezonlari va iste'molchilarga yetkazib berish shakllari o'zgardi.

An'anaviy aloqa kanallari bilan taqqoslaganda, raqamli marketing bir qator o'ziga xos xususiyatlarga ega:

- axborot yetkazib beruvchini markazsizlashtirish, xaridor bilan bevosita muloqotda tanlash imkoniyati;
- raqamli marketing matn, audio, fotosuratlar, grafikalar kabi multimedia yordamida kontentni uzatadi;
- ma'lumotlarni uzatish zarur kasbiy vakolatlarga ega bo'lgan xodimlarning sa'y-harakatlarini talab qiladi;
- yangi ommaviy axborot vositalari maqsadli auditoriyaning talab va istaklarini inobatga olgan holda ma'lumotlarni yetkazishga qaratiladi;
- kontent doimiy ravishda yangilanadi va unga tezkor kirishni talab qiladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, an'anaviy va raqamli marketing o'rtasidagi jiddiy farq shundaki, raqamli marketing asosan raqamli kanallarga asoslanadi va shu tariqa marketologlarga korxonalar faoliyatini tahlil qilish uchun ko'proq nazorat, vositalar va ma'lumotlar olish imkonini beradi.

Fikrimizcha, raqamli marketing – bu raqamli kanallar, aloqa tarmoqlari, jumladan, gsm, gps, gprs, bluetooth, WiFi va internetning barcha mumkin bo'lgan shakllaridan foydalangan holda daromad olishga qaratilgan biznes strategiyasi va taktikasidir. Hayotimizdagi raqamlashtirish yangi cho'qqilarni zabt etdi, yanada ko'proq odamlar yanada ko'proq vaqtini onlayn tarzda o'tkazmoqda, butun dunyo bo'ylab internetdan foydalanuvchilarning soni doimiy ravishda ortib bormoqda.

Raqamli marketing hozirda yirik korxonalarning marketing budjetining taxminan 25 foizini tashkil qiladi. Barcha mavjud raqamli kanallar va aloqa vositalaridan foydalanadigan korxonalar boshqa korxonalarga qaraganda o'rtacha 25 foiz ko'proq daromad olmoqda[3]. Shu sababli, zamonaviy sharoitda marketologlar birinchi navbatda raqamli marketing bo'yicha bilim va ko'nikmalarga ega bo'lishi kerak.

Jahon amaliyotida hozirgi kunda qo'llanilayotgan yettita raqamli marketing kanallarini ajratib ko'rsatish mumkin:

1) Content marketing. O'z maqsadlariga erishish uchun korxonalar tegishli ma'lumotlar bilan to'ldirilgan kontent tarkibni yaratadilar hamda tarqatadilar. Raqamli iqtisodiyot sharoitida, kontent-marketing iste'molchilar bilan raqamli aloqa uchun asosiy va zarur vosita hisoblanadi, chunki u iste'molchilarni kompaniya brendi, tovar va xizmatlari bilan tanishtirish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar platformasini taklif etadi.

2) E-mail. Ushbu kanal o'zining ko'p qirraliligi bilan ajralib turadi va marketing budjetiga ta'sir etmasdan, identifikatsiyalash va avtomatlashtirish kabi kontent marketingdagi so'nggi tendensiyalarni qo'llash imkonini beradi. Elektron pochta, boshqa marketing maqsadlarini qo'llab-quvvatlash qobiliyatiga ega, shuning uchun B2B marketologlarning 70-75 foizi elektron pochta tegishli daromadlarni yaratish uchun eng yaxshi vosita deb hisoblashadi. Bundan tashqari, ushbu raqamli kanal shunchalik keng tarqalmoqdaki, u 2021-yilda 4,1 milliard foydalanuvchini qamrab oldi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023-yilga kelib bu ko'rsatkich 4,3 milliard foydalanuvchiga oshadi[4].

3) Organic Search. Ushbu raqamli kanal bir qator bepul internet qidiruv tizimlari bilan ifodalanadi, ular yordamida iste'molchilarning muayyan ehtiyojlarga bo'lgan talabini aniqlash va ularni qondirish mumkin. Organik raqamli marketing kanali Google, Bing, Yahoo va boshqalar kabi qidiruv tizimlaridan keladigan barcha veb-sayt trafigini o'z ichiga oladi.

4) Social Media (ijtimoiy tarmoq). Hozirgi vaqtda ijtimoiy tarmoqlarni rivojlantirish va tijorat maqsadlarida foydalanish foydalanuvchilar sonining ko'pligi, tovar va xizmatlarni sotish hamda har bir xaridorning shaxsiy manfaatlarini aniqlash imkoniyati yuqori ekanligi tufayli global internet-marketingning muhim qismiga aylandi.

5) Paid Search (pulli qidiruv). Pulli qidiruv raqamli marketing kanali pullik qidiruv tizimining reklamalaridan keladigan barcha veb-sayt trafigini o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, qidiruv tizimi marketingi (SEM) deb ham atalishi mumkin. Masalan, Google Adwords va Bing Ads. Ushbu raqamli kanalning asosiy farqi ma'lumotni pulli qidirishdir, buning natijasida joylashtirilgan pullik reklamalar

bepul reklamalardan yuqorida ko'rsatiladi va shuning uchun mahsulotni sotish imkoniyati ortadi[5].

6) Mobil. Mobil telefonlardan foydalanish darajasi yil sayin ortib bormoqda. Bugungi kunda, dunyoda 5,8 milliard odam mobil telefonlardan foydalanadi, bu esa mobil foydalanuvchilar uchun reklama kontentini joylashtirish mantiqiy ekanligini anglatadi. Bundan tashqari, geolokatsiyadan foydalanish muayyan mahsulot va xizmatlarni aniqroq tavsiya qilish imkonini beradi. Ushbu kanalning yana bir afzalligi mobil ilovalar va o'yinlar ishlab chiquvchilari bilan hamkorlik qilish orqali mahsulot va xizmatlarni reklama qilishdir, chunki smartfon foydalanuvchilarining 90% vaqtini ularda o'tkazadi.

7) Display Ads. Samaraliroq reklama xabari uchun tasvirlar, audio va videolardan foydalanish imkonini beruvchi displey reklama sifatida taqdim etiladi. Ma'lumotlar asosan veb-saytlar, elektron pochta platformalari, ijtimoiy media va reklama joylashtirishni taklif qiluvchi boshqa ko'plab raqamli kanallardagi reklamalarda, odatda banner shaklida ko'rsatiladi. Ushbu kanalning asosiy farqi, foydalanuvchilarni kuzatib borish va taklif qilingan mahsulot bo'yicha takroriy takliflar berish imkoniyatidir.

Raqamli transformatsiya endi marketologlarga iste'molchilar to'g'risida yanada aniqroq ma'lumotlarni to'plashga, bu esa ularga marketing dasturlarini yanada kuchaytirish va takomillashtirish imkonini beradi. Nima ishlamayotgani, nima ishlayotgani va qanchalik yaxshi ekanligini bilish marketologga yanada moslashuvchan marketing dasturlarini ishlab chiqish imkonini beradi [2]. Raqamli transformatsiya interaktivlikka juda katta, misli ko'rilmagan ta'sir ko'rsatdi. Filmlar, televideniya va musiqa kabi an'anaviy ommaviy axborot vositalaridan farqli ravishda, raqamli media interaktiv bo'lib, insonlarga nima iste'mol qilishlari, qanday iste'mol qilishlari va kim bilan baham ko'rishlari haqida ko'proq tanlash imkoniyatini berdi. Samarali internet marketing strategiyasi ko'proq mijozlarni jalb qilish, mavjud mijozlar bilan kommunikatsiya qilish korxona daromadini oshirish imkonini beradi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, raqamli texnologiyalar marketing sohasida o‘z o‘rnini muvaffaqiyatli egalladi va hozirda uning ajralmas vositaga aylandi. Raqamli marketing, o‘z navbatida, korxonalarga maqsadli auditoriya bilan samarali kommunikatsiya qilish, ular bilan bir “tilda” muloqot qilish, shuningdek, identifikatsiyalashgan kontentni yaratish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni “Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni amalga oshirish chora tadbirlari to‘g‘risida. <https://leks.uz/docs/-5030957>

2. Рахматов, 3. (2020). ZR Решение проблемы на рынке пассажироперевозки через маркетинговые коммуникации. Архив научных исследований, (21).

3. www.gartner.com

4. Murtazova Kh. S., Dakhaeva F. D. The role of digital marketing in the conditions of digitalization of society. Education. Science. Scientific Personnel, 2020, no. 3, pp. 149—151. (In Russ.) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tsifrovogomarketinga-v-usloviyahtsifrovizatsii-obshchestva/viewer>

5. Salutina T. Yu., Platunina G. P., Vasileva I. A. Development of a modern enterprise through the use of Internet marketing. In: Mobile business: prospects for development and implementation of telecommunication systems in Russia and abroad. Collection of materials (theses) of the XLII Int. conf. of the Russian Academy of Sciences, 2018. Pp. 86—89. (In Russ.).

THE ANALYSIS OF THE ATTRIBUTES OF SMART TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON TOURISM

Bunyod Matyusupov, Teacher at Urgench State University

Abstract: How smart tourism technologies (STTs) affect the tourism industry was analyzed in this article. All their attributes were studied in detail. The article also analyzes their importance not only in the development of the destination, but also in ensuring the stability of the environment.

Annotatsiya: Ushbu maqolada smart turizm texnologiyalari turizm sohasiga qanday ta'sir qilishi tahlil qilindi. Bunda, ularning barcha attributlari batafsil o'rganildi. Shuningdek, maqolada ularning nafaqat destinatsiyani rivojlantirishdagi, balki atrof-muhit barqarorligini ta'minlashdagi ahamiyati ham tahlil qilingan.

Аннотация: В данной статье проанализировано, как технологии умного туризма влияют на туристическую отрасль. Все их атрибуты были детально изучены. Также в статье анализируется их значение не только в развитии дестинации, но и в обеспечении стабильности окружающей среды.

Keywords: smart tourism technologies, informativeness, accessibility, interactivity, personalization, security

Kalit so'zlar: smart turizm texnologiyalari, axborotlilik, foydalanish qulayligi, interaktivlik, personallashtirish, xavfsizlik.

Ключевые слова: технологии умного туризма, информативность, доступность, интерактивность, персонализация, безопасность.

The tourism sector has experienced considerable changes caused by advanced technologies that have developed rapidly in recent decades. Being one of the largest worldwide industries, this sector is crucial to the socioeconomic development of many countries as it promotes the creation of new employment, better infrastructure, and social advancement. The UNWTO [1] reports that global tourism recorded 1,286 million trips in 2023 and increased by 34% compared to 2022 results reflecting an 88% recovery from pre-pandemic levels which is predicted to fully recover in 2024.

In recent years, there has been a growing notion to associate the term "smart" with modern technologies. These ideas have also been applied to tourist destinations, leading to the emergence of the phrase "smart tourism destination". Smart tourism was defined by Gretzel et al. [2] as a technology-focused travel experience and it is technologically, economically and socially developed using advanced smart technologies. Smart tourism combines smart technologies with tourist resources, allowing stakeholders to give appropriate and timely information

[3]. Moreover, tourists are always using smart technologies and showing the need for STTs during their travels.

With the aid of smart technologies, tourism stakeholders have excellent potential to collect, store, and retrieve big data. In response, the majority of travel agencies are utilizing smart technologies to gain a competitive edge and enhance their reputation [4,5]. Today, in addition, tourists not only rely on the recommendations of travel agencies but also use mobile applications, websites and other smart technologies to plan their trips. Tourists, with the help of mobile applications developed for the tourism destination and websites with information about it, can plan their trips and make decisions by getting acquainted with the comments and opinions written by other tourists about this destination [6].

Tourism-related platforms, mobile applications, cloud computing, the Internet of Things, social networking sites, augmented reality (AR), virtual reality (VR) and integrated payment methods are examples of STTs [7]. For instance, mobile technologies play an important role in providing more convenient conditions for tourists, because smartphones, tablets or other mobile devices can be used to communicate with anyone from anywhere at any time and find important information [8]. Moreover, many travelers find various online social platforms and social networks to be their primary means of sharing travel information. Similarly, tourists are having experiences in artificial and interactive environments created by computer programs with the help of AR and VR technologies.

Prior studies (e.g., [2,6,7,9]) have categorized STTs by five unique attributes such as accessibility, informativeness, interactivity, personalization and security. First, informativeness is defined as an attribute that involves the amount, quality, and reliability of information provided by STTs [9]. Pavlou et al., [10] studied the efficiency of websites to analyze informativeness and noted that the information tourists received from the website was useful and innovative. No and Kim [11] define interactivity as the second feature, which allows tourists to communicate live and get immediate answers to questions that are important to them. Jeong

and Shin [7] argued that through this feature, STT enables tourism stakeholders to collect updated tourism information, promote interaction and engagement, and offer more attractive personalized services. The next, accessibility refers to the degree to which information about available tourist services in a destination, as well as other important travel-related information, can be easily obtained and used by tourists online [4,11]. A high accessibility level of STTs increases individuals' desire to learn more about a destination [5], which, in turn, can increase tourists' travel experience [4]. Personalization, the fourth attribute of STTs, is the process of finding and utilizing specific information about customers' desires and preferences to provide them with appropriate information regarding their needs and goals. Also, personalization provides tourists with precise information to meet their travel requirements [7] whereas big data or cloud computing can provide travellers with recommendations tailored to their preferences, personality, and purchase history [5]. Security, the last attribute of STTs, is defined as the security of the personal data of STT users [4]. Security is one of the main advantages of STTs as tourists are more inclined to use them when they feel safe to provide personal information [5]. When the security of personal information is perceived to be at risk, tourists become more concerned about privacy and security, and as a result, they avoid paying for online tourist services [7]. Therefore, in the digital age, protecting sensitive personal information is important.

According to our analysis, many organizations in tourism are increasingly adopting smart technology for long-term goals to achieve economic and sustainable growth, realizing the necessity to adapt to current technological changes and the quickly rising population. Long-term plans and strategies incorporating sustainability and social responsibility may help tourism destinations improve not only the living conditions of the residents but also their competitiveness since consumers are showing the trends of buying products from businesses that consider social responsibility [12].

Overall, the adoption of STTs helps destinations make better use of their resources, expedite decision-making, and improve municipal info-structure facilities, all of which increase the quality of tourism services and visitor satisfaction. Therefore, many scholars have concentrated on how information technology is influencing the travel and tourism industry due to the growing popularity of "smart tourism". The idea behind smart tourism is that by employing technology to give visitors more specialized and efficient services, destination managers may increase sustainability, reduce waste, and better allocate resources.

References:

1. UNWTO report, UN Tourism Barometer (2024), available at <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), pp. 179-188.
3. Buhalis, D. (2019). "Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article", *Tourism Review*, Vol. 75 No. 1, pp. 267-272.
4. Azis N., Amin M., Chan S., Aprila C. (2020). "How smart tourism technologies affect tourist destination loyalty", *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Emerald Publishing Limited, 1757-9880, <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2020-0005>
5. Pai Ch., Liu Y., Kang S., Dai A. (2020). "The Role of Perceived Smart Tourism Technology Experience for Tourist Satisfaction, Happiness and Revisit Intention", MDPI, *Sustainability*, 12, 6592, <https://doi.org/10.3390/su12166592>
6. Lee, H., Lee, J., Chung, N. and Koo, C. (2018). "Tourists' happiness: are there smart tourism technology effects?", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 23 No. 5, pp. 486-501. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1468344>
7. Jeong, M., and Shin, H.H. (2019). "Tourists' experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions", *Journal of Travel*

8. Kim, J. and Tussyadiah, I. (2013). Social Networking and Social Support in Tourism Experience: The Moderating Role of Online Self-Presentation Strategies. *J. Travel Tour. Mark.* 30, pp. 78–92.

9. Pai, C., Kang, S., Liu, Y. and Zheng, Y. (2021), “An Examination of Revisit Intention Based on Perceived Smart Tourism Technology Experience”, *Sustainability*, Vol. 13 No. 2, pp. 1007. <https://doi.org/10.3390/su13021007>

10. Pavlou P.A., Liang, H. Xue, Y. (2007). Understanding and mitigating uncertainty in online exchange relationships: a principal-agent perspective, *MIS Q.* 1 (1), pp. 105–136.

11. No, E. and Kim, J.K. (2015). “Comparing the attributes of online tourism information sources”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 50, pp. 564-575.

12. Castro-González, S., Bande, B., Fernández-Ferrín, P., & Kimura, T. (2019). Corporate social responsibility and consumer advocacy behaviours: The importance of emotions and moral virtues. *Journal of Cleaner Production*, 231, pp. 846-855.

RAQAMLI IQTISODIYOTNI MEHNAT RESURSLARIGA TA’SIRI

Durumov Temur G‘olibovich - Urganch davlat universiteti

2-kurs tayanch doktoranti

Annotatsiya: Raqamlashtirish xodimlar uchun qanday imkoniyatlar va xavflarni keltirib chiqaradi? Ushbu maqolada bu savollarning barchasiga mehnat resurslari olamida raqamlashtirish haqidagi ushbu tushuntirishda javob beriladi.

Kalit so‘zlar: ishchi kuchi, mehnat resurslari, kadrlar salohiyati, ishsizlik, raqamlashtirish, tadbirkorlik, biznes, qishloq xo‘jaligi subyektlari, agrar iqtisodiyot, raqamli iqtisodiyot

Аннотация: Какие возможности и риски несет сотрудникам цифровизация? Эта статья отвечает на все эти вопросы в объяснении цифровизации в мире человеческих ресурсов.

Ключевые слова: рабочая сила, трудовые ресурсы, кадровый потенциал, безработица, предпринимательство, бизнес, субъекты сельского хозяйства, аграрная экономика, цифровая экономика.

Abstract: What opportunities and risks does digitization bring to employees? This article answers all these questions in this explanation of digitization in the world of human resources.

Key words: workforce, labor resources, personnel potential, unemployment, entrepreneurship, business, agricultural entities, agrarian economy, digital economy

Kirish. Mehnat resurslarini raqamlashtirishda “World of Work 4.0” atamasi tez-tez ishlatiladi. Bu ifoda to‘rtinchi sanoat inqilobi (Sanoat 4.0) davrida paydo bo‘lgan. Mehnat dunyosidagi raqamlashtirish ish shakllari va mehnat sharoitlarini o‘zgartirmoqda. Ushbu o‘zgarishlar mehnat dunyosining deyarli barcha sohalarida sodir bo‘lmoqda. Kompaniya ichidagi jarayonlar raqamli yoki ba’zi hollarda to‘liq avtomatlashtirilgan holda qo‘llab-quvvatlanadi. Xodimlar ko‘pincha vaqt va joydan qat’iy nazar ishlash imkoniyatiga ega. Misol tariqasida olib qarasak, ilgari hamkasblari bilan uchrashish uchun har bir xodim ofisga kelishi kerak edi. Bugungi kunda uchrashuvlar “Microsoft Teams”, “Google Meet” yoki “Zoom” orqali raqamli tarzda ishtirokchilar o‘z stolida o‘tirgan holda o‘tkazishi mumkin. “Work 4.0” yoki “Working World 4.0” atamasidan Germaniya va Yevropada keng foydalaniladi. Xalqaro miqyosdagi xodimlarning shaxsiy erkinligiga qaratilgan bu konsepsiya “Yangi ish” deb ataladi. Ular o‘z ishlarini ehtiyojlari va xohishlariga ko‘ra loyihalashtiradilar.

Insonlarning mehnat faoliyati doimiy ravishda o‘zgarib boradi. Quyidagi jadvalda mehnat olamidagi turli o‘zgarishlarni qanday vujudga kelganligi, raqamli ish olami qanday paydo bo‘lganini tushuntiradi.

Jadvalda tasvirlangan o‘zgarishlar hozirda asosan ofis ishlari va ishlab chiqarishga ta’sir qiladi. Bundan tashqari, tibbiyotda bo‘lgani kabi, inson mehnati ham talab qilinadigan ko‘plab ish sohalari mavjud. Misol uchun, ta’lim, sog‘liqni saqlash va xavfsizlik tizimlari

“Work 1.0” dan “Working World 4.0” ga qadar rivojlanish jadvali [1]

Rivojlanish bosqichlari	Davri	Muhim ixtirolar	Xodimlar va jamiyatga ta'siri
“Work 1.0”	18-asr oxiri	- Bug‘ va gidroelektr dvigatellari - Mexanik va ko‘p miqdorda ishlab chiqarilgan tovarlar (ommaviy ishlab chiqarish)	- qishloq xo‘jaligidan zavod ishiga o‘tishning kuchayishi - Shaharlarda o‘zgaruvchanlik - ish haqi, ishchilarining yangi toifasi - hech qanday huquqlar yo‘q edi, natijada birinchi ishchi tashkilotlari tashkil topdi
“Work 2.0”	19-asrning oxirida	• Elektrlashtirish • Ommaviy ishlab chiqarish • Yig‘ish liniyasi ishlab chiqarish	• Metropoliyalarda ishlagandan ko‘ra ko‘proq odamlar bor • uzoq siljishlar • Ekzistensial qo‘rquvlar • Bismark orqali ijtimoiy qonunchilik
“Work 3.0”	20-asr o‘rtalari	• Xizmatni professionallashtirish • Axborot texnologiyalari • Ish dunyosini avtomatlashtirish	• Keng malaka • “bilimli xodimlar”ga yuqori talab • Oddiy ishchilarni mashinalar bilan almashtirish • Ijtimoiy bozor iqtisodiyotining joriy etilishi
“Work 4.0”	20-asr oxiri	• raqamlashtirishni rivojlantirish • Sun‘iy intellekt • robototexnika	• Ishchilar mashinalar bilan yaqinroq ishlaydi • Yangi texnologiyalar haqida umrbod o‘rganish talab etiladi

Mehnat faoliyatini raqamlashtirishda bir qator imkoniyatlar va xavflar mavjud. Ish dunyosini raqamlashtirish ko‘plab imkoniyatlarni taqdim etadi va ko‘plab afzalliklarga ega. Raqamlashtirish samarali faoliyat, vaqtni tejash jarayonlari, professional va shaxsiy hayotning mosligi. Mehnat bosqichlari avtomatlashtirilgan jarayonlar va dasturiy ta‘minot bilan boshqariladigan qurilmalar/mashinalardan foydalanish orqali samaraliroq amalga oshiriladi. Masalan, 3D printer yordamida buyum ishlab chiqarishdan tashqari, xodimlar

boshqa mahsulotni ishlab chiqishlari mumkin. Raqamli aloqa va ma'lumotlar bazalari mijozlar, biznes sheriklar yoki hamkasblar bilan hamkorlikni ancha osonlashtiradi. Ushbu ish jarayonlari ko'proq vaqtni tejashga yordam beradi. Raqamli aloqaning ushbu turi xodimlarga kundalik ishlarini ular uchun optimal tarzda tuzishga imkon beradi. Shunday qilib, ish va oila yanada muvozanatli bo'lishi mumkin[2].

Biroq, raqamlashtirish jarayoni har doim kompaniyalar va xodimlarni qiyinchiliklarga duchor qiladi. Bunga, yuqori investitsion xarajatlar, infratuzilmaning yetishmasligi, mashinalar xodimlarni faoliyatini egallaydi va shuning uchun ish o'rinlarini almashtiradi hamda xodimlarda stress yuzaga keladi. Kompaniyalarda va shu tariqa ish dunyosida raqamlashtirishni rivojlantirish uchun investitsiyalar kiritilishi kerak. Biroq, ayniqsa, kichik kompaniyalar ko'pincha bu investitsiya kiritmaydi. Natijada, raqamli transformatsiyani uzluksiz amalga oshirish mumkin emas va zarur infratuzilma yetishmaydi. Agar robotlar va mashinalar tomonidan ko'proq ish qadamlari qo'yilsa, ba'zi ish o'rinlari muqarrar ravishda yo'qoladi. Raqamlashtirish yangi kasblarni yaratmoqda, ammo ular yuqori malakali xodimlarni talab qiladi. Malaka qanchalik past bo'lsa, ishsizlik xavfi shunchalik yuqori bo'ladi. Bu xodimlarga tezkor raqamli o'zgarishlarni kuzatib borish uchun bosim yaratadi. Bundan tashqari, Internet va raqamli tarmoq tufayli xodimlar ko'pincha doimiy ravishda mavjud bo'lishi kutiladi. Bularning barchasi har bir kishi uchun og'ir stressga olib kelishi mumkin[3].

Xulosa. Mehnat dunyosidagi raqamlashtirish ish shakllari va mehnat sharoitlarini o'zgartirmoqda. Raqamlashtirishning ta'sirini ish dunyosining barcha sohalarida ko'rish mumkin. Jarayonlar raqamli yoki ba'zi hollarda to'liq avtomatlashtirilgan holda qo'llab-quvvatlanadi. Xodimlar vaqt va joydan qat'iy nazar ishlash imkoniyatiga ega.

Texnologiyalarning jadal rivojlanishi xodimlardan doimiy ravishda moslashish va o'qitishni talab qiladi. Texnologik o'zgarishlarning tezligi ishchi kuchidan doimiy ravishda moslashishni talab qiladi. Xodimlar sun'iy intellekt, blokcheyn va kiberxavfsizlik kabi sohalaridagi so'nggi ishlanmalardan xabardor

bo'lish uchun muntazam treningdan o'tishlari kerak. Bu o'z jamoalarida innovatsion texnologiyalardan samarali foydalanish uchun zarur bo'lgan ko'nikmalarga ega bo'lishini ta'minlashi lozim. Raqamli iqtisodiyot dinamik bo'lib, kompaniyalardan bozordagi o'zgarishlarga tezkorlik bilan munosabatda bo'lishni talab qiladi. Bu biznes modellari va ish jarayonlari nuqtai nazaridan yuqori darajadagi moslashuvchanlik va tezkorlikni talab qiladi.

Ushbu muammolarni hal qilish har tomonlama strategik rejalashtirishni, kadrlar tayyorlash va texnologiyaga sarmoya kiritishni hamda o'zgaruvchan bozor sharoitlariga doimiy moslashishni talab qiladi.

Adabiyotlar:

1. Personio, Work 4.0 (2022-yil 19-sentyabr).
2. Ottonova, Mehnatning evolyutsiyasi (2022-yil).
3. IHK - Mehnat dunyosini raqamlashtirish (2022-yil).

TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETINGDAN SAMARALI FOYDALANISH IMKONIYATLARI

**Ilhamova Zarnigor Po'latjon qizi, Urganch Davlat universiteti,
Menejment va marketing kafedrasida katta o'qituvchisi,**

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizmni rivojlantirishda raqamli marketingdan samarali foydalanish bo'yicha bilimlar darajasi o'rganilgan, shuningdek, mavjud tadqiqotlar tahlili asosida rivojlantirish imkoniyatlari aniqlangan.

Аннотация. В статье исследуется уровень знаний по эффективному использованию цифрового маркетинга в развитии туризма, а также выявляются возможности развития на основе анализа существующих исследований.

Abstract. The article examines the level of knowledge on the effective use of digital marketing in the development of tourism, as well as identifies opportunities for development based on the analysis of existing research.

Kalit soʻzlar: anʼanaviy marketing, raqamli marketing, turizm marketing, raqamli texnologiyalar, kontent marketing, ijtimoiy tarmoq marketingi.

Ключевые слова: традиционный маркетинг, цифровой маркетинг, маркетинг в туризме, цифровые технологии, контент-маркетинг, маркетинг в социальных сетях.

Key Words: traditional marketing, digital marketing, tourism marketing, digital technologies, content marketing, social media marketing.

Zamonaviy turizm XXI asrning global hodisasi boʻlib, u nafaqat iqtisodiyotning yuqori daromad keltiruvchi tarmogʻi balki, maʼlum turistik maqsadlarga ega dam olish, boʻsh vaqtni mazmunli va samarali oʻtkazish usuli sifatida namoyon boʻluvchi ijtimoiy hodisadir. Soʻnggi yillarda raqamli texnologiyalar xususan, internetning rivojlanishi iqtisodiyotning barcha tarmoqlaridagi singari turizm ham isteʼmolchini jalb qilish, ushlab turish va uning ehtiyojlarini toʻlaqonli taʼminlash maqsadida raqamli texnologiyalardan foydalanishni taqozo etmoqda.

Mamlakat Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan “Raqamli Oʻzbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora - tadbirlari toʻgʻrisidagi PF-6079 sonli [1] farmonini qabul qilinishi axborot texnologiyalarini barcha sohalarida yanada faol rivojlantirilishiga keng imkoniyat yaratmoqda.

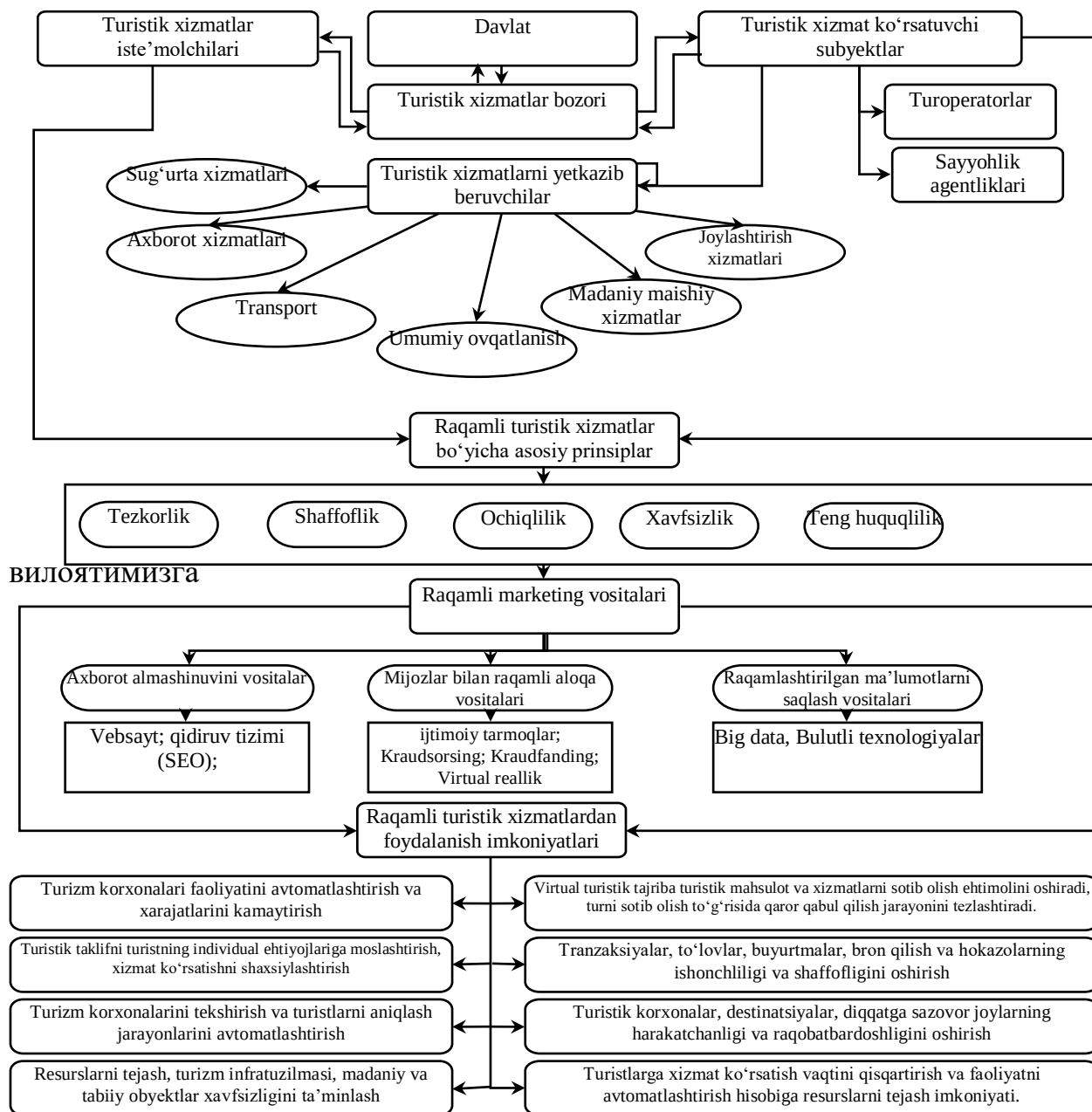
Turistik faoliyatni mijozlar talab va ehtiyojlariga yoʻnaltirish zarurati shu bilan birga zamonaviy isteʼmolchilarning anʼanaviy axborot vositalaridan raqamli axborot vositalariga oʻtishi, turizm ham raqamli texnologiyalarga asoslangan raqamli marketing strategiyalarining dolzarbligini oshiradi.

Raqamli marketing isteʼmolchilar bilan aloqa oʻrnatish ularni keng jalb qilish va saqlab qolish imkonini beruvchi veb saytlar, raqamli reklama, ijtimoiy tarmoq, elektron pochta va mobil aloqa kabi raqamli aloqa vositalaridan foydalanishni oʻz ichiga olgan amaliyotlarni nazarda tutadi[2].

Turizm marketingni turistlar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan tadbirlarni tadqiq qilish, amalga oshirish, nazorat qilish va baholashni oʻz ichiga oluvchi uzluksiz ketma-ket jarayon sifatida tushunish mumkin. U bozorda talab qilanidan

xizmatlar bilan taklif qilinayotgan xizmatlarni doimiy ravishda moslashtirish tizimidir. Pirovardida maqsadi tanlangan hudud yoki mintaqaning turistik jozibadorligini oshirishdan iborat bo'lgan, talabning oshishiga va ushbu joy obro'sining yaxshilanishiga olib keluvchi raqamli marketing vositalaridan foydalangan holda marketingni amalga oshirish turizm raqamli marketingni ifodalaydi. Raqamli marketing turizm raqobat ustunligining muhim omiliga aylanib bormoqda[3].

Demak, turizm raqamli marketing an'anaviy marketingning takomillashgan ko'rinishi bo'lib, zamonaviy marketing miksinin muhim elementi hisoblanadi. Turizm global raqobatga duch keladigan va doimiy o'zgarishlar bilan ajralib turadigan dinamik xizmat ko'rsatish sohasi bo'lganligi sababli, mazkur sohada raqamli marketing strategiyalaridan samarali foydalanish raqobatdosh ustunlikni yaratishning asosiy omilidir. Raqamli marketing strategiyalari asosida mintaqalar turizmini rivojlantirish strategiyalari nafaqat xizmatlar samaradorligini oshirish, balki mamlakat nufuzi va brendini jahonga tanitishning ustuvor yo'nalishi hisoblanadi. Turizm xizmatlari bozori va unda raqamli marketing vositalarining o'zaro bog'liq modeli 1-rasmda ifodalanadi.



1-rasm. Turizm xizmatlari bozori va raqamli marketing vositalarining o'zaro bog'liq modeli. (Muallif ishlanmasi)

Iste'molchilarga turizm xizmatlarini ko'rsatishga moslashtirish jarayonini eng yaxshi tarzda kengaytira oladigan va doimiy yuqori rentabellik asosida ularning uzoq muddatda omon qolishini ta'minlay oladigan turizm korxonalari raqobatdosh ustunliklarga ega bo'ladilar. Bizning fikrimizcha, raqamli marketing orqali bunga erishish mumkin.

Raqamli marketing vositalarining turizm xizmatlari bozoriga ta'siri raqamli transformatsiya ta'sirida yuzaga keladi. Shuning uchun marketing yanada interaktiv va vizual yo'naltirilgan bo'lishi va raqamli texnologiyalardan

foydalanish darajasi oshib borishi lozim. Zamonaviy ommaviy axborot vositalari iste'molchilarning ishtirokini va axborotning bozoridagi keskin raqobat ta'sirida yanada kuchayib boradi, shuning uchun marketing yondashuvlarini o'zgartirish va yangi marketing vositalaridan foydalanish zarurati barcha tarmoqlar va sohalar, shuningdek turizm xizmatlari bozorida ham samarali foydalanish imkoniyatlari tug'iladi.

Turizmda raqamli marketing vositalaridan foydalanish tezkorlik, shaffoflik, ochiqlik, xavfsizlik, teng huquqlik prinsiplariga asoslanishi lozim. Bunday prinsiplar asosiga qurilgan turizm bozori marketingning a'nanaviy MIKS hisoblangan "4P" dan mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv hisoblangan "4C" ga o'tishni ta'minlaydi. Natijada turistik xizmatlar bozori zamonaviy yondashuvlar asosida rivojlanadi.

Foydalangan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora - tadbirlari to'g'risidagi PF-6079 sonli farmoni. lex.uz

2. H. Karjaluoto, N. Mustonen, P. Ulkuniemi The role of digital channels in industrial marketing communications The Journal of Business and Industrial Marketing, 30 (6) (2015), pp. 703-710

3. A. Coca-Stefaniak, S. Carroll Traditional or experiential places? Exploring research needs and practitioner challenges in the management of town centres beyond the economic crisis Journal of Urban Regeneration and Renewal, 9 (1) (2015), pp. 35-42

HUDUDLAR IQTISODIYOTINI INNOVATSION RIVOJLANISHINING O'ZIGA XOS JIHATLARI

F.Jumaniyozov - Urganch Davlat universiteti
Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) mutaxassisligi
2-kurs magistranti

**S.Matkuliyeva - Ma'mun NTM Buxgalteriya hisobi va umumkasbiy
fanlar kafedrasida katta o'qituvchisi**

Annotatsiya: Ushbu maqolada hududlarning innovatsion rivojlanish tamoyillari hamda innovatsion rivojlanish bo'yicha taklif va tavsiyalar berilgan.

Kalit soʻzlar: hudud, innovatsion, innovatsion muhit, innovatsion faoliyat, innovatsion rivojlanish.

Аннотация: В данной статье представлены принципы инновационного развития регионов, а также предложения и рекомендации по инновационному развитию

Ключевые слова: сфера, инновационная, инновационная среда, инновационная деятельность, инновационное развитие

Annotation: This article presents the principles of innovative development of regions and offers and recommendations on innovative development

Keywords: region, innovative, innovative environment, innovative activity, innovative development.

Hozirgi zamonaviy jamiyat shakllanishining asosiy global tendensiyasi xom ashyo va sanoat iqtisodiyotidan yangi iqtisodiyotga oʻtish boʻlib, uning asosini intellektual resurslar, bilim va axborot texnologiyalari tashkil etadi. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida, asosan, innovatsion rivojlanishga yoʻnaltirilgan holda, sanoat, jamiyat va fan oʻrtasidagi munosabatlarning shunday tizimi shakllanmoqda, bunda innovatsiyalar ushbu toifalarning rivojlanishi uchun asos boʻlib, ular oʻz navbatida, ragʻbatlantiruvchi omil hisoblanadi. Shuningdek, innovatsiyani rivojlantirish, uning yordamida innovatsion jarayonning yoʻnalishi va fanni rivojlantirishning muhim yoʻnalishlarini aniqlash bugungi kunning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

Shunday qilib, davlat, biznes va ilmiy muhit, shuningdek jamiyat birgalikdagi saʼy-harakatlar bilan mamlakatning innovatsion rivojlanishi mexanizmini shakllantirishi mumkin. Shuning uchun ham, har mamlakat, har bir mintaqa iqtisodiyotini innovatsion rivojlanishi muhim ahamiyatga ega. Tadqiqot jarayonida, hududlar iqtisodiyotini innovatsion rivojlanishning mohiyati va mazmini boʻyicha amalga oshirilgan tadqiqot ishlarini koʻrib chiqdik.

Bizning fikrimizcha, tadqiqotchi D.I.Kokurin taklif qilgan taʼrif innovatsion rivojlanishning mohiyatini toʻliqroq ochib beradi. Tadqiqotchining fikriga koʻra, innovatsion rivojlanish - bu “maqsadlarning maxsus innovatsion yoʻnalishi, ularga

erishish yo'llari, davlatning iqtisodiy jarayonlarga va bozorni o'z-o'zini tashkil etishga ta'sir qilish mexanizmining maxsus innovatsion "sozlanishi" hisoblanadi"[1]. Umuman innovatsiya iqtisodiyotning barcha sohalaridagi bo'g'inlarga yo'naltirilishi, asosan, tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishda innovatsiyalardan kompleks foydalanishni hisobga olgan holda amalga oshirilishi, shuningdek, tartibga solish shakllari va usullari samaradorligini hisobga olgan holda qayta taqsimlanishi o'z ichiga oladi.

"Innovatsion rivojlanish" deb ataladigan ijtimoiy-iqtisodiy jarayonni hisobga olib, biz uni tashkil etishning asosiy tamoyillarini aniqlashimiz lozim. Bizning fikrimizcha, bu innovatsion muhit va innovatsion tizimning mavjudligi, shuningdek, shaxs va jamiyatning innovatsiyalarni qabul qilish qobiliyati va innovatsion fikrlashning motivatsion mexanizmlarini o'z ichiga oladi. Innovatsion rivojlanish jarayonini samarali amalga oshirish faqat innovatsion muhit tomonidan yaratilgan muayyan sharoitlarda mumkin bo'ladi. Shuningdek, samarali innovatsion tizimning asosiy shartlaridan biri hisoblanadi.

"Innovatsion muhit" tushunchasining paydo bo'lishi XX asrning 80-yillarning boshlariga to'g'ri keladi. XX asrda dastlab, u xo'jalik yurituvchi subyektlarga yangi g'oyalar, mahsulotlar ishlab chiqarish, yangi ishlab chiqarishlarni yaratish va yangi bozorlarni o'zlashtirish uchun taqdim etilayotgan tizimli sharoitlarni tahlil qilish vositasi bo'lib xizmat qilgan. Biz innovatsion muhit deganda, innovatsion faoliyatning shakllanishi va rivojlanishiga ta'sir etuvchi shart-sharoitlar majmuasini tashkil etuvchi jarayonlar va hodisalar majmuini tushunamiz. Innovatsion faoliyat tushunchasiga aniqlik kiritib, uning mohiyatini investitsiya qilingan intellektual mulk egalari, real aktivlarni investitsiya qiluvchi tadbirkorlar, jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy manfaatlarini ko'zlab faoliyat yurituvchi va ularga har tomonlama yordam ko'rsatuvchi davlat organlarini o'z ichiga olgan asosiy ishtirokchilar nuqtai nazaridan ochib berishga harakat qilamiz.

Muhandislar va olimlar intellektual mulkning potentsial tashuvchilari hisoblanadi. Ular innovatsiyani ishlab chiqarish va sotishda sifatli mahsulotlarning

yangi turlarini, yangi texnologik jarayonlar va uskunalar turlarini o'zlashtirish imkonini beradigan jarayon sifatida belgilaydilar. Intellektual mulkning me'yoriy ta'rifi ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalari (sanoat mulki obyektlari) va yuridik shaxsni individuallashtirishning ekvivalent vositalarini, bajarilgan ishlar yoki xizmatlar mahsulotlarini (shu jumladan firma nomi, tovar belgisi, xizmat ko'rsatish belgisi va boshqalar) o'z ichiga oladi[2]. Agar biz innovatsion faoliyatga muhandislar va olimlar nuqtai nazaridan yondashsak va uni intellektual mulkni ishlab chiqarish va amalga oshirish deb hisoblasak, shuni ta'kidlash kerakki, bu ta'rif to'liq emas va faoliyatning mulkiy va iqtisodiy asoslarini qamrab olmaydi.

Zamonaviy iqtisodiyotda innovatsiyalarning tizimli tavsifi xalqaro standartlarga asoslanadi, unga ko'ra innovatsiya bozorga kiritilgan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot ko'rinishida mujassamlangan innovatsion faoliyatning yakuniy natijasi hisoblanadi. Shuniungdek, innovatsiyalar ham amaliy faoliyatda foydalaniladigan yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayonlar hisoblanadi. Shunga ko'ra, innovatsiyaning eng keng tarqalgan va o'rnatilgan ta'rifi innovatsiyani bozorga kiritilgan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotni yaratish jarayoni, amaliy faoliyatda qo'llaniladigan yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon sifatida ta'riflash hisoblanadi. Bizning fikrimizcha, bu ta'rifda innovatsion faoliyatning iqtisodiy mohiyati to'liq ochib berilmagan. Bu yerda innovatsion faoliyat (innovatsiya) obyektining hosilasiga qisqartiriladi va uning paydo bo'lish sabablari ko'rsatilmaydi hamda uning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati ham hisobga olinmaydi. Innovatsion faoliyat konsepsiyasini kengaytirish uchun innovatsion faoliyatni innovatsion yechim nuqtai nazaridan ko'rib chiqaylik.

Innovatsion yechim - bu muammoni yangi alternativ va samaraliroq usullar yordamida hal qilish doirasidagi harakatlar ketma-ketligi. Shu bilan birga, yangi usullar oldida xarajatlar va vaqtni qisqartirish orqali yuqori samaradorlikni ta'minlash vazifasi turibdi. Bu mavjud muammolarni hal qilish sifatini oshirishga, shuningdek, butunlay yangi muammolar va muammolarni hal qilishga yordam beradi.

Binobarin, innovatsion faoliyatni takomillashtirilgan yoki yangi texnologik jarayonlar va mahsulotlarni yaratish va bozorga chiqarish orqali jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasini oshirishga imkon beradigan innovatsion yechimlar majmui sifatida belgilash mumkin. Shunday qilib, innovatsion rivojlanishni amalga oshirish faqat innovatsion faoliyat doirasidagi innovatsion yechimlarning doimiy oqimi sharoitida mumkin.

Innovatsiya innovatsion faoliyatning natijasi va obyekti bo'lib, uning subyektlari umumiy innovatsion jarayonda o'ziga xos funksiyalar yuklangan ijtimoiy-iqtisodiy institutlar hisoblanadi[3]. Innovatsion jarayon innovatsiyalarni yaratish doirasidagi harakatlar ketma-ketligi sifatida ishlaydi. U ijtimoiy-iqtisodiy muammoni qo'yishdan boshlab, muayyan ijtimoiy-iqtisodiy foyda olishgacha bo'lgan barcha bosqichlarni o'z ichiga oladi.

Innovatsion faoliyat infratuzilmasi - bu uning subyektlari tizimi va ularning munosabatlari (innovatsion jarayonning barcha bosqichlarini amalga oshirishni ta'minlaydi), innovatsion infratuzilma elementlari bir-biri bilan o'zaro ta'sir qiladigan qoidalar to'plami hisoblandi. Shu bilan birga, mintaqaning innovatsion rivojlanishiga yo'naltirilganlik tamoyilini amalga oshirishning dolzarbligini belgilovchi omillar mavjud:

➤ har bir hudud mavjud ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarga mos ravishda rivojlanadi, shunga mos ravishda butun mamlakatda innovatsion va innovatsion jarayonlarni birlashtirish mumkin emas. Muayyan hududda innovatsion rivojlanish dasturi hududiy iqtisodiyotning ixtisoslashuvi va uni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerak;

➤ bilim talab qiladigan ishlab chiqarish tamoyili uni tashkil etishda oldingi keng ko'lamli, standartlashtirilgan yondashuv o'rnini egallaydi, mahsulot va texnologiyalarni doimiy yangilash imkoniyatini oshirish jahon bozorida millatning raqobatbardosh mavqeini mustahkamlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Bunday iqtisodiyotda olimlar, tadbirkorlar va mahalliy ma'muriyatning mahalliy ittifoqlari bozor muvaffaqiyatiga erishishda muhim omil hisoblanadi;

➤ zamonaviy ko‘p tarmoqli iqtisodiyotda yuqori raqobatbardosh o‘rinlarga erishish faqat ma’lum bir ixtisoslik doirasida barcha mavjud resurslarni jamlash orqali mumkin. Shuning uchun innovatsion faoliyatni har bir hududning iqtisodiy ixtisoslashuviga qarab rivojlantirish maqsadga muvofiqdir. Bunda mintaqaviy innovatsion siyosatning eng muhim elementlaridan biri ma’lum bir ixtisoslik doirasida texnologiyalarning eng tez tarqalishi uchun shart-sharoitlarni yaratishdir;

Mintaqada innovatsion faoliyatni amalga oshirishni ta’minlashga qaratilgan asosiy shartlardan biri qator resurslarning kombinatsiyasi, shuningdek, ushbu resurslarni innovatsion mahsulotga aylantiruvchi tashkiliy-iqtisodiy tizimning mavjudligi bo‘ladi. Ushbu elementar to‘plamdan foydalanib, hududning innovatsion sohasining potentsial darajasini tavsiflash mumkin, chunki bu to‘plam alohida iqtisodiy kategoriya - innovatsion salohiyat sifatida faoliyat ko‘rsatadi. Binobarin, hududni innovatsion rivojlantirish modeli asos bo‘ladigan yana bir tamoyil muayyan hududning innovatsion salohiyati darajasi bo‘ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar royhati:

1. Кокурин Д. И. Инновационная деятельность / Д. И. Кокурин. -М.: Экзамен, 2009. — 576 с.
2. Афонин И. В. Инновационный менеджмент и экономическая оценка реальных инвестиций. Москва: Гардарики, 2010. 123 с..
3. Гуриева Л. К. Новые подходы к инновационному развитию регионов / Л. К. Гуриева // Гуманитарные и социальные науки. -2013.- № 5. - С. 35–42.

XORIJIY MAMLAKATLARDA BANK VA MOLIYA SOHASIDAGI SUN’IY INTELEKTNI QO‘LLASH IMKONIYATLARI

**J.F.Babajanov - Urganch davlat Universiteti Ijtimoiy-Iqtisodiy fanlar
fakulteti Menejment va marketing kafedrasi dotsenti v.b., PhD.**

Annotatsiya: Maqolada bank va moliya tizimida axborot texnologiyalardan foydalanishning imkoniyatlari tahlil qilingan. Tarmoqda sun’iy intellektidan foydalanishning standart modellari tizimlashtirilgan. Shu bilan birga, tranzaksiya

xavfsizligini oshirishda zamonaviy axborot texnologiyalarining o'rniga baho berilgan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, axborot xavfsizligi, sun'iy intellekt, tranzaksiya.

Аннотация: В статье анализируются возможности использования информационных технологий в банковско-финансовой системе и систематизированы в области стандартные модели использования искусственного интеллекта. В то же время оценены современные информационные технологии с точки зрения повышения безопасности транзакций.

Ключевые слова: цифровая экономика, информационная безопасность, искусственный интеллект, транзакция.

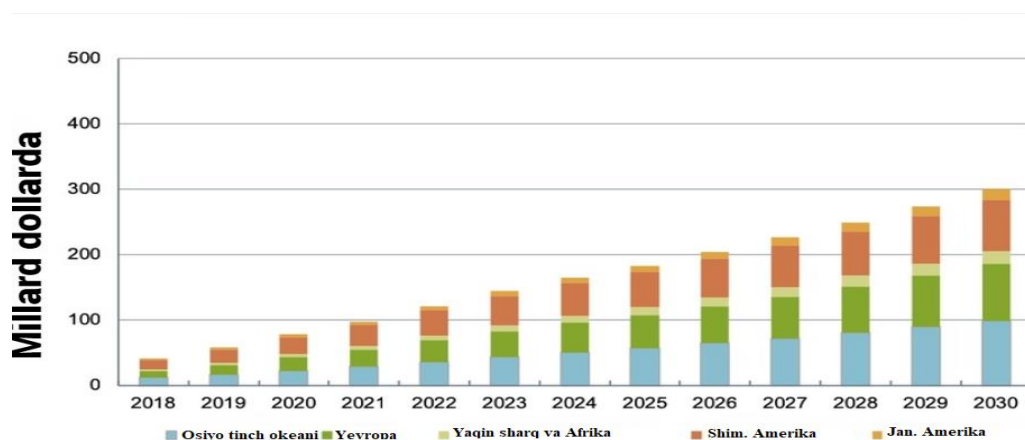
Annotation: The article analyzes the possibilities of using information technologies in the banking and financial system and systematizes standard models for the use of artificial intelligence in the field. At the same time, modern information technologies were assessed from the point of view of increasing transaction security.

Keywords: digital economy, information security, artificial intelligence, transaction.

Bugungi kunga kelib sun'iy intellekt dunyo banki va moliya sohasiga investitsiya qilish, sarflash va tejashning yanada qulay va xavfsiz usullarini xohlaydigan mijozlar ehtiyojlarini qondirish imkoniyatini taqdim etdi. O'tgan asrdan beri ko'pgina olimlar "Mashinalar o'ylay oladimi?" degan savolga javob topishga harakat qilib kelmoqda va o'shandan beri sun'iy intellektning ilovalari (keyingi o'rinlarda AI deb yuritiladi) turli darajadagi muvaffaqiyatlarga erishdi. Biroq, so'nggi yillarda AI jahon moliyaviy xizmatlar sohasida innovatsion ilovalarni yarata boshladi. BigData, takomillashtirilgan texnologiyalar, bulutli texnologiyalar AI innovatsiyalarining so'nggi to'lqinining asosiy drayveri bo'ldi. Sun'iy intellekt va mashinani o'rganish (ML) qobiliyatlari rivojlanayotgan Fintech bozorida o'sishni rag'batlantirmoqda. Keng ma'noda "Fintech" atamasi moliya

sektorini o'zgartirayotgan yangi texnologiyalar, xizmatlar va kompaniyalarni tavsiflaydi. U o'z ichiga: kriptovalyutalar, blokcheyn, robot-maslahat, kraudfanding, mobil to'lovlar va AI platformalarini oladi. 2022-yilda AI moliyaviy xizmatlar va Fintech sohasidagi asosiy tendensiya sifatida ro'yxatda birinchi o'rinni egalladi. Yaqinda o'tkazilgan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, dunyo bo'yicha iste'molchilarning 78 foizi debet yoki kredit karta bilan to'lashni afzal ko'radi, faqat 12 foizi naqd pulni afzal bilishadi. Biroq, to'lovning oson variantlari iste'molchilar uchun muhim bo'lgan yagona sabab emas. AI yechimlari banklar va kreditorlarga kredit berish bo'yicha qarorlarni qabul qilish jarayonida an'anaviy ravishda kam xizmat ko'rsatuvchi qarz oluvchilarni, masalan, yoshlarni aniqroq baholaydigan turli omillardan foydalangan holda kreditni tasdiqlash bo'yicha ko'proq ma'lumotga ega qarorlar qabul qilishga yordam beradi. Obyektivlik - bu sun'iy intellekt mexanizmining yana bir afzalligi.

Insondan farqli o'laroq, mashinaning noto'g'ri bo'lishi dargumon. Vaqt moliya olamida puldir va unga tegishli e'tibor berilishi kerak. To'g'ri prognozlar ko'plab korxonalar uchun tezlik va xavfsizlik uchun juda muhimdir. Moliyaviy bozorlar tobora yaxshi modellarni yaratish uchun sun'iy intellektning kichik to'plami bo'lgan mashina o'rganuviga (ML) murojaat qilmoqda. Ushbu prognozlar moliyaviy mutaxassislarga tendensiyalarni aniqlash, xavflarni aniqlash, ishchi kuchini saqlab qolish va kelajakni rejalashtirish uchun yaxshiroq ma'lumot berish uchun mavjud ma'lumotlardan foydalanishga yordam beradi(1-rasm).



1-rasm. Turli mintaqalarda sun'iy intellekt foydalanish orqali olinadigan bank daromadlari prognoz qiymatlari[1].

Sun'iy intellektga asoslangan kompyuterlar katta va murakkab ma'lumotlar to'plamini odamlarga qaraganda tezroq va samaraliroq tahlil qilishi mumkin. Olingan natijalar asosida, tijorat jarayonlari savdolari avtomatlashtiradi va vaqtni tejaydi. An'anaviy bank xizmatlari bugungi raqamli texnologiyalarni yaxshi biladigan foydalanuvchilarsiz to'liq bo'lib hisoblanmaydi. 33 000 ga yaqin bank mijozlari ishtirokidagi Accenture tadqiqoti shuni ko'rsatdiki, 54 foizi mijozlar real vaqt rejimida o'z byudjetlarini nazorat qilish va xarajatlarni sozlashda yordam beradigan vositalardan foydalanishni xohlashadi. Bundan tashqari, 41% kompyuterga asoslangan bank maslahatlaridan foydalanishga xohlashadi. Chatbotlar kabi sun'iy intellekt yordamchilari shaxsiylashtirilgan moliyaviy maslahatlar va o'z-o'ziga tezkor xizmat ko'rsatish uchun tabiiy tilga ishlov berishni (NLP) yaratish uchun sun'iy intellekt dan foydalanadilar. Har kuni foydalanuvchilar onlayn hisoblar va smartfon ilovalari orqali pul o'tkazish, hisob-kitoblarni amalga oshirish, depozitlarni tekshirish, qimmatli qog'ozlar bilan savdo qilish va h.k.larda juda ko'p tranzaksiyalar sodir bo'ladi. Kiberxavfsizlik va firibgarlikni aniqlash bo'yicha sa'y-harakatlarni oshirish zarurati hozirda har qanday bank yoki moliya instituti uchun zarurat bo'lib, sun'iy intellekt onlayn moliya xavfsizligini yaxshilashda asosiy rol o'ynaydi. Banklar, shuningdek, sun'iy intellekt dan moliyaviy jinoyatlarning yana bir mashhur turini - tovar bilan taminlanmagan asossiz pul aylanish miqdorini aniqlash va oldini olish uchun foydalanmoqda. Mashinalar shubhali faoliyatni aniqlaydi va asossiz pul aylanishda gumon qilingan sxemalarni tekshirish xarajatlarini kamaytirishga yordam beradi. Aksariyat rahbarlar sun'iy intellekt (AI) biznesni qanday olib borishi haqida deyarli hamma narsani o'zgartirishi va 2030-yilga borib jahon iqtisodiyotiga sun'iy intellekt orqali biznes yuritishning ulushi 15,7 trillion dollargacha yetishi mumkinligini prognoz qilishmoqda. Aini monetizatsiya qilishga intilayotganlar faqat yirik korporatsiyalar emas – startaplar ham o'sib bormoqda. So'nggi 60 yil ichida sun'iy intellekt sohasi o'zining muvaffaqiyat va muvaffaqiyatsizliklarini ko'rdi. Hozirgi vaqtda butun dunyo hukumatlari AI iqtisodiy kuch va ta'sirni oshirish uchun vosita bo'lishi uchun AI vositalari va

tadqiqotlarini yaratish uchun raqobatlashmoqda. 2012-2016-yillarda AQSh sun'iy intellektga 18,2 milliard dollar sarmoya kiritgan bo'lsa, Xitoyda 2.6 milliard dollar va Buyuk Britaniyada 850 million dollar sarmoya kiritgan. Yaponiya hukumati Pensiya investitsiya fondi (dunyodagi eng yirik pensiya menejeri) oxir-oqibat inson fondi menejerlarini almashtirish uchun AIni ko'rib chiqmoqda.

Ko'rib turganimizdek, AI texnologiyasidan moliyaviy bozorda foydalanish sohalarining kengayishi ushbu texnologiyaga xos bo'lgan yangi xavflarning paydo bo'lishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin, bu qo'shimcha tahlil va baholashni talab qiladi. Shu bilan birga, moliya bozorida sun'iy intellektdan foydalanishni tartibga solishga yondashuvlarni belgilashda AI texnologiyalarini rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish va uning risklari ustidan yetarli darajada nazoratni ta'minlash o'rtasidagi muvozanatdan kelib chiqib foydalanish muhimdir. Bu muvozanat moliya bozorida AI rivojlanishini rag'batlantiradigan shart-sharoitlarni yaratishga bir qatorda regulyator tomonidan xavf-xatarga yo'naltirilganlik tamoyili asosida Aidan foydalanishning o'ziga xos risklarini tizimli chuqur monitoringiga asoslangan bo'lishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. How to identify and implement applications for AI in your organization by Andrew Burgess // edition: 1, 2018-y.

2. Пол Доэрти, Уилсон Джеймс: Человек + машина. Новые принципы работы в эпоху искусственного интеллекта//Издательство МИФ. 2019 г. 304 л.

3. <https://www.tadviser.ru/>

4. <https://www.kearney.com/>

IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA MEDIA-MARKETING TUSHUNCHASI VA UNDAN FOYDALANISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

**Ishchanova Salomat, Urganch davlat universiteti Menejment va
marketing kafedrası o‘qituvchisi**

Annotatsiya. Ushbu maqolada media-marketing tushunchasining mazmuni, ahamiyati va uning mintaqa iqtisodiyotini rivojlantirishdagi o‘ziga xos xususiyatlari yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar. Media-marketing, reklama, ommaviy axborot vositalari, media bozor.

Аннотация. В статье описано содержание, значение понятия медиамаркетинг и его особенности в развитии экономики.

Ключевые слова. Медиа маркетинг, реклама, получение информации, медиарынок.

Abstract. This article describes the content, importance of the concept of media marketing and its specific features in the development of the economy.

Keywords. Media marketing, advertising, mass media, media market.

Bugungi raqamli jahon mamlakatlarida media-marketingning ahamiyati kundan-kunga oshib bormoqda. Media-marketing - an'anaviy onlayn marketingning barcha jihatlaridan foydalanish amaliyoti bo'lib, marketing majmuasining narx, mahsulot, joy va reklama kabi asosiy unsurlariga ta'sir qiladi. Media-marketingni tashkil etish uchun internetda faoliyat olib boradigan auditoriyadan maksimal darajada foydalanish lozim. "Media-marketing" tushunchasiga quyidagi ikki xil yondashuv mavjud: birinchidan, ommaviy axborot vositalari orqali tovarlar va xizmatlarni ilgari surish; ikkinchidan, media bozorida ommaviy axborot vositalarini ishlab chiqarishga qaratilgan harakatlar majmui [1]. Shundan kelib chiqib, media-marketingning asosiy maqsadi ishlab chiqarish jarayonini optimallashtirish va tovarlar va xizmatlarni media bozoriga reklama qilish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni qabul qilish va faol qo'llash hisoblanadi.

Shuningdek, media-marketingning ustuvor yoʻnalishlari quyidagilardan iborat boʻladi:

- onlayn-doʻkonlarga yangi xaridorlarni jalb qilish;
- mahsulotlarni reklama qilish va sotish-reklama strategiyalari va korxona mahsulotlarini sotish, jumladan ijtimoiy tarmoqlarni rivojlantirish;
- brend va korxonaning xabardorligini oshirish;
- sodiqlikni oshirish va ijobiy maʼlumotlarni toʻplash.

Media-marketing marketing vositalarini bozordagi mavjud vaziyat, korxona va uning mahsulotlari holatini tahlil qilish, raqobatbardosh ustunliklarni aniqlash, raqobatbardosh korxonalar faoliyatini tahlil qilish va isteʼmolchilarning xatti-harakatlarini chuqurroq baholashni oʻz ichiga oladi. Media-marketing oʻnlab yillar davomida mavjud boʻlib kelgan. Ammo, soʻnggi yillarda mashhurligi va samaradorligi Facebook va Instagram kabi ijtimoiy media platformalarni oʻsishi bilan bogʻliq. Ijtimoiy media korxonalarga oʻz mijozlari bilan individual darajada bogʻlanishning yangi usulini taklif etadi. Bu esa ularning oʻz mahsulotlari va xizmatlari haqida koʻproq maʼlumot olish imkonini beradi. Media-marketing samarali boʻlib, yirik auditoriyani qamrab oladi. Media-marketing biznesning oʻsishi uchun muhim ahamiyatga ega. Ushbu marketing turi korxona brendi va mahsulotlariga nisbatan zarur taʼsirni taʼminlaydi. Ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlar bilan bogʻlanish osonlashadi. Bu korxona va uning mijozlar bazasi oʻrtasida ishonchni mustahkamlashga imkon beradi. Korxonalar oʻzlarining xabarlari, mahsulotlari va xizmatlarini xohlagan koʻrinishga olib borish uchun pullik ommaviy axborot vositalaridan foydalanishlari mumkin.

Fikrimizcha, media-marketing - ommaviy axborot vositalarida reklama qilish va ragʻbatlantirish tizimi boʻlib, u ishlab chiqarish jarayoniga va maqsadli auditoriyaga qulaylik yaratish uchun mahsulotni (gazeta, jurnal, telekanal yoki dastur, veb-kanal va boshqalar) oʻzgartirish imkoniyatidir.

Media-marketing biznes faoliyati boʻlib hisoblanadi. Har bir biznesning marketing ehtiyojlari va maqsadlari mavjud boʻladi, ammo unda reklamani maqsadga muvofiq ishlashini taʼminlash muhim ahamiyat kasb etadi. Auditoriyani

tushunish kelajakdagi reklama budjetini samarali boshqarishda muhim ahamiyatga ega [3]. Shunga asosan, ijtimoiy media-marketing korxona, brendni targ'ib qilish va mijozlar bilan o'zaro manfaatli munosabatlarni shakllantirish uchun samarali vositadir. Ijtimoiy media-marketingi Facebook, Instagram, Twitter, Google yoki YouTube kabi ijtimoiy media platformalaridan tovar xabardorligini rivojlantirish uchun foydalaniladi,

Shunday qilib, media-marketing to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita ommaviy axborot vositalarini sotish - rentabelligini oshirishga qaratilgan tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirish majmuasini qamrab oladi. Media ikki xil mahsulot sifatida qaralib, ularni tomoshabin va reklama beruvchi sotib oladi [2]. Ammo, reklama beruvchi ommaviy axborot vositalari auditoriyasi va unga ta'sir o'tkazish imkoniyatini sotib oladi, shuning uchun auditoriyani media-marketing harakatlari yo'naltirilgan asosiy obyekt sifatida ko'rib chiqish lozim.

Xulosa o'rnida shuni aytish mumkinki, media-marketing media-mahsulotlarning eskirishi va bozordan chiqib ketishiga asoslanadi. Bu esa mahsulotning yangi shakllari va xususiyatlarini doimiy ravishda izlash zaruriyatiga olib keladi. Media-marketing holatlari va kontent ishlab chiqaruvchilari (jurnalistlar), hamkorlar (distribyutorlar va reklama beruvchilar) va mijozlarni baholashga asoslangan bo'lishi lozim. Natijada, an'anaviy marketing strategiyasini amalga oshirishda ijodiy va boshqa usullar qo'llaniladi. Shu bilan birga, bu holatlarda yangi metodologiyalarni ishlab chiqish va mavjud marketing tadqiqoti metodologiyalarini qayta baholash lozim. Bu esa mahsulot bozorini yanada yaqinroq kuzatish, ehtiyojlar konsepsiyasiga ko'proq e'tiborli bo'lish va harakat qilish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Медиаменеджмент и медиамаркетинг: учебное пособие / А.А. Нечитайло, А.А. Гнутова, Н.В. Прядильниковаи др. – Самара: Издательство Самарского университета, 2022. – 73-b.

2. Баринова Н. В. Современные тренды в продвижении товаров и услуг на рынке // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, 2019. – № 3 (105). – б. 167–175.

3. <https://medium.com/@icubewire/media-marketing-the-key-to-business-growth-7e2cfd6d610e>.

BUXGALTERIYA HISOBIDA AVTOMATLASHGAN HISOBLASH TIZIMLARINING TUTGAN O‘RNI VA UNING KELAJAKDAGI RIVOJLANISHI

**T.K.Ismailov - QDU “Buxgalteriya hisobi va audit”
kafedrasi, dotsent v.b., PhD**

Annotatsiya: Maqolada axborot texnologiyaning jadal rivojlanishi, ishlab chiqarish jarayoniga joriy etish, Respublikadagi xo‘jalik yurituvchi subyektlarda buxgalteriya hisobida avtomatlashtirilgan tizimlarni qo‘llash orqali hisobotlarni tez va buxgalteriya hisobini axborot texnologiyalari asosida yuritish bo‘yicha tavsiyalar berilgan.

Kalit so‘zlar: buxgalteriya hisobi, raqamli iqtisodiyot, schetlar, provodka, UzASBO, 1S, 1UZ.

Аннотация: В данной статье рекомендации по ускоренному развитию информационных технологий, их внедрению в производственный процесс, а также использованию автоматизированных систем учета в хозяйствующих субъектах республики для ведения отчетности оперативно и на основе информационных технологий учета.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, цифровая экономика, счёт, проводка, УзАСБО, 1С, 1УЗ.

Annotation: In this article recommendations for the accelerated development of information technologies, their implementation in the production process, as well as the use of automated accounting systems in business entities of the republic for reporting promptly and based on information accounting technologies.

Keywords: accounting, digital economy, accounts, posting, UzASBO, 1C, 1UZ.

Hozirgi kunda biz rivojlanayotgan davlatlar qatoridan o‘rin egallashni asosiy maqsad qilib olgan ekanmiz, birinchi navbatda, kuchli ijtimoiy, eksport potentsiali yuqori darajali iqtisodiyot qurishimiz kerak. Albatta, iqtisodiyotimiz rivojlangan sari xalqimiz yashash turmush tarzi yaxshilanib boradi. Tadbirkorlar bozorni yangi turdagi, talab kuchli bo‘lgan tovar va xizmatlar bilan to‘ldirish uchun harakat qiladi. Bu orqali rivojlangan bozor iqtisodiyotida marketing xizmati tashkillashtiriladi. Bularning hammasi korxona hisob siyosati bilan bevosita aloqador jarayonlar bo‘lib hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 19-fevraldagi “Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5349-son Farmoni, “Raqamli O‘zbekiston-2030” strategiyasini tasdiqlash va amalga oshirish to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktyabrdagi Farmonlarida [1] zarurligi ko‘rsatilgan edi. Ushbu farmon ijrosini ta‘minlash bo‘yicha respublikada amaliy chora tadbirlar olib borilmoqda. Buxgalteriya hisobining avtomatlashgan tizimlari amaliyotga kirib kelganiga ko‘p vaqt bo‘lmagan bo‘lsa ham iqtisodiyotdagi ahamiyatini va unga bo‘lgan talabning yuqori darajadaligini ko‘rsatib ulgurdi. Buxgalteriya hisobida avtomatlashgan tizimlarni qo‘llash orqali hisobotlarning tez va xatoliklari minimallashtirilgan holda topshirilishiga erishilmoqda. Buning natijasida iqtisodiyotda pul harakati tezlashishi bilan birga xo‘jalik yurituvchi subyektlar vaqti tejalmoqda va hisobotlar topshirishga xarajatlar qisqardi.

Iqtisodiy tizimlarda boshqaruv maxsus informatsiya bilan maxsus tartibda ta‘minlab turilishi bugungi kun informatsiya asrining eng asosiy talablaridan biri. Buxgalteriya hisobini avtomatlashtirishda maxsus dasturiy ta‘minotlardan foydalanish talabi paydo bo‘ldi va bu orqali bozorda yangi turdagi tovarlar bo‘lgan buxgalteriya dasturiy ta‘minotlar taklifini rahbatlandiradi. Informatsiya tizimini avtomatlashtirish bu ma‘lumotlar, dasturiy ta‘minot, korxona boshqaruvi uchun

talab qilinadigan ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash, saqlash va taklifning o'zaro bog'liq kompleksi [2].

Hisob funksiyasining to'liqligi va integratsiyalashuviga qarab buxgalteriya hisobining kompyuter tizimlari quyidagicha tavsiflanadi:

Buxgalteriya hisobining bo'lak uchastkalari uchun kompyuter tizimlari;

Barcha hisob obyektlari bo'yicha kompleks buxgalteriya hisobi tizimi;

Buxgalteriya hisobi funksiyalari uchun kengaytirilgan buxgalteriya kompyuter tizimlari. Misol uchun, sotish jarayonini boshqarish tizimi, sotib olish jarayonini boshqarish tizimi;

Korxona boshqaruv tizimi bilan to'liq integratsiyalashgan buxgalteriya hisobi kompyuter tizimlari;

Hisob va boshqaruv tizimini korxonaga joriy etish va uning natijali yuritilishini ta'minlashda eng asosiy masala – avtomatlashtirishning dasturiy ta'minotini tanlash bo'lib hisoblanadi. Bu korxonaning tuzilish formasiga ko'ra har turli dasturiy ta'minotlardan foydalaniladi. Bugungi kunda buxgalteriya hisobining avtomatlashgan dasturiy ta'minotini ishlab chiqaruvchilar tomonidan har turli darajada taklif etilmoqda. Bunday dasturiy ta'minot turlariga 1C, 1UZ, UzASBO, BEM (Buxgalterga elektron madad) dasturlari misol bo'la oladi.

UzASBO dasturiy kompleksi byudjet tashkilotlarida buxgalteriya hisobining to'liq sikli davomida qo'llash imkoniyatini yaratuvchi, tovar moddiy zaxiralar hisobi, moliyaviy natijalar va hisobotlar tayyorlash bo'yicha schyotlar hisobi, debitorlik va kreditorlik qarzar bilan hisoblashishlar, asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar hisobi, kassa chiqimlari va pul mablag'lar hisobi, ishchilar bilan hisoblashishlar hisobini yuritish imkonini beruvchi dasturiy ta'minot [3]. Bu dasturiy kompleksning amaliyotda qo'llanishi byudjet tashkilotlarining g'aznachilik, moliya organlari bilan hisobotlar topshirish bo'yicha bog'lanish uchun sarflanadigan ish vaqti va transport xarajatlarining tejashda sezilarli natija ko'rsatmoqda.

Xulosa o'rnida, hozirgi kunda korxonalarda buxgalteriya hisobini avtomatlashtirishda barcha hisob obyektlari bo'yicha kompleks buxgalteriya

hisobi tizimi bo'yicha ishlab chiqarilgan buxgalteriya hisobi dasturlaridan foydalanilsa, aniq va kerakli ma'lumotlar bilan o'z vaqtida ta'minlash va moliyaviy va boshqa hisobotlarni topshirish jarayonining sifatini yanada oshiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasini tasdiqlash va amalga oshirish to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktyabrdagi PF-6079-sonli Farmoni.
2. Bolibekov B., Musayev A., Turabbayev B. Buxgalteriya hisobini avtomatlashtirish. O'quv qo'llanma. – T.: "IQTISOD-MOLIYA", 2013 y.
3. Tulaev M.S. Buxgalteriya hisobida axborot tizimlari. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2016 y.

MEHMONDO'STLIK SANOATIDA RAQAMLASHTIRISHNING AHAMIYATI

**Jafarova H. X., Buxoro muhandislik-texnologiya instituti tayanch
doktoranti,**

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli texnologiyalardan mehmonxona sanoatida foydalanishning hozirgi tendensiyalari, shuningdek, kelajakdagi prognozlari tahlili keltirilgan. Tahlillar natijasida, turizmda raqamli texnologiyalarning bronlash, restoranlarda yetkazib berish sistemalarida foydalanib borilyatgani ushbu sohani yanada yuqori rivojlanish bosqichlariga olib chiqqanligini statistik ko'rsatkichlarda kuzatishimiz mumkin.

Kalit so'zlar: mehmondo'stlik sanoati, raqamli texnologiya, yetkazib berish xizmati, turizm bozori, onlayn bronlash.

Аннотация: В данной статье представлен анализ современных тенденций использования цифровых технологий в гостиничном бизнесе, а также прогнозы на будущее. В результате анализа по статистическим показателям мы можем наблюдать, что использование цифровых технологий в системах бронирования и доставки в ресторанах вывело эту отрасль на более высокие ступени развития.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, цифровые технологии, служба доставки, туристический рынок, онлайн-бронирование.

Abstract: This article provides an analysis of current trends in the use of digital technologies in the hotel industry, as well as future projections. As a result of the analysis, we can observe in statistical indicators that the use of digital technologies in the reservation and delivery systems in restaurants has brought this industry to higher stages of development.

Keywords: hospitality industry, digital technology, delivery service, tourism market, online booking.

Mehmondo'stlik sanoati xizmat ko'rsatish sohasining turar joy, turizm, oziq-ovqat va ichimliklar xizmatlari va hattoki tematik parklar kabi turli sohalarini o'z ichiga oladi. Hospitality Global Market Report ma'lumotlariga ko'ra, jahon mehmondo'stlik bozori 2022-yildagi 4,390,59 milliard dollardan 2023-yilda 4,699,57 milliard dollargacha yillik o'sish sur'atini, aniqrog'i 7,0 foizga o'sdi[1].

Hozirda ushbu soha o'z mahsulot va xizmatlarini soddalashtirishning asosiy usullaridan biri bu raqamlashtirish vositalaridan foydalanib kelmoqda. Onlayn oziq-ovqat yetkazib berishning ko'payishi restoran sanoatini raqamlashtirishni osonlashtirdi.

Pandemiyadan keyin, 2021-yil boshida global sayohat va mehmondo'stlik sanoati rahbarlari raqamlashtirish bo'yicha bir nechta strategiyalarini belgilab olishdi. Mehmonxona ma'lumotlarini raqamlashtirish, shuningdek, ro'yxatdan o'tish, ro'yxatdan chiqish jarayoni mehmonxonalar o'sha yil oxirida raqamlashtirmoqchi bo'lgan mehmonlar tajribasining asosiy jihatlaridan faqat bir qismi edi. 2020-yil iyul va avgust oylari orasida xona eshigini ochish uchun ilovadan foydalanadigan mehmonxona mehmonlari foizini aniqlash uchun butun dunyo bo'ylab so'rov o'tkazilganda, natijalar shuni ko'rsatdiki, respondentlarning katta qismi, ya'ni 73 %i o'z xonasi eshigini ochish uchun ilovadan foydalanishni afzal ko'rishini bildirishgan.

Iste'molchilarning kutishlari, afzalliklari va texnologiyaning jadal rivojlanishi tufayli mehmondo'stlik sanoatining ba'zi sohalarida boshqalarga

qaraganda kattaroq o'sish sur'ati kuzatilmoqda. Quyidagi statistik ma'lumotlar ushbu masalalarga oydinlik kiritadi.

Oziq-ovqat mahsulotlarini yetkazib berish va ovqat yetkazib berish xizmatlarini o'z ichiga olgan onlayn oziq-ovqat yetkazib berish bozori COVID-19 pandemiyasi davrida sezilarli o'sishni boshdan kechirdi. Ushbu bozor o'zining yuqori yo'nalishini yillik murakkab o'sish sur'ati 11,47% bilan davom ettirishi kutilmoqda. Natijada, bozor hajmi 2028-yilga kelib 1,79 trln AQSh dollariga yetishi kutilmoqda.

Turizm bozori o'sishda davom etmoqda - dam olish uchun kengaytirilgan ish safarlari 2023-yilda sayyohlik bozori qariyb 594,51 milliard AQSh dollariga baholangan va 2032-yilga kelib 731,4 milliard dollargacha o'sishda davom etishi bashorat qilinmoqda, 2023-yildan 2032-yilgacha 8,9 foizni tashkil etadi[2].

Shuningdek, raqamli texnologilarning mehmondo'stlik sohasida foydalanishi natijasida quyidagilar statistik natijalar e'lon qilingan[3]:

1. Airbnbning bozor qiymati 2023-yilda 92,11 milliard dollarga yetdi, bu o'tgan yildagi 54,13 milliard dollardan sezilarli o'sishni anglatadi. Biroq, u 2021-yilda eng yuqori bahosidan pasayib, 100 milliard dollardan oshib ketdi;

2. Booking.com dunyodagi eng qimmat sayohat va sayyohlik brendi bo'lib, bozor kapitallashuvi 9 milliard dollarni tashkil etadi;

3. 2023-yil holatiga ko'ra, Hilton dunyodagi eng qimmat mehmonxona brendi bo'lib, 2023-yilda brend qiymati 11,7 milliard dollarni tashkil etadi, garchi Wyndam brendi eng ko'p mulkka ega bo'lsada. Taxminlarga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'ylab yana 2707 ta mehmonxona o'z eshiklarini mehmonlarga ochishi kutilmoqda.

Pandemiya davrida sayohat kamaygani bilan mehmondo'stlik sanoatidagi ish o'rinlari ham to'xtab qolgani o'z-o'zidan ma'lum. Sayohat cheklovlari o'tmishda qolib ketgan bo'lsa-da, mehmondo'stlik bo'yicha ish bozori sekin tiklandi va hozir ham tiklanmoqda. 2020-yilda ishdan bo'shatilgan ishchilarning ko'pchiligi boshqa joylarda yaxshiroq imtiyozlar bilan ishonchliroq ish topdilar[4].

Sayohat va turizm sektori 2023-yilda taxminan 320 million kishini ish bilan ta'minlashi kutilmoqda, bu esa 2020-yilda raqamlarning qisqarishini boshdan kechirganidan so'ng barqaror o'sish tendensiyasini ko'rsatmoqda. Bu pasayish bandlik ko'rsatkichlari 2019-yildagi 334 milliondan 271 millionga kamayganini ko'rsatdi.

2028-yilga kelib, onlayn savdolar turizm bozoridagi umumiy daromadning katta ulushi 76 %ini tashkil qilishi kutilmoqda. Global biznes sayohati 2024-yilga borib to'liq tiklanishi, eng katta o'sish AQSh va Xitoyda (har biri 30 foizdan) kuzatilmoqda[5].

Internetning axborot manbai sifatida keng qo'llanilishi, harakatlanish qulayligi va yangi yo'nalishlar haqida xabardorlikning oshishi iste'molchilarning sayohat qilish uslubiga sezilarli o'zgarishlar kiritdi. Quyidagi statistik ma'lumotlar sayohat qanchalik o'zgargani va nimani kutish kerakligini ko'rsatadi. Zamonaviy davrda sayohat tobora ko'proq raqamlashtirildi, iste'molchilarning 67 %i 2024-yilda sayohatlarni onlayn bron qilishni rejalashtirmoqda.

Shunga qaramay, texnologiyadan tashqari chuqurroq ehtiyoj bor - xilma-xillik va inklyuziyani asosiy qadriyatlar sifatida qabul qilinmoqda. Tobora oshib borayotgan sayohatchilarni qondirish uchun ularning e'tiqodlariga mos keladigan yuqori texnologiyali yechimlar va katta tajribalarining uyg'unligi juda muhimdir. Statistika bu o'zgaruvchan sayohatda ko'rsatgich bo'lib xizmat qiladi. Moslashuvchanlik bozorda faoliyatni davom ettirishning kalitidir, shu bilan birga keng qamrovli mehmon sayohati va xilma-xillikka sodiqlik muvaffaqiyatga olib keladi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, raqamli texnologiyalarning turizm sohasiga, aniqrog'i mehmondo'stlik tarmog'iga kirib kelishi, ushbu tarmoqda ish jarayonini tezlashtirdi, raqamli texnologiyalarni qo'llayotgan korxonalarning raqobatbardoshligini oshirib kelmoqda. Yuqoridagi tahlillar va prognozlarni o'zidanoq ko'rishimiz mumkinki, raqamli texnologiyalardan kelajakda ko'proq foydalanilsa, soha rivoji yanada tezlashib ketadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry#:~:text=According%20to%20the%20Hospitality%20Global,from%20global%20restrictions%20on%20travel>.
2. <https://www.futuremarketinsights.com/>
3. Jafarova, K. (2023). Conservation and promotion of Bukhara's historical center using digital technologies. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz), 38(38).
4. Khalimovna, J. K. (2023). Influence of local food on tourist motivation in Bukhara. Journal of new century innovations, 31(1), 121-124.
5. Khalimovna, J. K. (2023). The role of family businesses in the economy of the country: the example of bukhara region. Лучшие интеллектуальные исследования, 11(3), 91-95.

MINTAQADA TURIZMNI RIVOJLANTISHDA RAQAMLI MARKETINGNI ROLI

**Kuralbayev Jo'rabek Aybekovich, UrDU "Turizm" kafedrası
o'qituvchisi**

Annotatsiya: Maqolada mintaqada turizmni rivojlantirish bo'yicha davlat siyosatining ustuvor vazifalar va faoliyat yo'nalishlari yoritilgan. Shuningdek, mintaqada raqamli marketing strategiyasining turizmga ta'sir ko'rsatish vazifalari hamda Butunjahon sayyohat va turizm kengashi tavsiyalarining ustuvor yo'nalishlari o'rganilgan.

Kalit so'zlar: Turizm, marketing strategiyasi, marketing miks, raqamli marketing, virtual reallik.

Аннотация: В статье освещаются приоритеты и направления деятельности государственной политики по развитию туризма в регионе. Регион также изучил задачи стратегии цифрового маркетинга по влиянию на туризм, а также приоритеты рекомендаций Всемирного совета по туризму и путешествиям.

Ключевые слова: Маркетинговая стратегия туризма, маркетинг микс, цифровой маркетинг, виртуальная реальность.

Abstract: The article highlights the priorities and areas of activity of the state policy for the development of tourism in the region. The region has also studied the tasks of digital marketing strategy to influence tourism as well as the priorities of the recommendations of the World tourism and travel council.

Key words: Tourism, marketing strategy, marketing mix, digital marketing, virtual reality.

Jahon iqtisodiyotining eng muhim tarmoqlari sifatida, har bir mintaqa o'zining xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, turizm sohasini rivojlantirish maqsadida turlicha innovatsion yondashuvlarni ishlab chiqmoqda. Butunjahon sayohat va turizm kengashi (WTTC) ma'lumotlariga ko'ra, "2033-yilga kelib, bu soha o'zining yalpi ichki mahsulotini 15,5 trillion dollargacha oshirishi prognoz qilingan, bu esa jahon iqtisodiyotining 11,6 foizini tashkil qiladi va butun dunyo bo'ylab 430 million kishini ish bilan ta'minlaydi, bu sohada mehnatga layoqatli aholining deyarli 12 foizi band bo'ladi"[1].

Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasida mamlakatimizning barcha mintaqalarida turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha hududiy dasturlarni ishlab chiqishga alohida ahamiyat berilgan. Jumladan, Xorazm viloyatida turizm yangi ish o'rinlarini yaratishda asosiy drayver soha bo'lishi uchun alohida dastur qabul qilish muhim vazifalar sifatida ilgari surilgan[2].

Turizm industriyasini muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun mintaqada turizm marketingining ustuvor yo'nalishlarini (turizm marketingi strategiyalari) aniqlash va ularni amalga oshirishga e'tibor qaratish zarur hisoblanadi. Turizmni mintaqaviy iqtisodiy rivojlanish omili sifatida qarashlar iqtisodiyot va turizm sohasidagi adabiyotlar juda cheklangan bo'lib, ishlarning aksariyati mintaqaviy iqtisodiy rivojlanish bilan bog'liq.

Turistik faoliyatni mijozlarning talab va ehtiyojlariga yo'naltirish, marketing vositalari yordamida o'z konsepsiyalarini ishlab chiqish sohani rivojlantirishda

muhim ahamiyat kasb etadi. So‘nggi 10 yil ichida turizm sohasida raqamli marketing, hududiy marketing strategiyasining muhim tarkibiy qismiga aylandi.

An‘anaviy marketingning takomillashgan ko‘rinishi sifatida bir qancha vositalarni o‘z ichiga qamrab oldi, ularning paydo bo‘lishi axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi va ularning hayotning barcha sohalariga ta’siri sezildi. Turizm marketingni turistlar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan tadbirlarni tadqiq qilish, amalga oshirish, nazorat qilish va baholashni o‘z ichiga oluvchi uzluksiz ketma-ket jarayon sifatida tushunish mumkin.

Turizm raqamli marketing an‘anaviy marketingning takomillashgan ko‘rinishi bo‘lib, zamonaviy marketing miksining muhim elementi hisoblanadi. Turizm raqamli marketing vositalaridan foydalanish tezkorlik, shaffoflik, ochiqlik, xavfsizlik prinsiplariga asoslanishi lozim. Bunday prinsiplar asosiga qurilgan turizm bozori marketingning a‘nanaviy miks hisoblangan “4P” dan mijozlarga yo‘naltirilgan yondashuv hisoblangan “4C” ga o‘tishni ta‘minlaydi. Natijada turistik xizmatlar bozori zamonaviy yondashuvlar asosida rivojlanadi [3].

Mintaqa turizmini rivojlantirishda raqamli marketingdan foydalanish bo‘yicha xorijiy mamlakatlar ilg‘or tajribalar to‘plangan bo‘lib, Yevropa va Amerika, Singapur, Malayziya kabi mamlakatlarning turizm hududlarining jozibadorligini oshirish maqsadida alohida marketing vositalaridan foydalanishni tajribalardan turizm “co-creation” marketing, turizm virtual reallik (Virtual reality tourism), turizm SEO (Search Engine Optimization) marketing, turizm kontent marketingi, turizm “Livestream” elektron tijorat strategiyasidan foydalanish (tourism e-commerce live streaming (TEcLS)), turizm raqamli hikoyalar (Digital storytelling) strategiyasi, turizm mobil marketing kabilar eng samarali ekanligini aniqlangan.

O‘zbekiston aholisi o‘zining mehmondo‘stligi bilan jahon hamjamiyati e’tirofiga tushgan. Mazkur o‘ziga xoslik o‘zbek turizmini istiqbolli rivojlantirishda muhim omillar hisoblanadi. Mamlakatda olib borilayotgan iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional islohotlarning natijalari mamlakatda ro‘y berayotgan o‘zgarishlar hamda soha tarmoqlarning statistik ko‘rsatkichlarning o‘sishida o‘z aksini topadi.

O‘zbekistonda turizm sohasidagi islohotlarning natijalari ham ushbu sohadagi iqtisodiy ko‘rsatkichlarning o‘zgarishida namoyon bo‘ladi.

1-jadval

O‘zbekiston Respublikasida turizm rivojlanishining asosiy ko‘rsatkichlari [4]

Ko‘rsatkichlar	2010-y.	2015-y.	2020-y.	2021-y.	2022-y.
Jami xizmat ko‘rsatilganlar, kishi	363300	560406	212349	577766	673764
Kiruvchi turizm	197886	191143	21693	44419	93825
Chiquvchi turizm	15181	41313	6399	16179	19752
Ichki turizm	150233	287225	176646	522009	554141
Sotilgan yo‘llanmalar soni, birlik	129467	118358	78166	147686	95258

2022-yil holatiga rasmiy turist sifatida 673764 kishiga xizmat ko‘rsatilgan bo‘lib, kiruvchi turistlar salmog‘i jamiga nisbatan 13,9 foizni tashkil etgan. Yillar davomida kiruvchi turistlar salmog‘ining keskin kamayish tendensiyasi kuzatilgan. Ichki turizm esa 2022-yilda 2010 yilga nisbatan 3,6 marta, 2015-yilga nisbatan 1,9 marta, 2020-yilga nisbatan 3,1 marta oshgan.

O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, turizm joylashtirish vositalarining 28,3 foizi Toshkent shahrida, 16,6 % Buxoro viloyatida, 10,7 % Samarqand viloyatida hamda 6,9 % Xorazm viloyatlari hissasiga to‘g‘ri keladi.

Xorazm viloyatida turizm sohasini yanada rivojlantirish, viloyatga xorijiy va mahalliy sayyohlarni yanada ko‘proq jalb qilish, turizm sohasida ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifati va ko‘lamini yanada oshirish, soha uchun malakali kadrlar tayyorlash, sayyohlar xavfsizligini ta’minlash bo‘yicha ko‘plab ishlar amalga oshirilmoqda. Xorazm viloyati turistik hudud hisoblanganligi uchun viloyatda turistlar uchun yuqori darajada shakllangan marketing muhiti mavjud bo‘lib, asosiy e’tibor moddiy madaniy meros obyektlarini targ‘ib qilishga qaratilgan. Xorazmda xalqaro darajada yuqori nufuz va ahamiyatga ega bo‘lgan madaniy

me'ros obyektlari jahondagi ko'plab turistik platformalarda joylashgan va ular xalqaro turistlarni qabul qilish bo'yicha yuqori darajada shakllantirilgan infratuzilmalarga ega obyektlar hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasining rasmiy veb-sayti "uzbektourism.uz" hamda asosiy sayyohlik portali "uzbekistan.travel" hisoblanadi. Mazkur portal sayohatchilar uchun maxsus ochilgan bo'lib, unda turist uchun tashrifdan oldin va tashrif davomida kerak bo'ladigan barcha axborotlar taqdim etiladi. Mazkur portalga 20 dan ortiq xizmat turlari ham kiritilgan va ular bo'yicha turistlarga axborotlar olish imkoniyati mavjud.

Dunyo bo'ylab turizm kuchayib borayotgan bir sharoitda har bir hududda mobil texnologiyalar va internetdan foydalanish imkoniyatlarini oshirish barcha mintaqalar uchun asosiy strategik yo'nalishlar sifatida qaralmoqda.

Turizm sektorining o'ziga xos xususiyatlarini va zamonaviy marketing tendensiyalarini hisobga olgan holda, turizm korxonalari uchun 4P marketing aralashmasining klassik modeli 4P + E modeliga o'zgartirilgan. O'zgaruvchi hisoblangan element (hissiyotlar -"E") turistik mahsulotni taqdim etish va amalga oshirish jarayonida iste'molchining ijobiy his-tuyg'ularini va yoqimli kayfiyatini oshiradigan vositalar to'plamini o'z ichiga oladi.

Emotsional hissiyotlar taqdim etuvchi vositalardan foydalanishning asosiy prinsiplari quyidagilar: o'ziga xoslik, eksklyuzivlik, ijodkorlik, mijozlarga yo'naltirilganlik. Taklif etilayotgan marketing kompleksi modeliga ko'ra, turizm sohasida bozorda tovarlarni samarali ilgari surish uchun marketolog tomonidan boshqarilishi va ishlab chiqilishi mumkin bo'lgan barcha zarur raqamli marketing vositalarini o'z ichiga olgan marketing aralashmasi (MIKS) hududiy turizm bozorini rivojlantirishning asosiy konsepsiyasi sifatida qabul qilish maqsadga muvofiq.

Xulosa qilib, Xorazm viloyatida turistik imidjni shakllantirish strategiyasi va "yo'l xaritalari"ni ishlab chiqishda salohiyatni aniq baholash bo'yicha doimiy analitik dasturiy platformalar yaratilishi lozim. Turizm sohasining o'ziga xos xususiyatlarini va marketingning hozirgi tendensiyalarini hisobga olgan holda,

turizm korxonalari uchun “4P” marketing majmuasining klassik modelini takomillashtirilgan “4P+E” modelidan foydalanish orqali turistik korxonaning daromadlarini va samaradorligini oshirish va turistik brendni shakllantirishga erishiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Butunjahon turizm tashkiloti rasmiy veb sahifasi.
<https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-sonli Farmoni
3. <https://www.marketch.ru/marketing-essentials/model-4c/>
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi ma’lumotlari.

BANKLARDA MUAMMOLI KREDITLARNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

**Baxtiyorov Ulug‘bek, Urganch davlat universiteti 231-“Iqtisodiyot”
guruhi 1-bosqich magistranti**

Annotatsiya. Ushbu maqolada banklarda muammoli kreditlarning ahamiyati, zaruriyati, mavjud imkoniyatlari va ularning o‘ziga xos xususiyatlari yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar. Bank, kredit, muammoli kredit, kredit portfeli, xatar.

Аннотация. В данной статье описаны важность, необходимость, имеющиеся возможности и их особенности проблемных кредитов в банках.

Ключевые слова. Банк, кредит, проблемный кредит, кредитный портфель, риск.

Abstract. This article describes the importance, necessity, available opportunities and their specific features of problem loans in banks.

Key words. Bank, loan, problem loan, loan portfolio, risk.

Bugungi kunda banklar faoliyati tez sur'atlarda o'sib borayotgan iqtisodiyotning asosiy sohalaridan biridir. Banklar faoliyatida uning rivojlanishiga kredit bilan bog'liq jihatlar ta'sir ko'rsatadi. Masalan, banklarda kredit orqali uning moliyaviy faoliyatiga haqiqiy baho beriladi. Kredit - ssuda kapitali yoki qarzga olingan qiymat, ya'ni qarzga berilgan kapital harakati shaklidir. Bu bir vaqtda kreditor va qarz oluvchi o'rtasida pulining shakllanib, unda pul kapitalining ssuda kapitaliga aylanishi ta'minlanadi [1]. Ushbu kreditga portfel shaklida kreditlarning qaytmasligi va risk darajasi ham ta'sir etadi. Natijada, banklarda muammoli kreditlar bilan ishlash masalasi paydo bo'ladi va bugungi kunda bu dolzarb masalaga aylangan. Kredit chakana bozorining jadal rivojlanishi uchun zarur hisoblanadi. Biroq, unda tijorat banklarining murakkab shartnomaviy moliyaviy majburiyatlari ta'minlanadi. Ushbu holat bevosita bankka salbiy ta'sir etishi natijasida bank risklarining ortishi, muddati o'tgan qarzlar, muammoli kreditlar hajmining ko'payishi va chakana kredit portfelining sifat ko'rsatkichlarining pasayishi va tijorat banklariga kreditlarni qaytarish bilan bog'liq muammolar tobora kuchayib boradi.

Shuningdek, banklar risklarini nazorat etishning maqsadi barcha ajratilgan kredit mablag'larining belgilangan vaqtda o'z o'rniga qaytishi va yuqori samaradorlikka erishish bilan namoyon bo'ladi. Aslida, ushbu jihat banklarda risk yoki xavf kredit va unga hisoblangan foiz miqdorining qaytmasligini nazarda tutiladi. Bu holatlarda mijoz va uning kreditga layoqatlilik darajasi muhim masala bo'lib hisoblanadi. Unga asosan, kredit xavfini bartaraf etish va banklarda muammoli kreditlar ulushini kamaytirish uchun bank mijozlarining kreditga layoqatlilik va ta'minlanganlik darajalariga asosiy e'tibor qaratish lozim. Ushbu jihat bevosita muammoli kredit va undan foydalanish jihatlarini o'z ichiga oladi.

Bazel qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, muammoli kredit - qarz oluvchining bank oldidagi majburiyatlarini bajarish muddatlarining sezilarli darajada buzilishi, qarz oluvchining moliyaviy ahvolining sezilarli darajada yomonlashuvi va garov sifatining sezilarli darajada pasayishi yoki yo'qotilishi bo'lgan kredit deb qaraladi.

Bugungi kunda mamlakatimiz bank tizimida muammoli kreditlarning hajmi va ulushi 2023-yil 1-oktabr holatiga ko'ra 3,7 foizni yoki 16,8 trln. so'mni tashkil etgan. Ushbu ko'rsatkichlar o'tgan yilning mos davriga nisbatan 1 foizga pasaygan. Muammoli kreditlarning mavjudligi zamonaviy banklarning belgisi sifatida moliyaviy sektor xususiyatlari bilan ham belgilanadi. Kredit bozorida muammoli kreditlar miqdoriy va sifat jihatidan kreditlash shakllari, mexanizmlari, usullari va texnologiyalariga ta'sir etadi. Biroq, kreditlash tizimining ajralmas qismi sifatida muddati o'tgan va muammoli kreditlar turlari ajratiladi.

Fikrimizcha, muammoli kreditlar bilan banklar doimiy ravishda ishlashlari kerak. Ayniqsa, likvidligi yoki to'lov qobiliyati zaiflashgan sharoitda muammoli kreditlar bilan ishlashga ko'proq ahamiyat berish lozim. Muammoli kreditlar uchun kredit portfelida muammoli qarzlarning paydo bo'lishi bevosita bank faoliyatida salbiy oqibatlariga olib keladi. Ya'ni, banklarning foyda olish qobiliyatini pasaytirib, o'zgaruvchan muhitda uning dinamik rivojlanishiga to'sqinlik qiladi. Shu munosabat bilan banklarning oldida kredit tavakkalchiligini kamaytirish, muammoli kreditlarni boshqarishning yangi usullarini izlash hamda mavjudlarini takomillashtirish, ularni tartibga solish kredit tashkiloti kabi vazifalar turadi. Ammo, muammoli kreditni boshqarish, ularning oldini olish va tiklash texnologiyalarini ishlab chiqishdan oldin uning sabablarini aniqlash talab etiladi.

Muammoli kreditlarni tartibga solish makro va mikrodarajada amalga oshiriladi. Mikrodarajada tartibga solish muammoli aktivlarni hal qilishga bag'ishlangan maxsus tuzilmaning paydo bo'lishini nazarda tutadi. Bu tijorat banki bo'linmasi va mustaqil tashkilotga yordam beradi [2].

Banklarda muammoli kreditlarning paydo bo'lishi bevosita mijozning moliyaviy inqirozining natijasidir. Bu to'satdan paydo bo'lib, asta-sekin rivojlanib boradi [3]. Ushbu masalani oldini olish uchun banklarda chora-tadbirlar ishlab chiqilishi lozim.

Tijorat banklaridagi muammoli kreditlarni undirish va sifatini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuasi quyidagi keltirilgan chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi [4]:

- banklarning kredit portfeli va loyihalar sifatini oshirish;
- banklarning kredit portfelida mavjud kreditlarga nisbatan stress-test amaliyotini qo'llash;
- muammoli kreditlarni tasniflar kesimida batafsil tahlil qilib, kredit portfeli sifatini saqlab qolish bo'yicha ta'sirchan mexanizmlarni ishlab chiqish;
- tijorat banklari kredit portfellari xatlovdan o'tkazilib, murakkab ahvolga tushib qolgan mijozning moliyaviy imkoniyatlarini tiklash.

Fikrimizcha, banklar faoliyatida muammoli kreditlarning paydo bo'lishi quyidagi bir qator sabablar bilan izohlash mumkin:

- banklar tomonidan dastlab boshqa shakldagi kreditlarning berilishi;
- qarz oluvchilar doirasida to'lov qobiliyatini baholashga turlicha yondashuvlarning mavjudligi;
- mijozlar tomonidan kredit bitimi shartlari va kredit resurslarini olishga bo'lgan ehtiyoj darajasining noaniqligi;
- kredit to'lovlari hajmini bilmaslik va moliyaviy savodxonlikning yetarli emasligi;
- reklamani tajovuzkorligi va kredit tashkiloti tomonidan mijozni ataylab chalg'itish;
- tezkor kreditlashning mavjudligi, mashhurligi va sababsiz ajratilishi;
- qarz oluvchining kredit qobiliyatini xususiyatlariga qarab baholay olmaslik;
- qarz oluvchilarning kredit olishdagi javobgarliklarining pastligi;
- kreditlar bo'yicha yuqori foiz stavkalari va mas'uliyatsiz qarz oluvchilar tomonidan qarzlarni qaytarmaslik yukining borligi.

Umuman olganda, muammoli kreditlar orqali qarz oluvchi o'z vaqtida to'lovlarni amalga oshirmay, bunday to'lanmaslik ehtimoli mavjud bo'lgan kreditlar bo'lib hisoblanadi. Shu boisdan ham, banklardagi muammoli kreditlar qaytarilishi shubhali bo'lgan va qarz oluvchining qisqa yoki uzoq muddatli moliyaviy inqirozi natijasi bo'lgan kredit shakli bo'lib xizmat qiladi. Banklarda muammoli kreditlarni aniqlashda asosiy unsur - bank doirasidagi joriy qilingan tizim orqali chora-tadbirlar amalga oshiriladi. Natijada, banklarda muammoli

kreditlar hajmi oshib, banklar mijozlar bilan ushbu kredit turini berish takomillashib boradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Деньги, кредит, банки: учебник / под общ. ред. М.С.Марамыгина, Е.Н.Прокофьевой. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – с. 105.
2. Холодова Е.В. «Проблемные» кредиты. Форум молодых ученых, 3(31), 2019. – с. 830. <http://forum-nauka.ru>
3. Завьялова Е.Н. Кредитное дело. 2-часть. Учебное пособие. - Костанай, 2022. – с. 8.
4. Navruzov A. Tijorat banklaridagi muammoli kreditlar holatini tahlil qilish va ularni kamaytirish masalalari. // Innovatsiya va taraqqiyot. Ilmiy-metodik, ijtimoiy, ma'naviy-ma'rifiy jurnal. 2024-yil 1-2-son. – 35 b.

RAQAMLI IQTISODIYOTNI SHAKLLANTIRISHDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RAQAMLASHTIRISH ISTIQBOLLARI

X.F.Matrizayev- Osiyo Xalqaro Universiteti,

Iqtisodiyot(tarmoqlar va sohalar) mutaxassisligi 2-kurs magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatimizda raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish sohasida raqamlashtirish jarayonlarining ahamiyati, huquqiy asoslari, raqamli xizmatlarning mazmuni hamda milliy iqtisodiyotda xizmatlar sohasining raqamlashtirish darajasini baholash bo'yicha takliflar ochib berilgan.

Kalit so'zlar: xizmat, raqamli iqtisodiyot, raqamli xizmat, axborot, O'zbekiston

Аннотация: В данной статье рассматривается значение процессов цифровизации в сфере оказания услуг в условиях цифровой экономики нашей страны, правовые основы, содержание цифровых услуг, а также раскрыты предложения по оценке уровня цифровизации сферы услуг в национальной экономике.

Ключевые слова: услуга, цифровая экономика, цифровой сервис,

информация, Узбекистан.

Annotation: In this paper revealed the meaning of digitization processes in the sphere of digitization of the service and the conditions of the digital economy of our country, the legal basis, the content of the digitization system, and the open proposal for the only level of digitization in the sphere of the national economy are drawn.

Keywords: service, digital economy, digital service, information, Uzbekistan.

Hozir kunda butun dunyoda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish va ommalashtirish bilan bog'liq bo'lgan masalalar tobora muhim ahamiyat kasb qilib bormoqda. AKTning inqilobiy ta'siri davlat tuzilmalari va fuqarolik jamiyati institutlari, iqtisodiy va ijtimoiy soha, ilm-fan va ta'lim, madaniyat va odamlarning turmush tarzida o'z aksini topmoqda. Negaki umumiy qilib ta'kidlaganda, aloqa xizmatlari va vositalari insoniyatga o'z salohiyatidan yanada to'liq foydalanish imkoniyatini beradi, barqaror iqtisodiy o'sish, farovonlik darajasini oshirish, demokratiya, tinchlik va barqarorlikni mustahkamlash maqsadlariga erishishga katta yordam beradi.

Mamlakatimizda raqamlashtirish jarayonlarini rivojlantirishga oid bir qancha qonun osti va me'yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilingan. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 19-fevraldagi "Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5349-son Farmoni, "Raqamli O'zbekiston -2030" strategiyasini tasdiqlash va amalga oshirish to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktyabrdagi Farmonlarini kiritish mumkin. O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni kelajakda rivojlantirish maqsadida hukumat tomonidan "Raqamli O'zbekiston- 2030" dasturini ishlab chiqish vazifasi belgilandi. Dasturda raqamli iqtisodiyotni ishlab chiqishning asosiy tamoyillari, tartibi, tarmoq va hududlarning darajalari, funksiyalari belgilandi.

Mazkur farmonning ijrosini muvaffaqiyatli ta'minlash avvalo raqamli iqtisodiy munosabatlarda davlatning roli, vazifalari funksiyalari, jamiyatning

ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot modeli hamda mamlakatning strategik maqsadlarining o'zaro uyg'unlashuvi sharoitidagina erishish mumkin bo'ladi. Elektron hukumatni yaratishga qaratilgan raqamli o'zgarishlar davlat xizmatlari yaratishdan taqdim etishgacha bo'lgan barcha bosqichlarning raqamli shaklga o'tishiga zamin yaratadi.

O'zbekiston Respublikasining iqtisodiy siyosatida zamonaviy xizmat turlarini, ayniqsa axborot-kommunikatsion xizmat turlarini (uyali aloqa, internet, mobil aloqa, raqamli televideniya va shu kabilar), shuningdek zamonaviy moliyaviy xizmatlar (bank xizmatlari, lizing, sug'urta, audit, konsalting va shu kabilar)ni ham rivojlantirishga katta urg'u berilmoqda [1].

Iqtisodiyotni raqamlashtirish ko'plab afzalliklarga ega bo'lib, u turli xizmatlar, ko'ngilochar, ta'lim, ilmiy va axborotga oid kontentlarga ega bo'lgan holda ushbu jarayonlarning sifatli, tez va qulay bo'lishini ta'minlaydi. Raqamlashtirish to'lovlar narxini va qiymatini pasaytiradi va yangi daromad manbaiga aylanadi. Onlayn muhitda ko'rsatilayotgan xizmatlarga haq to'lash an'anaviy iqtisodiyotdagidan sezilarli darajada kam bo'ladi (ayniqsa, realizatsiya bilan bog'liq xizmatlar xarajatlarini kamaytirish hisobiga), shu bilan birga davlat va tijorat xizmatlari barcha uchun ommabop bo'lib boradi. Bundan tashqari, raqamli dunyoda tovarlar va xizmatlar global bozorda o'z xaridorini tezda topishi va dunyoning istalgan nuqtasidan ham hammabop bo'lishi mumkin. Taqdim etilayotgan xizmatlar iste'molchilarning xohish-istaklariga mos holda qisqa muddatda qayta ishlanishi mumkin bo'ladi. Raqamli iqtisodiyot chakana savdo, transport, telekommunikatsiya, sug'urta va bank ishida haqiqatga aylanib ulgurdi.

Axborot texnologiyalarining qo'shilgan qiymati qo'llanilish kontekstiga bog'liq bo'lganligi sababli, texnologiyani ta'minlovchi IT sektorida, shuningdek, yangi texnologiyalardan foydalanadigan sohalarga aylangan xizmat ko'rsatish sohalarida tarmoqlararo ko'nikmalar talab etiladi [2]. Shu munosabat bilan malaka oshirishning ahamiyati tobora ortib bormoqda. Raqamli xizmatlarning kengayishi o'z navbatida xalqarolashtirish imkoniyatlarini ochadi, ya'ni xizmat qanchalik raqamli bo'lsa, xizmatni yangi biznes muhitiga kengaytirish yoki joriy etish uchun

shunchalik kam harakat talab etiladi. Bu jadal o'sish va xalqaro faollikni oshirish uchun ulkan salohiyatdan dalolat beradi.

Raqamli xizmatlarda hamkorlik yangi mahsulotlarni ishlab chiqish va tarqatish uchun juda muhimdir. Yangi boshlanuvchilar va tashkil etilgan kompaniyalar o'rtasidagi qo'shma tadqiqot loyihalari va hamkorlik klaster va biznes modellarining raqamli transformatsiyasiga yangi turtki bermoqda. Xizmatlarning raqamli transformatsiyasining yana bir muhim xususiyati venchur kapitali va moliyalashtirish, shuningdek, davlat va xususiy investitsiyalar va tadqiqotlarga kirish zaruriyatidir, chunki rivojlanish va innovatsiyalar raqamli xizmatlar sanoatini rivojlantirish uchun juda muhim omillardir. Bu omil hali muntazam daromad olishni boshlamagan kichik kompaniyalar uchun juda muhimdir.

Biroq, raqamli jalb qilish yangi biznes imkoniyatlarini ochsa-da, innovatsiyalar tezligi ham yaratadi orqa ofis operatsiyalari kabi yangi muammolarni yuzaga chiqaradi. Korxonalar o'zlarining raqamli mavjudligini kengaytirar ekan, ularning xavf profillari tranzaksiyalar sonining ko'payishi, mijozlar ma'lumotlari va potensial zaiflik nuqtalari, operatsion xavfning oshishi, ayniqsa ma'lumotlar maxfiyligi, mijozlar ma'lumotlarini himoya qilish va kiberxavfsizlik sohalarida o'zgarib bormoqda [3].

Xizmat ko'rsatish sohasini muvaffaqiyatli raqamli transformatsiya qilishning potensial afzalliklari faqat korxonalar o'z biznes modellarining asosiy qismiga yangi texnologiyalar va imkoniyatlarni qanchalik kiritishi bilan cheklanadi. Bundan tashqari, bir qator tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, biznes jarayonlari samaradorligi va mijozlarning sodiqligi yuqori darajada bog'liq bo'lib, raqamli texnologiyalarni qo'llaydigan firmalar eng ko'p foyda olishadi.

Yuqoridagilarni hisobga olgan holda, milliy iqtisodiyotda xizmatlar sohasining raqamlashtirish darajasini baholash bo'yicha quyidagi usulni taklif qilamiz:

➤ hududlar kesimida Toshkent shahrida internetdan foydalanuvchilar ulushi ko'proq (61%). Viloyat markazlarida 76% ni tashkil qiladi. Boshqa aholi

punktlarida 10000 aholiga nisbatan 13% internetdan foydalanmoqda. Sutka davomida mamlakatimizda 5400000 kishi internetdan foydalanadi.

➤ dunyo reytingida O‘zbekiston telefon bilan ta’minlanganlik bo‘yicha 132-o‘rinda, MDH mamlakatlari orasida esa 4-o‘rinni egallaydi. Internetga ulanish sifati bo‘yicha mamlakatimiz 62-o‘rinda MDH mamlakatlari orasida 8-o‘rinda turadi;

➤ internet bilan ta’minlanish bilan bog‘liq muammo mamlakatimizda shahar aholisi ulushining pastligi (38,8%) qishloq aholisi (61,2%)ning raqamli telefon tizimiga o‘tish suratining pastligidir. Bundan tashqari kommunikatsiya tizimi sanoqli aloqa kompaniyalari (5 ta) tomonidan amalga oshirilishidir;

➤ O‘zbekistonda bugungi kunda 30 ga yaqin provayderlar mavjud, bo‘lib, Uztelekom tomonidan internet xizmatlar ko‘rsatish uchun litsenziyalar sotib oladi. Eng asosiy muammo internet tezligining pastligi, keng polosali axborot uzatish liniyalarining mavjud emasligidir.

O‘zbekistonda Internetdan foydalanish darajasining pastligi, yetarli darajada rivojlanmaganligi, ishlash tezligining pastligi va nisbatan yuqori narxi bois 57 foiz firmalar o‘z mijozlari bilan aloqa qilishda elektron pochta xizmatlaridan foydalanadi, attigi 40 % ga yaqin firmalar o‘z veb-saytiga ega[4]. Xizmatlar sohasidagi firmalarning samaradorligini oshirishda internet salohiyatidan foydalanish va ularning bozorga chiqishida avvalo qulay tadbirkorlik muhitini yaratish va raqobatni rivojlantirishga katta urg‘u berish lozim. Bizningcha, mamlakat hududlarida xizmatlar sohasi korxonalari – turizm, sog‘liqni saqlash, ta’lim, kadastr, qurilish kabilarning ko‘rsatilayotgan xizmatlari bo‘yicha elektron passportlarini yaratish, taklif etilayotgan xizmatlar hajmi, narxi va boshqa ma’lumotlarni o‘z ichiga olgan elektron ma’lumotlar bazasini shakllantirish lozim. Bunday ma’lumotlar bazalari Singapur, Janubiy Koreya, Yaponiya, Germaniya kabi ilg‘or rivojlangan mamlakatlarda keng qo‘llanilmoqda.

Shunday qilib, xizmatlar sohasida raqamli transformatsiyalashuv jarayonlari yuqori sur‘atlarga ega bo‘lib, bir tomondan aholining turmush sifatining oshishiga, ularning jahon iqtisodiyotidagi ahamiyatining oshishiga olib keladi, boshqa

tomondan iqtisodiyotning ayrim tarmoqlarini raqamlashtirilishi natijasida mijozlarning sodiqlik darajasining ortishiga, ularning ehtiyojlarini yuqori darajada qondirishga, vaqtini tejash orqali aholining turmush sifatining oshishini ta'minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. M.M.Muxammedov va boshqalar. Xizmat ko'rsatish va turizmning nazariy asoslari. Monografiya. – Samarqand: SamISI, 2016 yil, 300 b.

2. В.Г.Велединский. Сервисная деятельность///Учебник///Кнорус-Москва-2013, 175 с.

3. Еременко А.Е. Функционал сферы услуг в условиях современной экономики России.// Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 23 (260) – 2014.

4. Utemuratova G.X. Iqtisodiyotning transformatsiyalanishi sharoitida xizmat ko'rsatish sohasida davlat-xususiy sherikligi rivojlanishiga metodologik yondashuv. Jurnal. Iqtisod va moliya №1(149) 2022.

Tijorat banklarida zamonaviy bank xizmatlarini ko'rsatishning ahamiyati

Maxmudova Maftunaxon Shavkatjon qizi,

O'zbekiston Respublikasi bank-moliya akademiyasi magistranti

Annotatsiya: Bu maqola tijorat banklarining zamonaviy bank xizmatlarini ko'rsatishning ahamiyatini o'rganishga bag'ishlangan. Zamonaviy texnologiyalar va o'zgaruvchanlik tijorat banklariga yangi imkoniyatlar va tartibga solish zarurati tug'dirgan. Maqolada tijorat banklarida zamonaviy bank xizmatlarining muhimligi, uning foydalanishining o'zbek bank tizimiga o'tkazishgan o'zgarishlar, mijoz talablariga javob berish va raqobatga qaramasdan o'z foydalanuvchilari bilan yaxshi aloqalar o'rnatishni ta'minlashning muhim aspektlari ko'rsatilgan.

Kalit so'zlar: Zamonaviy bank xizmatlar, o'zgaruvchanlik, mobil bank xizmatlari, valyuta ayirboshlash

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию важности

предоставления современных банковских услуг коммерческими банками. Современные технологии и изменения предоставили коммерческим банкам новые возможности и необходимость регулирования. В статье показано значение современных банковских услуг в коммерческих банках, изменения в их использовании в банковской системе Узбекистана, важные аспекты удовлетворения требований клиентов и обеспечения хороших отношений с их пользователями, несмотря на конкуренцию.

Ключевые слова: Современные банковские услуги, волатильность, услуги мобильного банкинга, обмен валюты

Annotation: This article is devoted to the study of the importance of providing modern banking services of commercial banks. Modern technologies and changes have given commercial banks new opportunities and the need for regulation. The article shows the importance of modern banking services in commercial banks, the changes of its use in the Uzbek banking system, the important aspects of meeting customer requirements and ensuring good relations with their users despite the competition.

Keywords: Modern banking services, volatility, mobile banking services, currency exchange

Hozirgi davrdagi tezkor va shiddatli rivojlanish hamda iqtisodiyotdagi tub o'zgarishlar davrida raqamli iqtisodiyot va u bilan bog'liq bo'lgan bir qancha ilg'or raqamli texnologiyalar iqtisodiyotimizga kirib kelmoqda. Shu sababli, aholining turmush tarzini yanada yaxshilash va osonlashtirish, kompyuterlashtirish va mamlakatimiz taraqqiyotini yanada jadallashtirish maqsadida Respublikamiz rahbariyati bir qancha qarorlarni qabul qildi va "yo'l xaritasi"ni ishlab chiqmoqda.

O'zbekiston Respublikasi bank tizimida mijozlarga taqdim etiladigan elektron bank xizmatlarini ko'rsatish borasida tizimli ishlar tashkil etilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 12-maydagi "2020-2025-yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida"gi PF-5992-sonli Farmonida "O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilishning ustuvor yo'nalishlaridan biri

sifatida qaralib, bank xizmatlarini modernizatsiya qilish, samarali infratuzilma yaratish va banklar faoliyatini avtomatlashtirish, shuningdek, banklarning asosiy faoliyat turi bilan bog'liq bo'lmagan funksiyalarini bosqichma-bosqich bekor qilish orqali bank tizimining samaradorligini oshirishga juda katta e'tibor berilmoqda.

Shuningdek, zamonaviy axborot- kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish, tijorat banklarining biznes jarayonlarini avtomatlashtirish va masofaviy bank xizmatlari turlarini kengaytirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratish; nazorat yuklarini, shu jumladan banklarning regulyator va davlat organlari bilan axborot almashinuvini takomillashtirish hamda hisobotlarni shakllantirish jarayonlarini soddalashtirish va avtomatlashtirish orqali ularni taqdim etish bilan bog'liq bo'lgan yuklarni kamaytirish, masofaviy bank xizmatlari, shu jumladan kontaktsiz to'lovlar soni va qamrovini kengaytirish, avtomatlashtirilgan skoring tizimi, raqamli identifikatsiyalash va kredit konveyeridan keng foydalanish, bank ma'lumotlari va tizimlarining axborot xavfsizligini kuchaytirish, bank sohasidagi yangi konsepsiya va texnologiyalarni joriy qilish (fintex, marketpleys, raqamli bank) kabi vazifalarning belgilanganligi mavzuning dolzarbligidan dalolat beradi[1].

Raqamli banking - bu onlayn banking va mobil bankingning kombinatsiyasi. Raqamli bank xizmatlaridan foydalanish xarajatlaringizni kamaytirishga yordam beradi, chunki bu nafaqat pulingizni, balki vaqtingizni ham tejaydi[2].

Onlayn banking - bu o'z qurilmangizdan bank veb-sayti orqali bank xizmatlaridan foydalanishni anglatadi. Bu sizning balansingizni tekshirish va bank hisobingizga kirish orqali elektr to'lovini to'lash imkonini beradi. Siz o'zingizning onlayn-banking portalingiz orqali ko'plab banklarda kredit yoki kredit karta uchun ariza berish kabi qo'shimcha bank xususiyatlariga kirishingiz mumkin.

Masofaviy bank xizmatlarini ko'rsatish turli bank operatsiyalarini masofadan amalga oshirish imkoniyatini beradigan xizmatlar kompleksidir. Buning uchun bank muassasasiga tashrif buyurmasdan turib kompyuter yoki mobil telefondan foydalanish kifoya.

Masofaviy texnologiyalar mijozga bank xizmatlaridan foydalanishda maksimal qulaylik va bank bilan ishlash jarayonida vaqt hamda moliyaviy

xarajatlarni minimallashtirish imkonini beradi. Masofaviy bank xizmatlarining rivojlanishi bank xizmatlari tizimida yangi hajmdagi va yangi shakldagi turli xizmatlarni yuzaga kelishiga sabab bo'ldi.

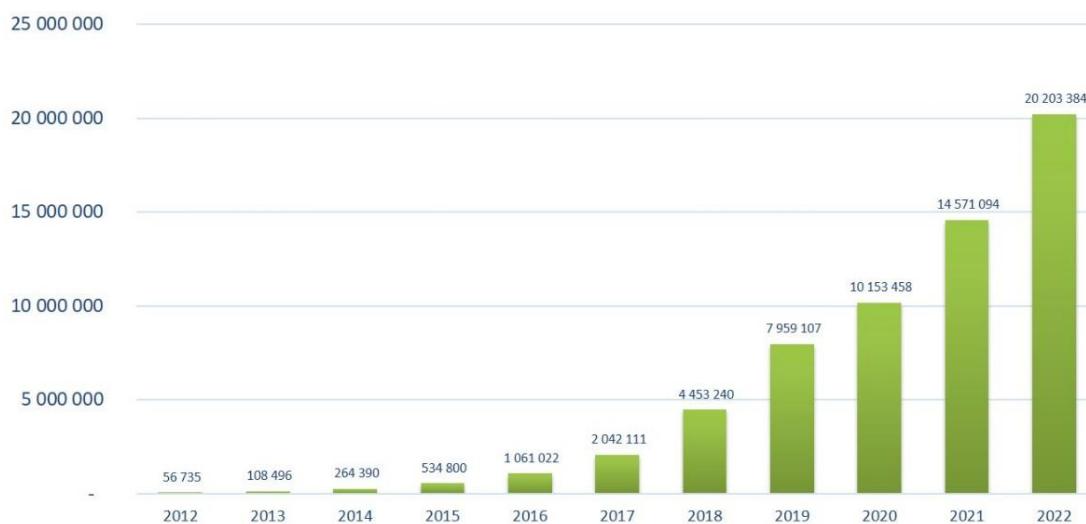
Masofadan xizmat ko'rsatish tizimi mijozlarga taqdim etilayotgan xizmatlarning xarakteriga ko'ra ikki turga bo'lish mumkin:

- informatsion;
- tranzaksion.

Informatsion banking mijozlarga moliyaviy ma'lumotlarni taqdim etishga yo'naltirilgan bo'lsa, tranzaksion banking moliyaviy operatsiyalarni amalga oshirishga imkoniyat yaratadi[3].

Masofaviy bank xizmatlarining asosiy tamoyili mijoz va bank o'rtasida turli axborotlarning masofadan almashinuvi hisoblanadi. Bunda bank tomonidan mazkur amaliyotning xavfsizligi ta'minlanadi.

Internet-banking mijozga o'zining ish joyidan turgan holda internet orqali kerakli bank saytiga ulanib, o'z hisob-raqamidan pul o'tkazmalarini tayyorlab bankka uzatishi va o'z hisob-raqamiga tushayotgan pullarni ko'rishi mumkin bo'ladi[4].



1-rasm. Masofadan bank xizmatlarini ko'rsatuvchi tizimlardan foydalanuvchilarning soni[5], (2023-yil 1-yanvar holatiga ko'ra)

Xulosa qilib aytganda, mamlakat iqtisodiyotining asosi hisoblangan bank tizimini yanada isloh qilish, uning barqarorligini oshirish, yuqori xalqaro reyting ko'rsatkichlariga erishishning ustuvor yo'nalishlari hamda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalangan holda zamonaviy naqd

pulsiz hisob-kitoblar mexanizmlarini joriy etish bo'yicha olib borilayotgan ishlar banklarimiz tomonidan mijozlarga ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati, to'lov intizomi va madaniyatini yangi bosqichga ko'tarilishini ta'minlash bilan birga, barcha iqtisodiy tarmoqlar taraqqiyotini mustahkamlashga ham o'zining ijobiy ta'sirini ko'rsatadi. Shunday zamonaviy texnologiyalar asosida masofaviy bank xizmatlari, xususan Internet banking xizmatining faol joriy etilishi eng muhim masala ekanligi shubhasiz. Jumladan, mamlakatning qay darajada iqtisodiy va texnologik taraqqiy topganligi masofaviy bank xizmat turlarini amaliyotga joriy qilishda muhim hisoblanadi. Xususan, bank operatsion xarajatlarining barqaror darajasiga erishish uchun tijorat banklarida ham masofaviy bank xizmat turlarini ko'paytirish va ularning samaradorligini oshirish muhim hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. "Digital Banking: Strategies and Technologies for Future Banking" - Tolga Tüfekçi and M. Salih Güler.
2. "The Future of Banking: A Financial Revolution That Will Crush the Big Banks and Impact All Investors" - Matteo Rizzi and Matteo Rossanigo.
3. "The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology" - William Mougayar.
4. "The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries" - Susanne Chishti and Janos Barberis.
5. www.cbu.uz O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki rasmiy sayti ma'lumotlari asosida tayyorlandi.

RAQAMLI BIZNES VA UNI TASHKIL ETISH TAMOYILLARI

**Ozodova Farida, UrDU 221-Iqtisodiyot mutaxassisligi
2-bosqich magistranti.**

**Otaxonova Dinora, UrDU 221-Iqtisodiyot mutaxassisligi
2-bosqich magistranti.**

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli biznesni tashkil etish mazmuni, imkoniyatlari, xususiyatlari va tamoyillari yoritilgan.

Аннотация. В данной статье рассматриваются содержание, возможности, особенности и принципы организации цифрового бизнеса.

Abstract. This article covers the content, opportunities, features and principles of digital business organization.

Kalit soʻzlar. Raqamli biznes, tamoyil, raqamli iqtisodiyot, raqamli texnologiyalar, farovonlik.

Ключевые слова. Цифровой бизнес, принцип, цифровая экономика, цифровые технологии, процветание.

Key words. Digital business, principle, digital economy, digital technologies, prosperity.

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar mamlakatlar ijtimoiy-iqtisodiy faoliyati, amaldagi iqtisodiy siyosati va davlat boshqaruvi tuzilishini sifat texnologik jihatdan tubdan oʻzgarishiga sabab boʻlmoqda. Raqamli texnologiyalarning kundalik hayotimizga kirib kelishi va ularni ijtimoiy-iqtisodiy hayotda tatbiq etish surʼatlarining holati mamlakatlar oʻrtasidagi rivojlanish tafovutlarini yanada kuchayishiga olib kelmoqda. Raqamli iqtisodiyot va aʼnanaviy iqtisodiyot oʻrtasidagi farq raqamli iqtisodiyotda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va internet va raqamli texnologiyalarning qoʻllanilishidir [1].

Oʻzbekistonda ham soʻnggi yillarda milliy iqtisodiyotni yanada yaxshilash va jahon bilan hamnafas boʻlish maqsadida raqamli biznesni yaratish borasida mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayoti va davlat boshqaruvi tizimiga raqamli texnologiyalarni joriy etish borasida qator chora tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xususan, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi

“O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-4947-son Farmonida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, iqtisodiyotda davlat boshqaruvini kamaytirish, davlat va xususiy sektorlarning o‘zaro foydali hamkorligini zamonaviy shakllarini, “Elektron hukumat” tizimini rivojlantirish bo‘yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish ustuvor vazifa sifatida berilgan. Harakatlar strategiyasining uzviy davomi sifatida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmonida raqamli iqtisodiyotni asosiy “drayver” sohaga aylantirish va uning hajmini kamida 2,5 baravar oshirish chora tadbirlarini amalga oshirish asosiy vazifalarga qo‘shimcha sifatida kiritilgan.

Shunisi muhimki, har qanday jamiyat va davlatning asosiy maqsadi aholi turmush darajasini yaxshilash, hayot sifatini oshirish, kelajak avlod uchun zarur bo‘lgan mehnat, kapital va ishlab chiqarish salohiyatini yaratishdan iborat. O‘z navbatida, bularning hammasi barqaror iqtisodiy o‘sishni ta‘minlash, aholining daromadi va bandlik darajasini oshirishga sabab bo‘ladi. Amerikalik olim Nobel mukofoti laureati Robert Lukas ta‘kidlaganidek, aholi farovonligini ta‘minlash bilan bog‘liq muammo ustida bosh qotirilganda barcha iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy muammolar chekkaga surilib qo‘yiladi va asosiy e‘tibor unga qaratiladi [2].

Raqamli biznesning asosi farovonlik iqtisodiy jihatdan asoslanishi lozim. Bu esa aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan yalpi ichki mahsulot (YaIM) bilan o‘lchanishi lozim. Davlatlarning ham iqtisodiy jihatdan rivojlanganligini baholashda aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan real ishlab chiqarish hajmi va uning su‘rati inobatga olinadi. Shu sababli, iqtisodiy o‘sishni ta‘minlash uchun barcha resurslar (mehnat, kapital, ishchi kuchi, texnologik bilim, tadbirkorlik qobiliyati, tabiiy resurslar)dan optimal ravishda foydalanish va bunga intensiv yoki ekstensiv usullar orqali erishish bo‘yicha iqtisodiy siyosatlar amalga oshiriladi.

Fikrimizcha, rivojlangan mamlakatlar tajribasi bo‘yicha mamlakat iqtisodiyotni oshirishning eng samarali yo‘llaridan biri biznesni samarali tashkil etishdir. Hozirgi zamonaviy biznes esa raqamli munosabatlarga asoslangan

jarayonlarni o‘z ichiga oladi. Demak, raqamli texnologiyalarni biznesga tatbiq etish va bu bilan olinadigan foydani maksimallashtirish asosiy maqsadni ifodalaydi. Bu borada, Respublikamizda raqamli industriyani jadal rivojlantirish, milliy iqtisodiyot tarmoq va sohalarini raqobatbardoshligini oshirish maqsadida 2020-yil 5-oktabrda “Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini samarali amalga oshirish chora tadbirlari to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-6079-son farmoni qabul qilindi.

Raqamli biznes – tadbirkorlik faoliyatida iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy aloqalarni raqamli texnologiyalar asosida amalga oshirishdir. Raqamli biznes o‘z negiziga kreativ iqtisodiyotni ya’ni tinimsiz yaratuvchanlikka asoslangan tizimni oladi. Barcha jarayonlarni avtomatlashtirilganlik, elektron hujjatlar (shartnomlar) almashinuvi, buxgalterlik va boshqaruv tizimlarning elektron integratsiyalashuvi, ma’lumotlarning ulkan elektron bazalari, CRM ya’ni mijozlar bilan o‘zaro munosabat tizimining mavjudligi mazkur iqtisodiyotning muhim belgilari hisoblanadi [3]. Raqamli biznesning quyidagi 5 ta asosiy tamoyili mavjud bo‘lib, ularga rioya qilish biznesning yangi va raqamli operatsion modeliga muvaffaqiyatli o‘tishiga imkon beradi (1-rasm):



1-rasm. Raqamli biznes tamoyillari

Rasmga asosan, raqamli biznes tamoyillari asosida ishlab chiqarilishi kerak bo‘lgan tovarlar emas, sotilishi kerak bo‘lgan tovarlar ishlab chiqariladi. Chunki, iste’molchilarning tovarlarga bo‘lgan talablarining o‘zgarib turishi va ularning

daromadlarining tengsizligi hisobga olinadi. Ushbu jarayonlar esa raqamli texnologiyalar asosida amalga oshiriladi.

Xulosa shuki, iqtisodiyotning raqamlashuvi va uni ishlab chiqarish sohasi, ya'ni biznesga o'tishi ushbu tarmoq yoki biznes tizimini transformatsiyalashuviga olib keladi va sanoat sohasi o'zgacha namoyon bo'ladi. Biznes modellari va amaldagi tamoyillari o'zgaradi, yangidan yangi kompaniyalar, korporatsiyalar vujudga keladi va natijada raqamlashtirishga o'tib ulgurmagan kompaniyalar bozorni tark etadi. Natijada, raqamli biznesni tashkil etishga erishiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. "Raqamli iqtisodiyot: O'zbekistonda rivojlantirish istiqbollari va jahon amaliyoti". Xalqaro ilmiy-amaliy onlayn konferensiya materillari, 2020-yil 24-dekabr.
2. Lucas R.E. On the Mechanics of Economic Development. // Journal of Monetary Economics. 1988. Vol. 22. July. P.5.
3. <http://uza.uz/posts/186084>.

RAQAMLI IQTISODGA O'TISH SHAROITIDA "VIRTUAL KORXONA"NING ZAMONAVIY RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

**Qo'ziboyev Umarbek Ulug'bekovich Urganch davlat universiteti,
Iqtisodiyot yo'nalish 2-bosqich magistranti**

Annotatsiya: Mazkur maqolada raqamli iqtisodga o'tish sharoitida raqamli transformatsiyaning ahamiyati, ushbu jarayonda iqtisodiy munosabatlarning yangi obyekti hisoblanmish virtual korxonalarning o'rni, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishdagi roli atroflicha yoritib berilgan.

Kalit so'zlar: Online savdo, virtual korxona, bozorlarning globallashuvi, raqamli iqtisod, raqamli transformatsiya, virtual korporatsiya.

Аннотация: В данной статье всесторонне раскрывается сущность цифровой трансформации в условиях перехода к цифровой экономике, место

виртуальных предприятий в данном процессе, являющихся новым объектом экономических отношений, его место в развитии малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: On-line торговля, виртуальное предприятие, глобализация рынков, цифровая экономика, цифровая трансформация, виртуальная корпорация.

Annotation: This article comprehensively explores the essence of digital transformation in the transition to a digital economy, the role of virtual enterprises in this process, which represent a new object of economic relations, and their place in the development of small and medium-sized businesses.

Key words: Online trade, virtual enterprise, market globalization, digital economy, digital transformation, virtual corporation.

Jahon iqtisodiyoti amaliyotida On-line rejimida savdo-sotiqni amalga oshirishning qulayligiga e'tibor qaratayotgan iste'molchilarning soni sezilarli o'sib bormoqda. Bundan tashqari, Internet-savdoning yoyilishiga va bozorlarning virtuallashuviga COVID-19 tahdidi bilan bog'liq cheklov choralarning qo'llanilishi ham sharoit yaratdi.

Raqamli iqtisodning maqsadi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktyabr kuni qabul qilingan "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasi tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-6079-son Farmonida atroflicha yoritilgan.

Raqamli iqtisodga o'tish uchun raqamli transformatsiyani amalga oshirish zarur. Ya'ni "...korxonani joriy holatdan "moslashuvchan" holatiga o'tkazishga sharoit yaratib beradigan jarayonni amalga oshirish[1].

Hozirgi vaqtda biznesda real muhit bilan bab-baravar virtual dunyo yaratilmoqda. Virtual korxona turli korxonalardan inson, moliya, moddiy, tashkiliy-texnologik va boshqa resurslar tanlab olinib, keyinchalik kompyuter tarmoqlari orqali ularni birlashtirish yo'li bilan tashkil qilinadi[2]. Bu bozorga yangi mahsulotni tezkorlik bilan ishlab chiqarish va operativ yetkazishga moslashtirilgan, yumshoq, dinamik tashkiliy tizimni shakllantirishga imkoniyat yaratadi.

Virtual korxonalarni tuzish, yaratish, uning tashkiliy-huquqiy tuzilishi, boshqarish uslublari bo'yicha keng ilmiy-tadqiqotlar olib borilmaganligi sababli, bu masala o'z dolzarbligini saqlab qolmoqda. Virtual korxona - korxonaning yangi tashkiliy shakllaridan hisoblanadi. Korxonaning yangi tashkiliy va boshqaruv shakllarining rivojlanishiga bozorlarning globallashuvi, o'sib borayotgan mahsulot sifatining ahamiyati, uning bahosi va iste'molchilar talablarini qondirish darajasi, yakka buyurtmachilar bilan mustahkam aloqalar o'rnatilishi muhimligi hamda o'sib borayotgan yangi axborot va kommunikativ texnologiyalarni qo'llash ahamiyati kabi zamonaviy bozorlarning rivojlanish tendensiyalari ko'p ta'sir qildi.

“Virtual korxona” atamasi ikki ma'noda ishlatiladi. Abstrakt ma'noda virtual korxona - korxonalarning ilg'or va samarali tashkiliy shakllarini bildiradi. Aniqroq aytadigan bo'lsak, virtual korxona deganda turli hududlarda joylashgan bir xil turda bo'lmagan komponentlardan tashkil topgan tarmoqli tashkiliy tuzilma faraz qilinadi. Virtual so'zi “sun'iy tuzilgan” yoki “xayoliy” real vokelikda mavjud bo'lmagan so'zlari bilan talqin qilinadi [3].

Ayrim hollarda virtual korxonani boshqa atama, ya'ni “tarmoqli korxonalar” [4], “chegarasiz korxonalar” [5], “kengaytirilgan korxonalar”[6] bilan ta'riflaydilar. Odatda, ma'lum mahsulotni yaratish ishlab chiqish va sotish bo'yicha faoliyatni birgalikda amalga oshiruvchi hamkorlar tarmog'i (korxonalar, tashkilotlar) haqida so'z yuritiladi.

V.Dj.Franklin fikri bo'yicha virtual korxona – bu “...alohida imkoniyatlarni ro'yobga chiqarish uchun bir-biri bilan hamkorlik qiluvchi kompaniyalarning” birlashmasi. Virtual korxonaning asosiy maqsadi korxona resurslari - talablarining o'zgarishlariga tezkorlik bilan moslashish.

Virtual korxona kompyuter tarmog'idan foydalanish orqali turli korxonalardan talab etilayotgan tashkiliy-texnologik resurslarni tanlash, ularni birlashtirish yo'li orqali tashkil etiladi.

Butunlay virtual, ya'ni real voqelikda o'zining tuzilmalariga ega bo'lmagan korxonalar, albatta, bo'lishi mumkin emas[7]. Bu yerda virtual voqelikda amalda mavjud bo'lgan, eng yangi axborot va kommunikatsiya texnologiyalar asosida

amalga oshiriladigan mutaxassislar va turli korxona tuzilmalarining o'zaro intensiv munosabatlari haqida so'z yuritilmoqda. Bunday o'zaro muloqot korxonalar birlashuvini hamda faoliyatining muvofiqlashtirilishini va, oxir oqibatda, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning raqobatbardoshligini hamda daromadlarining oshishiga xizmat qiladi.

Ayni paytda virtual korxona faoliyat to'laligicha buyurtmachiga yo'naltirilgan. Chunki, uning asosiy vazifasi bu buyurtmani tezlik bilan bajarish hamda mijozning talablarini to'liq qondirishdir.

Amaliy nuqtai nazardan virtual korxona bu o'zaro erkin muloqotda bo'lgan, turli hududda joylashgan agentlar tarmog'i. Virtual korxonaga murakkab innovatsiya loyihalarini yoki jahon darajasidagi mahsulotni ishlab chiqishda bir qancha korxona maqsadlarini, resurslarini, an'analarini va tajribalarini birlashtiruvchi korxona ustidagi korxonalar sifatida qarash mumkin, ya'ni metakorxona. Virtual korxonani yaratish bu hamkorlar tomonidan alohida-alohida bajarib bo'lmaydigan qandaydir loyiha atrofida bir qator korxonalarning tajribalarini, ishlab chiqarish imkoniyatlarini va ilg'or texnologiyalarini bilashtirilishini anglatadi. Xususan, turli korxonalardan virtual korxonani yaratish mavjud kamchiliklar o'rnini o'zaro to'ldirish va ustunlikni ta'minlashdir. Masalan, bozor o'zgarishlariga sekin moslashadigan yirik korxona imkoniyatlarini tez transformatsiya bo'la oladigan, biroq resurslarga ehtiyoj sezayotgan kichik korxonalar bilan birlashtirish mumkin. Nemis olimi K.Bleyxer virtual korporatsiya deganda, vaqtinchalik tuzilgan yumshoq, tezda moslashuvchan korxonani tushungan. Virtual korxonaga soha yoki idoraviy chegaralar yotdir. Tarmoqli tashkiliy shakl sifatida virtual korxonaning ko'plab ta'riflari mavjud. Biroq, bunday tuzilmalarning amalda ishlashining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olib virtual korxonani korxonalarning vaqtinchalik kooperatsiya tarmog'i sifatida ta'riflash mumkin[8]. Marketing nuqtai nazarida, virtual korxonaning maqsadi-mahsulotga bo'lgan iste'molchilarning talablarini maksimal qondirish orqali foyda olishdir. Ya'ni tovar va xizmatlar assortimentini kengaytirish orqali foyda olishdir. Virtual korxona, an'anaviy korxonadan farqli o'laroq, mahsulotni ishlab chiqarish

va uni sotish uchun ko'p vositalarni jalb qilmasdan, ushbu faoliyatni birgalikda tashkil etish va amalga oshirish uchun yangi hamkorlarni izlaydi. Bu yerda, albatta, raqobat nuqtai nazaridan ustunlikka erishish imkonini yaratadigan korxonalar tanlab olinadi. Qoidaga ko'ra, hamkorlik ma'lum muddatga tuziladi (masalan, buyurtmani bajarish). Boshqacha aytganda hamkorlik vaqtincha bo'lib, bozordagi vaziyatning o'zgarishiga qarab yangi hamkorlar taklif etilib, oldingi hamkorlar bilan aloqa uzilishi mumkin. Shundan kelib chiqib, quyida virtual korxonaning asosiy ustunliklarini sanab o'tish mumkin. Bular, bozor buyurtmasini tezkorlik bilan bajarish; buyurtmachining ehtiyojlarini tezkorlik bilan qondirish imkoniyatining mavjudligi; atrof muhit o'zgarishlariga yumshoq moslashish imkoniyati; yangi bozorlarga chiqish to'siqlarini kamaytirish imkoniyatining mavjudligi.

Sanab o'tilgan ustunliklar bilan bir qatorda virtual korxona o'z kamchiliklariga ega. Masalan, o'z hamkorlariga haddan tashqari iqtisodiy qaram bo'lib qolishi (buning sababi tarmoq a'zolarining tor ixtisoslashuviga borib taqaladi); hamkorlarning uzoq muddatli shartnomaviy va oddiy mehnat munosabatlardan voz kechishlari natijasida ijtimoiy va moddiy qo'llab-quvvatlashning yo'qligi; har xil a'zolik masalasidagi noma'lumliklar, tarmoqlarning ochiqqligi.

Quyida virtual korxona tushunchasining mazmunini ochib beruvchi bosh belgilar keltiriladi.

1. Ilg'or korxonalarning eng yaxshi vosita va tajribalarning integratsiyasi;
2. Bir biridan uzoqda joylashgan shaxslar va jamoalarning hamkorligini ta'minlash;
3. Kerakli vaqtda tezlik bilan qaytadan tuzilish va tarqatib yuborish imkoniyatining mavjudligi;
4. Kompyuter tarmog'i yordamida mutaxassislarning guruh bo'lib o'zaro muloqotini tashkil etish, shu jumladan "tarmoqda uchrashuv" orqali loyihala bilan almashish imkoniyatining mavjudligi.

Virtual korxonalarni tasniflashning quyidagi guruhlarini ko'rsatish mumkin. Jumladan, yuridik, geografik, xo'jalik-iqtisodiy, tizimli-tarmoqli. Virtual korxonalarning eng yirik ikkita ko'rinishi ajratiladi: virtual korporatsiya va virtual shirkat (shiriklik).

Virtual korporatsiya o'zida murakkab noyob loyihalarni bajarish, mahsulotning jahon brendini yaratish va buyurtmachi talablarini maksimal to'liq qondirishga yo'naltirilgan moliya, texnologik, inson (intellektual) kabi har xil turdagi kapitallarning elektron birlashuvini ifoda etadi. U o'zining haqiqatda mavjud prototipi kabi bozor iqtisodiyotining ikkita fundamental muammosini hal qilishga ko'maklashadi. Birinchisi, noyob loyihalarni bajarish uchun kapitallarni jalb qilish yoki mahsulot raqobatbardoshligini oshirish maqsadida biznes-jarayonlarni taqsimlash. Ikkinchisi, investitsiya loyihalarda tavakkalchilikni taqsimlash. Virtual korporatsiyalarni tuzishning asosiy tashqi iqtisodiy maqsadi dunyo bozorida samarali harakatlarni amalga oshirish uchun turli mamlakatdagi hamkorlarning texnologiya va tajribalarini birlashtirishdir. Ko'pincha virtual korporatsiyalar bir qator shuba virtual filial, bo'limlar tarmog'iga ega bosh virtual korxona ko'rinishida shakllanadi.

Virtual shirkat (shiriklik) o'zida bir biridan uzoq geografik hududda joylashgan, daromad topish maqsadida birgalikda ish olib boruvchi shaxslarning kompyuter orqali birlashtirilgan sun'iy tuzilgan tashkilotni ifoda etadi. O'z mazmuniga ko'ra virtual shirkat (shiriklik) virtual ishchi guruh to'g'risidagi tasavvurga yaqin. Mazkur holatda har qaysi sherik, u yoki bu darajada virtual tashkilot faoliyati ustidan boshqaruv va nazorat qilishda ishtiroq etib, ish natijalari bo'yicha individual javobgarlikga ega bo'ladilar. Buning ustiga sherik yo'qotish holati virtual tashkilotning tarqalib ketishiga olib kelishi mumkin. Odatiy kommandit shirkat kabi virtual shirkatda ham ikkita shaklni ajratish mumkin. Birinchisi, to'liq virtual shirkat, unda korxonani boshqarishda barcha sheriklar teng huquqli hisoblanib, uning majburiyatlari bo'yicha teng javobgarlik yuklanadi. Ikkinchisi, cheklangan virtual shirkat. Unda sherik-hamkorlardan faqat bittasi kompaniyani boshqarish va nazoratini olib borishda keng vakolatlarga ega bo'ladi

hamda unga kompaniya majburiyatlari bo'yicha cheklanmagan javobarlik yuklanadi.

Demak, *birinchidan*, Internet savdosi hamda raqamli iqtisodiyot virtual korxonalarning rivojlanishiga zamin yaratdi.

Ikkinchidan, virtual korxonaning ustunlik tomoni shundan iboratki, kooperatsiyaning qisqa muddatli shakli sifatida sinergetik samaradorlikka erishadi.

Uchinchidan, virtual korxonalarning afzallik tomonlari bilan bir qatorda, kamchiliklari ham ko'zga tashlanadi. Masalan, o'z hamkorlariga haddan tashqari iqtisodiy qaram bo'lib qolishi (buning sababi tarmoq a'zolarining tor ixtisoslashuviga borib taqaladi); hamkorlarning uzoq muddatli shartnomaviy va oddiy mehnat munosabatlardan voz kechishlari natijasida ijtimoiy va moddiy qo'llab-quvvatlashning yo'qligi; har xil a'zolik masalasidagi noma'lumliklar, tarmoqlarning ochiqqligi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Сивараман Р. Что такое “цифровизация предприятия?” Электронный ресурс://ua.automation.com. -2020.-UPL://htt:ua.automation.com/content/chto-takoe-cifrovizaciya-predpriyatija.

2. Cevenini C. Agents in the Virtual Enterprise: Some Legal Notes // https://www.researchgate.net/publication/228795941_Agents_in_the_Virtual_Enterprise_Some_Legal_Notes

3. Andrade F., Neves J., Novais P., Machado J.; Software Agents as Legal Persons, in Virtual Enterprises and Collaborative Networks, Camarinha-Matos L. (Ed), Kluwer Academic Publishers, ISBN 1-4020-8138-3, pp 123-132, 2004.

4. Катаев А.В. Виртуальные предприятия – новая ступень в организации НИОКР//Стратегические аспекты управления НИОКР в условиях глобальной конкуренции: Отчет по НИР № 01.2.00100692. Таганрог: ТРТУ, 2001.

5. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. М.: Дело, 1999.

6. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур//Проблемы теории и практики управления, №3, 1997.

7. Sommerlad K.W. Virtuelle Unternehmen – juristisches Niemandland? OfficeManagement, No. 7-8, 1996.

8. Л.Г.Агниашвили. Виртуальные предприятия: становления,сущность и преимущества. Вестник РУДН, серия Экономика, 2011, №1, С.55

ESG – BARQAROR RIVOJLANISH KONSEPSIYASI

A.A. Elov – O‘zbekiston Respublikasi Jamoat xavfsizligi universiteti bosh ilmiy xodimi, h.f.f.d (PhD)

Annotatsiya: Maqolada iqlim o‘zgarishi sharoitida barqaror rivojlanish konsepsiyasi va ESG mazmun-mohiyati, shakllanishining qisqacha tarixi va ta’myollari, O‘zbekiston sharoitida barqaror rivojlanish konsepsiyasi va ESG ta’myollarini ishlab chiqarish, bank, shaharsozlik sohalarida qo‘llash bo‘yicha takliflar bayon etildi.

Kalit so‘zlar: barqaror rivojlanish, konsepsiya, ESG, iqtisodiy o‘rish, kelajak avlod, iqlim o‘zgarishi, atrof-muhit, ijtimoiy, boshqaruv.

Аннотация: В статье описана сущность концепции устойчивого развития и ESG в условиях изменения климата, краткая история и принципы ее формирования, предложения по применению в Узбекистане концепции устойчивого развития и принципов ESG в сферах производства, банковское дело и городское развитие.

Ключевые слова: устойчивое развитие, концепция, ESG, экономический рост, будущее поколение, изменение климата, окружающая среда, социальное, управление.

Annotation: The article describes the essence of the concept of sustainable development and ESG in the context of climate change, a brief history and principles of its formation, proposals for the application of the concept of sustainable development and ESG principles in Uzbekistan in the areas of production, banking and urban development.

Keywords: sustainable development, concept, ESG, economic growth, next generation, climate change, environment, social, governance

Bugungi kunda dunyoda kuzatilayotgan ekologik krizis, xususan iqlim o'zgarishlari va uning oqibatlari natijasida yer sirtida havo haroratining keskin ko'tarilib borishi nafaqat davlatlar iqtisodiyotining barqaror o'sishiga, balki insoniyatning kelajak taqdiriga soya solmoqda.

Moskvalik olimi Ya.Krasnova "iqtisodiyotning maksimal foyda olishga qaratilgan va barqaror rivojlanishning ekologik va ijtimoiy fundamental tamoyillarining mavjud emasligi ijtimoiy, tabiiy muhit va iqtisodiy barqaror rivojlanishining keskin buzilishiga olib keldi" [1] deya qayd etadi. Mazkur sharoitda jamiyat ehtiyojlarini qondirishda atrof-muhitga zarar yetkazmagan holda barqaror rivojlanish yo'llari va modellarini o'rganish, ayniqsa Barqaror rivojlanish konsepsiyasi prinsiplarini joriy qilish ahamiyati yaqqol ko'zga tashlanadi.

Jahon iqtisodiy va ekologik tizimining barqaror rivojlanishi konsepsiyasini yaratish XX asrning 80-yillarida BMT Bosh Assambleyasining topshirig'iga binoan 1983-yilda Atrof-muhit va rivojlanish bo'yicha Xalqaro komissiya (ICED) tuzilgan paytdan boshlandi. Komissiyaning vazifalaridan biri jahon hamjamiyatining uzoq muddatli rivojlanish strategiyasi bo'yicha takliflar ishlab chiqish bo'lib, ularni amalga oshirilishi 2000-yilgacha barqaror rivojlanishni ta'minlashi kerak edi. Biroq, 2002-yilda o'tkazilgan BMTning Barqaror rivojlanish bo'yicha sammitida bu konsepsiyaning nomukammalligi va uni yangi zamon voqeliklariga mos ravishda ishlab chiqish zarurati mavjudligi ta'kidlandi [2].

1992-yilda Rio-de-Janeyroda bo'lib o'tgan BMT konferensiyasida jahon hamjamiyatini barqaror rivojlantirish strategiyasi "XXI-asr kun tartibi"da taqdim etildi [2]. Ushbu strategiya rivojlanishda tabiiy muhitga tiklab bo'lmaydigan zarar yetkazmaslik va kelajak avlodlarni zarur hayotiy resurslardan mahrum qilmaslik kabi strategik maqsadlarni qamrab oldi. Biroq, mazkur strategiya ijrosi amaliyotda to'liq o'z ifodasini topmadi. Shu sababli, qashshoqlikka barham berish, sayyoramizni himoya qilish, hayot sifatini yaxshilash va butun dunyoda barcha

odamlarning kelajagini yaxshilash maqsadida, 2015-yilda BMTga a'zo barcha davlatlar tomonidan 17 ta maqsaddan iborat "2030-yilga qadar barqaror rivojlanish bo'yicha kun tartibi" qabul qilindi.

Keyinchalik ushbu prinsiplarning ma'no-mazmuni ESG tamoyillariga ko'chdi. Bunda, ESG (Environment, Social, Governance) 1) atrof-muhitga mas'uliyatli munosabat; 2) yuqori ijtimoiy mas'uliyat; 2) korporativ boshqaruvning yuqori sifati tamoyillarga asoslanadi.

"ESG" tushunchasi birinchi marta 2004-yilda Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkilotining "Korporativ ijtimoiy javobgarlik: asosiy tamoyillar va tavsiyalar" hisobotida qayd etiladi[4]. Ushbu hisobot ijtimoiy korporativ mas'uliyatni nafaqat iqtisodiy jihatlarini, balki ijtimoiy va ekologik jihatlarini ham o'z ichiga olgan kompleks yondashuv sifatida ko'rib chiqishni taklif qilgan.

Bugungi kunda ESG o'zining tamoyillariga rioya qilish asosida biznes subyektlarini barqaror rivojlantirish yo'nalishini ifodalaydi. Bunda,

–"ekologiya" – atrof-muhitga ehtiyotkorlik bilan munosabatda bo'lish, issiqxona gazlarini kamaytirish, qayta tiklanuvchi energiyaga investitsiya kiritish, korxonalarning atrof-muhitga e'tiborini oshirish, chiqindilarni qayta ishlash, "yashil" rivojlanishni tashkil qilishni belgilaydi.

–"ijtimoiy" – kadrlar siyosati va ijtimoiy loyihalar orqali korxonalar xodimlari, xom-ashyo yoki tovar yetkazib beruvchilar, mijozlar, hamkorlar, iste'molchilarga munosabatini ko'rsatadigan real ijtimoiy mas'uliyatni amaliyotga kiritadi.

–"boshqaruv" – iqtisodiy faoliyat va atrof-muhitga zararlarni bartaraf etishda shaffoflik, hisobot ma'lumotlarining ishonchliligi, qulay va sog'lom muhit, korrupsiyaga qarshi qoidalar va kamsitishlarni nazarda tutuvchi samarali korporativ boshqaruvdir.

Bugungi kunda ESG tamoyillarini joriy qilish asosan g'arb davlatlari kompaniyalarining kun tartibida tobora ommalashib bormoqda. Bunda, asosiy o'rinni atrof-muhit xavfsizligi va mehnatni muhofaza qilish sohasidagi

yondashuvni tizimli o'zgartirib borishga ustuvorlik berilayotganligi kuzatish mumkin.

Masalan, Kaluga viloyatidagi L'Oreal Vorsino zavodida energiya samaradorligiga erishish uchun energiya iste'molining 10% dan ortig'ini qoplashga imkon beradigan quyosh panellari o'rnatish, ishlab chiqarishda issiqlikni qayta tiklash, LED yorug'lik tizimidan foydalanish, korxona suvini 70%gacha tozalash va qayta ishlash, CO2 chiqindilarini nolga tenglashtirish choralari ko'rilgan [5]. Biroq, kuzatilayotgan ekologik yoki energiya muammolari, iqlim o'zgarishlari va uning oqibatlari, o'sish sur'atlarining pasayishi ESG boshqaruv tamoyillari to'g'ri yo'lga qo'yilmaganligi deb baholash mumkin.

Xulosa qilish mumkinki, barqaror rivojlanish iqtisodiy o'sishni saqlab qolish va kelajak avlodlarni o'z ehtiyojlarini qondirish imkoniyatidan mahrum qilmagan holda hozirgi avlod ehtiyojlarini qondirishni ta'minlaydigan iqtisodiy o'sishdir. Barqaror rivojlanish kontseptsiyasi ekologiya, iqtisodiyot va jamiyatning mutanosib rivojlanishi g'oyasiga asoslanadi. Mazkur konsepsiya ta'moyillarini joriy qilish bugungi kunda O'zbekiston uchun ahamiyatlidir. Shu sababli, ESG tamoyillarini O'zbekiston sharoitida atrof-muhitga ko'p chiqindi chiqaruvchi yirik ishlab chiqarish korxonalari faoliyatiga va shaharlar infratuzulmasini yaratishda joriy qilish, chiqindilar yangi ishlab chiqarish uchun resurslarga aylanadigan aylanma iqtisodiyot tamoyillarini qo'llab-quvvatlash, mamlakatdagi eng yirik banklar tomonidan loyihalarni kreditlash jarayoniga kompaniyalarning ESG ta'moyillarini joriy qilish, yashil loyihalarning milliy taksonomiyasini qabul qilish maqsadga muvofiq. Shuningdek, shaharlarni ESG tamoyillari asosida baholash tartibini joriy qilish. Bunda, baholash mezonlari sifatida statsionar manbalardan atmosferaga ifloslantiruvchi moddalar emissiyasining hajmi, havoning ifloslanishi, ko'kalamzorlashtirish ahvoli, atrof-muhitni muhofaza qilish xarajatlari, boshqaruvning ijtimoiy tarkibiy qismi va sifati kabi mezonlarni kiritish maqsadga muvofiq. Bundan tashqari, biznesni mas'uliyat bilan olib borishda ekologik va ijtimoiy muammolarni bartaraf etish va oldini olish uchun moliyaviy resurslarni

taqsimlashda ESG tamoyillarini boshqaruv strategiyalariga kiritish, atrof-muhit bilan bog‘liq ma’lumotlar ochiqligini ta’minlash lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Краснова Я.В. Концепция ESG-принципов как инструмент макроэкономического регулирования // Скиф. 2023. №2 (78). <https://cyberleninka.ru/>.
2. Молчанова М. Ю. Концепция устойчивого развития и ее применение в регионе // Вестник ПГУ. Серия: Экономика. 2012. №3.1. <https://cyberleninka.ru/article/>
3. Повестка дня на XXI век: принята на Конференции ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 3-14 июня 1992 г.). // https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agenda21.shtml
4. Мантаева Э.И., Голденцова В.С., Слободчикова И.В. Стандарты ESG - Концепции устойчивого развития // Научные труды Вольного экономического общества России. 2023. №4. <https://cyberleninka.ru/>
5. <https://journal.ecostandard.ru/esg/test/esg-strategiya-modnyy-trend-ili-rabotayushchiy-instrument-mneniya-ekspertov-i-uchastnikov-rynka/>.

ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Абдуллаев Алишер Махмудович,

Доцент, Ферганский политехнический институт,

E-mail:Iqtisodiyot_bosh@mail.ru.

Мамаджанов Шохрух Мухиддинович,

Студент факультета «Управление в производстве»,

Ферганский политехнический институт, E-mail:

delovoyshohrux@gmail.com

Аннотация. Статья рассматривает текущее состояние и перспективы развития цифровой экономики в Узбекистане, а также анализирует мировой опыт в этой области. В работе рассматриваются основные тенденции

цифровизации экономики, влияние цифровых технологий на различные секторы и отрасли, а также меры государственной поддержки и регулирования данного процесса.

Annotation. The article examines the current state and prospects for the development of the digital economy in Uzbekistan, as well as analyzes the world experience in this field. The paper examines the main trends in the digitalization of the economy, the impact of digital technologies on various sectors and industries, as well as measures of state support and regulation of this process.

Annotatsiya. Maqola O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning hozirgi holati va rivojlanish istiqbollarini ko'rib chiqadi, shuningdek, ushbu sohadagi jahon tajribasini tahlil qilinadi. Ishda iqtisodiyotni raqamlashtirishning asosiy tendensiyalari, raqamli texnologiyalarning turli tarmoqlar va tarmoqlarga ta'siri, shuningdek, ushbu jarayonni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va tartibga solish choralari ko'rib chiqiladi.

Ключевые слова. Цифровая экономика, цифровая инфраструктура, инновации, цифровизация, развитие цифровой экономики.

Введение.

Развитие цифровой экономики - одна из ключевых тем, которая активно обсуждается и изучается в современной экономической сфере не только в Узбекистане, но и по всему миру. При развитии IT-технологий и искусственного интеллекта возникает необходимость и важность развития цифровой экономики для страны. Цифровая экономика становится неотъемлемой частью современного мира, и Узбекистан не остаётся в стороне от этого глобального процесса. Страна активно внедряет цифровые технологии в различные сферы своей экономики с целью повышения конкурентоспособности, улучшения качества жизни граждан и развития бизнес-среды. В настоящее время многие услуги, товары или работы можно найти в интернете, оплатить онлайн и получить по факту там, где нужно. Это помогает экономить ресурсы и время. Одним из основных преимуществ цифровой экономики является повышение доступности получения или

предоставления различных услуг и товаров любого вида, обретение новых возможностей для приобретения навыков в сфере цифровых технологий, оказание и сохранение безопасных и комфортных условий для процветания человечества.

Методы.

Авторы используют как качественные, так и количественные методы исследования, основываясь на статистических данных и экономических моделях и технологиях. Это делается на основе теоретических концепций, основанные на статистических данных и экономических моделях.

Результаты.

Приоритетное внимание развитию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и цифровизации еще в начале 2000-х годов. К примеру, в стране были инициированы стратегии «ЦИФРОВОЙ УЗБЕКИСТАН-2030» и «УЗБЕКИСТАН – 2030» направленные на осуществление цифровой трансформации в национальной экономике, промышленности и обществе в целом. Также улучшилась цифровая инфраструктура в Республике, было задействовано значительное количество капитала и ресурсов, что положило фундамент для улучшения инфраструктуры ИТК. В результате в стране, по данным Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан, в отрасли информации и связи за 2017-2023 увеличилась более чем в 4 раза и достигла более 21,1 трлн. Сум в 2023 году.[1]

По отчетам, составленным Министерством цифровых технологий Республики Узбекистан на 2022 год индустрия цифровых технологий достигла значительного роста. В результате увеличения объемов инвестиций в сферу ИКТ в 1,3 раза, а объем услуг, оказываемых сферой, в 1,25 раза, ИКТ-услуги на душу населения составили 621 тыс. сумов, дополнительно обеспечена занятость 29,6 тыс. человек.

Обсуждение.

Для преодоления проблем на государственном уровне следует создавать благоприятные условия для обучения и развития талантливой молодежи в

области науки, технологий и инноваций, используя при этом современные формы организации учебной, научной и исследовательской деятельности. Также государственные органы должны способствовать формированию системы международного научно-технического сотрудничества с целью экспорта отечественных разработок на мировой рынок. Также возможно стимулирование частного бизнеса к использованию цифровых и инновационных технологий в своей деятельности с помощью налоговых льгот, государственных заказов и других мероприятий. Предполагается, что именно эти меры будут способствовать более быстрому становлению цифровой экономики [2] не только в Узбекистане, но и во всем мире.

Развитие цифровой экономики в Узбекистане позволит получить ряд значительных преимуществ, которые используются, как в государственном секторе, так и бизнесе. В Республике Узбекистан уже запущен портал www.mt.gov.uz который начал свою деятельность с 2013 года, с его помощью значительно повысилась доступность различных государственных услуг, которые напрямую связаны с экономическими вопросами страны и сократилось время на их получение.

На март 2024 года на платформе активно запущены 591 услуги, которые связаны со сферами образования, гражданства, юстиции, лицензирования, налогов таможни, экологии, таможни и т.д.

Так же функционируют 26 услуг платных и бесплатных, связанных с экономикой, бизнесом и электронной коммерцией. Одними из самых популярных услуг являются:

- а) получение кредитной истории;
- б) получение данных о предпринимателях и наличии лицензий или разрешений;
- с) регистрация и перерегистрация бизнеса.

Для улучшения качества беспроводного интернета Узбекистан в первую очередь должен начать привлекать зарубежный сектор пользования высокоскоростным интернета без использования роутера с оптоволоконным

кабелем, например, как в странах Европейского союза, где уже развит беспроводной спутниковый интернет от Starlink, как следует из интерактивной карты на сайте сервиса [3] запуск беспроводного интернета ожидается на 2025 год. Starlink была создана с целью обеспечить доступ к интернету в удаленных и малонаселенных областях с ограниченной инфраструктурой. На сегодня на околоземной орбите находится около 5 тыс. спутников и планируется запустить 42 тыс. При этом скорость Starlink составляет от 11 до 60 Мбит/с. Для развития цифровизации в Узбекистане это пошло бы на пользу, учитывая, что во многих местах в регионах нет доступа к высокоскоростному и стабильному интернету. Мы могли бы тоже начать с отдаленных учебных заведений. У учащихся появился бы доступ к огромным библиотекам образовательных ресурсов в интернете.

Заключение.

На основании проведенного анализа можно сказать, что развитие и интеграция цифровой экономики – это неотъемлемый фактор, который ручается за развитие страны и стран в целом, так как является посредником между внедрением новых технологий, увеличением капитала и обеспечения высокого уровня жизни людей. Она стимулирует инновации, улучшает эффективность производства, расширяет рынки и изменяет облик мировой экономики. Однако, важно помнить, что цифровая экономика также вызывает важные вопросы, такие как кибербезопасность, конфиденциальность данных и социальные последствия автоматизации. Для успешной адаптации к цифровой экономике необходимо уделять внимание этим аспектам и стремиться к сбалансированному развитию, которое приносит пользу всем участникам общества.

Список использованной литературы:

1. Агентство статистики при Президенте Республики Узбекистан. Национальные счета. 19/01/2024: <https://stat.uz/ru/ofitsialnaya-statistika/national-accounts>

2. Сударушкина И. В., Стефанова Н. А. Цифровая экономика //Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. – Т. 6. – №. 1 (18). – С. 182-184.

3. Интерактивная Карта Starlink <https://www.starlink.com/map>.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

О.В. Ежель,

канд. экон. наук, доцент,

О.В. Толкач,

аспирант, Белорусский государственный

экономический университет

Аннотация. Maqolada raqamli texnologiyalarni joriy etishning turizm sanoati korxonalarining raqobatbardoshligi va samaradorligiga ta'siri ko'rib chiqiladi.

В статье рассмотрено влияние внедрения цифровых технологий на конкурентоустойчивость и эффективность предприятий туристической индустрии.

The article examines the impact of the introduction of digital technologies on the competitiveness and efficiency of enterprises in the tourism industry.

Ключевые слова: туризм, туристическая индустрия, цифровые технологии, цифровизация, конкурентоустойчивость.

Современный этап развития конкуренции predetermined изменение парадигмы управления от конкурентоспособности «экономики компетенций» к конкурентоустойчивости «экономики внимания». При равных уровнях компетенций и накопленного опыта, имея схожий туристический продукт, выигрывает та туристическая организация, которая удерживает больше внимания потребителей, а способствует этому присутствие и продвижение продукта в информационном поле Интернет. Поэтому процесс внедрения цифровых технологий в туристическую

индустрию приводит к значительным трансформациям, что требует изучения влияния этих изменений для определения концепции развития туристической индустрии на основе конкурентных преимуществ цифровизации.

Цифровая экономика туристической индустрии Республики Беларусь относится к одному из перспективных и активно формирующихся направлений, что предполагает полную перестройку бизнес-модели регулирования деятельности данной индустрии. Современная концепция цифровой экономики в туристической индустрии направлена на введение качественных и свободно интегрированных технологий в коммуникационные процессы между основными игроками рынка.

Высокая значимость процесса цифровизации экономики отражена в следующих документах: Декрет Президента Республики Беларусь «О развитии цифровой экономики» от 21.12.2017 г. № 8, государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 гг., государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы, стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016-2022 гг., государственная программа развития цифровой экономики Республики Беларусь на период с 2021 г., Концепция информационной безопасности Республики Беларусь, а также Национальная стратегия устойчивого развития до 2035 года и Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг. Оценивая результаты усилий по разворачиванию цифровой трансформации реального сектора экономики, следует отметить, что за период 2018-2023 гг. в Беларуси созданы институциональные основы формирования смарт-индустрии.

Рассматривая вопрос организации цифровой трансформации реального сектора экономики на уровне государств-участников Евразийского экономического союза, необходимо отметить, что наиболее продвинутыми в этом отношении являются Российская Федерация, Беларусь и Казахстан. Являясь «ядром» ЕАЭС, они обладают наибольшим человеческим

капиталом, инновационным и производственным потенциалом и финансовыми ресурсами, что создает минимально необходимые условия и предпосылки для формирования национальных цифровых экосистем и старта цифровой трансформации реального сектора экономики [1].

Важно отметить, что научные исследования, направленные на изучение регулирования цифровизации в совершенствовании индустрии туризма в Республике Беларусь как специфического вида экономической деятельности фактически отсутствуют. В связи с чем, считаю актуальным решение задачи оценки влияния цифровизации на формирование конкурентоустойчивости туристической индустрии.

Цифровизация в туризме способствует гибкости и адаптивности туристического бизнеса к современным реалиям и повышению конкурентоустойчивости в развивающемся «цифровом мире» [2, с. 453]

Цифровые технологии в туристической индустрии можно разделить на те, которые используются преимущественно в целях маркетинга, и те, которые совершенствуют организационный механизм экономической системы отрасли (организации). Цель их внедрения — привлечь внимание потребителей (туристов) нестандартностью и креативностью подхода, удовлетворить потребительский интерес и создать впечатление. Цифровые технологии направлены на решение как маркетинговых задач, так и задач клиентоориентированности. Этому способствуют, например, технологии дополненной/виртуальной реальности и возможности искусственного интеллекта, как наиболее распространенные цифровые технологии.

В эпоху цифровизации перспективным решением является объединить краеведческие музеи Беларуси в единое цифровое пространство (ЕЦП). Под этим подразумевается «Единая виртуальная сеть туристических дестинаций Республики Беларусь». Направлениями виртуальных дестинаций будут наиболее живописные локации: Браславские озера, Беловежская пушта, Несвижский дворцово-парковый комплекс, Мирский замок, туристическая

тропа «Ельня», Березинский биосферный заповедник, Налибокская пуша, Полесский радиационно-экологический заповедник и др.

Такие компании, как Tripadvisor, Airbnb и Amadeus, уже продемонстрировали свою приверженность тенденции гиперперсонализации на основе искусственного интеллекта и больших данных Big Data, и в 2024 году ожидается продолжение. Место файлов cookie займут такие цифровые активы как NFT, которые сыграют ключевую роль в автоматической гиперперсонализации контента [3].

Применение цифровых технологий возможно на различных этапах жизненного цикла продукта (туристического, гостиничного, курортного). Возможности такого внедрения представлены ниже в таблице. Развитие туристического бизнеса связано с созданием новых туристических продуктов, спрос на которые не всегда возможно точно спрогнозировать, поэтому применение цифровых технологий, особенно на первых этапах запуска, может снизить затраты в случае низкого спроса или необходимости доработки.

Таблица – Возможности применения цифровых технологий в туристической индустрии по видам бизнес-процессов

Бизнес-процессы	Цифровые технологии							
	Роботизация	Оптическое распознавание	Внедрение чат-ботов	Анализ больших данных	Искусственный интеллект	Интернет вещей (IoT), применение RFID-меток и облачных технологий	Дополненная реальность, цифровые двойники	Использование цифровой среды
Продуктивные бизнес-процессы								
Маркетинг. Формирование облика продукта	-	-	-	-	+	+	+	+
Разработка продуктов (услуг)	-	-	-	-	-	-	+	+
Производство продуктов (услуг)	+	+	-	+	+	+	+	+
Управление	+	+	-	+	+	+	-	+

снабжением								
Продажа и обслуживание клиентов	+	+	+	+	+	+	+	+
Обеспечивающие бизнес-процессы								
Управление финансами	+	+	+	+	-	-	-	+
Управление персоналом	+	+	+	-	+	-	+	+
Делопроизводство	-	+	-	-	-	-	-	+
Планирование и управление	+	-	+	+	+	+	+	+
Управление защитой окружающей среды	+	+	+	+	-	+	+	+
Управление внешними связями	-	+	+	+	-	+	-	+
Совершенствование деятельности организации	+	+	+	+	+	+	+	+

Примечание. – Собственная разработка.

При этом возможно применение гибридного подхода, который сочетает использование прямого цифрового производства при запуске турпродукта и производство на базе традиционных инструментов. Гибридный метод снижает риски и затраты при начальном производстве небольшими партиями, позволяет перейти на традиционные методы в зависимости от успеха на рынке.

Внедрение цифровых технологий позволяет повышать производительность труда, сокращать затраты на оказание услуг и оптимизировать использование имеющихся ресурсов. Возможный эффект от внедрения цифровых технологий является целевым результатом цифровизации тех или иных бизнес-процессов. Между тем цифровизация в целом и на предприятиях, в частности, является весьма затратным процессом, а потому оценка только эффекта, на наш взгляд, является недостаточной: так как не всегда достигнув положительный эффект от

внедрения цифровых технологий, предприятие может повысить свою конкурентоустойчивость на рынке. Поэтому следует различать понятия эффект и эффективность.

Таким образом, развитие цифровизации туристической индустрии Республики Беларусь будет способствовать повышению ее конкурентоустойчивости, а также построению современной цифровой экономики в стране.

Список использованной литературы

1. Отчет о проработке цифровой экосистемы на основе опыта Брестского технопарка с рекомендациями для стран ЕАЭС // URL: <https://economy.gov.by/uploads/files/otchet.pdf>. (дата обращения: 10.03.2024).
2. Устинова, Н.Г., Шевченко М.В. Индустрия гостеприимства в эпоху цифровизации // Эпоха науки. – 2019. – № 20. – С. 453-457.
3. Trout, M. Top 5 key tourism trends for 2024 [Электронный ресурс]: [tourism-review.com](https://www.tourism-review.com/tourism-trends-of-the-next-year-news14038). – URL: <https://www.tourism-review.com/tourism-trends-of-the-next-year-news14038>. – (дата обращения: 01.12.2023).

НЕОБХОДИМОСТЬ ВОВЛЕЧЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Инятов А.Р., доцент кафедры экономики,

Каракалпакский государственный университет имени Бердаха

Аннотация. В данной статье в условиях глобализации экономики нашей страны рассмотрена быстро развивающаяся область цифровой экономики, ее инфраструктура, а также задачи, связанные с проблемами развития цифровой экономики и вопросами совершенствования экономики. Рассмотрены механизмы перехода к нему.

Ключевые слова: цифровая система, информация, электронные сети, электронные продукты, услуги, сервис, блокчейн.

Аннотация. Ushbu maqolada mamlakatimiz iqtisodiyotining globallashuvi sharoitida jadal rivojlanayotgan raqamli iqtisodiyot sohasi, uning infratuzilmasi, shuningdek, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish muammolari va iqtisodiyotni takomillashtirish masalalari bilan bog‘liq vazifalar belgilab berilgan va unga o‘tish mexanizmlari ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: raqamli, tizim, axborot, elektron tarmoqlar, elektron mahsulotlar, xizmatlar, xizmat, blokcheyn.

Annotation. In this article, in the context of the globalization of the economy of our country, the rapidly developing area of the digital economy, its infrastructure, as well as tasks related to the problems of developing the digital economy and issues of improving the economy are considered. and the mechanisms of transition to it are considered.

Keywords: digital, system, information, electronic networks, electronic products, services, service, blockchain.

Введение. Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев в своем обращении к Олий Мажлису заявил: «Цифровые технологии, не только улучшают качество продуктов и услуг, но и снижают все затраты. Вместе с тем, они являются эффективными инструментами для искоренения такого безнравственного, неприемлемого качества, как коррупция, которая является угрозой развития всех отраслей, тревожит меня больше всего. Нам всем необходимо это осознать. Внедрение цифровых технологий в социальную сферу и применение их в государственном и общественном управлении, могут повысить эффективность, другими словами значительно улучшить благосостояние народа» [1].

Принятие Указа Президента «О мерах по дальнейшей модернизации цифровой инфраструктуры по развитию цифровой экономики» является важным мероприятием по созданию благоприятных условий для ускоренного развития цифровой экономики, дальнейшего совершенствования системы возможности расширения и использования государственного управления, современной инфраструктуры.

Основной часть. Появление и внедрение новых цифровых технологий в нашей стране может иметь ряд положительных показателей и результатов для национальной экономики: повышение производительности труда; повышение капитализации; улучшение качества жизни; формирование и создание новых рынков; повышение эффективности по утилизации ресурсов (активов, капитала); большая конкуренция; повышенная безопасность; улучшение благосостояния народа.

Изучение новых экономических событий и их внедрение, в частности отделение цифровой экономики, как независимой отдельной части новой экономики проявляет большой интерес, потому, как ускорение качества и скорости управления экономики, дают возможность установления поправок и правил ведения бизнеса на правовых основах [2].

Многие исследователи пытаются по своему понять и воспринять это явление с субъективной и объективной точки зрения свойственной для современной экономики через призму субъективных отношений. С объективной стороны это больше связано с проявлением новых качеств сторон, признаков, тенденций и закономерностей в современной экономике.

Цифровая экономика представляет собой систему, для реализации экономических, социальных и культурных связей посредством использования цифровых технологий. Иногда его называют интернет-экономикой, новой экономикой или веб-экономикой.

Цифровая экономика – это не другая экономика, которую нужно создавать с нуля. Это означает перевод существующей экономики на новую систему, путем создания и внедрения новых технологий, платформ и бизнес-моделей [3].

Цифровая экономика значительно улучшает качество жизни людей, и их главным преимуществом является, устранение коррупции и теневой экономики. Потому, что цифры возможно записать, хранить и сохранить информацию быстро, когда это необходимо. В предложенных условиях, невозможно скрыть какую-либо информацию, заключить секретную сделку,

и выдавать не достоверную или полную информации о конкретной деятельности. Обилие и систематичность данных, предотвращают недостоверность и обманы, поскольку систему нельзя обмануть. В результате невозможно «смыть», украсть, или тратить средства неэффективно и без цели [4]. Это увеличит поток законных средств в экономику, своевременное поступление налогов, бюджетные ассигнования, государственные расходы, школы, больницы, дороги и многое другое.

Выбор государства для развития цифровой экономики открывает новые измерения в области информационных технологий, и, в целом, в области электронного документооборота.

Под влиянием научно-технического прогресса и экономического развития происходят значительные изменения в правилах рыночной экономики, правилах ведения бизнеса и появлении традиционных экономических норм и правил. Например, появление и развитие электронных сетей, компьютеров и программных продуктов, цифровых технологий, электронных продуктов и услуг радикально изменяет смысл, пропорциональность и важность следующих понятий в новой или современной экономике: материальных (нематериальных) и нематериальных (географических), географических расстояний, времени. и местоположение, потребительская ценность (прибыльность) и ценность, качество и количество, конкуренция и потребительские предпочтения, посредничество и логистика, человеческий капитал и деловая этика, ведение переговоров и эффективность, потребителей и производителей новых отношений, маркетинга, технологий и продаж [5].

Очевидно, что в развитом мире, особенно в США, с быстрым развитием интернет-компаний и интернет-фирм появятся новые рынки, которые проникнут во все сектора экономики и изменят форму всей экономики в целом.

Поэтому мы считаем, что электронная экономика и цифровая экономика узко определены, как сумма взаимоотношений между интернет-компаниями

и фирмами при создании и использовании цифровых технологий, продуктов и услуг и в целом – по сравнению с «индустриальной» экономикой, которая соответствует третьему, четвертому технологическому циклу.

Создание Фонда развития цифрового траста в форме государственного учреждения, что является одной из основных задач привлечения и консолидации средств инвесторов для реализации проектов государственно-частного партнерства в области развития цифровой экономики, в том числе внедрения блокчейн-технологий.

Стоит отметить, что сегодня пользователи активно используют Telegram бот для заказа еды. Различные интернет-магазины и электронные платежные системы также активно развиваются. Это означает, что наши граждане полагаются на электронные транзакции. Только сегодня пользователи совершают небольшие транзакции, которые стоят недорого и не совсем готовы поднять средние покупки. В настоящее время задача состоит в том, чтобы продвигать средние, крупные экономические и финансовые транзакции с помощью цифровых технологий.

Новая экономика в своем цифровом контенте может соединять компании и частных лиц по всему миру различными способами, мгновенно используя цифровые технологии, независимо от географического расположения посредников, расстояния или рынков, включая инновационные цифровые технологии, рынки продуктов, услуг и услуг. Контур характеризует более глубокий этап экономического развития общества, основанный на достижениях пятой и шестой технологических дисциплин, которые вступают в деловые отношения.

Выводы. Таким образом, развитие цифровой экономики определяется не только революционными технологическими достижениями, но также и эволюционными законами новой экономики, которые побуждают современное управление, учитывать новые принципы управления и методы ведения бизнеса, повышая качество и производительность продукции, а также недостатки в экономическом цикле. Устраняет инфляцию и

безработицу, и обеспечивает устойчивый экономический рост в условиях глобализации.

Глобализация экономических процессов станет основной тенденцией и тенденциями развития современной экономики благодаря интеграции различных секторов экономики, связанных с формированием глобальной электронной сети.

Система суверенного государственного блока Узбекистана, основанная на вышесказанном, теперь требует создания различных суверенных финансовых институтов. К таким учреждениям относятся банки, депозитарии, пенсионные фонды, налоговые органы и другие. Это позволит упростить и полностью автоматизировать налогообложение и перевод средств в фонды.

Список использованной литературы:

1. Обращение Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева к Олий Мажлису 24 января 2020 года, Lex.uz
2. С.С. Гулямов Р.Х. Аюпов О.М. Абдуллаев, Г.Р. Балтабаев. Блокчейн-технологии в цифровой экономике. Т.: ТФИ, Издательство «Экономика-Финанс», 2019. с. 447.
3. Ходиев Б. Ю. Цифровая экономика в Узбекистане. // Мировая экономика. 2017. № 12.
4. Инятов, А. Р., и др. (2013). Важность вовлечения цифровой экономики в экономику страны. SCIENCE AND WORLD, 50.
5. Инятов, А. Р., и др. (2018). Некоторые проблемы эффективного внедрения информационных технологий на предприятиях. Правовестник, (8), 32-35.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Исламутдинов В.Ф., д.э.н., и.о. профессора кафедры экономики УрДУ

Annotatsiya. Maqolada O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotning hozirgi holati o‘rganilib, so‘nggi yillarda raqamli iqtisodiyot rivojlanishining asosiy ko‘rsatkichlari dinamikasi ko‘rsatilgan. O‘zbekiston Respublikasining raqamli iqtisodiyot yetakchilari aniqlandi, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha tanlangan modelning afzalliklari va kamchiliklari keltirildi. O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlari ko‘rsatilgan.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, O‘zbekiston Respublikasi, davlat, istiqbol, rivojlanish.

Аннотация. В статье рассмотрено современное состояние цифровой экономики в Республике Узбекистан, показана динамика основных показателей развития цифровой экономики за последние годы. Выявлены лидеры цифровой экономики Республики Узбекистан, приведены преимущества и недостатки выбранной модели развития цифровой экономики. Показаны перспективные направления развития цифровой экономики в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: цифровая экономика, Республика Узбекистана, состояние, перспективы, развитие

Abstract. The article examines the current state of the digital economy in the Republic of Uzbekistan and shows the dynamics of the main indicators of the development of the digital economy in recent years. The leaders of the digital economy of the Republic of Uzbekistan are identified, the advantages and disadvantages of the chosen model for the development of the digital economy are given. Promising directions for the development of the digital economy in the Republic of Uzbekistan are shown.

Key words: digital economy, Republic of Uzbekistan, state, prospects, development

Ни одна страна в мире не может успешно конкурировать в современном мире без полноценного развития цифровой экономики [1]. Республика Узбекистан не является исключением. Поэтому в Республике принята и реализуется Стратегия «Цифровой Узбекистан – 2030», в которой обозначены первоочередные меры по развитию таких направлений цифровой экономики как развитие электронного правительства, цифровой индустрии, цифрового образования и цифровой инфраструктуры. Определенные успехи в этом направлении уже достигнуты, Узбекистан уже начал получать экономический эффект от цифровой экономики, выражающийся в дополнительных рабочих местах, приросте ВВП, притоке высококвалифицированных кадров и т.д. Однако, остаются ряд проблем и нерешенных вопросов, которые тормозят развитие цифровой экономики, не позволяя в полной мере использовать ее потенциал.

Для того, чтобы понять состояние цифровой экономики в Республике Узбекистан, необходимо проанализировать ключевые показатели (таблица).

Таблица - Показатели развития цифровой экономики в Республике Узбекистан

Показатели	Годы								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Количество действующих предприятий и организаций по виду экономической деятельности “Информация и связь”	6370	6427	6403	6975	7901	9517	10587	12204	10551
Доля домохозяйств, имеющих доступ к Интернету, %	н.д.	н.д.	66,3	68,2	84,2	86,1	78,3	70,3	82,0
Численность работников в юридических лицах,	33 413	34 478	37 958	40 248	47 697	50 157	53 782	60 462	

работающих в сфере ИКТ, чел.									н.д.
Доля валовой добавленной стоимости, созданной в секторах информационной экономики и электронной торговли, %	1,9	2,1	2,3	2,0	1,7	1,9	2,5	3,3	н.д.
Экспорт ИКТ-услуг, млн. долл.	156,9	147,5	150,7	159,7	167,5	169,5	180,7	305,8	н.д.

За анализируемый период есть значительный прогресс по всем показателям. Количество действующих предприятий и организаций по виду экономической деятельности “Информация и связь” увеличилось почти вдвое, численность работников в юридических лицах, работающих в сфере ИКТ также увеличилась вдвое. Доля домохозяйств, имеющих доступ к Интернету превысила 80%, экспорт ИКТ-услуг также вырос в два раза. Однако, доля валовой добавленной стоимости, созданной в секторах информационной экономики и электронной торговли, выросла незначительно, причем в 2019-2020 годах эта доля даже снижалась несмотря на то, что это был период ковидных ограничений, за счет которых в развитых странах наоборот произошел скачок доли цифровой экономики в ВВП.

Рост большинства показателей в два раза за 8 лет, это конечно хорошо, но темпы роста отстают от среднемировых. Еще одна проблема в том, что большая часть экспорта услуг ИКТ идет в США, что связано с относительно низкой стоимостью труда отечественных программистов на мировом рынке.

Также проблему составляет низкая пропускная способность сетей Интернет в Республике, в результате чего ограничивается рост объемов услуг широкополосного интернета, таких как стриминговые сервисы.

Еще одна проблема в том, что по факту Узбекистан упустил возможность резко нарастить количество иностранных квалифицированных кадров в 2022-2023 годах, т.к. не проводил политику наибольшего благоприятствования для выходцев из России.

Однако несмотря на все проблемы следует отметить, что цифровая экономика в Узбекистане все-таки состоялась, доказательством чему является появление первой компании - цифрового «единорога». Компания Uzum на последнем раунде привлекла более 100 млн. долларов инвестиций и ее оценка превысила 1,1 млрд долларов. В состав экосистемы ИТ-холдинга Uzum входят: онлайн-магазин, сервис экспресс-доставки, цифровой банк, сервис халальной рассрочки, сервис для организации авторынка и приложение для развития бизнеса. В 2023 году сервис обслужил более 10 млн человек, а чистая прибыль составила 100 млн. долларов. Численность сотрудников превысила 10 тысяч человек.

В Узбекистане также активно развивается рынок венчурных инвестиций. За прошлый год местным стартапам удалось привлечь около \$15 млн. Среди успешных проектов — сервис для электронных платежей Рауме, приложение для заказа такси MyTaxi, платформа для онлайн-микрокредитования Нумо, сервис для онлайн-обучения EVO.

Надо отметить, что Узбекистан выбрал азиатскую модель вхождения в цифровое общество, для которой характерно значительная роль государства в становлении и развитии цифровой экономики [2].

Преимущества выбранной модели состоят в том, что процесс цифровизации находится под контролем государства и не может привести к значительным перекосам или неприятным сюрпризам. Также данная модель обеспечивает устойчивое государственное финансирование мероприятий по переводу экономики на цифровые рельсы.

Недостатки модели Узбекистана в развитии цифровой экономики заключаются в сильной зависимости от государственных инвестиций, и низких стимулах для частного бизнеса осуществлять собственные

инвестиции в цифровую инфраструктуру. Также значительное вмешательство государство не способствует быстрому росту и реагированию на появление новых вызовов.

Несмотря на не совсем удачную модель цифровизации, у цифровой экономики в Республике Узбекистан конечно же есть перспективы развития. Весьма перспективными в Узбекистане видятся такие направления развития цифровой экономики: цифровые госуслуги, электронная торговля и маркетплейсы, цифровой банкинг, дистанционное образование [3]. Также весьма перспективно развитие цифровых услуг для туристов: онлайн-продажа билетов, экскурсий, туров, бронирование гостиниц и т.д. Еще одним перспективным направлением применения цифровых технологий является агросектор, особенно в части контроля за состоянием полей и садов. Толчок этому направлению может дать недавнее значительное смягчение ограничений на использование беспилотных летательных аппаратов – дронов, квадрокоптеров, которые широко используются в сельском хозяйстве [4].

В то же время весьма сомнительно развитие в скором времени в Узбекистане таких отраслей цифровой экономики, как цифровые биржи и брокерские фирмы, так как норма сбережений в Узбекистане находится на одном из низких уровней на территории стран СНГ. Плохо развиваются цифровые двойники производственных процессов по причинам недостатка мощностей дата-центров. Также под сомнением развитие собственного искусственного интеллекта, т.к. для его программирования недостаточно квалификации кадров, а для его функционирования требуется такой дефицитный в Узбекистане ресурс как вода. Также пока под вопросом развитие услуг стриминговых платформ и онлайн-видеоигр, т.к. скорость интернет-соединений и их пропускная способность пока оставляют желать лучшего.

Для ускорения развития цифровой экономики в Узбекистане следует усилить государственное вмешательство в направлении развития цифровой

инфраструктуры, особенно увеличения скорости интернета и мощностей дата-центров. Также необходимо усилить работу по обеспечению кибербезопасности, особенно в части появления новых способов цифрового мошенничества с использованием дипфейков и сгенерированного текста и видео. Еще одним сложным направлением работы является оперативное снятие запретов и ограничений на использование тех или иных достижений цифровых технологий в экономике Узбекистана. Также необходимо усиливать человеческий капитал цифровой экономики, работая одновременно в двух направлениях: активно привлекая квалифицированных специалистов из-за рубежа, создавая для них условия максимального благоприятствования, и массово обучая свою молодежь по направлениям цифровой экономики [5].

Таким образом, Узбекистан стал на путь развития цифровой экономики и это дает как свои плюсы и минусы. Но для полноценного развития цифровой экономики, для того, чтобы она стала не просто еще одной отраслью в экономике Узбекистана, а стала драйвером развития всех других отраслей экономики надо сделать еще много чего.

Список литературы

1. Kurpayanidi K. I. Raqamli iqtisodiyotning bugungi holati: muammo va yechimlar // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 1, yanvar-fevral, 2021 yil, 309-315 bit.
2. Базаров Ф. О. Перспективы развития цифровой экономики в республике Узбекистан // Экономика и социум, 2022, №3(94)-1 С. 212-219.
3. Ганиходжаев Б., Суюнов Д., Кенжабаев А., Кувандиков А. Развитие цифровой экономики в Узбекистане и ее основные направления // Economy and Business: Theory and Practice, vol. 3-1 (97), 2023, pp. 38-43. DOI:10.24412/2411-0450-2023-3-1-38-43
4. Журакулов Ш. Б. Перспективы цифровой экономики в Узбекистане // Central Asian Journal Of Innovations On Tourism Management And Finance. 2023, № 04, Вып. 06, С. 87-91 <https://cajitmf.centralasianstudies.org>

5. Yoʻldoshmaxmudov Sh. X. Oʻzbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish // Science And Innovation International Scientific Journal, 2022, Volume 1 Issue 6, pp. 248-251. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7126077>

ТРЕНДЫ ПРОФЕССИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Каширская Л.В.¹, Ауслендер А.Я.²

**¹Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Российская Федерация**

**²Астраханский государственный университет, Астрахань, Российская
Федерация**

Annotatsiya

Raqamli texnologiyalar barqaror iqtisodiy oʻsishni taʼminlash va zamonaviy iqtisodiyotda muvaffaqiyatga erishish uchun zarur shart sifatida qaraladi. Raqamli texnologiyalar bozorida talab qilinadigan asosiy kasblar tahlili oʻtkazildi. Xulosa shuki, eng yangi texnologiyalardan foydalanishga asoslangan mehnatni tashkil etishning yangi shakllari paydo boʻladi, shuningdek, turli sohalar va faoliyat turlari qayta koʻrib chiqiladi.

Аннотация

Рассматриваются цифровые технологии как необходимое условие для обеспечения устойчивого экономического роста и достижения успеха в условиях современной экономики. Проведен анализ основных профессий, востребованных на рынке цифровых технологий. Сделан вывод, что возникают новые формы организации труда, основанные на использовании новейших технологий, а также пересматриваются различные отрасли и виды деятельности.

Abstract

Digital technologies are considered as a necessary condition for ensuring sustainable economic growth and achieving success in a modern economy. The analysis of the main professions in demand in the digital technology market is carried out. It is concluded that new forms of labor organization are emerging

based on the use of the latest technologies, as well as various industries and activities are being reviewed.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, профессии, IT-индустрия, специалист по анализу данных, веб-дизайнер, контент-менеджер, digital-маркетолог, инженер по машинному обучению, криптовалютный аналитик, специалист по кибербезопасности, технический писатель, разработчик виртуальной реальности, IT-консультант

Keywords: digital economy, digital technologies, professions, IT industry, data analysis specialist, web designer, content manager, digital marketer, machine learning engineer, cryptocurrency analyst, cybersecurity specialist, technical writer, virtual reality developer, IT consultant.

Современная цифровая экономика привела к возникновению множества новых профессий, которые ранее не существовали. Технологические изменения и инновации в информационных технологиях создали огромные возможности для развития новых отраслей и направлений в бизнесе [1,2].

Одна из самых быстрорастущих сфер — это IT-индустрия, которая предоставляет работу для миллионов людей по всему миру. Например, программисты, которые разрабатывают программное обеспечение, стали одной из самых популярных профессий в последние годы. Согласно данным Bureau of Labor Statistics [3], в 2021 году число занятых программистов в США достигло 1,5 миллиона, что на 11% больше, чем в 2020 году.

С другой стороны, цифровая экономика также приводит к устареванию некоторых профессий. Например, интеллектуальная автоматизация и роботизация могут заменить работников в сфере производства и логистики. Из-за автоматизации и перехода на цифровые услуги, некоторые профессии, которые были популярны в прошлом, уже уходят в прошлое. Например, курьеры на велосипедах и банковские кассиры больше не так востребованы, как раньше.

Тем не менее, появление новых профессий дает возможность людям с различными навыками и интересами найти работу в новых отраслях. Новые

профессии появляются не только в IT-секторе, но и в других областях, таких как маркетинг, финансы, здравоохранение и т. д. Одна из самых перспективных новых профессий — это специалисты по анализу данных. Согласно данным McKinsey & Company, к 2026 году в мире потребуется свыше двух миллионов таких специалистов.

В целом, цифровая экономика продолжает изменять профессиональные требования и создавать новые возможности для работы. Работники должны стремиться к постоянному обучению и адаптации к новым технологиям, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке труда.

На данный момент есть девять профессий, которые высоко востребованы как на международном рынке труда, так и во внутренних [4]:

1. Специалист по анализу данных (Data Analyst) - отвечает за сбор, анализ и интерпретацию больших объемов данных для принятия решений.

2. Веб-дизайнер (Web Designer) - создает дизайн и разработку сайтов, обеспечивая максимальную оптимизацию пользовательского интерфейса и удобство использования.

3. Контент-менеджер (Content Manager) - занимается созданием и управлением контентом на сайтах, социальных сетях и других онлайн-платформах.

4. Digital-маркетолог (Digital Marketer) - использует цифровые каналы коммуникации для продвижения продуктов или услуг, путем создания и исполнения цифровых маркетинговых кампаний.

5. Инженер по машинному обучению (Machine Learning Engineer) - работает над созданием и оптимизацией алгоритмов машинного обучения, которые используются в различных областях, таких как медицина, финансы и технологии.

6. Криптовалютный аналитик (Cryptocurrency Analyst) - занимается анализом рынка криптовалют и предоставляет рекомендации по инвестированию и торговле криптовалютами.

7. Специалист по кибербезопасности (Cybersecurity Specialist) - защищает компьютерные системы от кибератак и других угроз в онлайн-среде.

8. Технический писатель (Technical Writer) - создает документацию по программному обеспечению и техническим устройствам для облегчения их использования.

9. Разработчик виртуальной реальности (Virtual Reality Developer) - создает программное обеспечение и контент для виртуальной и дополненной реальности, которые используются в различных отраслях, таких как игровая и медиаиндустрии.

10. IT-консультант (IT Consultant) - оказывает консультационные услуги по различным информационным технологиям и помогает организациям оптимизировать свои бизнес-процессы и повысить эффективность работы.

Вместе с новыми профессиями также возникает и риск их быстрого устаревания или замены на более продвинутые технологии. Некоторые профессии могут полностью исчезнуть, как это произошло, например, с печатниками, чей труд заменяют современные принтеры и другие технологии печати. Цифровая экономика создает новые профессии, требующие новых навыков и знаний, но также может привести к исчезновению традиционных профессий. Чтобы успешно адаптироваться к изменениям на рынке труда, необходимо постоянно обучаться и развивать свои навыки.

В целом, цифровизация приводит к колоссальным изменениям в экономике и обществе, которые несут как риски, так и новые возможности.

Сегодняшние изменения в экономике, связанные с цифровыми технологиями, пересматривают различные отрасли и формы организации труда. Несмотря на опасения потери рабочих мест из-за автоматизации, появляются новые профессии и требуются новые навыки. Однако, цифровизация также несет риски, такие как долгосрочная безработица, повышение психических и эмоциональных рисков для работников и

уязвимость новых категорий работников в условиях новых форм занятости. Кроме того, институты занятости и социально-трудовых отношений требуют изменений, чтобы соответствовать современным реалиям.

В связи с этим, ученым и экспертам предстоит исследовать вопросы институционализации и институционального регулирования новых форм занятости и организации труда в условиях развития противоречивых и неоднозначных экономических моделей. Необходимо создание новых механизмов социальной защиты и поддержки работников в современной технологии в экономике, а также разработка новых форм социально-трудовых отношений, учитывающих современные реалии и требования экономики. В частности, необходимо усилить контроль со стороны государства за условиями труда и защитой прав работников в эпоху цифровой экономики, а также разработать новые механизмы социальной поддержки и страхования для фрилансеров и работников на платформах. Кроме того, необходимо проводить обучение и переподготовку работников для адаптации к новым технологиям и формам занятости, а также создавать условия для развития квалификации и профессионального роста в цифровой экономике. В целом, требуется комплексный подход к регулированию технологий в экономике, который бы учитывал интересы всех заинтересованных сторон и способствовал развитию экономики в целом.

Список использованной литературы

1. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы: Указ Президента РФ от 09.05.2017 г. № 203.
URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919>
2. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 г. № 1632-р.
URL: <http://static.government.ru>
3. Bureau of Labor Statistics (BLS): "Employment Situation Summary".
URL: <https://www.bls.gov/ooh/computer-and-information-technology/software-developers.htm>

4. Нифантьев, А. Н. Ключевые технологии цифровой экономики. // Молодой ученый. — 2020. — № 50 (340). — С. 117–119.

**Социально-экономическое развитие регионов Узбекистана в условиях
инновационной экономики**

**Мавланова Умида Баходировна, преподаватель
Национальный Университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека
Экономический факультет**

Аннотация: регионы, являясь важнейшей составной частью достижения устойчивого экономического роста страны, должны иметь стабильность условий, в которых они работают. Стимулами для их дальнейшего развития является привлечение инвестиций, поддержание внешнеэкономических связей, внедрение инновационных технологий, создание экономических стимулов и предоставление гибких возможностей для регионов.

Izoh: hududlar mamlakatning barqaror iqtisodiy o'sishiga erishishning eng muhim tarkibiy qismi bo'lib, ular faoliyat ko'rsatayotgan sharoitlarda barqarorlikka ega bo'lishi kerak. Ularni yanada rivojlantirish uchun investitsiyalarni jalb qilish, tashqi iqtisodiy aloqalarni davom ettirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, iqtisodiy rag'batlantirish va hududlar uchun moslashuvchan imkoniyatlar yaratish rag'batlantiriladi.

Annotation: regions, being the most important component of achieving sustainable economic growth of the country, must have stability in the conditions in which they operate. Incentives for their further development are to attract investment, maintain foreign economic relations, introduce innovative technologies, create economic incentives and provide flexible opportunities for regions.

Ключевые слова: инвестиции, промышленность, инновации, глобальный инновационный индекс, экономическое развитие, рейтинговые оценки регионов.

Kalit so‘zlar: investitsiyalar, sanoat, innovatsiyalar, global innovatsiyalar indeksi, iqtisodiy rivojlanish, asosiy mintaqalar reytingi.

Key words: investments, industry, innovation, global innovation index, economic development, ranking of key regions.

Социальное-экономическое развитие регионов Узбекистана определено в Указе Президента Республики Узбекистан №УП-60 от 28 января 2022 года “О стратегии развития нового Узбекистана на 2022 – 2026 годы». Согласно данному нормативному документу утверждены программы развития с изучением проблем и возможностей городов и районов регионов. Целью является дальнейшее улучшение и повышение привлекательности инвестиционного климата в стране, принятие мер по привлечению в течение пяти лет инвестиций в объеме 120 млрд.дол. США, в том числе 70 млрд.дол.США иностранных инвестиций [1]. Налаживание новой системы использования инвестиций и увеличение объемов экспорта осуществляется на основе принципа «снизу-вверх». Инвестирование «снизу-вверх» (наиболее используемого для капитала) - это сбор активов. Инвестор выбирает не из-за общей экономики или сектора, а из финансового положения или перспектив компаний.

Установление взаимных внешнеэкономических связей между регионами республики и зарубежными странами также даст ощутимый толчок в социально-экономическом состоянии. Министерство инвестиций, промышленности и торговли регулярно проводит изучение текущего состояния действующих промышленных объектов и реализуемых инвестиционных проектов с целью выявления проблем, оказания адресной поддержки предпринимателям по увеличению объемов промышленного производства и создания новых рабочих мест. В частности, в начале 2024 года рабочая группа Министерства инвестиций, промышленности и торговли посетила ряд крупных производственных отраслей Джизакской области, посетив производственные площадки завода по производству электромобилей BYD в Джизаке, также ознакомившись с деятельностью

компании Global Optical Communication и проектов, реализуемым предприятием Turk Charm. Подчеркнута положительная динамика торгово-инвестиционного партнерства с китайскими партнерами, которые становятся ведущими партнерами в модернизации промышленного сектора нашей страны. За последние шесть лет товарооборот вырос в 2 раза, преодолев отметку в 14 млрд. дол. США [2].

Благодаря продуманной инвестиционной политике государства освоение инвестиций в основной капитал с 2017 по 2022 годы возрос в 3,6 раз (в 2017 году инвестиции составляли 72155,2 млрд. сум, в 2022 году - 266240,0 млрд. сум). На рисунке №1 можно рассмотреть освоение инвестиций в разрезе регионов страны. В структуре инвестиций по видам основных фондов 49% инвестиции в жилые и нежилые здания и сооружения; 43% инвестировано в машины и оборудование; оставшиеся 8% инвестированы в научные исследования и разработки, компьютерное программное обеспечение и базы данных, другие продукты интеллектуальной собственности.

В ранг государственной политики выведена задача по оказанию комплексной поддержки молодым предпринимателям и инвесторам. Созданы молодежные индустриально-предпринимательские зоны с льготным режимом для производителей, учрежден Фонд поддержки молодых предпринимателей, оказывающий помощь в реализации инвестиционных проектов. Из средств Фонда выделено 21,5 млрд. сум грантовых средств для 26 проектов, также запланировано выделение 40 млрд. дол. США на финансирование проектов в молодежных и предпринимательских зонах Сурхандарьинской области [3].



Рисунок 1 - Освоение инвестиций в основной капитал по регионам с 2017 по 2022 года²

Для достижения Цели № 33 Стратегии развития нового Узбекистана необходимо достичь увеличения объемов региональной экономики в 1,4 – 1,6 раза с обеспечением сбалансированного развития регионов. На основании Постановления Президента Республики Узбекистан №ПП-4702 от 01 мая 2020 года внедрена система рейтинговой оценки социально-экономического развития регионов [4]. Анализ изменения структуры отраслей экономики регионов показывает увеличение промышленного веса в формировании валового регионального продукта. Наиболее глубоких изменений достигли Республика Каракалпакстан, город Ташкент, Джизакская, Кашкадарьинская, Самаркандская, Навоийская и Ташкентская области. Необходимо сделать упор на регионы с меньшими показателями, интенсивно развивая отрасли промышленности и сферу услуг. Обеспечение активного участия частного сектора и малого бизнеса также способствует значительному росту конкурентоспособности производимой продукции и услуг и послужит фундаментом конкурентоспособности экономики региона.

² Разработано на основании данных с сайта <https://stat.uz/>

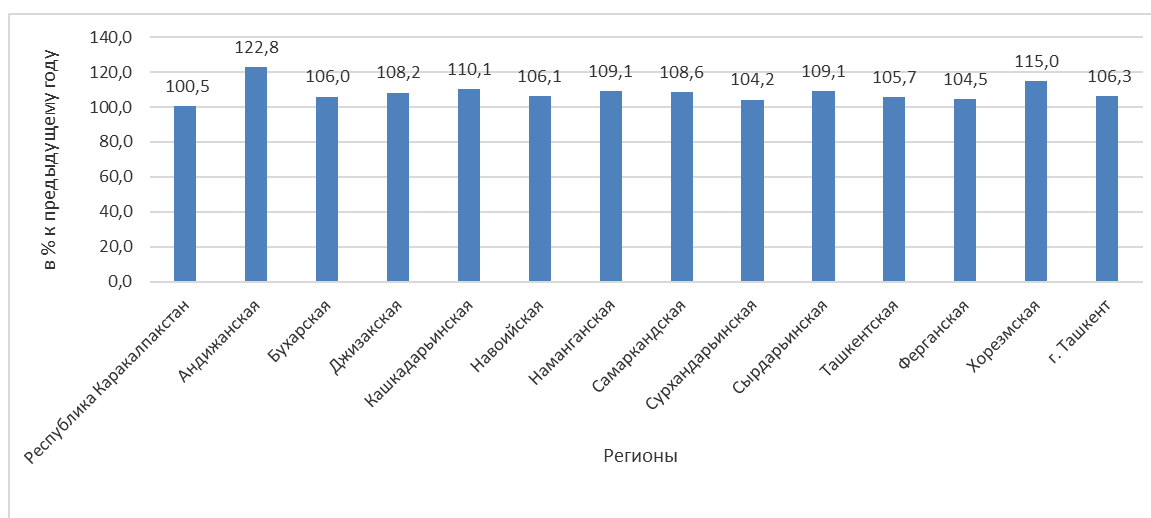


Рисунок 2 - Индекс физического объема промышленного производства по регионам за 2022 год³

В индустриальном секторе на основе анализа среднегодового прироста ВРП лидируют Андижанская, Навоийская, Наманганская, Сырдарьинская и Ташкентские области. Аграрный сектор сохраняет свое преимущество в росте ВРП Бухарская, Джизакская области. Хорезмская, Самаркандская, Кашкадарьинская, Сурхандарьинская и Ферганская области отмечены как ведущие в обеспечении роста ВРП в сфере услуг [5].

Для дальнейшей эффективной работы в области привлечения инвестиций, необходимо расширять свободные экономические зоны, определять направления и перспективы свободных экономических зон в зависимости от возможности регионов; применять кластерные подходы; продвигать отечественные интересы за рубежом. Используя налоговые льготы со стороны государства участники специальных экономических зон имеют возможности создавать новые производственные мощности, проводить модернизацию, реконструкцию, технологическое перевооружение. Дальнейшее развитие получит внешнеэкономическая деятельность Республики, внешнеторговые, экспортно-импортные операции.

³ Разработано на основании данных с сайта <https://stat.uz/>

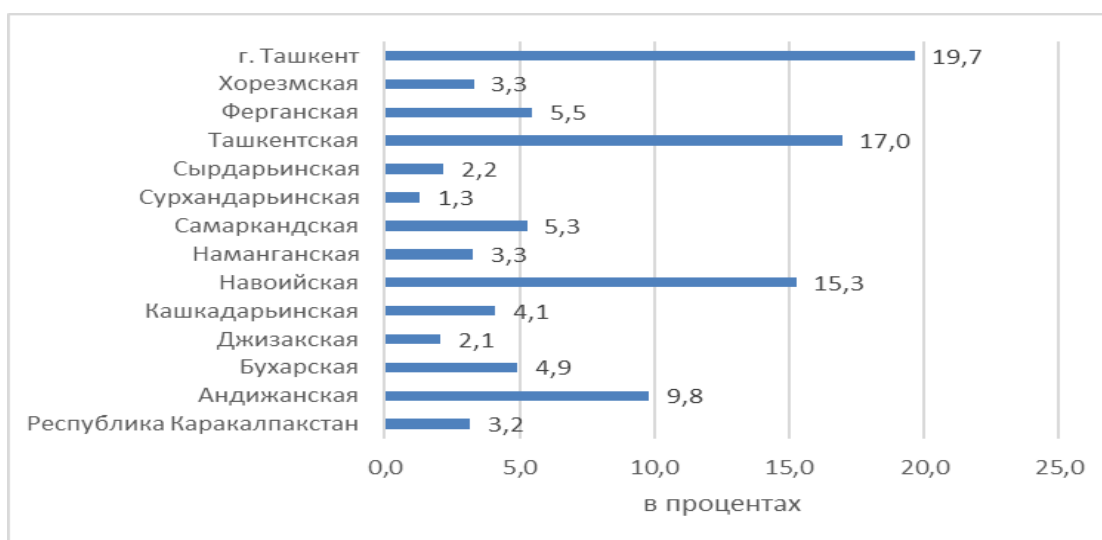


Рисунок 3 - Доля регионов в общем объеме промышленного производства по республике за 2022 год⁴

«Экономика знаний» - это этап развития инновационной экономики, для которой характерно информационное общество. В такой экономике основными факторами развития выступают знания и человеческий капитал. Неосязаемые активы в структуре национального богатства в инновационной экономике преобладают над осязаемыми. Распространение и использование знаний выступают фундаментом новой экономики. Необходимо отметить роль внедрения инноваций в экономику, развития кооперационных связей промышленных предприятий и научных учреждений. Для достижения данной цели целесообразно осваивать технологии производства инновационной продукции. Спрос на инновационный тип развития особенно усилился в последнее время на фоне роста экономических, финансовых, экологических вызовов, это создает необходимость во многих развивающихся странах расширять производство и экспорт наукоемкой конкурентоспособной готовой продукции.

Глобальный инновационный индекс выступает основным индикатором инновационного развития. Критерии индекса включают в себя человеческий капитал, кредиты, инвестиции, инфраструктуру, усвоение и распространение знаний. Узбекистан остается на 82 месте в Глобальном инновационном

⁴ Разработано на основании данных с сайта <https://stat.uz/>

индексе в 2023 году. В центральной и Южной Азии страна занимает 2 место, уступая первенство Казахстану. Узбекистан улучшил показатели преобразования ресурсов в 2023 году, что демонстрирует показатели инноваций выше ожиданий по сравнению с другими странами [6]. С переходом Узбекистана на «зеленую» экономику, поддержания глобальных усилий по решению проблемы изменения климата крайне важно разрабатывать и внедрять экологически чистые технологии, стимулировать инновации и распространять зеленые технологии [7]. Проведенные исследования Института прогнозирования и макроэкономических исследований показали, что большая часть отраслей экономики и регионов страны имеют достаточно стабильную тенденцию роста инновационной деятельности. Совершенствование системы трансфера и коммерциализации научных разработок и инновационной инфраструктуры в форме бизнес-инкубаторов и технопарков является следующим этапом эффективного развития инновационной активности регионов Узбекистана.

Список использованной литературы:

- 1) Указ Президента Республики Узбекистан №УП-60 от 28 января 2022 года “О стратегии развития нового Узбекистана на 2022 – 2026 годы», цель №26
- 2) <https://miit.uz/>
- 3) <https://stat.uz/>
- 4) Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-4702 от 01 мая 2020 года «О внедрении системы рейтинговой оценки социально-экономического развития регионов»
- 5) Перспективы расширения роли особых экономических зон в условиях осуществления стратегии нового Узбекистана / Д.Б. Эшпулатов, О.Г. Шодмонова, С.Б. Ботирова [и др.]. // Молодой ученый. - 2022. - № 37 (432). - С. 59-64. - URL: <https://moluch.ru/archive/432/94944/>
- 6) https://www.wipo.int/global_innovation_index/

7) Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-436 от 2 декабря 2022 года «О мерах по повышению эффективности реформ, направленные на переход Республики Узбекистан на «зеленую» экономику до 2030 года».

ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Рахмедов М.Н - доцент кафедры «Корпоративные финансы и ценные бумаги», ТФИ

Дадабаев Отабек - студент группа ХБА-31, ТФИ

Аннотация: данное исследование направлено на анализ перспектив развития цифровой экономики в Узбекистане с учетом контекста устойчивого развития региона. Цифровая экономика становится ключевым фактором в формировании современного экономического ландшафта, и для Узбекистана она представляет возможность ускорения экономического роста и повышения качества жизни.

Ключевые слова: цифровая экономика, инновации, информационные технологии, регуляторная среда, тренды, препятствия.

Annotatsiya: ushbu tadqiqot mintaqaning barqaror rivojlanishi kontekstini hisobga olgan holda O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish istiqbollarini tahlil qilishga qaratilgan. Raqamli iqtisodiyot zamonaviy iqtisodiy landshaftni shakllantirishning asosiy omiliga aylanmoqda va O'zbekiston uchun bu iqtisodiy o'sishni jadallashtirish va hayot sifatini yaxshilash uchun muhim imkoniyatdir.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, innovatsiyalar, axborot texnologiyalari, tartibga solish muhiti, tendensiyalar, to'siqlar.

Annotation: this study aims to analyze the prospects for the development of the digital economy in Uzbekistan, taking into account the context of sustainable development of the region. The digital economy is becoming a key factor in shaping the modern economic landscape, and for Uzbekistan it represents an

important opportunity to accelerate economic growth and improve the quality of life.

Keywords: Digital economy, Innovations, Information technologies, Regulatory environment, Trends, Obstacles.

В рамках данного исследования будет рассмотрено важное направление развития современной экономики - перспективы развития цифровой экономики в контексте устойчивого развития региона, на примере Республики Узбекистан.

В современном мире цифровая трансформация становится ключевым фактором в формировании экономического ландшафта, особенно в контексте стремительно меняющейся мировой экономики. В этом контексте региональные экономики, такие как Узбекистан, оказываются перед вызовом не только удержания конкурентоспособности на мировой арене, но и обеспечения устойчивого развития внутри страны. Важной составляющей этого процесса являются такие инновационные технологии, как криптовалюта и искусственный интеллект, которые призваны не только стимулировать экономический рост, но и повышать эффективность производства и развитие инфраструктуры.

Важность развития цифровой экономики для Узбекистана не может быть недооценена. Правительство страны активно внедряет стратегии цифровой трансформации в различные сектора экономики, включая образование, здравоохранение, финансы, транспорт и другие. Однако, чтобы эти усилия были эффективными, необходимо понять перспективы развития цифровой экономики в контексте устойчивого развития региона. Именно этому вопросу и будет посвящено данное исследование.

Проведённый обзор литературы и анализ существующих данных позволил выявить, что Узбекистан активно развивает свою цифровую экономику, однако, прогресс на этом пути неоднороден и варьируется по различным секторам экономики. Например, сфера финансов и банковского дела относительно быстро адаптируется к цифровым технологиям, в то

время как в других секторах, таких как образование и здравоохранение, есть значительный потенциал для улучшения.

Проведенные аналитические работы позволили выявить несколько ключевых факторов, которые оказывают влияние на развитие цифровой экономики в Узбекистане. Среди них можно выделить уровень инвестиций в информационные технологии, наличие квалифицированных кадров в этой области, а также юридическая и регуляторная среда, включая законодательство о цифровых технологиях и защите данных.

Одним из основных препятствий на пути развития цифровой экономики в Узбекистане является недостаток финансовых и человеческих ресурсов, необходимых для внедрения новых технологий и развития инфраструктуры. Также существуют определенные юридические и регуляторные барьеры, затрудняющие развитие цифровой экономики, такие как отсутствие четкого законодательства о защите данных и кибербезопасности.

Несмотря на существующие препятствия, исследование показало, что Узбекистан имеет значительный потенциал для развития цифровой экономики. Среди перспективных направлений развития можно выделить увеличение инвестиций в информационные технологии, развитие квалифицированных кадров в этой области, а также улучшение юридической и регуляторной среды для развития цифровой экономики [1].

В целом, результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что цифровая экономика играет важную роль в устойчивом развитии Узбекистана. Однако для максимизации потенциала цифровой экономики необходимо преодолеть существующие препятствия и активно работать над созданием благоприятной среды для развития цифровых технологий.

Во-первых, цифровая экономика представляет собой ключевой фактор, который способен значительно повлиять на устойчивое развитие Узбекистана в будущем. Внедрение цифровых технологий в различные сферы экономики может существенно повысить эффективность производства, улучшить качество услуг и ускорить экономический рост [2].

Во-вторых, несмотря на существующие препятствия, такие как недостаток финансовых и человеческих ресурсов, а также юридические и регуляторные барьеры, Узбекистан имеет значительный потенциал для развития цифровой экономики. Одним из ключевых условий для реализации этого потенциала является усиление инвестиций в информационные технологии и развитие квалифицированных кадров в этой области.

В-третьих, для успешного развития цифровой экономики необходимо активное взаимодействие государства, бизнеса и общества. Государственная поддержка и создание благоприятной инвестиционной среды, а также стимулирование инноваций и цифровизации в различных секторах экономики, будут иметь решающее значение для успешного освоения цифровых технологий и устойчивого развития региона [3].

Наконец, исследование подчеркивает важность дальнейших исследований и мониторинга динамики развития цифровой экономики в Узбекистане. Непрерывный анализ ситуации, выявление новых трендов и проблем, а также разработка соответствующих стратегий и мероприятий помогут стране эффективно использовать потенциал цифровой экономики для достижения устойчивого развития.

Список литературы:

1. Джонсон, А., & Смит, Б. (2020). Роль социального инвестирования в поддержке социальных предпринимателей. Журнал социальных инноваций, 8(3), 50-65.
2. Петров, В., & Иванова, М. (2019). Инвестиционная активность в региональном развитии: проблемы и решения. Экономические исследования, 12(2), 70-85.
3. Ким, С., & Чжан, Л. (2018). Международное сотрудничество в области альтернативного финансирования: опыт и перспективы. Международный журнал финансовых исследований, 15(1), 90-105.

РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ

Жиемуратов Темирбай Полатбаевич

Доцент кафедры «Менеджмента и основы экономики»

Каракалпакского государственного университета

Калдаубекова Нилуфар студент

Каракалпакского государственного университета

Аннотация. Цифровая экономика стала мощной силой в обеспечении устойчивого развития, предлагая инновационные решения для решения экологических, социальных и экономических проблем. В этой статье представлен обзор роли цифровой экономики в обеспечении достижения целей устойчивого развития (ЦУР). Цифровая экономика включает в себя использование цифровых технологий, средств связи и инноваций, основанных на данных, для преобразования отраслей и содействия экономическому росту. У него есть потенциал для содействия устойчивому развитию по различным направлениям.

Ключевые слова: цифровая экономика, устойчивое развитие, интернет вещи, искусственный интеллект, цифровизация, электронные платформы, экологические аспекты.

Annotatsiya. Raqamli iqtisodiyot ekologik, ijtimoiy va iqtisodiy muammolarni hal qilish uchun innovatsion yechimlarni taklif qilib, barqaror rivojlanishga erishishda qudratli kuchga aylandi. Ushbu maqola barqarorlikka erishish va barqaror rivojlanish maqsadlari (BRM) ga erishishda raqamli iqtisodiyotning roli haqida umumiy ma'lumot beradi. Raqamli iqtisodiyot tarmoqlarni o'zgartirish va iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish uchun raqamli texnologiyalar, aloqa va ma'lumotlarga asoslangan innovatsiyalardan foydalanishni o'z ichiga oladi. U barqaror rivojlanishni turli yo'llar bilan rag'batlantirish imkoniyatiga ega.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, barqaror rivojlanish, narsalar interneti, sun'iy intellekt, raqamlashtirish, elektron platformalar, ekologik aspekt.

Abstract. The digital economy has emerged as a powerful force in driving sustainable development, offering innovative solutions to address environmental,

social, and economic challenges. This abstract provides an overview of the role of the digital economy in promoting sustainability and achieving the Sustainable Development Goals (SDGs). The digital economy encompasses the use of digital technologies, connectivity, and data-driven innovation to transform industries and facilitate economic growth. It has the potential to foster sustainable development through various avenues.

Keywords: digital economy, sustainable development, Internet of things, artificial intelligence, digitalization, electronic platforms, environmental aspects.

Цифровая экономика играет решающую роль в обеспечении устойчивого развития, предлагая инновационные для решения экологических и социальных проблем. Поскольку технологии продолжают развиваться, они открывают возможности для преобразования отраслей, повышения эффективности и снижения воздействия экономической деятельности на окружающую среду. Используя цифровые технологии, предприятия могут оптимизировать свои процессы, повысить эффективность использования ресурсов и сократить образование отходов. Например, облачные вычисления позволяют консолидировать центры обработки данных, что приводит к экономии энергии и снижению выбросов углекислого газа. Интеллектуальные сети и системы управления энергопотреблением позволяют лучше отслеживать и контролировать использование энергии, повышая энергоэффективность и интеграцию возобновляемых источников энергии [1].

Более того, цифровая экономика способствовала появлению новых бизнес-моделей, ориентированных на обмен информацией и сотрудничество. Одноранговые платформы, такие как услуги совместного использования поездок или совместного проживания, позволяют более эффективно использовать существующие ресурсы, снижая потребность в дополнительном производстве и потреблении. Эта модель экономики совместного использования способствует сохранению ресурсов и может

способствовать более устойчивому использованию активов, таких как транспортные средства или здания [2]. Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) также сыграли преобразующую роль в расширении доступа к образованию, здравоохранению и другим основным услугам. Платформы электронного обучения, телемедицина и услуги мобильного банкинга – это лишь несколько примеров того, как цифровые технологии могут устранить пробелы в доступе к жизненно важным услугам, особенно в отдаленных или недостаточно обслуживаемых районах. Используя ИКТ, можно легче достичь целей устойчивого развития, таких как качественное образование и доступное здравоохранение, что приведет к созданию более инклюзивного и справедливого общества.

Хотя цифровая экономика предлагает огромный потенциал для устойчивого развития, она также ставит ряд проблем, которые необходимо решить. Эти проблемы включают в себя: Цифровой разрыв. Под цифровым разрывом понимается разрыв между теми, кто имеет доступ к цифровым технологиям и Интернету, и теми, у кого его нет. Во многих частях мира, особенно в регионах с низкими доходами и маргинализированных сообществах, доступ к цифровой инфраструктуре и подключению к Интернету ограничен или отсутствует. Этот разрыв препятствует равноправному участию в цифровой экономике, усугубляет существующее неравенство и ограничивает доступ к информации, образованию и экономическим возможностям [3].

Экономика замкнутого цикла и цифровизация: экономика замкнутого цикла, целью которой является минимизация отходов и повышение эффективности использования ресурсов, была в центре внимания исследований в сочетании с цифровыми технологиями. Исследования показывают, как цифровые платформы, такие как платформы экономики совместного использования, блокчейн и Интернет вещей, могут способствовать переходу к более замкнутой экономической модели. Цифровая экономика может обеспечить более эффективное отслеживание и

совместное использование ресурсов, что приведет к сокращению потребления ресурсов и повышению устойчивости [4]. В исследованиях изучалась роль политических и управленческих структур в содействии устойчивому развитию цифровой экономики. Это включает в себя изучение нормативных подходов для устранения экологических и социальных последствий, обеспечения конфиденциальности и защиты данных, содействия инновациям и создания благоприятной среды для устойчивого цифрового предпринимательства.

Существует множество успешных опытов использования цифровой экономики для достижения устойчивого развития во всем мире. Вот некоторые примеры.

Использование цифровых технологий для продвижения устойчивого сельского хозяйства. В некоторых странах цифровые технологии, такие как дистанционное зондирование, ГИС и анализ данных, были использованы для улучшения управления сельскохозяйственными ресурсами и увеличения производительности в сельском хозяйстве. Например, дистанционное зондирование и географический анализ используется для улучшения методов орошения и управления посевами в Индии, Кении и других странах. Развитие цифрового правительства. Некоторые страны добились значительных успехов в преобразовании правительства в цифровую модель, содействии прозрачности, эффективности и участия сообщества. Например, цифровая модель правительства была реализована в Эстонии, где большинство управление государственными услугами осуществляется онлайн, что экономит время и усилия граждан и снижает коррупции [5].

Рассмотрев важность и проблемы цифровой экономики в достижении устойчивого развития, а также предлагаемые рекомендации по усилению ее роли, можно получить следующие результаты о роли цифровой экономики в достижении устойчивого развития:

Цифровая экономика является мощным инструментом содействия устойчивому развитию и достижению социальных, экономических и

экологических целей. Баланс между технологиями, социальными и экологическими аспектами имеет жизненно важное значение для обеспечения того, чтобы цифровая экономика получала устойчивые выгоды и избегала потенциальных негативных последствий. Расширение доступа к цифровым технологиям и сокращение цифрового разрыва должны стать приоритетом, чтобы гарантировать, что никто не останется позади в цифровой жизни.

За счет диверсификации экономики, улучшения управления ресурсами, содействия финансовой доступности и улучшения качества жизни цифровая экономика может стать способом более эффективного и комплексного достижения устойчивого развития. Поэтому мы должны инвестировать в потенциал цифровой экономики и двигаться к более устойчивому и процветающему будущему. Принимая меры и принимая соответствующую политику, мы можем добиться экономического, социального и экологического развития.

Литература:

1. Введение в «Цифровую» экономику. На пороге «цифрового будущего». / А. В. Кешелава [и др.]; под общ. ред. А. В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И. А. Зимненко. – ВНИИ Геосистем, 2017.
2. Brynjolfsson, E., Y. Hu, and M. D. Smith (2003). «Consumer Surplus in the Digital Economy: Estimating the Value of Increased Product Variety at Online Booksellers» *Management Science* 49 (11).
3. Elmasry, T. et al., 2016. *Digital Middle East: Transforming the Region into a Leading Digital Economy*, McKinsey & Company, New York, NY.
4. Nations, U. (2019). Draft intergovernmental agreed conclusions and recommendations submitted by the President of the Economic and Social Council, Inga Rhonda King (Saint Vincent and the Grenadines), on the basis of informal consultations. Follow-up and Review of the Financing for Development Outcomes and the Means of Implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development.

5. Лубягина, Ю.В. Цифровая экономика России / Ю.В. Лубягина [и др.]
// Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам XIII
Междунар. науч.-практ. конф. – No 1(13). – М.: Изд. «МЦНО», 2018. – С. 5.

РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИНИ ЛИЗИНГ МУНОСАБАТЛАРИДАГИ АҲАМИЯТИ

**Юсупова Феруза Йўлдошевна, PhD
“Маъмун университети” НТМ,**

Аннотация. Ушбу мақолада лизинг муносабатларини ривожлантиришда маркетинг стратегияларини режалаштириш, лизинг муносабатларини ривожлантиришда фойдаланиладиган асосий тақсимот каналлари ва воситалари, рақамли маркетинг стратегиялари лизинг компаниялари учун энг зарурий восита сифатида фойдаланиш хусусиятлари ёритилган.

Калит сўзлар: Маркетинг, лизинг, стратегия, рақамли маркетинг, рақамли маркетинг стратегияси, лизинг муносабатлари.

Аннотация. В данной статье рассмотрено планирование маркетинговой стратегии развития лизинговых отношений, основные каналы сбыта и инструменты, используемые при развитии лизинговых отношений, особенности использования стратегий цифрового маркетинга как наиболее необходимого инструмента для лизинговых компаний.

Ключевые слова: Маркетинг, лизинг, стратегия, цифровой маркетинг, стратегия цифрового маркетинга, лизинговые отношения.

Annotation. This article covers the planning of marketing strategies in the development of leasing relations, the main distribution channels and tools used in the development of leasing relations, the characteristics of using digital marketing strategies as the most necessary tool for leasing companies.

Keywords: Marketing, leasing, strategy, digital marketing, digital marketing strategy, leasing relationship.

Глобаллашувнинг самарали амалга оширилишида рақамли маркетинг воситаларидан кенг фойдаланиш талаб этилади. Албатта бугунги глобаллашув шароитлари барча хўжалик юритувчи субъектлар рақобатбардошликни сақлаб қолишлари учун ўзига мос бўлган маркетинг стратегияларини излаб топишлари, рақамли маркетингнинг илғор ёндашувлари ва стратегияларидан кенг фойдаланишни тақозо этади. Барча соҳалар каби лизинг корхоналар ҳам ўзларининг лизинг имкониятларини кенг тарғиб этилишида бугунги кунда рақамли маркетинг стратегияларидан фойдаланиш зарур. Лизинг хизматлари бозорининг тўйинганлиги ва рақобатнинг кучайиши соат сайин ошиб бориши, лизинг компанияси ривожланишининг муҳим омили маркетингдан самарали фойдаланиш ҳисобланди.

Мамлакатимиз Президенти томонидан илгари сурилган Рақамли Ўзбекистон - 2030 стратегиясида “қишлоқ хўжалиги корхоналарига лизинг асосида етказиб бериладиган техникалар учун мобил илова дастурини яратиш” [1] вазифалари белгилаб берилган.

Ўзбекистон Республикасида лизинг хизматлари бозорида 2023 йил якунлари бўйича 150 га яқин иштирокчи мавжуд бўлиб, улардан 40 га яқин лизинг берувчи лизинг фаолияти билан фаол шуғулланаётган лизинг компаниялари ҳисобланади. Ҳисобот даврида умумий лизинг амалиётлари портфели 7,4 трлн сўмни ташкил қилди. Шунингдек, ҳисобот даврида лизинг берувчилар томонидан 7500 дан ортиқ янги лизинг битимлари тузилди, уларнинг ҳажми 4 трлн сўмни ташкил қилди, бу 2022 йилнинг шу даври билан солиштирганда 26% га кўп [2].

Ушбу вазифаларни самарали амалга ошириш орқали мамлакатимизда лизинг муносабатларини ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади. Лизинг муносабатларини амалга оширишда интернет тармоқларидан, рақамли маркетингнинг тактик режаларидан фойдаланишни ва стратегик режаларга қанча маблағ ажратилиши, унинг самарадорлик даражасини чуқур таҳли қилиш зарурати туғилмоқда. Лизинг муносабатларини ривожлантириш учун

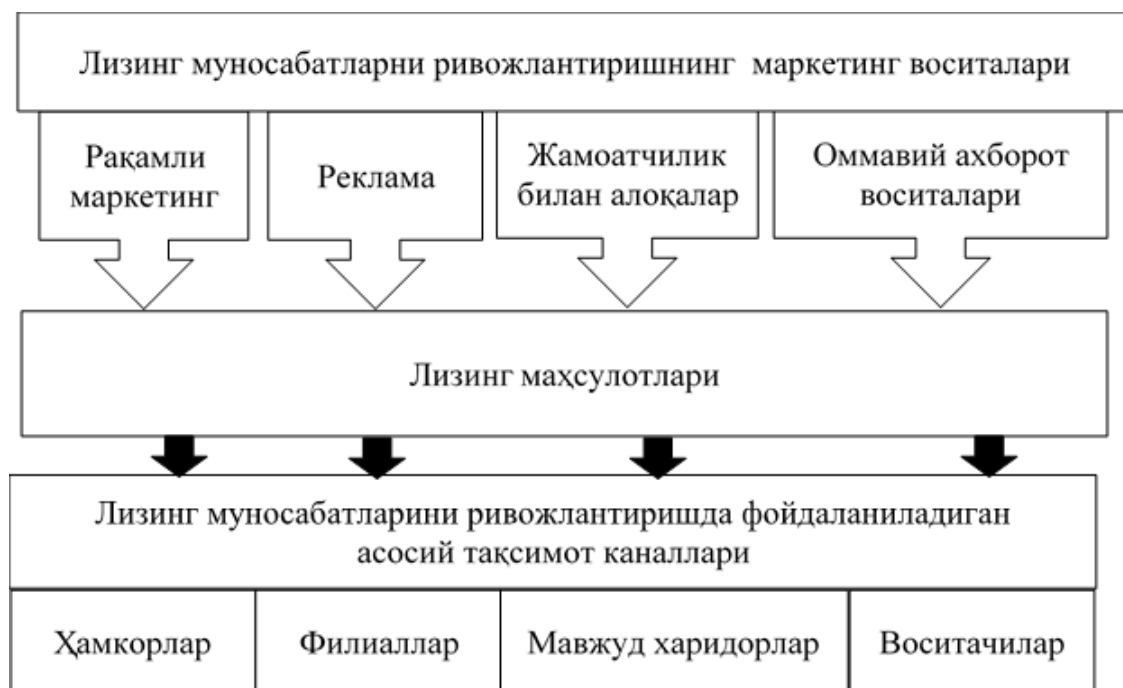
рақамли маркетинг стратегияларини яратиш энг муҳим қадам ҳисобланиб, ушбу стратегияларни яратишда технопарклар, илмий-тадқиқот муассасалари билан ҳамкорликни йўлга қўйиш корхоналар рақобатбардошлигини ошириш ва даромад ҳамда мижозлар сонини кўпайтиришга имконият яратади.

Лизинг муносабатларида рақамли маркетинг стратегиялари – ижтимоий тармоқларни ўзида мужассамлаштирувчи интернет тармоқлари ёрдамида лизинг корхоналари маркетинг мақсадларига эришиш имкониятларини ифодаловчи режа ҳисобланади.

Рақамли маркетинг стратегияси - бу сизнинг буюк ғояларингизни, ҳамда жамоангиз ва бизнесингиз ғояларини мустаҳкам, келишилган ва бизнесингизга мос келадиган ягона стратегияда бирлашувини ифодаловчи тушунча ҳисобланади. Ушбу стратегия кўзда тутилаётган мақсадларни амалга оширишда юқори ишонч, аниқ шакллантирилган режа сифатида фаолият юритувчи бир қанча босқичлардан ўтиши лозим. Рақамли маркетинг стратегиясини амалга оширишда қуйидаги соҳаларга эътибор қаратиш мақсадга мувофиқ: мавжуд имкониятни англаб олиш; ўз бизнесингизни мукамал билиш; мижоз ҳуқуқ атворини ўрганиш; тўқнашиш мумкин бўлган потенциал муаммоларга олдиндан тайёргарлик кўриш; муқобилликни таъминлаш; мос рақамли каналлар имкониятларини аниқлаш; стратегияни таҳлил қилиш ва ривожлантириш ва бошқалар[3].

Лизинг муносабатларида маркетинг стратегияларини режалаштириш - маълум вақт мобайнида вазифалар, мақсадлар ва чора-тадбирлани аниқлаш ва уларга эришиш жараёни ҳисобланади. Бу жараён мавжуд ижтимоий-иқтисодий муҳитнинг келгуси даврларида эҳтимол қилинаётган шарт-шароитларини тахмин қилиш, шунингдек амалга ошириладиган чора-тадбирларни самарадорлигини баҳолаш мезонларини шаклланганлигига асосланади. Лизинг муносабатларини ривожлантиришнинг ижтимоий йўналишдаги мақсадлари лизинг берувчи, лизинг олувчи, манфатдор томонлар ва аҳоли эҳтиёжларини тўлиқ қондиришлиши ҳамда ички ва ташқи муҳит шарт-шароитлари асосида белгиланади. Фаолиятнинг истиқболли

йўналишларини аниқлаш ва маркетинг стратегиялари, дастур ва режаларни ишлаб чиқиш лизинг муносабатлари иштирокчилари ўрта ва узоқ муддатли истиқболда чора тадбирларни амалга ошириш учун мажбурий хусусият касб этувчи йўриқнома ҳисобланиб, ўзгарувчан ижтимоий-иқтисодий ҳолатларни тезда мослашишга асосланиб, кўзланган мақсадларга эришиш учун барча имкониятларни сафарбар қилишни ифодалайди.



2-расм. Лизинг муносабатларини ривожлантиришда маркетингнинг асосий тақсимот каналлари ва воситалари

Лизинг муносабатларини ривожлантиришда маркетинг стратегиясини амалга ошириш энг мураккаб ва узоқ вақт мобайнида олиб бориладиган жараён бўлиб, истиқболда мақсадларини рўёбга чиқаришни таъминлашга хизмат қилади. Стратегияни амалга ошириш уни ишлаб чиқишга нисбатан анча оғир вазифадир. Шунинг учун маркетинг стратегиясини муваффақиятли амалга оширишда уни танқидий нуқтаи назардан баҳолаш зарур босқич бўлиб, бунда олиб борилаётган сиёсат кўзланган мақсадга мувофиқ келмай қолса, бу ҳолат чуқур таҳлил этилиб, стратегияга тегишли ўзгаришлар киритиб борилади.

Лизинг муносабатларини ривожлантиришда рақамли маркетинг стратегиялари лизинг компаниялари учун энг зарурий восита эканлиги, ҳар бир рақамли маркетинг стратегиясининг даромадни оширишга хизмат қилиши ҳамда лизинг муносабатлари иштирокчиларнинг келгуси фаолиятини оптимал ташкил қилиниши учун асосий механизм воситасини бажаради. Лизинг муносабатлари айниқса кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятини йўлга қўйиш учун техника ва технологиялар билан таъминлашда муҳим ўрин тутди. Лизинг муносабатларини ривожлантиришда рақамли маркетинг стратегияларининг турларидан кенг фойдаланиш асосида томонлар ўртасида келгусида дуч келинадиган хавф даржаларини юмшатиш имкони мавжуд. Лизинг муносабатларини ривожлантириш нафақат ишлаб чиқарувчи ёки лизинг компаниялари учун балки бутун аҳоли турмуш фаолиятида зарурий бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқиш ва хизматлар кўрсатиш ҳамда пировардида аҳоли турмуш фаровонлигини оширишга олиб келади. Рақамли маркетинг стратегиялари асосида лизинг муносабатларини ривожлантириш лизинг компаниялари ва унда иштирок қиладиган барча томонлар учун минимал харажатлар асосида максимал даромад олиш ва рентабелликни ошириш масалалари ижобий ҳал қилинади.

Фойдаланган адабиётлар рўйхати:

1. “Рақамли Ўзбекистон — 2030” стратегиясини тасдиқлаш ва уни самарали амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони, ПФ-6079-сон 05.10.2020
2. O‘zbekiston lizing beruvchilar assotsiatsiyasining “2023-yil yakunlari bo‘yicha O‘zbekistonda lizing xizmatlari sektorlari” ma’lumotlari. www.ula.uz
3. Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing / Simon Kingsnorth. 2016.

YASHIL IQTISODIYOT SOHASINI RIVOJLANTIRISH VA RAQAMLASHTIRISH

Abduraxmanova Aqida Fayzulla qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali

“Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes kafedrası” v.b dotsent, PhD.

Sayfullayev Umidulla Fazliddin o‘g‘li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali,

Iqtisodiyot: oziq-ovqat va resurslar iqtisodiyoti 2 - kurs talabasi

Annotatsiya: Maqolada iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy omili sifatida yashil iqtisodiyot va raqamlashtirishni o‘ziga xos xususiyatlari yoritilgan bo‘lib, raqamlashtirish va yashil iqtisodiyot barqaror rivojlanishning eng asosiy omili sifatida berilgan. Barqaror rivojlantirishda tabiiy resurslardan foydalanish va tabiatdan foydalanish sifatini oshirishda raqamlashtirish borasida amalga oshirilayotgan ishlar tahlili keltirilgan.

Kalit so‘zlar: Yashil iqtisodiyot, yashillashtirish, raqamli texnologiyalar, muqobil energiya manbalari, barqaror rivojlanishni ta’minlash.

Dunyo texnologiya, iqlim, siyosat va iqtisodiyot evolyutsiyasi bilan o‘zgarib borar ekan, tabiat, fuqarolar va biznes manfaati uchun ekologik va ijtimoiy maqsadlarni ijobiy muvozanatlashtiradigan o‘zaro bo‘liq amaliyotlar mavjud. Ekologik xavf va ekologik tanqislikni kamaytirish bilan birga, inson farovonligi va ijtimoiy tenglikni ta’minlash muvaffaqiyatini birinchi o‘ringa qo‘yadigan iqtisodiy model bo‘lgan yashil iqtisodiyot yetakchilik qilmoqda. Yashil iqtisodiyotning ma’nosi nima? Yashil iqtisodiyotning ta’rifi ijtimoiy va ekologik barqarorlikni ta’minlaydigan infratuzilmani yaratish uchun davlat va xususiy investitsiyalarni qo‘llab-quvvatlash orqali barqaror rivojlanish amaliyotidir[1]. Yashil iqtisodiyotning ahamiyati shundaki, u iqtisodlarni yanada barqaror va kam uglerodli bo‘lishga undaydi va tabiiy boyliklar bizning doimiy farovonligimiz uchun resurslar va atrof-muhit xizmatlarini taqdim etishda davom etishini ta’minlaydi.

“Yashil” iqtisodiyotga o‘tishning asosiy vazifasi iqtisodiyotning energiya samaradorligini oshirish hamda tabiiy resurslardan unumli foydalangan holda cheksiz ehtiyojlarni qondirishdan iborat.

Insonlar ehtiyojini qondirish hamda tabiatni asrash bilan uyg'unlashgan yashil iqtisodiyot tamoyillarini quyidagicha umumlashtirish mumkin:

- Farovonlik: odamlarga yo'naltirilgan model, yashil iqtisodiyot har kimga nafaqat iqtisodiy nuqtai nazardan, balki insoniy, ijtimoiy, jismoniy va madaniy kapital nuqtai nazaridan ham farovonligini oshirishga imkon beradi. Bu bilim va ta'limga, atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan ishlab chiqarish texnologiyalari va jarayonlariga hamda barqaror infratuzilmaga ega bo'lish, tabiat va tabiiy resurslarimizga barqaror munosabatda bo'lgan holda odamlarga gullab-yashnashiga imkon berishni birinchi o'ringa qo'yadi.

- Adolat va yaxshi boshqaruv: yashil iqtisodiyot yaxshi boshqaruvga yordam beradi, chunki u mas'uliyatli, shaffof va barqaror institutlarga asoslanadi. Bu qarorlar qabul qilish jarayonidan shaxsiy manfaatlarni chetlab o'tgan holda qaror qabul qilish va ochiq muloqotga yordam beradi. Keng jamoatchilik qo'llab-quvvatlashini talab qilish orqali u muammolarni hal qilishda hamkorlikda yondashuvlarni rag'batlantiradi.

- Qashshoqlikka barham berish: yangi ko'nikmalar va o'qitishni talab qiluvchi mutlaqo yangi iqtisodiy tarmoqlarni ochish orqali yashil iqtisodiyotga o'tish katta sarmoya va ish o'rinlari yaratish imkoniyatlarini taqdim etadi. Yashil iqtisodiyot daromadlarni teng taqsimlash va imkoniyatlarni targ'ib qiladi, shu bilan birga odamlarning iqtisodiy tafovutlarini kamaytiradi.

- Energiya samaradorligi: yashil iqtisodiyot chiqindilarni minimal darajaga tushirish uchun resurslardan samarali foydalanishga qaratilgan. U iste'molchilar tomonidan boshqariladigan modelni tabiiy resurslardan foydalanish nuqtai nazaridan barqarorroq bo'lgan modelga o'zgartirishga intiladi.

- Kam uglerodli rivojlanish: yashil iqtisodiyot quyosh, shamol, gidroelektr va vodorod kabi qayta tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanishga asoslanadi, ular CO₂ emissiyasini kam yoki umuman hosil qilmaydi. Kam uglerodli iqtisodiyot sanoat, harakatchanlik va hayotning boshqa jabhalarida qayta tiklanadigan manbalardan barqaror ishlab chiqariladigan energiya bilan keng ko'lamli elektrlashtirishni rag'batlantiradi.

Yashil iqtisodiyotni rivojlantirish uchun avvalo, ushbu sohadagi texnologiyalarni modernizatsiyalash va moliyaviy mexanizmlarni takomillashtirish zarur. Dunyoda yuzaga kelgan 2020-yilgi fojia oqibatida barcha tarmoqlarni raqamlashtirish jadallashtirildi. Bu esa iqtisodiyotni ham zamonaviylashtirish lozim ekanligini ko'rsatadi. Iqtisodiyotni "Yashillashtirish"ning muhim usullaridan biri innovatsiyalar va faoliyatning turli xil sohalariga yangi turdagi modernizatsiyalashgan texnologiyalarni qo'llashni joriy etish hisoblanadi. 2020-yilda ko'plab kompaniyalar raqamlashtirish tizimiga tez o'tgandan so'ng, iqtisodiyotni tubdan qayta qurish bosqichi boshlandi. Demak, raqamli iqtisodiyot raqamli texnologiyalarga asoslangan, elektron biznes, elektron tijorat bilan bog'langan, raqamli tovar va xizmatlar ishlab chiqarayotgan yangi iqtisodiy faoliyat hisoblanadi. Yashil iqtisodiyotda raqamli texnologiyalarni qo'llashning ijobiy tomonlari:

- ishlab chiqarish xarajatlarining kamaytirgan holda mehnat unumdorligini oshirish;
- yangi yashil iqtisodiyotda ish o'rinlari yaratilishi;
- kompaniyalar raqobatbardoshligining ortishi uchun sof ekologik mahsulotlar yaratilishi va shuningdek, ekologik vaziyatni raqamli texnologiyalar yordamida kuzatish;
- qashshoqlik va ijtimoiy tengsizlikning bartaraf qilinishi hamda raqamlashtirilgan tizimga ishsizlarning aniq miqdorini kiritgan holda bo'sh ish o'rinlarini yaratish.

Demak, yashil iqtisodiyotda raqamli texnologiyalardan foydalanish bugungi kundagi bir qancha muammolarga yechim bo'la oladi hamda barqaror rivojlanish texnologiyalarni yaratilishiga olib keladi. O'zbekistonda ham yashil iqtisodiyotga o'tish strategiyasi belgilandi va bunga ko'ra "Yashil iqtisodiyot"ni rivojlantirish jamg'armasi tashkil etildi. Shu bilan birga, mamlakatimizda kelgusi besh yilda quvvati 5 ming megavatt dan ortiq bo'lgan shamol, quyosh va gidroelektrostansiyalar ishga tushirilishi rejalashtirilmoqda. Natijada yiliga qariyb 3 milliard kub metr tabiiy gaz tejaladi. Havo ifloslanish darajasi pasayadi.

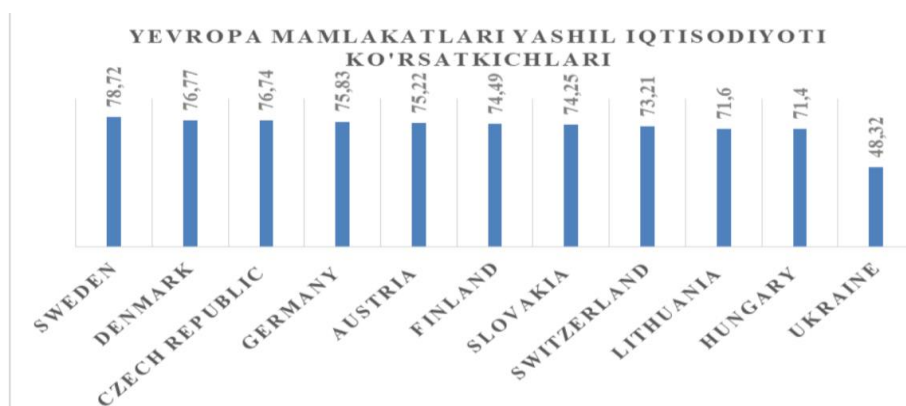


1-rasm. Yashil iqtisodiyot uchun zarurur texnologiyalar

Ushbu turdagi texnologiyalar iqtisodiyotning bosh muammosi bo'lgan cheksiz ehtiyojlarni cheklangan resurslardan emas, balki, muqobil resurslardan foydalangan holda qondirishga yordam beradi. "Yashil iqtisodiyot"ni rivojlantirish jamg'armasi tashkil etilgandan so'ng, O'zbekistonda "yashil iqtisodiyot" texnologiyalari barcha sohalarga faol joriy etila boshlandi. Elektromobillar ishlab chiqarish va ulardan foydalanishni rag'batlantirish bo'yicha, alohida dastur qabul qilindi. Kelgusi yilning o'zida, Toshkent shahri jamoat transportida 320 ta elektrobus qatnovi yo'lga qo'yildi. Bu kabi amaliy ishlar natijasida iqtisodiyotning energiya samaradorligi 20 foizga oshadi, atmosferaga chiqariladigan zararli gazlar hajmi 10 foizga qisqaradi [2].

XXI asr boshida Birlashgan Millatlar Tashkiloti insoniyat taraqqiyotining ustuvor yo'nalishlari o'zaro bog'liq bo'lgan 17 ta global maqsadlarni ilgari surdi. Birlashgan Millatlar Tashkilotining atrof-muhit bo'yicha dasturi (UNEP) tomonidan qo'llab-quvvatlangan Oksford universitetining Global tiklanish observatoriyasi tomonidan o'tkazilgan tadqiqotiga ko'ra, qayta tiklash uchun umumiy xarajatlarning 20% dan kamrog'i atrof-muhit muammolariga ajratiladi[3].

2009-yildan hozirgi kunga qadar "Umumjahon iqtisodiy forumi" mintaqaviy iqtisodiy tizimlarni yashil iqtisodiyotga o'tkazish uchun 750 mlrd AQSH dollari yo'naltirdi hamda bu mablag'larning asosiy qismi Osiyo mamlakatlariga sarmoya sifatida kiritildi. Natijada, bugungi kunga kelib, xalqaro "yashil" tovar va xizmatlar bozori yillik tovar aylanmasi 546 mlrd AQSH dollarini tashkil etmoqda[4].



2-rasm. Yevropa mamlakatlari yashil iqtisodiyoti ko'rsatkichlari

Yevropa mamlakatlari bo'yicha taqqoslaydigan bo'lsak, yuqorida ta'kidlab o'tilganidek kabi eng quyi ko'rsatkich Ukraina – 48,32 ga teng bo'lsa, eng yuqori ko'rsatkich Shvetsiya davlatiga taalluqli bo'lib – 78,72 indeksiga teng (2-rasm)[4]. Xulosa qilish mumkinki, Shvetsiya yashillik ko'rsatkichlari bo'yicha taraqqiy etgan va ekologiya muhofazasi bo'yicha samarali mexanizmga ega.

O'zbekiston Respublikasida ham ko'plab xorijiy davlatlardan “yashil iqtisodiyot” borasida tajribalar o'rganilib, “Yashillashtirish” sohasida ko'plab chora-tadbirlari ko'rilishi ekosiyosat doirasida turgan eng muhim dasturul amal masalalardan bo'lib hisoblanadi. Xususan, mintaqamizdagi asosiy daryolarning havzasi va biologik xilma-xillikning qisqarib borayotgani jiddiy xavotir uyg'otmoqda. Bug'lanish darajasini oshiradigan gazlar va atmosferaning keng miqyosda ifloslanishi muammolarni yanada chuqurlashtirmoqda. Bugungi kunda “yashil taraqqiyot” borasidagi maqsadlarga erishish uchun mamlakatlarning harakatlari yanada faol va samarali bo'lishi kerakligiga hech kim shubha qilmayapti. Yashil iqtisodiyot bu iqtisodiy tizim bo'lib, uning asosiy maqsadi sayyoramizning ekologiyasi va uni saqlab qolish bilan birga iqtisodiyotning barcha sohalarini rivojlantirishga qaratilgan. Shunday qilib, yashil iqtisodiyot deganda, inson hayoti va sog'ligi uchun zarur bo'lgan resurslarni, atrof-muhit va ekologiyani bir butun holda saqlab qolib ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarini bog'liq iqtisodiyotni yanada rivojlantirishni amalga oshirishga asoslangan iqtisodiy faoliyatning yangi yo'nalishi tushuniladi.

Xulosa va takliflar: O'zbekistonda barqaror rivojlanishni ta'minlashda “yashil iqtisodiyot”ning rolini kuchaytirish borasida quyidagi chora-tadbirlarni ishlab chiqish zarur:

Birinchidan, aholini atrof-muhitning yomonlashuvi sabablari to'g'risida axborot bilan ta'minlashga qaratilgan loyihalarga ustuvor ahamiyat berish lozim.

Ikkinchidan, atrof-muhitni muhofaza qilish sohasida davlat boshqaruvi sifatini oshirish lozim.

Uchinchidan, "yashil" davlat xaridlari siyosatini olib borish orqali ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarish va ishlab chiqarishda "yashil" texnologiyalardan foydalanishni rag'batlantirish maqsadga muvofiq bo'ladi.

To'rtinchidan, milliy iqtisodiyotning energiya salohiyatini oshirishda "yashil" texnologiyalardan samarali foydalanish kerak.

Va nihoyat beshinchidan, iqtisodiyotni modernizatsiya qilish jarayonida "yashil" infratuzilmaga sarflanadigan davlat investitsiyalari hajmini oshirish lozim. Barqaror rivojlanish - jamiyat hayotini tashkil etishning yangi modeli bo'lib, unga bosqichma bosqich o'tish jarayonida yashil iqtisodiyotga yangi innovatsion texnologiyalarni joriy etish orqali erishish mumkin. Yuqorida sanab o'tilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish orqali biz kelajak avlodlar uchun yanada taraqqiy etgan barqaror rivojlanish asosidagi iqtisodiyotni ta'minlashga erishamiz desak hecham shubha qilmagan bo'lamiz.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Vaxabov A.V., Xajibakiyev Sh.X., Tashmatov Sh.A., Butaboyev M.T.. Yashil iqtisodiyot. Darslik. T.: Universitet, 2020, 156-bet.

2. 2019-yil 4-oktabrdagi "2019-2030-yillar davrida O'zbekiston Respublikasining "Yashil" Iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida" O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-4477-son qarori.

3. Brown L.R. Eco-Economy. Building an Economy for the Earth. Earth Policy Institute. W.W. Norton & Company. New York, London, 2019. 5. <https://www.project-syndicate.org/commentary/the-green>

4. A. Stainer 2017, "The Green Shoots of the Green Economy", Environmental Conservation, №2 vol 3 2019.

**3-SEKSIYA. MINTAQANING BARQAROR IQTISODIY O‘SISHIDA
AGRAR SEKTORNING O‘RNI VA ROLI**

**3 СЕКЦИЯ. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ АГРАРНОГО СЕКТОРА В
УСТОЙЧИВОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РОСТЕ РЕГИОНА**

**SECTION 3. THE ROLE AND IMPORTANCE OF THE AGRICULTURAL
SECTOR IN THE SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH OF THE
REGION**

БОЖХОНА ХИЗМАТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ АСОСИДА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ МАҲСУЛОТЛАРИНИ ЭКСПОРТ- ИМПОРТИДАГИ ҚОНУНБУЗАРЛИКЛАРНИ ОЛДИНИ ОЛИШНИНГ ДОЛЗАРБ МАСАЛАЛАРИ

**Досчанов Т.Д., Иқтисодиёт фанлари доктори, УрДУ профессори,
Нурматов У.И., Божхона қўмитаси ходими, УрДУ мустақил
тадқиқотчиси**

Аннотация: Ушбу мақолада божхона хизматларининг қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспорт-импортидаги фаолиятига оид маълумотлар асосида таҳлилий манбалар келтириб ўтилган.

Аннотация: В статье приводятся аналитические источники, основанные на информации о деятельности таможенных служб по экспорт-импорту сельскохозяйственной продукции.

Abstract: The article provides analytical sources based on information on the activities of customs services for the import of agricultural products.

Калит сўзлар: қишлоқ хўжалиги, озиқ-овқат барқарорлиги, нисбий устунлик, ташқи савдо айланмаси, яшил йўлак.

Ключевые слова: сельское хозяйство, продовольственная устойчивость, относительное преимущество, внешнеторговый оборот, зеленый коридор.

Key words: agriculture, food sustainability, comparative advantage, foreign trade turnover, green corridor.

Кейинги даврда халқаро қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари савдо тизими талаблари, мамлакатнинг маҳсулотлар етиштиришнинг қиёсий устунлик таълимоти, турли хусусиятдаги озиқ-овқат конъюктураси тебранишлари ва бу соҳада миллий озиқ-овқат барқарорлиги ва хавфсизлигини таъминлашнинг стратегик мақсадларидан келиб чиқиб миллий божхона хизматлари тизимини такомиллаштириш устувор вазифалардан ҳисобланади. Бу тизим ҳар қандай давлат жамиятнинг иқтисодий барқарорлиги ва хавфсизлигини таъминлашда самарали воситадан деб қаралади. Тизим мамлакат экспорт–

импорт масалаларини миллий манфаатлар нуктаи назаридан тартиблаштиради.

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари экспорт-импорт соҳасида эса Д.Рикардонинг қиёсий устунлик таъминотига асосан рақобатчиларга нисбатан арзон етиштириладиган ва эҳтиёждан ортиқча бўлганларини четга чиқариш ва сув, ер ва бошқа ресурсларнинг маҳсулот бирлигига нисбий харажатлари юқори бўлганларини миллий, иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий ҳамда экологик жиҳатларини эътиборга олиб четга чиқариш миллий манфаатларга мос келади. Ўзбекистон билан Қозоғистон ўртасида ғалла импорти ва мева сабзавот маҳсулоти экспортида устунлик таъминотига асосан мамлакатимиз миллий манфаатлари нуктаи назаридан бизда мева сабзавотни етиштириш ва қўшни мамлакатда эса ғалла тайёрлашнинг устунлиги асосда мамлакатларнинг ўртасида ўзаро самарали экспорт-импорт алоқаларини такомиллаштиришни йўналишлари асосланган[1].

Уларнинг савдо экспорт айланмасида анъанавий пахта толаси ҳажми қисқарган, ярим тайёр ва тайёр пахтачилик маҳсулотлари, мева-сабзавотлар улуши ўсган. Шу даврда жаҳон бозоридан ғалла ҳажми импорти кўпайиб мамлакат қишлоқ хўжалигида нисбий устунликка эга бўлган хорижий харидорлари эътиборида бўлган мева- сабзавот маҳсулотлари экспорти ошиб, бундай устувор қишлоқ хўжалиги тармоқлари деверсификацияси амалга оширилмоқда.

Шу билан бирга бундай замонавий хизматларга талаб ҳажми ошиши ва улар турларининг кўпайиши тизимнинг инновацион ва рақамли хизматлар кўрсатишга ўтиши зарурлиги, тизимнинг зарур жиҳозлар, воситалар, ҳамда юқори малакали ва махсус ходимлар билан таъминланишини айрим хўжалик юрутувчи ташкилотлар ва шахсларнинг ўзи манфаатлари йўлидаги ғайри қонуний хатти-ҳаракатлар бир қатор иқтисодий қонунбузарликни ҳам келтириб чиқараётганлиги ҳам божхона хизматлар фаолиятини янада такомиллаштириш муҳимлигини билдиради.

Жумладан, мамлакат божхона тизими маълумотларига кўра, 2017-2023 йилларда фақат қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари импортидаги қонунбузарлик ҳолатлар сони 4,44 марта ва уларга тўғри келадиган маҳсулотлар миқдори 28,0 марта, қиймати эса 58,1 марта ошган [2] (1-жадвал).

1-жадвал

Мамлакат божхона органлари томонидан қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари импорти бўйича аниқланган қонунбузарлик ҳолатлари тўғрисида қиёсий маълумотлар (2017 йил-100%)

Йиллар	Ҳолатлар	Миқдори	Қиймати
2017	100	100	100
2018	140	127	211
2019	324	335	838
2020	160	374	198
2021	0,9 марта	4,5 марта	8,3 марта
2022	1,9 марта	17,2 марта	28,0 марта
2023	4,4 марта	28,0 марта	58,1 марта

Бундай қонунбузарлик ҳолатларини фақат қишлоқ хўжалиги маҳсулотлар импортидаги қонунбузарликлар сони, миқдори ва қийматининг кескин ошиб бораётганлиги самарали божхона чора-тадбирларини амалга оширишни, умуман божхона тизими фаолиятини механизмини замонавий талаблар асосида такомиллаштириш долзарблигини кўрсатади. Бу соҳада қабул қилинган, амалда қўлланилаётган божхона ташкилий тизими ва унинг таркиби ҳозирги кун талабларидан орқада қолмоқда.

Айниқса, ҳозирги глобаллашув, иқтисодий рақамлаштириш жараёнлари кучайган шароитда: -қонунбузарликни бошқариш тизимида божхона ҳудудидан ўтаётган товарлар ва шахслар назоратини электрон воситалар ёрдамида кенг йўлга қўйиш; -юклар ва шахсий ҳужжатларни рақамлаштириш асосида расмийлаштиришни соддаллаштириш билан сарф вақтларни кескин қисқартириш; -ривожланган мамлакатларнинг илғор божхона хизматларини стандартлаштириш тажрибаларини самарали қўллаш амалиётига жадал ўтиш; -барча расмийлик ишларида ишончли, холис иқтисодий фаолият иштирокчиларини ўз хоҳишларига кўра, божхона тартиб

қоидаларига риоя қилишларини рағбатлантириш мақсадида уларга махсус “яшил йўлакча”ларни ташкил қилиш ва кенгайтириш ва бошқа бир қатор божхона хизматларини жадал рақамлаштиришни амалга ошириш зарур[3]. Шунингдек, қишлоқ хўжалик маҳсулотларини етиштириш, сақлаш, ташиш ва истеъмолчига етказиш халқаро халқаро стандартлари сертификациялаш бўйича Европа ГАП ташкилоти ФАО ва ЖССТ халқаро озиқ-овқат стандартлари ва қоидалари кодексини амалга ошириш бўйича халқаро комиссияси томонидан қабул қилинган кодекс Алиментариус (лотинча – *codex –alimentarius* – озиқ овқат кодекси) Озиқ-овқат кодекси асосида озиқ-овқат маҳсулотларини тайёрлаш амалиётига ўтиш вақти келди. Бу нуфузли минтақавий ва глобал ташкилотлар стандартлари асосида озиқ-овқатларни сертификациялаш ва улар савдосини ташкил қилган давлатлар озиқ-овқатлари хавфсизлигини ва юқори сифатлилигини кафолатлайдилар [5]. Бундай кафолатланган озиқ-овқат маҳсулотлари нуфузли ва ишончли истеъмолчиларнинг барча талабларига жавоб беради. Бизнинг мамлакат ҳам бу ташкилотларга аъзо бўлиб, улар стандартлари асосида озиқ-овқат етиштиришни жаҳон бозорларида ўзига хос хусусиятли маҳсулотлар билан ўзига муносиб ўрин эгаллашга эришади.

Бундай даражага эришишнинг долзарб масалаларини ўринли бажаришнинг дастлабки босқичларидан бўлган божхона тизими хизматларини комплекс ташкиллаштирилиш ҳисобланади. Жумладан:

- давлат божхона чегараси пунктлари таркибида озиқ-овқат маҳсулотлари экспорт импорти билан боғлиқ турли назорат мониторингини амалга оширадиган, бир-бирини тақозо қиладиган хизматларни ташкил қилиш ва улар фаолиятлари мувофиқлигини таъминлаш;

- маҳсулотларни чегарадан ўтишда кўрсатилган турли махсус ва қўшимча божхона хизматларидан тушган тўловларнинг маълум қисми тизимнинг самарали фаолиятини яхшилашга йўналтирилиши;

- божхона пунктларидан қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари кирди-чиқди хизматлари билан боғлиқ расмий ҳужжатларни “Ягона дарча” божхона хизматлари орқали расмийлаштирилишини такомиллаштириш;

- қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини божхона пунктларидан олиб ўтиш мумкин бўлган турлари ҳужжатлари бевосита тизим томонидан олдиндан тартиблаштирилган рўйхатини маъқулланиши;

- қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини божхона пунктларидан кирди-чиқдиси билан боғлиқ турли хизматлар ҳажмини сифатли бажариш, малакали ходимларни тайёрлаш, уларнинг ўқитиш ва қайта тайёрлашнинг изчил ўқув тизимини шакллантириш;

- божхона назорати пунктлари функцияларини самарали фаолияти олиб боришлари учун зарур жиҳозлар, асбоб-ускуналар билан таъминлаш;

- маҳсулотлар билан боғлиқ ташқи ва ички хавф-хатарли вазиятлар тўғрисида тезкор ахборот бериб турувчи махсус давлат ва жамоатчилик хизматларини йўлга қўйиш;

- турли биологик-эпидемиологик экстремистик ва ғайри-қонуний ҳаракатларни олдини олиш мақсадида амалдаги қонунчилик ҳужжатларини бугунги кун талабларига мувофиқлаштириб бориш;

- ташкилотлар ва аҳоли қишлоқ хўжалик маҳсулотларнинг санитария-карантин, ветеринария ва фитосанитария саводхонлигини ошириш бўйича турли оммавий ахборот воситалари ва ижтимоий тармоқлар орқали тарғибот ишларини замонавий интернет воситалари ёрдамида кенг йўлга қўйиш ва бошқалар[4];

Хулоса қилиб айтганда, бу устувор вазифалар мамлакатимизда кейинги йўлларда амалга оширилаётган изчил ислохотларнинг, хусусан, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш ва улар билан аҳоли эҳтиёжларини таъминлашга, экспорт самарадорлигини оширишда юзага келадиган қонунбузарликларни кескин камайтиришга, халқимизнинг турмуш шароитини оширишга хизмат қилади. Бинобарин, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ташқи бозорларга чиқариш ва ўзимизда танқис

бўлганларини четдан мақбул бўлган нархларда олиб келишда мамлакат валюта тушумларини оширишда божхона тизимини такомиллаштирилиш муҳим аҳамиятга эга бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Досчанов Т.Д. Минтакаларда қишлоқ хўжалигини ривожлантиришда нисбий устунлик назариясининг аҳамияти. “Минтақа рақобатбардошлигини оширишнинг устувор йўналишлари” мавзусидаги Республика онлайн илмий-амалий анжумани материаллари тўпламида. Урганч-2021 йил.

2. Божхона қўмитасининг 2017-2023 йиллар бўйича йиллик ҳисоботлари.

3. “Божхона маъмуриятчилигини такомиллаштириш ва Ўзбекистон Республикаси давлат божхона хизмати органлари фаолиятини самарадорлигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” 2018 йил 24 ноябрдаги ПФ-5582 сон Президент фармони.

4. “Мева-сабзавотчилик соҳасида қишлоқ хўжалиги кооперациясини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” 2019 йил 14 мартдаги ПҚ-4239-сон Президент қарори.

5. Парпиев М.П, Назаров А.М, Стандартлаштириш асослари. Ўқув қўлланма. Т. ТДАУ:2021, 97 б.

MINTAQADA KICHIK BIZNESNING MEHNAT SALOHİYATIDAN FOYDALANISH TAHLILI

Allanazarov U.K., Qoraqalpoq davlat universiteti tadqiqotchisi

Annotatsiya: Maqolada kichik biznes subyektlarida ishlab chiqarish quvvatlarini oshishi hisobiga xodimlar sonini ko‘paytirish, tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda mavjud mehnat zaxirasini aniqlash, bandlik darajasining holati va Qoraqalpog‘iston Respublikasida ish bilan bandlik darajasining o‘rtacha ko‘rsatkichlar masalasi yoritib berilgan.

Аннотация: В статье освещен вопрос увеличения численности работников за счет увеличения производственной мощности субъектов

малого предпринимательства, определения имеющегося трудового резерва для развития предпринимательской деятельности, состояния уровня занятости и средних показателей уровня занятости в Республика Каракалпакстан.

Abstract: The article highlights the issue of increasing the number of employees due to the increase in production capacity of small business entities, determining the available labor reserve for the development of business activities, the state of the employment level and the average indicators of the employment level in the Republic of Karakalpakstan.

Kalit soʻzlar: Kichik biznes, mehnat salohiyati, bandlik, resurs, mintaq, omil, sanoat, koʻrsatkich, hudud, qishloq xoʻjaligi.

Ключевые слова: Малый бизнес, трудовой потенциал, занятость, ресурс, регион, фактор, отрасль, показатель, территория, сельское хозяйство.

Key words: Small business, labor potential, employment, resource, region, factor, industry, indicator, territory, agriculture.

Mazkur masalani ijobiy hal etish uchun investitsiyalar koʻlamini kengaytirish zarur. Bunda xorijiy investitsiyalarni sanoat va agrar infratuzilmaga jalb etishni kengaytirishimiz zarur. Shuningdek, mintaqada turizm salohiyati ham yuqori boʻlib, uning xizmatlar koʻlamini kengaytirishga, bunda turizm infratuzilmasini rivolantirishga eʼtibor qaratish lozim. Buning uchun mintaqada mehnat salohiyati hamda xomashyo yetarli hisoblanadi. Natijada esa, mintaqada mehnat omilidan foydalanish samaradorligi ortadi va bu umumiy holda kichik biznes salohiyati oʻsishni taʼminlaydi.

Kichik biznesni rivojlantirish boʻyicha chora-tadbirlarimizda mehnat omiliga alohida eʼtibor qaratishimizni talab qiladi. Shunday boʻlsada, respublikaning shahar va tumanlarida ish bilan bandlik darajasini ham alohida baholashimiz zarur. Fikrimizcha, mazkur tadqiqot asosida mintaq hududlarining mehnat salohiyatidan foydalanish samaradorligini aniqlaymiz [1]. Boshqa tomondan esa, kichik biznesni kengaytirish, tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda mavjud mehnat zaxirasini aniqlaymiz.

Shuningdek, sohalar bo'yicha olib borilgan tadqiqotlarda esa, kichik biznesning ta'siri nisbatan yuqori ekanligini ochib berdik. Jumladan, mintaqada yirik biznesning ta'siri ham sezilarli bo'lsada, asosiy o'zgarishlarni kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ta'minlamoqda. Demak, Qoraqalpog'iston Respublikasida ish bilan bandlik darajasini ta'minlash uchun sanoat sohasidagi kichik biznes ko'lamini kengaytirish zarur.

Shuni alohida ta'kidlaymizki, mintaqa hududlarida ish bilan bandlik darajasini ham tadqiq qilishimiz zarur. Chunki, hududlarning rivojlanish xususiyatlariga qarab mehnat salohiyatidan foydalanishning omilli baholash imkoniga ega bo'lamiz. Jumladan, mintaqa hududlarini ish bilan bandlik bo'yicha 5 ta guruhga ajratib o'rgandik. Bunda, ijobiy ko'rsatkichlar Nukus shahri, Amudaryo, Beruniy, Mo'ynoq, To'rtko'l, Ellikqal'a tumanlariga to'g'ri kelgan (1-jadval). O'rtacha ko'rsatkichlar esa Nukus, Taxiato'sh, Kegeyli, Xo'jayli, Chinboy tumanlariga mos keladi. Qoraqalpog'iston Respublikasining nisbatan past ko'rsatkichga ega hududlari sifatida Bo'zatov, Qorao'zak, Qo'ng'iro't, Qonliko'l, Taxtako'pir, Shumanay tumanlarini sanab o'tamiz [2].

1-jadval

Qoraqalpog'iston Respublikasi hududlarining ish bilan bandlik darajasi bo'yicha guruhlanish holati [3].

Hududlardagi ish bilan bandlik darajasining statistik tavsifi		Hududlardagi ish bilan bandlik darajasining sifat mezonlari	Hududlardagi ish bilan bandlik darajasining oraliq ko'rsatkichlari		Ish bilan bandlik darajasi oraliqlari bo'yicha hududlar soni va ulushi		Ish bilan bandlik darajasi oraliqlari bo'yicha hududlar nomi
			≥	<	soni	ulushi	
O'rtacha qiymatlar	89,75716	A'lo	90,14	90,33	1	5,88	Nukus sh
Standart xatolik	0,068315						
Mediana	89,7345	Yaxshi	89,96	90,14	5	29,41	Amudaryo, Beruniy, Mo'ynoq, To'rtko'l, Ellikqal'a
Standart chetlanish	0,281671						
Ko'rsatkichlar dispersiyasi	0,079339	O'rta	89,77	89,96	2	11,76	Nukus, Taxiato'sh
Ekstsess	-0,84519						
Asimmetriklik	0,419783	Qoniqarli	89,59	89,77	3	17,65	Kegeyli, Xo'jayli, Chimboy
Interval	0,928758						
Ko'rsatkichlar minimumi	89,40364						

Koʻrsatkichlar maksimumi	90,3324	Qoniqarsiz	89,40	89,59	6	35,29	Boʻzatov, Qoraoʻzak, Qoʻngʻirot, Qanlikoʻl, Taxtakoʻpir, Shumanay
Koʻrsatkichlar jami summasi	1525,872						
Kuzatishlar soni	17						
Umumiy taqsimot qiymatlari					17	100	

Mazkur guruhlardagi hududlar iqtisodiy rivojlanishining o'ziga xos xususiyati soha va tarmoqlar ko'lamiga bog'liqligini ifodalamoqda. Yuqori ijobiy holatlar to'g'ri kelgan shahar va tumanlarda sanoat va xizmatlar tarmog'i rivojlanishi yuqori hisoblanadi. Shuningdek, ushbu hududlarda qurilish ko'lami ham keng bo'lib, infratuzilmaning joylashuvi zich hisoblanadi. Bu esa, mintaqada ish bilan bandlik darajasi o'sishiga, aholi daromadi kengayishiga hamda tadbirkorlik kapitali ortishiga olib keladi [4]. Umumiy holda, iqtisodiyotda kichik biznesda ish bilan band bo'lganlar soni hamda ulushi ortadi. Soha va tarmoqlar bo'yicha ish bilan band bo'lganlarga nisbatan yaratilgan mahsulot hajmining o'zgarishini tadqiq qilganimizda qurilish hamda savdo sohalari yetakchi o'ringa ega bo'lmoqda. Bu esa, mintaq va uning hududlarida mehnat salohiyatidan foydalanish samaradorligini oshirish uchun yetarli emas. Chunki, mazkur sohalar tomonidan yaratilgan mahsulotlar ichki iste'molni qondirish uchun mo'ljallangan. Shu bilan birga, qurilish sohasi tarkibida ishlab chiqarish korxonalarini barpo etish va infratuzilma inshootlarining ko'lami ham kichik hisoblanib, asosiy ulush uy-joy qurilishini tashkil qilmoqda. Buning natijasida mintaqaning eksport imkoniyati ortadi, aholi daromadi o'sadi hamda mehnat salohiyati samaradorligi o'sadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Murtazayev O., Axrorov F.B. Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti. –T.: Ilm-Ziyo, 2017. – 416 b.
2. Сауханов Ж.К., Экологик вазият мураккаб худуд қишлоқ хўжалигида ташқи самаралар ва трансакцион ҳаражатларни оптимал тартиблаштириш механизмлари. (Монография) Т.: “Lesson Press” нашриёти, 2022 й. – 264 б.
3. Qoraqalpog'iston Respublikasi statistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari asosida ishlab chiqilgan.
4. Qoraqalpog'iston Respublikasi Qishloq xo'jaligi vazirligi ma'lumotlari.

ASALARICHILIKDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH

**Berdimuratov Q.G., Qoraqalpoq davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası
katta o'qituvchisi**

Annotatsiya: Maqolada asalarichilik tarmog'ida raqamli texnologiyalardan foydalanish bo'yicha tashkiliy va iqtisodiy ma'lumotlar berib o'tilgan. Tarmoqda raqamli texnologiyalarni joriy etish subsidiyalash takliflar bayon etilgan. Shuningdek, raqamli texnologiyalarni joriy etishni moliyalashtiradigan tuzilmalarni quvvatlash maqsadida "Asalarichilikda texnologik transfer" Jamg'armasini tashkil etish va uni moliyalashtirish manbalari ochib berilgan.

Аннотация: В статье приведены организационно-экономические сведения по использованию цифровых технологий в отрасли пчеловодства. Описаны предложения по субсидированию внедрения цифровых технологий в сети. Также в целях поддержки структур, финансирующих внедрение цифровых технологий, создан Фонд «Технологический трансфер в пчеловодстве» и выявлены источники его финансирования.

Abstract: The article provides organizational and economic information on the use of digital technologies in the beekeeping industry. Proposals for subsidizing the introduction of digital technologies in the network are described. Also, in order to support the structures that finance the introduction of digital technologies, the Foundation «Technological transfer in beekeeping» was established and the sources of its financing were revealed.

Kalit so'zlar: asalarichilik, raqamlashtirish, rag'batlantirish, raqamli texnologiya, rivojlantirish, manba.

Ключевые слова: пчеловодство, цифровизация, продвижение, цифровые технологии, развитие, ресурс.

Key words: beekeeping, digitalization, promotion, digital technology, development, resource.

Dunyoda global iqlim o'zgarishi muammolarining tobora avj olishi mamlakatlarning milliy qishloq xo'jaligi barqaror rivojlanishiga erishish orqali oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash bilan birgalikda qishloq xo'jaligi ekinlari

hosildorligini va sifatini oshirish kabi vazifalarga ustuvorlik berilmoqda. Ushbu vazifalarni hal etishda asalarichilik tarmog'ini rivojlantirish dolzarb ahamiyat kasb etadi. Asalarichilik tarmog'i rivojlangan davlatlarda, jumladan "Xitoy, Amerika Qo'shma Shtatlari, Argentina, Turkiya, Meksika kabi 120 dan ortiq mamlakatlarda asal mahsulotlarini ishlab chiqarish, eksport va import qilish, qayta ishlash zanjiri innovatsion texnologiyalar, ilm-fan integratsiyasi asosida yo'lga qo'yilmoqda. Asalarichilik tarmog'i rivojlangan Xitoy xalq Respublikasida har yili o'rtacha 500 ming tonna asal, 2,1 ming tonna asalari suti, 4,7 ming tonna gulchang, 3,7 ming tonna mum, 470 tonna propolis ishlab chiqariladi" [1]. Bugungi kunda asalari mahsulotlari hisoblangan propolis, asalari zaxari, asalari suti va boshqa dorivor moddalariga jahonning yetuk farmasevtika sanoati korxonalarida talab oshib bormoqda.

Global oziq-ovqat ta'minotining ahamiyati oshib borayotgan sharoitda "mustahkam bog'lovchi zanjir" sifatida oziq-ovqat sohasida barqaror organik xomashyo va servitamin mahsulotlar yetishtirilishini ta'minlovchi asalarichilik tarmog'ini rivojlantirishning iqtisodiy muammolariga bag'ishlangan ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. Asalarichilik tarmog'i faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari va iqtisodiy samaradorligini hisoblash usullarini tadqiq etish, tarmoqda ilg'or texnologiyalardan foydalanish yo'nalishlarini belgilash, tarmoq xo'jaliklarini davlat tomonidan qo'llab quvvatlash mexanizmini takomillashtirish, raqamli texnologiyalarni joriy etish, Ixtisoslashtirish hamda tarmoqni istiqbolli rivojlantirish masalalari bu boradagi tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi.

O'zbekistonda qishloq xo'jaligi tarmog'ini rivojlantirishda istiqbolli yo'nalishlardan biri sifatida asalarichilik taraqqiyotiga katta e'tibor qaratilmoqda. Ma'lumki, asalari bilan changlatilgan qishloq xo'jaligi ekinlarining hosildorligi odatdagiga nisbatan 1,5-2,0, hatto 2,5 marotaba yuqori bo'lishi ilmiy jihatdan isbotlangan [2].

Tadqiqotlarimiz asosida asalarichilikda raqamli texnologiyalarni transformatsiya qilishni rag'batlantirish sifatida tashkiliy va iqtisodiy dastaklardan

keng foydalanish lozim deb hisoblaymiz. Xususan tashkiliy quyidagi vazifalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- “Aqlli asalari uyalari”ni tashkil qilish, Mamlakatimiz iqlim sharoitlariga moslashtirishga oid tadqiqotlar va tajribalarni olib borish;

- raqamli qurilmalar, masofadan boshqarish vositalardan foydalanishga oid huquqiy asoslarni takomillashtirish, barcha uchun sodda tizim yaratish;

- raqamli qurilmalardan foydalanishni ommalashtirish, targʻib qilish, tushuntirish shlarini olib borish maqsadida seminarlarni tashkil etish;

- aqlli qurilmalar bilan jihozlangan Asalarichilik fondi yerlaridan maqsadli va tartibli foydalanish, tashkil etish va boshqalar.

Shuningdek, asalarichilikda raqamli texnologiyalarni joriy etishni ragʻbatlantirishning iqtisodiy sifatida quyidagi vazifalarni bajarish lozim deb hisoblaymiz [3]. Jumladan:

- raqamli texnologiyalarni etgan uchun imtiyozli kreditlash tizimini joriy etish, sugʻurtalash tizimini takomillashtirish;

Asalarichilik faoliyatini rivojlantirishni mamlakatga import qilingan asal mahsulotlari va asalari inventarlari uchun qoʻshilgan qiymat soligʻi va boj toʻlovlarining 50 foizi miqdordagi mablagʻlar va boshqa manbalar hisobiga shakllantiriluvchi “Asalarichilikda texnologik transfer jamgʻarmasi” mablagʻlari orqali moliyalashtirish taklifi Veterinariya va chorvachilikni rivojlantirish qoʻmitasi tomonidan “Hududlarda asalarichilikni rivojlantirish boʻyicha yoʻl xaritasi”ni ishlab chiqishda foydalanilgan [4] (Veterinariya va chorvachilikni rivojlantirish qoʻmitasining 2023-yil 4-sentabrdagi 02/23-1595-son maʼlumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida tabiatdan shira kelishi, qishloq xoʻjaligi ekinlariga kasallik va zararkunandalarga qarshi vositalardan foydalanilishi, iqlim oʻzgarishi kabi koʻrsatkichlardan erta ogohlantirish tizimi orqali “Aqlli uya” mexanizmi asosida ari oilalarini samarali boshqarishning moliyaviy manbalarini taʼminlash imkoni yaratilgan.

Iqlim oʻzgarishlari sharoitida yillik oʻrtacha yogʻingarchilik miqdorini inobatga olgan holda Qashqadaryo viloyatida asal mahsuloti ishlab chiqarish

hajmining 2027 - yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko'rsatkichlaridan Veterinariya va Chorvachilikni rivojlantirish qo'mitasi tomonidan hududlarda asal ishlab chiqish hajmini oshirishga qaratilgan istiqboldagi chora-tadbirlarni ishlab chiqishda foydalanilgan, asalari oilasi sonini 1 foizga oshishi evaziga asal ishlab chiqarish hajmi 110,9 foizga ortishi prognoz qilingan [5].

Xulosa qilib aytganda, texnologik transfer jamg'armasini tashkil qilish orqali asalarichilikni raqamlashtirish, aqlli uyalarni joriy etish, olib borilayotgan ilmiy innovatsion loyihalarni qo'llab quvvatlash, bozor segmentiga ega bo'lish kabi bir qator samaradorlikka erishishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Farmanov J. Asalarichilik tarmog'ini rivojlantirishda Xitoy tajribasi va uni Mamlakatimiz sharoitida joriy etish imkoniyatlari // Agroiqtisodiyot. – T.: 2021. №3-4 (21). – b. 42-44. (08.00.00; №25).

2. Farmanov J. Asalarichilik tarmog'ida Ukraina tajribasi // Agroiqtisodiyot. –T.: 2021. №1(19). – b. 63-66. (08.00.00; №25).

3. Berdimuratov Q. Asalarichilik samaradorlikni oshirishda innovatsion texnologiyalardan foydalanish yo'llari // «Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida mintaqa tadbirkorlik, innovatsion texnologiyalar va sanoat infratuzilmalarini jadal sur'atlarda rivojlantirish istiqbollari: muammo va yechimlar» mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasining TO'PLAMI 2023-yil 10-oktabr. 485-488 b.

4. <https://marketing.rbc.ru/research/27501>

5. Chekalov A.G. O'zbekiston asalchiligining bugungi kuni va rivojlanish istiqbollari: muammolar va yechimlar. O'zBIITI, "Fermar xo'jaliklarini rivojlantirish konseptsiyasi, Qonunchilikni takomillashtirish va Respublikada fermerlikni rivojlantirish istiqbollari" mavzusidagi ilmiy-amaliy konferentsiya. Toshkent. 2005-y. 3-iyun, 63-65-betlar.

QORAQALPOG‘ISTON RESPUBLIKASI QISHLOQ XO‘JALIGINI HOZIRGI HOLATI VA RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI

**Mirzayev B. J., Qoraqalpog‘iston qishloq xo‘jaligi va agrotexnologiya
instituti “Agrobiznes va buxgalteriya hisobi” kafedrası mudiri, iqtisod fanlari
nomzodi, dotsent**

Muratbayev B.B., Qoraqalpoq davlat universiteti talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishining asosiy ko‘rsatkichlarini tahlil qilish asosida Qoraqalpog‘iston Respublikasi qishloq xo‘jaligi tarmog‘ini rivojlantirishning bugungi holati ochib berilgan. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2020-2030-yillarda O‘zbekiston Respublikasi qishloq xo‘jaligini rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi qarori asosida Qoraqalpog‘iston Respublikasining qishloq xo‘jaligini rivojlantirish to‘g‘risida ma’lumot berildi, strategik ustuvor yo‘nalishlarning asosiy maqsadlari va ular bo‘yicha erishilgan natijalar qayd etilgan.

Аннотация: В данной статье на основе анализа основных показателей производства сельскохозяйственной продукции выявлено современное состояние развития аграрного сектора Республики Каракалпакстан. Приведена информация о принятии Стратегии развития сельского хозяйства Республики Каракалпакстан на основе Указа Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Стратегии развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на 2020-2030 годы», освещены основные задачи стратегических приоритетов и достигаемые по ним результаты.

Abstract: In this article, based on an analysis of the main indicators of agricultural production, the current state of development of the agricultural sector of the Republic of Karakalpakstan is revealed. Information is provided on the adoption of the Agricultural Development Strategy of the Republic of Karakalpakstan on the basis of the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan “On approval of the Agricultural Development Strategy of the Republic of Uzbekistan for 2020-2030”, the main objectives of strategic priorities and the results achieved according to them are highlighted.

Kalit soʻzlar: qishloq xoʻjaligi sektori, innovatsion faoliyat, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, qishloq xoʻjaligi, rivojlanish strategiyasi, ustuvor yoʻnalishlar, samaradorlik.

Ключевые слова: аграрный сектор, инновационная деятельность, организационно-экономический механизм, сельское хозяйство, стратегия развития, приоритетные направления, эффективность.

Key words: agricultural sector, innovation activity, organizational and economic mechanism, Agriculture, development strategy, priority directions, efficiency.

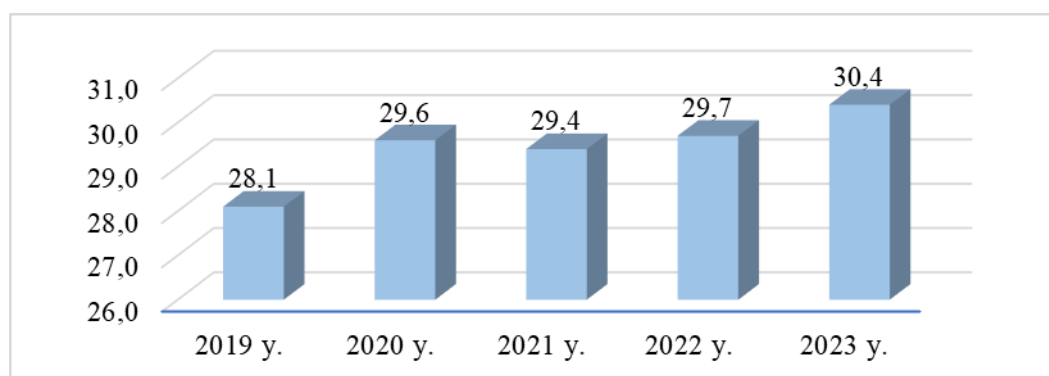
Qoraqalpogʻiston Respublikasi Oʻzbekistonning asosiy hududlaridan biri hisoblanadi. U ulkan hududga ega va mamlakatning boshqa hududlari orasida birinchi oʻrinda turadi, qulay geografik joylashuvi va Orol dengizining bir qismiga, yirik tabiiy mineral resurslarga, shuningdek, aholi zichligi eng past boʻlgan hududga ega. Mintaqa qishloq xoʻjaligi resurslari, mehnat salohiyati, ishlab chiqarish infratuzilmasi, yoʻl, transport va muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlari bilan taʼminlangan. Bularning barchasi birgalikda hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga oʻz taʼsirini koʻrsatmoqda.

Umuman Qoraqalpogʻiston Respublikasini va uning har bir shahar va tumanlarini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yoʻnalishlari, iqtisodiyotning yangi istiqbolli tarmoqlarini izlash va ularning “oʻsish nuqtalarini” rivojlantirish, aholi turmush farovonligini oshirish. hududda eng muhimi sifatida mamlakat prezidenti tomonidan belgilanadi. Qoraqalpogʻiston Respublikasi Joqorgʻi Kengesining navbatdan tashqari sessiyasida davlat rahbari Sh. Mirziyoyev “Umuman olganda, Qoraqalpogʻistonda ishni tashkil etish va nazorat qilishning yangi tizimi yaratiladi. Shu maqsadda Oliy Majlis Senatida Orolboʻyi mintaqasini rivojlantirish, aholi turmushini yaxshilash va daromadlarini oshirish masalalari boʻyicha yangi qoʻmita tuzildi” [2].

Oʻzbekiston Respublikasi hukumati tomonidan belgilab berilgan ustuvor vazifalarning amalga oshirilishi natijasida bugungi kunda hududda iqtisodiyotning deyarli barcha sohalarining barqaror samarali rivojlanishi

ta'minlandi. Xususan, qishloq xo'jaligini isloh qilish va rivojlantirish bo'yicha oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash, qishloq xo'jaligi mahsulotlari sifati va sohaning eksport salohiyatini oshirishga qaratilgan dasturiy chora-tadbirlarning amalga oshirilishi qishloq xo'jaligini rivojlantirish bo'yicha yuqori ko'rsatkichlarga erishish uchun mustahkam zamin yaratdi. Qoraqalpog'iston Respublikasi uchun qishloq xo'jaligi sohasi iqtisodiy o'sish, aholi bandligi va daromadlarini ta'minlovchi muhim sohalardan biri hisoblanadi.

2023-yilda Qoraqalpog'iston Respublikasi yalpi ichki mahsulotida qishloq xo'jaligining ulushi 30,4 foizni, qishloq, o'rmon va baliq xo'jaligi mahsulotlari (xizmatlari) umumiy hajmi 16548,3 milliard so'mni yoki 2022 yilga nisbatan 104,1% foizni tashkil etdi.



1-rasm. Qoraqalpog'iston Respublikasi yalpi hududiy mahsulotida qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligi ulushi % (foiz) da

Respublikada qishloq xo'jaligining rivojlanishi qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining yangi turlari va agrobiznesni rivojlantirish, shuningdek, innovatsion texnologiyalarni keng qo'llash uchun qulay shart-sharoitlar yaratadigan muhim tashkiliy-iqtisodiy o'zgarishlar bilan parallel ravishda amalga oshirilmoqda. Agrar sektorda innovatsion jarayonlarni joriy etish zarurati, birinchi navbatda, iqtisodiyotning asosiy muammosi – jamiyatning o'sib borayotgan ehtiyojlarini qondirish uchun cheklangan (ayniqsa, yer va suv) resurslaridan oqilona foydalanish bilan bog'liq. Shu bilan birga, qishloq xo'jaligini innovatsion rivojlantirishning birdek muhim sharti shundan iboratki, bugungi kunda globallashtirish va jahon bozoridagi tub o'zgarishlar sharoitida raqobat kuchayib

bormoqda va innovatsiyalar raqobatning eng samarali vositasidir, chunki u ishlab chiqarish tannarxining kamayishiga, hajmlarining oshishiga va qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi samaradorligining oshishiga olib keladi.

Qishloq xo‘jaligidagi tarkibiy o‘zgarishlar, eng avvalo, qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishini diversifikatsiya qilish, paxta ekinlarini optimallashtirish va boshqoli don, sabzavotchilik, bog‘dorchilik va uzumchilik maydonlarini ko‘paytirish hisobiga oziq-ovqat ekinlari yetishtirish uchun ekin maydonlarini kengaytirishga bog‘liq.

1-jadval

Qoraqalpog‘iston Respublikasida qishloq xo‘jaligining asosiy ko‘rsatkichlari[3].

	2018 y.	2019 y.	2020 y.	2021 y.	2022 y.
Qishloq xo‘jaligi ekinlari ekin maydoni, gektar	232 141	263 724	263 772	276 089	283 148,3
Qishloq xo‘jaligi mahsuloti, mlrd. so‘m	6 562,9	8 208,1	9 751,6	11 511,8	13 348,2
shu jumladan:					
dehqonchilik	2 992,1	3 947,9	4 509,7	5 400,4	6 486,6
chorvachilik	3 570,8	4 260,2	5 241,9	6 111,5	6 861,6
Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishning o‘sish sur‘ati, o‘tgan yilga nisbatan foizda	100,6	107,0	102,3	104,2	103,7
shu jumladan:					
dehqonchilik	96,0	112,4	100,6	103,7	103,7
chorvachilik	104,7	102,5	103,9	104,7	103,7

So‘nggi yillardagi ko‘rsatkichlarning o‘sishi mamlakatimizning chuqur tarkibiy o‘zgarishlar va izchil rivojlanayotganidan dalolat beradi.

Biroq “sohadagi mavjud o‘sish sur‘atlari bizni umuman qanoatlantirmaydi” va shu bois ushbu sohani strategik yondashuv asosida rivojlantirish zarurati tug‘iladi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 23-oktabrdagi “2020-2030-yillarda O‘zbekiston Respublikasi qishloq xo‘jaligini rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5853-son Farmoniga asosan qishloq xo‘jaligini rivojlantirishning 9 ta strategik ustuvor yo‘nalishi belgilab berildi [1]. Strategiya quyidagi strategik ustuvorliklarni qamrab oladi:

Aholining oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash milliy rivojlanish rejasining asosiy yo'nalishlaridan biridir, chunki u keng doiradagi ijtimoiy-iqtisodiy, demografik va ekologik omillarga ta'sir qiladi. Strategiyaning amalga oshirish doirasida oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashga to'sqinlik qiluvchi omillar aniqlanadi va bartaraf etiladi, jumladan: oziq-ovqat mahsulotlaridan jismoniy foydalanish imkoniyatlarini qisqartirish; ba'zi qishloq xo'jaligi mahsulotlari narxining oshishi, ularning uy xo'jaliklari uchun iqtisodiy qulayligini pasaytirish; ovqatlanish sifatining pasayishi, shuningdek, narxlar va mavjud oziq-ovqat hajmining keskin o'zgarishi.

Chorvachilikda mahsuldorlikni oshirish, go'sht, baliq, parranda go'shti, sut ishlab chiqarishni barqaror intensivlashtirishga qaratilgan chora-tadbirlar doirasida strategik ustuvor vazifa – aholining oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash doirasida erishilgan asosiy maqsad va ko'rsatkichlar belgilandi.

Ushbu maqsadlarga erishishga mahalliy innovatsion ishlanmalarni moliyalashtirishning yaxshi ishlaydigan mexanizmini yaratish yordam beradi, bunda rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, bunda nafaqat davlat, balki sanoatning o'zlari, korxonalar, biznes muhiti soha vakillari ham ishtirok ishtirok etishi kerak.

Xulosa o'rnida shuni aytishimiz mumkinki, har bir strategik ustuvor yo'nalish muhim va zarur, biroq ularning bir vaqtda shakllantirilishigina respublikamiz qishloq xo'jaligi sohasida innovatsion muhitni vujudga keltiradi, bu esa taraqqiyotning yangi bosqichiga ko'tarilishiga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 23-oktabrdagi "2020-2030-yillarda O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5853-son Farmoni

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SH.M. Mirziyoyevning Qoraqalpog'iston Respublikasi Jo'qorg'i Kengesining navbatdan tashqari sessiyasidagi nutqi, 10.02.2020

3. Stat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligining rasmiy sayti.

O‘ZBEKISTONDA MEVA SABZAVOT EKSPORT BARQARORLIGINI QIYOSIY STATISTIK TAHLILI

Doschanov O.A., “Kattabog‘ Islom Qudrat” MCHJ hisobchisi

Annotatsiya: Mazkur maqolada O‘zbekistonda meva – sabzavot eksportining jami eksportdagi ulushi o‘zgarish dinamikasi tahlil qilingan. Shuningdek, tavsiflovchi statistik ko‘rsatkichlarni aniqlash asosida barqarorlik darajasi qiyosiy tahlili amalga oshirilgan.

Аннотация: В данной статье проанализирована динамика доли экспорта фруктов и овощей в общем объеме экспорта Узбекистана. Также проведен сравнительный анализ уровня устойчивости на основе определения описательных статистических показателей.

Abstract: In this paper analyzed fruit and vegetable exports share dynamics in total exports of Uzbekistan. Also, carried out a comparative analysis of stability level based on the determination of descriptive statistical indicators.

Kalit so‘zlar: Eksport, qishloq xo‘jaligi, meva-sabzavot, o‘rtacha, standart xatolik, o‘rtacha kvadratik chetlanish.

Ключевые слова: Экспорт, сельское хозяйство, фрукты и овощи, среднее значение, стандартная ошибка, стандартное отклонение.

Keywords: Exports, Agriculture, Fruits and Vegetables, Mean, Standard Error, standard deviation.

Kirish

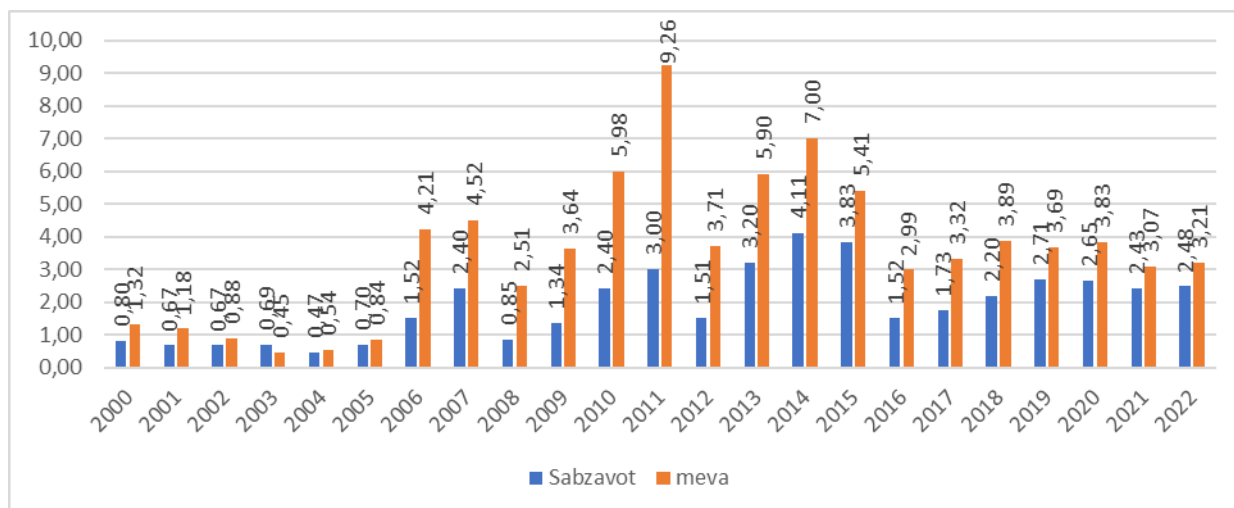
Meva sabzavot eksport mamlakatning tashqi savdodagi nisbiy ustunligidan foydalanishda muhim bo‘lgan yo‘nalish hisoblanadi, shuningdek, tadqiqotlar aynan meva sabzavot eksportni tashqi savdodagi ahamiyati yuqoriligi va uning ulushi o‘sib borayotganligini ko‘rsatmoqda [2]. Ammo, shuni alohida ta’kidlash kerakki mavjud salohiyatni hisobga oladigan bo‘lsak, respublikada meva-uzum, sabzavot va poliz mahsulotlarini qayta ishlash va eksport qilish hajmi o‘sayotgan

bo'lishiga qaramasdan hali bu ishlar yetarli darajada deyish qiyin [3]. Mazkur masalaga "O'zbekiston – 2030" strategiyasida ham alohida e'tibor qaratilgan bo'lib, qishloq xo'jaligi sohasida eksport hajmini yiliga 10 milliard dollarga yetkazish, respublika hududlarida 2,5 million tonna quvvatga ega bo'lgan 100 ta yangi agrologistika markazlari faoliyatini yo'lga qo'yish hamda ularning eksport salohiyatini 1 milliard dollarga yetkazish kabi vazifalar belgilab berilgan [1].

Ma'lumotlarni ko'rsatishicha meva-sabzavot mahsulotlari eksportini amalga oshirishda nobarqarorliklar kuzatilmoqda, tabiiyki bu kabi muammolarning asosiy sabablaridan biri logistika tizimining yetarli darajada rivojlanmaganligi hisoblanadi. Shularni hisobga olgan holda mazkur maqoladi meva – sabzavot mahsulotlari eksporti oshishining barqarorlik darajasining qiyosiy statistik tahlili qarab chiqildi.

Asosiy qism.

Tadqiqotda 2000-2022 yillarda jami eksportda meva – sabzavot ulushining o'zgarish dinamikasi qarab chiqilgan bo'lib, ulushning umumiy tendentsiyaga nisbatan tebranuvchanligi nobarqarorlik ko'rsatkichi sifatida qarab chiqilgan. Mevaning jami eksportdagi ulushi 2000-yilda 0,8 foizni tashkil qilgan bo'lsa, 2022-yilda 2,48 foizga yetgan. Biroq, u o'zining maksimal darajasiga 2014-yilda erishgan bo'lib, 4,11 foizni tashkil qilgan. Natijada, mazkur ulushning variatsion kengligi 3,31 ni tashkil qilmoqda va bu nobarqarorlikni mavjudligini asoslaydi. Sabzavot bo'yicha 2000-yilda 1,32 foizni tashkil qilgan bo'lsa, 2022-yilda 3,21 foizga yetgan. Aslida, eng yuqori qiymat 2011-yilda ta'minlangan bo'lib 9,26 foizni tashkil qilmoqda (1-rasm).



1-rasm. O‘zbekistonda meva va sabzavot eksportining jami eksportdagi ulushi (foizda) [4].

Ammo shuni, alohida ta’kidlash kerakki tahlil qilinayotgan davrda jami eksport hajmi 5,9 barobarga oshgan bo‘lsa, meva va sabzavot eksporti hajmi mos ravishda 14,4 va 18,3 barobarni tashkil qilgan. Ijobiy o‘zgarish mavjud bo‘lsada asosiy muammo eksport hajmidagi barqarorlik bo‘lib qolmoqda. Meva sabzavot eksporti hajmidagi nobarqarorlikni miqdoriy baholash maqsadida uchala ko‘rsatkich bo‘yicha tavsiflovchi statistik ko‘rsatkichlar hisoblab chiqildi (1-jadval).

1-jadval

O‘zbekiston Respublikasida jami, sabzavot va meva eksporti hajmini tavsiflovchi statistik ko‘rsatkivchlari (mln. AQSh dollari) [4]

	<i>Jami eksport</i>	<i>Sabzavot eksporti</i>	<i>Meva eksporti</i>
O‘rtacha	10922,3	245,7	452,5
Standart xatolik	1044,8	38,5	72,6
Mediana	12507,6	215,9	428,9
Moda	#N/D	#N/D	#N/D
O‘rtacha kvadratik chetlanish	5010,5	184,8	348,0
Dispersiya	25105261,5	34135,5	121113,7
Ekstsess	-1,1	-1,5	0,9
Asimmetriya	-0,4	0,2	0,7
Interval	16307,9	536,5	1374,7
Minimum	2985,8	20,1	16,8
Maksimum	19293,7	556,6	1391,6
Summa	251212,1	5651,3	10407,2
Kuzatuvlar soni	23,0	23,0	23,0

Jami eksport hajmida oʻrtacha koʻrsatkichni medianaga nisbatan kichik ekanligi kuzatilgan boʻlsa, meva va sabzavotda teskari holatni koʻrish mumkin. Natijada assimetriya koʻrsatkichi jami eksport uchun manfiy, meva va sabzavot uchun musbat qiymatga ega boʻlmoqda. Bu meva va sabzavot eksporti hajmida keskin ijobiy oʻzgarishlarning kuzatilganligidan dalolat beradi. Yaʼni, oʻsish surʼatini keskin oshganligini koʻrsatadi. Meva bilan sabzavotni solishtiradigan boʻlsak, aynan mevada yuqori ekanligini kuzatish mumkin. Tabiiyki bu kabi oʻzgarishlar ushbu mahsulotlarni tashish, saqlash va qayta ishlash tizimlarining rivojlanganligi bilan bogʻliq hisoblanadi. Sohaning rivojlanmaganligi yuqorida keltirilgan kabi nobarqarorliklarni keltirib chiqaradi.

Nobarqarorlik darajasiga aniqlik kiritish maqsadida standart koʻrsatkichlar hisoblab chiqildi. Yaʼni, variatsion kenglikni oʻrtacha kvadratik chetlanishga boʻlish orqali mavjud masshtab samarasi bartaraf etildi. Aniqlanilgan qiymatlar jami eksport uchun 3,3 birlikni tashkil qilgan boʻlsa meva va sabzavot uchun mos ravishda 2,9 va 4,0 birlikni tashkil qilmoqda. Koʻrsatkichlar meva eksporti hajmidagi oʻzgarishlarning yuqori nobarqarorlikka egaligini tasdiqlamoqda. Sabzavot eksportining barqarorlik darajasi jami eksportga nisbatan ham yuqori ekanligini koʻrish mumkin. Tabiiyki mevani tashish, saqlash jarayonlari sabzavotga nisbatan murakkab boʻlishi bu kabi nobarqarorlikni keltirib chiqarmoqda.

Natijalar va xulosa

Tadqiqot natijalariga koʻra meva sabzavot mahsulotlari eksport salohiyatidan toʻlaonli foydalanish uchun avvalo ularning tashish, saqlash va qayta ishlashga ixtisoslashgan korxonalar soni va sifatini talab darajasida shakllantirish lozim. Bir soʻz bilan aytganda logistik tizimni shakllantirish kerak. Aynan meva eksporti hajmidagi yuqori nobarqarorlik keltirib oʻtilgan xulosalarimizni asoslaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi “Oʻzbekiston - 2030” strategiyasi toʻgʻrisida”gi PF-158-son Farmoni.

2. F.M. Shamsieva. Meva-sabzavot mahsulotlari eksportini ekonometrik modellashtirish. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali. 1/2022, yanvarfevral (№ 00057)

3. B.T. Salimov, M.S. Yusupov, A. Bahronov. Meva-sabzavot mahsulotlari yetishtirish va eksport qilish imkoniyatlarini kengaytirish. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. № 8, noyabr-dekabr, 2013 yil.

4. www.stat.uz

MAMLAKATNING IQTISODIY O‘SHIDA CHORVACHILIK TARMOG‘I VA UNDA TADBIRKORLIK MUHITINI RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI

Eshqulova H.Sh., GulDU tayanch doktoranti

Anotatsiya: Chorvachilik bu – qishloq xo‘jaligining ajralmas qismi, asosiy ozuqa yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Chorvachilik tarmog‘ini jadal sur‘atlar bilan rivojlantirib biz xalqimizni arzon va sifatli bo‘lgan go‘sht, sut va boshqa birlamchi oziq – ovqat mahsulotlari bilan ta‘minlash va pirovardida aholi daromadini oshishi, turmush tarzining yaxshilanishi, aholining ish bilan bandligini ortishiga erishishimiz mumkin.

Аннотация: Животноводство — неотъемлемая часть сельского хозяйства, один из основных источников продовольствия. Быстро развивая животноводческую отрасль, мы можем обеспечить наш народ дешевым и качественным мясом, молоком и другими основными продуктами питания и в конечном итоге увеличить доходы населения, улучшить образ жизни, повысить занятость населения.

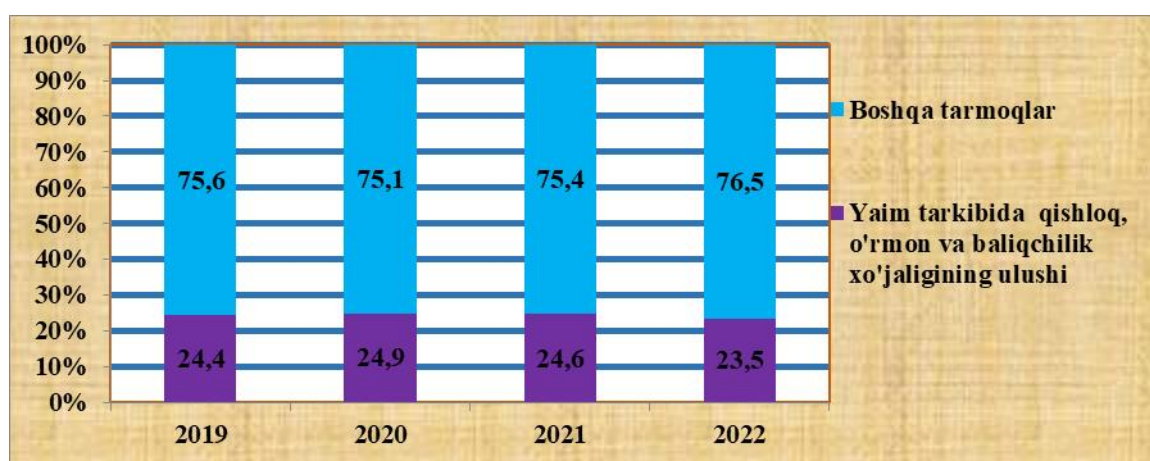
Abstract: Livestock breeding is an integral part of agriculture, one of the main sources of food. By rapidly developing the livestock sector, we can provide our people with cheap and high-quality meat, milk and other primary food products, and ultimately increase the income of the population, improve the lifestyle, and increase the employment of the population. possible

Kalit so‘zlar: Qishloq xo‘jaligi, chorvachilik, tadbirkorlik, iqtisodiy o‘sh, sut, go‘sh.

Ключевые слова: Сельское хозяйство, животноводство, предпринимательство, экономический рост, молоко, мясо.

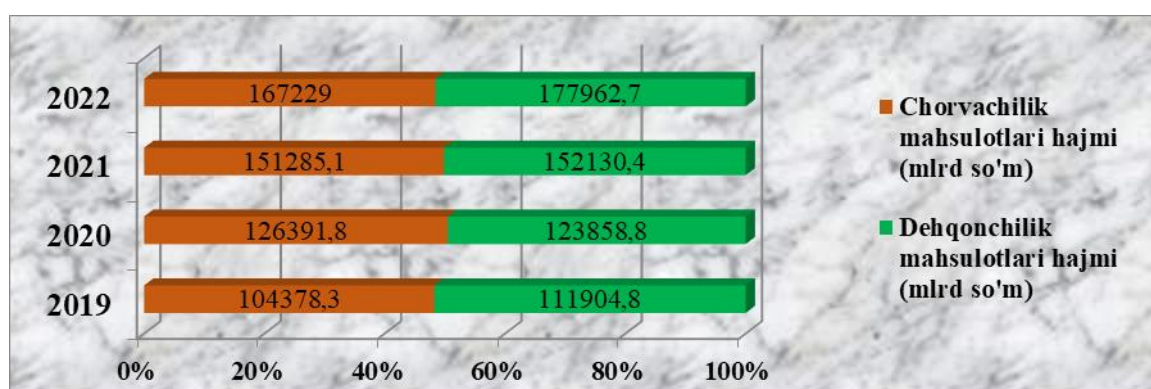
Key words: Agriculture, livestock, entrepreneurship, economic growth, milk, meat.

Ma'lumki, mamlakatimizda dehqonchilik va chorvachilik bilan shug'ullanish madaniyati necha asrlardan buyon shakllanib kelingan bo'lib, qishloq hududlarda har bir oila bevosita dehqonchilik va chorvachilik mahsulotlarini yetishtirish bilan bevosita shug'ullanadi deb ishonch bilan ayta olamiz. Bunda e'tibor qaratishimiz lozim bo'lgan bir jihat borki, 2022-yilgi rasmiy ma'lumotlarga ko'ra Respublika miqyosida 3429.6 ming kishi qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligida band hisoblanadi [2]. Bu ko'rsatkich bugungi kunda mamlakat aholisining qariyb 10%ini tashkil etishi ushbu tarmoqlarning rivoji mamlakat aholisi daromadlarini va ularning turmush darajasini oshirishda muhim ahamiyatga ega ekanligini namoyon qilmoqda. Shuningdek, qishloq xo'jaligi mamlakat yalpi ichki mahsulotida ham yuqori ulushga egadir. Quyida keltirilgan 1 - rasmda mamlakat Yaim da qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligining ulushi % da keltirib o'tilgandir. Ushbu ma'lumotlarga ko'ra 2019-2022 - yillar oralig'ida qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaliklarida yetishtirilgan mahsulotlar umumiy hajmining qiymati mamlakat yaimsining qariyb 25 %ini tashkil qilmoqda.



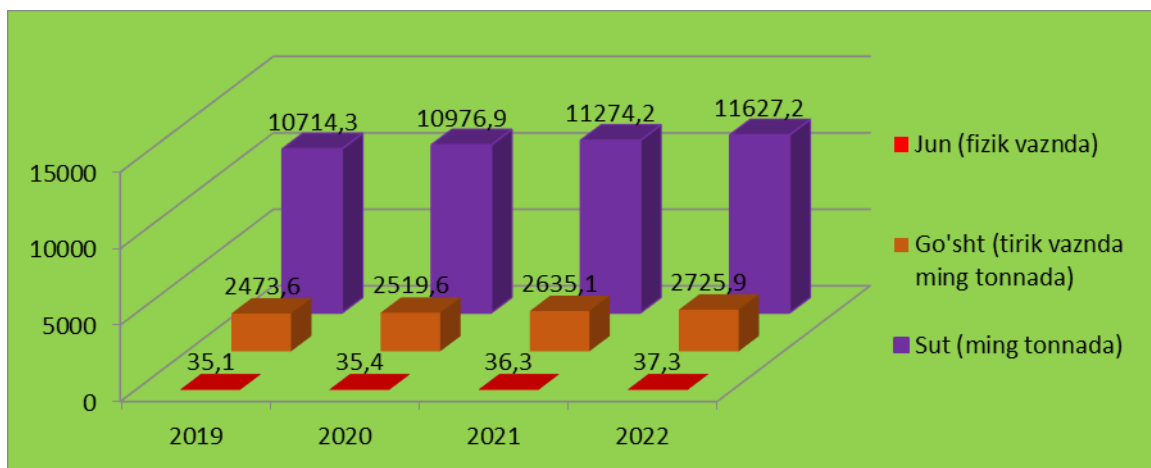
1-rasm. Yaim tarkibida qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligining ulushi % da [2].

Respublika miqyosida qishloq xo‘jaligi tarmoqlarini rivojlantirish uchun amalga oshirilayotgan tarkibiy islohotlar natijasida bugungi kunda dehqonchilik va chorvachilik mahsulotlari hajmi yildan – yilga ijobiy tendensiyalarda ortib bormoqda. Quyida keltirilgan 2-rasmda qishloq xo‘jaligi mahsulotlari tarkibida dehqonchilik va chorvachilikning miqdoriy ulushlari keltirib o‘tilgandir. Bundan ko‘rinib turibdiki, chorvachilik tarmog‘ida qishloq xo‘jaligida yetishtirilayotgan mahsulotlarning qariyb 45 % idagi miqdori ishlab chiqariladi. Shu bilan bir qatorda chorvachilik tarmog‘ida yetishtirilayotgan mahsulotlar hajmi yildan – yilga o‘sib borayotganligini ham ko‘rishimiz mumkin.



2-rasm. 2019-2022 yillarda qishloq xo‘jaligida ishlab chiqarilgan dehqonchilik va chorvachilik mahsulotlari mlrd so‘mda [2].

Ma'lumki, go'sht va sut mahsulotlari aholining birlamchi oziq – ovqat mahsuloti hisoblanib, u o'z tarkibida inson organizmi uchun zarur bo'lgan oqsilga boyligi xususiyati bilan dunyoda oziq – ovqat ta'minotining muhim bo'g'ini sifatida chorvachilik tarmog'iga alohida ahamiyat qaratiladi. Bugungi kunda mamlakatimizda yetishtirilayotgan go'sht va sut mahsulotlarining 90 % dan ortiq miqdori dehqon va tomorqa xo'jaliklari ulushiga to'g'ri keladi. Fermer va dehqon xo'jaliklari faoliyatini qo'llab – quvvatlashga qaratilgan chora – tadbirlar doirasida go'sht va sut yetishtirish hajmi ortib bormoqda [1].



3-rasm. 2019 – 2022 yillarda chorvachilik tarmog‘ida ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmi tonnada [2].

Yuqoridagi 3-rasmda barcha toifadagi xo‘jaliklar kesimida yetishtirilgan go‘sh, sut va jun mahsulotlari hajmi keltirib o‘tilgandir. Bundan ko‘rib guvohi bo‘lishimiz mumkinki, ko‘rsatkichlar 2019 – 2022 yillar oralig‘ida faqat ijobiy tendensiyalarda o‘sinib bormoqda.

Shu bilan bir qatorda, ko‘p tarmoqli fermer xo‘jaliklarining rivoj topishi, qishloq xo‘jaligida qo‘shilgan qiymat zanjiri rivojlanishi asosida mahsulot yetishtiruvchilarning ham moddiy barqarorligi ortib bormoqda.

Xulosa o‘rnida shuni aytishimiz mumkinki, mamlakatimiz iqtisodiyotida chorvachilik tarmog‘i va unda yetishtirilayotgan go‘sh va sut mahsulotlari hajmi qator ko‘rsatkichlar nuqtai nazaridan ahamiytali hisoblanadi. Jumladan, aholining oziq – ovqat bazasi xavfsizligi ta‘minlash, iste‘molchilar uchun zarur bo‘lgan chorvachilik mahsulotlarini ham sifat, ham miqdor jihatdan yaratish, qishloq xo‘jaligini barqaror rivojlantirish va tarmoqlar samaradorligini oshirish, mamlakat yalpi ichki mahsulotini o‘shishiga erishish va aholi bandligini ta‘minlash shular jumlasidandir [3]. Shunday ekan chorvachilik tarmog‘ini rivojlantirish bizga kelgusida turmushimiz farovonligida va mamlakatimiz iqtisodiy o‘shishida o‘zining salmoqli hissasini qo‘shib borishi shubhasizdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Sadullayev U.N. “Go‘sh va sut yetishtirish sohasini modernizatsiyalashni rag‘batlantirishning asosiy yo‘nalishlari” mavzusidagi Phd dissertatsiyasi., Toshkent – 2020

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi ma’lumotlari. O‘zbekiston Respublikasida barcha toifaladagi xo‘jaliklarda yetishtirilgan dehqonchilik va chorvachilik mahsulotlari to‘g‘risida. Stat.uz

3. Eshqulova H.Sh., Sut chorvachiligini innovatsion asosda strategik rivojlantirish” https://doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss5/a7 Iqtisodiyot va ta’lim / 2023-yil 5-son

THE GOALS AND OBJECTIVES OF FOOD SAFETY AND THREATS TO THEIR IMPLEMENTATION

**Salayev S.K., Khorezm regional governor’s deputy for youth policy,
social development and spiritual and educational affairs, professor**

Matjonov B.R., PhD student of Urgench State University

Annotatsiya: ushbu maqolada mamlakatning oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlashning asosiy maqsadi va vazifalarini shakllantirish, oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlashda tashqi va ichki tahdidlarning salbiy ta’sirlari hamda ularning ahamiyati to‘g‘risida so‘z yuritiladi.

Аннотация: в данной статье рассматривается формирование основных целей и задач обеспечения продовольственной безопасности страны, негативные последствия внешних и внутренних угроз и их значение в обеспечении продовольственной безопасности.

Abstract: this article discusses the formation of the main goals and tasks of ensuring food security of the country, the negative effects of external and internal threats and their importance in ensuring food security.

Kalit so‘zlar: oziq-ovqat xavfsizligi, tashqi tahdid, ichki tahdid, FAO, fizologik minimum, xavfsiz iste’mol, oziq-ovqat importi.

Ключевые слова: безопасность пищевых продуктов, внешняя угроза, внутренняя угроза, ФАО, физиологический минимум, безопасное потребление, импорт продуктов питания.

Key words: food safety, external threat, internal threat, FAO, physiological minimum, safe consumption, food import.

Food safety is one of the most urgent tasks facing the countries of the world. Today, the UN also emphasizes that it is time to completely change the approach to food production and distribution. After all, in an ideal situation, agriculture, forestry and fisheries are able to provide everyone with food and create a source of income for people, as in the brochure. Moreover, in such a case, agriculture will develop in the interests of people, and environmental protection measures will be implemented.

As the President of the Republic of Uzbekistan Sh.Mirziyoyev noted, “...reforming the agricultural management system, introducing advanced technologies for the rational use of land and water resources, and ensuring food safety are our main tasks” [1]. Ensuring food security is one of the macroeconomic problems related to the intensification of agro-industrial production, the efficiency of social production and the increase of the income of the population. Therefore, it is necessary to include not only market mechanisms, but also state control in the development of solutions to problems. Currently, it is of great importance to study the methods and methods of forming the food safety system, as well as the influencing factors at different hierarchical levels, in order to develop national and regional assessment criteria.

When forming the main goals and tasks of ensuring food security of the country, it is appropriate to take into account the goals and tasks set by the UN FAO organization [2]. The following recommendations of this international organization in the Food Safety Concept serve as a methodological basis for setting goals and objectives:

- food security does not mean complete self-sufficiency in food;
- in the case of a country with a relative advantage, it should try to produce enough food products for its own needs;
- the country should be able to import the required amount of food products and provide the food needs of its citizens;

- the government of the country should provide opportunities for citizens to have (access to) safe food quantitatively and economically within the framework of food security [3].

Based on this, in our opinion, the goal of food security is to ensure the food independence and stability of the country, access of the population and every citizen to food in accordance with the physiological minimum in quantitative, economic and social indicators, as well as the safe provision of food security of the country. The demand for food is the supply of goods.

In our opinion, based on this goal, the main tasks of ensuring food safety will be as follows:

- to create conditions for physical (quantitative), economic and social access to safe and high-quality food products in the volume and assortment in accordance with the rational standards of consumption established for every citizen of the country to ensure an active and healthy lifestyle and support. Creating a social protection system in order to support low-income population groups, adequate nutrition of mothers and children;

- to ensure stable production of basic types of food products in the country itself, to support national producers to ensure food independence;

- prevention of dependence on the import of food products and organization of their rational import;

- ensuring the safe consumption and quality of food products, reliable protection of consumers' rights to consume safe and quality products;

- prevention of internal and external threats to the country's food security, mitigation and elimination of their negative consequences, minimization of losses and damages. To do this, create a system of providing citizens with food products in case of natural disasters and other emergency situations, create strategic reserves and reserves [4].

Based on this, it should be said that it is important to take into account external and internal threats in ensuring the country's food security.

External threats to the country’s food security are manifested in socio-economic and political processes, factors and realities that occur outside the country, including on the world and global scales, and in neighboring and partner countries and pose a threat to it (Fig.1).

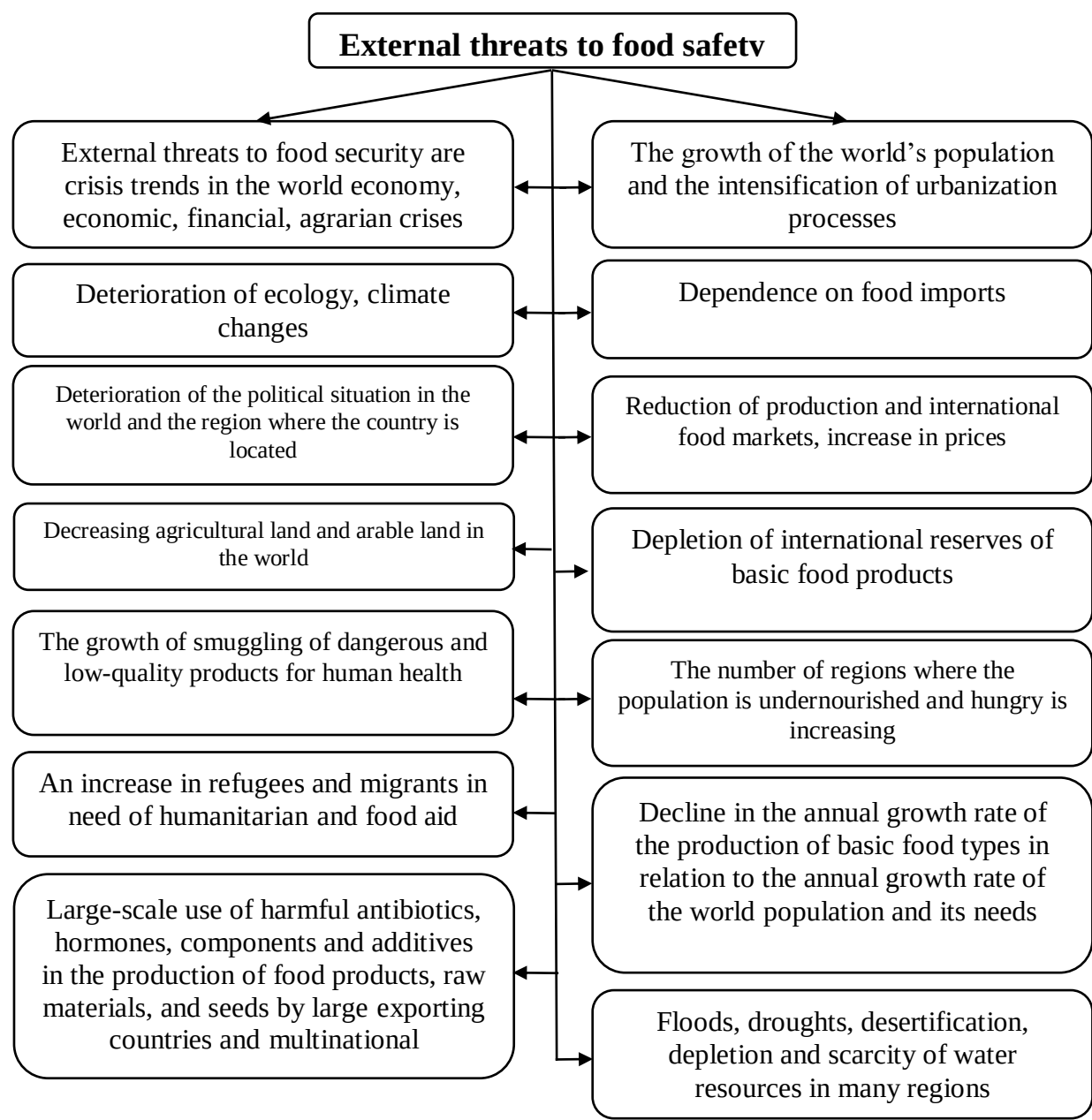


Fig.1. External threats to food safety [5].

It should be noted that in some regions of the world, as a result of mutual and civil wars, terrorist activities and political tensions, the volume of food production has decreased sharply, the number of refugees and migrants has increased, and their illegal entry into the country’s territory has resulted in international and national Exceeding the price levels in domestic food markets causes problematic

situations that make it difficult to ensure food safety. In addition, the deterioration of the political, socio-economic situation in the traditional partner countries, the interruption or weakening of food production, export and import relations with them is a serious external threat to food security.

Internal threats are the factors, processes and realities that have a negative impact on ensuring food safety in the country, pose a risk, make it difficult, and cause problematic situations to arise (Fig. 2).

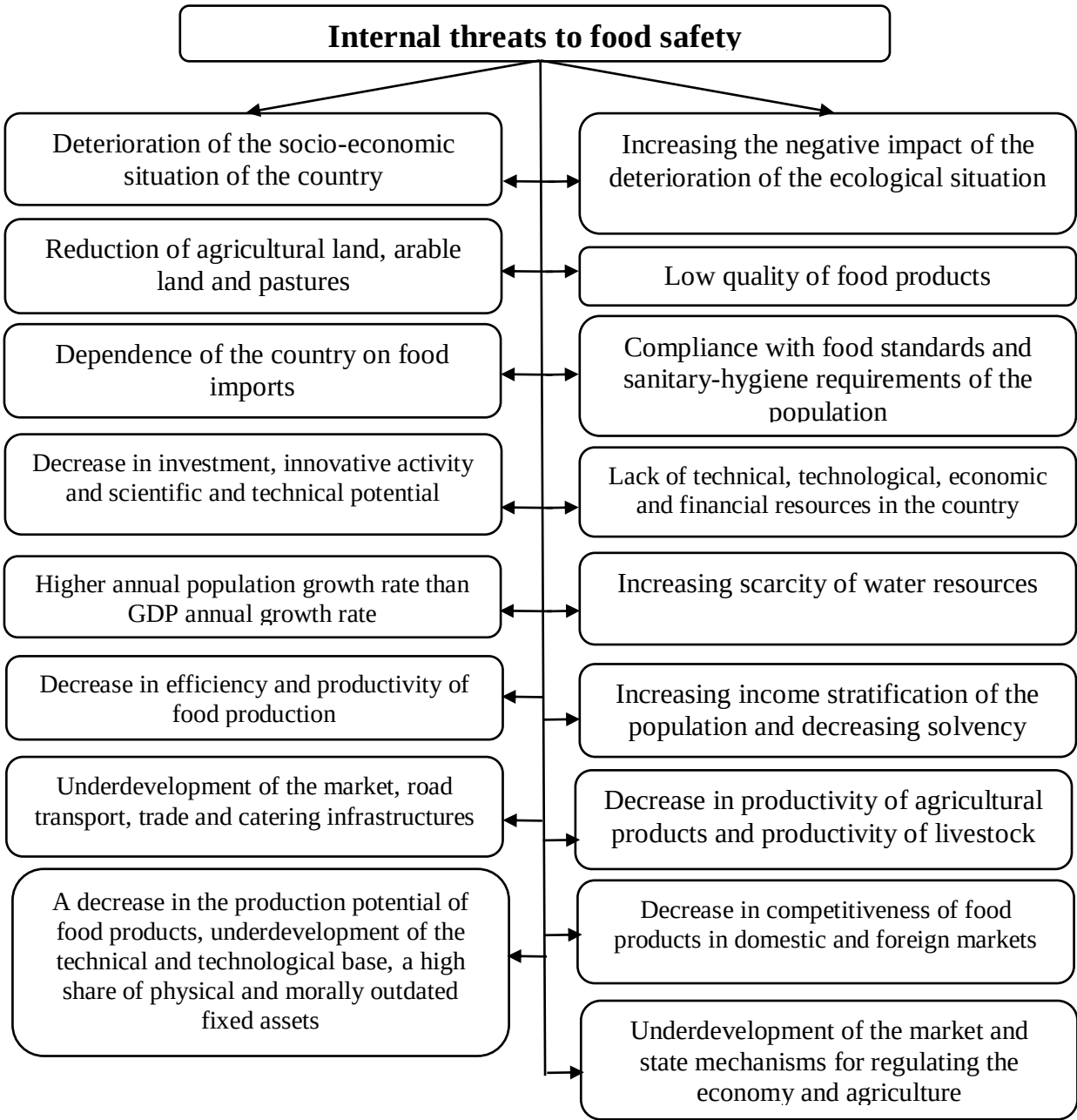


Fig.2. Internal threats to food safety [5].

In conclusion, it can be noted that among the threats to food security in the world, agriculture is a serious threat. In order to ensure food safety in the world and in each country, it is important to create an economic strategy and system aimed at preventing internal and external threats, minimizing their impact, and a mechanism for its implementation.

References

1. Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis. 28-12-2018. <https://xs.uz/uzkr/post/ozbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyoevning-olij-mazhlisga-murozhaatnomasi>.
2. <https://www.fao.org>
3. Shagaida N.I., Uzun V.Y. Food security in Russia: monitoring, trends and threats. - M.: RANH and GS under the President of the Russian Federation, 2014. - P.8.
4. Ergashev X.N. The role of insurance in ensuring Food safety in Uzbekistan. // Collection of scientific articles and reports of the inter-university scientific-practical conference “The role and place of small business and private entrepreneurship in increasing food stocks: problems and opportunities.” May 19, 2018.-T.
5. Author’s development based on economic literature

QISHLOQ XO‘JALIGI ASOSIY MAQSADLARIGA ERISHISHDA INNOVATSION BOSHQARUV MEKANIZMLARINING O‘RNI VA AHAMIYATI

**Saliyeva A.D., Qoraqalpoq davlat universiteti, Qishloq xo‘jaligi iqtisodiyoti
ixtisosligi tayanch doktoranti**

Annotatsiya: Qishloq xo‘jaligi asosiy maqsadiga erishishi uchun turli xildagi mahsulotlar yetishtiriladi, ishlar, xizmatlar bajariladi, ular talabni qondirish maqsadida taqsimlanadi, sotiladi. Korxonalar, birlashmalar, tarmoqlar (tuman, viloyat, respublika) miqyosida kechayotgan bu jarayonlar erkin bozor munosabatlari asosida amalga oshirilishi maqsadga muvofiqdir. Ularni nazariy va

amaliy jihatdan talab darajasida hal etish uchun Respublikada tub islohotlarni amalga oshirish zarur.

Аннотация: Для достижения основной цели сельского хозяйства выращиваются различные продукты, выполняются работы и услуги, они распределяются и продаются с целью удовлетворения спроса. Эти процессы целесообразно осуществлять в масштабах предприятий, объединений, отраслей (района, области, республики) на основе свободных рыночных отношений. Чтобы теоретически и практически решить их на уровне спроса, необходимо провести фундаментальные реформы в Республике.

Abstract: To achieve the main goal of agriculture, various products are grown, works and services are performed, they are distributed and sold to meet demand. It is advisable to carry out these processes on the scale of enterprises, associations, industries (district, region, republic) on the basis of free market relations. In order to solve them theoretically and practically at the level of demand, it is necessary to carry out fundamental reforms in the republic.

Kalit soʻzlar: boshqaruv mexanizmi, innovatsion boshqaruv, tashkiliy komponent, iqtisodiy komponentlar, moliyaviy lizing, venchur kapital, ishlab chiqarish va texnologik infratuzilma, integratsiya.

Ключевые слова: механизм управления, инновационный менеджмент, организационная составляющая, экономическая составляющая, финансовый лизинг, венчурный капитал, производственно-технологическая инфраструктура, интеграция.

Key words: management mechanism, innovative management, organizational component, economic components, financial leasing, venture capital, production and technological infrastructure, integration.

Mustaqillik sharofati bilan Oʻzbekiston Respublikasi iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridan biri boʻlgan agrar sohani rivojlantirishda qator iqtisodiy islohotlar amalga oshirildi. Qishloq xoʻjaligida turli mulkchilikka asoslangan erkin tovar ishlab chiqaruvchi subyektlar shakllandi. Dehqonlarning mulkka egalik hissining ortishini, erkin iqtisodiy faoliyat yuritishini, daromadlarini oʻz xohishiga koʻra

mustaqil taqsimlash hamda tasarruf etish imkoniyatini beradigan xo‘jalik yuritish shakllarini mazkur tarmoqqa joriy etishga alohida e‘tibor qaratildi [1].

Mamlakatimizda davlat rahbarligida qishloq xo‘jaligini moliyalashtirish, kreditlash hamda soliqlar tizimlari ishlab chiqilib, ular hayotga bosqichma-bosqich tatbiq qilinmoqda. Davlat, shuningdek, fan, texnika, ilg‘or va samarali texnologiyalar tizimlarini tarmoq miqyosida ishlab chiqishga ham, qishloq aholisini ijtimoiy-iqtisodiy himoya qilishga ham rahbarlikni amalga oshirmoqda [5].

Qishloq xo‘jaligi asosiy maqsadiga erishishi uchun turli xildagi mahsulotlar yetishtiriladi, ishlar, xizmatlar bajariladi, ular talabni qondirish maqsadida taqsimlanadi, sotiladi. Korxonalar, birlashmalar, tarmoqlar (tuman, viloyat, respublika) miqyosida kechayotgan bu jarayonlar erkin bozor munosabatlari asosida amalga oshirilishi maqsadga muvofiqdir. Ularni nazariy va amaliy jihatdan talab darajasida hal etish uchun respublikada tub islohotlarni amalga oshirish zarur. Ma‘muriy-buyruqbozlikka asoslangan, markazdan rejali boshqarilgan qishloq xo‘jaligidan so‘ngi texnika va texnologiya yutuqlaridan foydalanadigan yangicha innovatsion boshqaruv mexanizmlarini yaratish, bugungi kunning talabiga aynamoqda.

Quydagilar qishloq xo‘jaligi boshqaruvining asosiy maqsadlari quyidagilar hisoblanadi:

- qishloq xo‘jaligining bosqichma-bosqich rivojlanishini, uning respublika iqtisodiyotidagi o‘rni, ahamiyati hamda o‘zgarish qonuniyatlarini aniqlash;

- tarmoqqa davlat rahbarligini, unda amalga oshirilayotgan agrar-iqtisodiy islohotlar mazmuni va mohiyatining holatini, ularni rivojlantirish yo‘llarini, masalalarini ko‘rsatish;

- qishloq xo‘jaligida faoliyat ko‘rsatayotgan tadbirkorlik turlari, ularning faoliyatiga baho berish va takomillashtirish yo‘llari;

- tarmoqning cheklangan yer-suv, mehnat resurslari, investisiyalar va ulardan tadbirkorlik bilan samarali foydalanish darajasiga iqtisodiy baho berish tartibini o‘rganish, ularni takomillashtirish va rivojlantirish yo‘llarini asoslab berish;

- qishloq xo‘jaligida amalga oshirilayotgan doimiy va o‘zgaruvchan, o‘rtacha xarajatlarni, ularning tarkibi va kamaytirish yo‘llarini, etishtirilgan mahsulotning hajmini, sifatini, samarali taqsimlanishini hamda pul oqimlarini o‘rgatish;

- tarmoqda iqtisodiy munosabatlarni amalga oshirishda foydalanilayotgan baholarning tizimini, tarkibini, mazmunini, daromad va foydani aniqlash, ularni oqilona taqsimlash yo‘llarini ko‘rsatish;

- qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishining qay darajada ixtisoslashganligini, joylashganligini hamda ichki va tashqi integrasiyalashganligini va boshqa masalalarini o‘rganish zarur [2].

O‘zbekiston qishloq xo‘jaligida eski an‘anaviy texnologiyalar ustunlik qilishiga qaramasdan, innovatsion yangilanish davom etmoqda lekin sekin sur‘atda, bu cho‘zilishining asosiy sabablaridan biridir qishloq xo‘jaligining inqiroz holati va fermerlarning daromadlarni to‘g‘ri taqsimlay olmasligida. Kelib tushgan daromadlarning deyarli 80% i xom ashyo, mineral o‘g‘it va eski texnikalarni tuzatish va ular sarflaydigan yonilg‘iga ajratishga to‘g‘ri kelmoqda.

Hozirgi zamon talablaridan kelib chiqib qishloq xo‘jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari amaliyotiga ham yangi texnologiyalar faol joriy etilishi kerak. Ilm-fan va texnika yutuqlaridan keng foydalanish eng ko‘p sanoatning barqaror rivojlanishini ta‘minlashning samarali shakli hisoblanadi, ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning o‘zi esa qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishini rivojlantirishning innovatsion imkoniyatlari bilan belgilanadi [3].

Qishloq xo‘jaligi asosiy maqsadlariga erishda innovatsion rivojlanishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish yo‘nalishlari asosida, tashkiliy komponent yaratish orqali quydagi natijalarga erishish mumkin – ishlab chiqarish va texnologik infratuzilmani rivojlantirish, innovatsion sohada samarali boshqaruv tizimini shakllantirish, fan va ta‘lim, maqsadli texnologiya integratsiyasiga ko‘maklashish[4].

Innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun (muayyan hududlarda innovatsiyalarni jamlash, “o‘sish nuqtalarini” yaratish - yangilarini sinab ko‘rish uchun texnologiyalar va boshqalar) iqtisodiy komponentlar quyidagilar hisoblanadi - budget mablag‘lari hisobidan ilmiy-tadqiqot va innovatsion loyihalarni moliyalashtirishni ko‘paytirish va resurslarni ustuvor yo‘nalishlarga

jamlash, innovatsion tadbirkorlikni moliyaviy lizingni qo‘llab-quvvatlash, venchur kapitaldan foydalanish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Сауханов Ж.К. Аграр тармоқда ташқи самараларни оптимал тартиблаштириш ва трансакция харажатларини пасайтириш: муаммолар, усуллар ва моделлар. (Монография) Т.: “Lesson Press” МЧЖ нашриёти, 2022. - 235 б. ISBN 978-9943-8475-4-5.

2. Насруллаева Т.Д. Стратегические приоритеты развития кластеров в АПК региона / Т.Д. Насруллаева // Вопросы структуризации экономики. – 2010. – № 1.– С. 174–177.

3. Швец Н. С. Концепция конкурентоспособности регионального агропромышленного комплекса: монография / Н. С. Швец, Ф. З. Мичурина; М-во с.-х. РФ, ФГБУ высшего образования «Пермская гос. с.-х. акад. им. акад. Д.Н. Прянишникова». – Пермь: ИПЦ «Прокрость», 2016. – 207 с.

4. Юнусова П. С. Создание региональных научно-инновационных и производственных кластеров для модернизации аграрного сектора экономики / П. С. Юнусова // Материалы IX Международной научнопрактической конференции «Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и социально-экономическая политика региона» (Махачкала, 5 декабря 2018 г.). Махачкала, ИСЭИ ДНЦ РАН. – 2018.

5. Юсупова П.С., Ахмедова Ж.А. Зарубежный опыт достижения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Региональные проблемы преобразования экономики, №2, 2019. С. 21-27.

QISHLOQ XO‘JALIGINI BARQAROR RIVOJLANISHGA MEHNAT SALOHIYATINING TA’SIRI

**Seytniyazov S.P., Qoraqalpoq davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası
katta o‘qituvchisi**

**Ibragimova N.B., Qoraqalpoq davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası
assistenti**

Annotatsiya: Qishloq xo‘jaligi hududining barqaror rivojlanishiga erishish uchun eng muhim resurslardan biri bu mehnat salohiyatidir. Mamlakatning iqtisodiy rivojlanishining zamonaviy sharoitida mamlakatimizning ta’sis subyektlarining mehnat salohiyati mintaqaning asosiy raqobatdosh ustunliklaridan biri va barqaror iqtisodiy o‘sinh omillaridan biridir. Maqolada mehnat salohiyatining qishloq xo‘jaligi mintaqasining barqaror rivojlanishiga ta’sirining jihatlari ko‘rib chiqiladi.

Аннотация: Трудовой потенциал является одним из важнейших ресурсов достижения устойчивого развития аграрного региона. В современных условиях экономического развития страны трудовой потенциал субъектов нашей страны является одним из главных конкурентных преимуществ региона и одним из факторов стабильного экономического роста. В статье рассмотрены аспекты влияния трудового потенциала на устойчивое развитие аграрного региона.

Abstract: Labor potential is one of the most important resources for achieving sustainable development of an agricultural region. In modern conditions of economic development of the country, the labor potential of the subjects of our country is one of the main competitive advantages of the region and one of the factors of stable economic growth. The article examines aspects of the influence of labor potential on the sustainable development of an agricultural region.

Kalit so‘zlar: aholi, rivojlanish, mintaq, mehnat salohiyati, barqarorlik, inson kapitali.

Ключевые слова: население, развитие, регион, трудовой потенциал, стабильность, человеческий капитал.

Key words: population, development, region, labor potential, stability, human capital.

Mamlakat rahbariyati siyosatining asosiy strategik maqsadlaridan biri O'zbekiston Respublikasining tarkibiy tuzilmalari, shu jumladan qishloq xo'jaligi hududlarining barqaror rivojlanishi uchun shart-sharoitlarni yaratishdir.

Har qanday iqtisodiy tizimda mehnat muayyan ehtiyojlarni qondirish uchun amalga oshiriladigan ongli, maqsadli, foydali inson faoliyatidir. Qishloq xo'jaligi hududining barqaror rivojlanishiga erishish uchun iqtisodiyotning agrar sektorini yanada rivojlantirish bo'yicha strategik vazifalarni bajarish uchun safarbar etilishi mumkin bo'lgan tegishli imkoniyatlarni tavsiflovchi mehnat salohiyati eng muhim resurslardan biri hisoblanadi.

Mehnat salohiyati-bu resurs kategoriyasi, u har qanday muammoni hal qilish, ma'lum maqsadga erishish uchun foydalanish mumkin bo'lgan manbalar, vositalar, mehnat resurslari, shaxs, jamiyat yoki davlatning muayyan sohadagi imkoniyatlarini o'z ichiga olishi kerak. Shunday qilib, korxonaga nisbatan mehnat potentsiali ishchilarning psixofiziologik xususiyatlarini, kasbiy bilim darajasini va to'plangan tajribani hisobga olgan holda ishlab chiqarishda mumkin bo'lgan ishtirokining maksimal qiymatidir [1, 20].

Zamonaviy tadqiqotlar [2, 13] va davlat dasturiy hujjatlarida qishloq hududlarining jamiyatning ijtimoiy-hududiy quyi tizimi sifatida katta ahamiyati va ular bajaradigan umummilliy funksiyalarning ahamiyati ta'kidlangan, ular orasida:

- ishlab chiqarish funksiyasi - jamiyatning sanoat, o'rmon va baliqchilik mahsulotlari, shuningdek boshqa qishloq xo'jaligi bo'lmagan mahsulotlar uchun oziq-ovqat va xom ashyo ehtiyojlarini qondirish;

- ijtimoiy-demografik funksiya-qishloq aholisini ko'paytirish, mamlakatning demografik salohiyatini oshirish;

- mehnat funksiyasi-iqtisodiyotni mehnat resurslari bilan ta'minlash;

- madaniy va etnik funksiya-o'ziga xos milliy madaniyatni, xalq an'analarini, uy sharoitida to'plangan tajribani saqlash;

- dam olish funksiyasi-shahar va qishloq aholisining salomatligi va dam olishini tiklash uchun sharoit yaratish, qishloq va agroturizmni rivojlantirish;
- uy-joy funksiyasi-shaharda daromadli kasbga ega bo'lgan fuqarolarning turar-joy binolarini qishloq joylarida joylashtirish, shuningdek ularga qishloq ijtimoiy va muhandislik infratuzilmasi obyektlaridan foydalanish uchun berish;
- fazoviy aloqa funksiyasi-yo'llar, elektr uzatish liniyalari, suv quvurlari va boshqa muhandislik kommunikatsiyalarini joylashtirish va ularga xizmat ko'rsatish, shuningdek qishloq aholi punktlarini aloqa xizmatlari bilan ta'minlash uchun sharoit yaratish;
- hudud ustidan ijtimoiy nazorat funksiyasi-davlat hokimiyati va mahalliy samou boshqaruv organlariga kam aholi yashaydigan hududlarda va qishloq aholi punktlarida jamoat tartibi va xavfsizligini ta'minlashda, shuningdek chegara zonalarini himoya qilishda yordam berish.

1-jadval

Qoraqalpog'iston Respublikasi mehnat resurslarining iqtisodiy faol va nafaol aholi bo'yicha taqsimlanishi (ming kishi)

	2021	2022	Jamiga nisbatan foizda	
			2021	2022
Jami mehnat resurslari	1 066,1	1067,6	100	100
Qishloq xo'jaligida	539,8	539,8	50,6	50,6
iqtisodiy faol aholi	781,5	786,1	100	100
Qishloq xo'jaligida	381,4	397,1	48,8	50,5
iqtisodiy nafaol aholi	284,6	281,5	100	100
Qishloq xo'jaligida	158,5	142,7	55,7	50,7

Manba: qrstat.uz ma'lumotlari asosida ishlab shiqildi

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, so'nggi 2 yilda iqtisodiy faol aholi soni 1,7 foizga oshgan va iqtisodiy nafaol aholi soni 5 foizga kamaydi.

Turli iqtisodiy tizimlarda mehnatni ijtimoiy ishlab chiqarishga jalb qilish xarakteri bir xil emas, bu esa aholining bandlik darajasini belgilaydi. Iqtisodiy

rivojlangan mamlakatlarda qishloq xo‘jaligi zamonaviy sanoat texnologiyalariga asoslangan ko‘p tarmoqli oziq-ovqat kompleksining bir qismi bo‘lib, unda yakuniy oziq-ovqat mahsulotlarida mahalliy qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining ulushi 10-15% dan oshmaydi. Bunday tizim qishloq xo‘jaligining past ulushi va qishloq xo‘jaligidan tashqari tarmoqlarning yuqori ulushi bilan samarali bandlik tuzilmasini yaratadi.

Mamlakatning iqtisodiy rivojlanishining zamonaviy sharoitida Qoraqalpog‘iston Respublikasining ta‘sis subyektlarining mehnat salohiyati mintaqaning asosiy raqobatdosh ustunliklaridan biri va barqaror iqtisodiy o‘sish omillaridan biridir.

2023-yilda Qoraqalpog‘iston Respublikasining aholi jon boshiga qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligi mahsulotlari (xizmat)lari hajmi joriy narxlarda 8.318,1 ming so‘mni, o‘tgan mavsum mos davriga nisbatan o‘tgan o‘sish sur‘ati 102.7.% ni tashkil qildi.

Qishloq xo‘jaligi hududlarini barqaror rivojlantirishning asosiy omillaridan biri mehnat resurslarining mavjudligi hisoblanadi. Qishloq aholisining ortiqcha ulushi mamlakatimizda mehnat salohiyati mavjudligidan dalolat beradi. Shu munosabat bilan, bizning fikrimizcha, mamlakatimizda mehnat bozorining mintaqaviy xususiyatlari, qishloq aholisining mehnat salohiyati shundayki, iqtisodiyotning qishloq xo‘jaligi sektorini barqaror rivojlantirish maqsadida, birinchi navbatda, yangi ish o‘rinlari tashkil etish, uy xo‘jaliklari rivojlanishini rag‘batlantirish maqsadida ijtimoiy infratuzilmani shakllantirish va fermerlik uchun sharoitlarni yaxshilash.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. «Экономика и социология труда»: Учебник для вузов. -М: ЮНИТИ, 2000. - 407 с..
2. Гостев Р.Г., Гостева С.Р. Угрозы, вызовы, риски продовольственной безопасности [Электронный ресурс]. URL:<http://naukarus.com/ugrozy-vyzovy-riski-prodovolstvennoy-bezopasnosti-rossiyskoy-federatsii-statya-2>.(дата обращения 25.07.2019г.).

THE NEED TO DEVELOP THE DEMAND FOR AGRICULTURAL PRODUCTS

Utepbergenov A.A., Doctor of Economics Department of Karakalpak State University

Annotatsiya: Ushbu maqolada qishloq xo‘jaligida ekinlar unumdorligini oshirish, Qoraqalpog‘iston Respublikasi bo‘yicha qishloq xo‘jaligi ekinlarini ekilgan yer maydonining hajmi va mahsulot miqdori o‘tgan yillarga nisbatan solishtirish tahlili, mahsulotga bo‘lgan talabni rivojlantirish va xo‘jaligidagi dehqonchilik va chorvachilik mahsulotlariga bo‘lgan talab ortib borayotganligi bo‘yicha masalalari yoritib berilgan.

Аннотация: В данной статье проводится анализ увеличения урожайности сельскохозяйственных культур в Республике Каракалпакстан, размера площади земель, обрабатываемых сельскохозяйственными культурами, и стоимости урожая, развития спроса на рис, а также увеличения в спросе на сельскохозяйственные культуры в Республике Каракалпакстан. Прошу решить проблемы в связи с расширением.

Abstract: This article is an analysis of the increase in the productivity of crops in the Republic of Karakalpakstan, the size of the land area cultivated with crops and the value of crops, the development of the demand for rice, and the increase in the demand for crops in the Republic of Karakalpakstan. Please solve the problems due to the expansion.

Kalit so‘zlar: Ishlab chiqarish, mahsulot, dehqonchilik, chorvachilik, qishloq xo‘jaligi, ekin, meliorativ, sho‘rlangan yerlar, sho‘rlanmagan yerlar, sug‘orish, suv resurslari.

Ключевые слова: Производство, мнение, земледелие, земледелие, земледелие, посевы, мелиорация, засоленные территории, незасоленные территории, ирригация, водные ресурсы.

Keywords: Production, opinion, farming, farming, agriculture, crops, land reclamation, saline areas, non-saline areas, irrigation, water resources.

In the following years, attention is paid to measures of production modernization, and technical and technological renewal in the real sectors of the country's economy. As an example, issues of modernization and raising agricultural production to a new level are becoming one of the urgent tasks of today.

It is very important for our honorable President to study and apply the experience of developed countries in areas such as cattle breeding, sorghum breeding, and policing, to study modern irrigation systems, energy-saving modern technologies, and agro-technologies, which are very important to our natural state, to further develop breeding and agricultural development. a set of specific works was developed to increase the output of the product [1]. According to the results of his scientific work, it was found that the productivity of wheat is 50-60% lower in moderately cultivated lands than in uncultivated lands, and 90-100% lower in highly cultivated lands.

Table 1

The size of the land area covered by agricultural plows in the Republic of Karakalpakstan [2]

Crop types	The 2021 year (thousands)	Compared to 2020 (%)	The 2023 year (thousands)	compared to 2022 (%)
Cereal crops	108,7	95,9	112,5	105,5
Technical crops	98,6	102,0	107,9	109,4
Potatoes and fruit-polish	27,4	112,2	32,1	109,4
Fodder crops	23,0	113,1	18,7	73,7
All cultivated land area	263,7	113,6	276,1	104,7

By 2023, 243.7 thousand tons of grain crops, 29.2 thousand tons of potatoes, 134.1 thousand tons of oats, 69.5 thousand tons of molasses, 24.7 thousand tons of fruits, and 3.47 thousand tons of grapes were grown in the Republic of Karakalpakstan (Table 1).

Table 2

Amount of agricultural products grown by farms in the Republic of Karakalpakstan [3]

Crop types	The 2021 year (thousand tons)	Compared to 2020 (%)	The 2023 year (thousand tons)	Compared to 2022 (%)
Cereal crops	235,3	109,6	243,7	103,6
Potatoes	25,1	116,2	29,2	116,3
Voice	125,1	104,7	134,1	108,2
Police	67,4	109,9	69,5	103,2
Fruit	21,3	107,9	24,7	116,2
Grapes	3,3	102,6	3,47	105,0

In the Republic of Uzbekistan, there has been a sharp advance in the structure of the production of the main products of agriculture. In 2023, the share of grain-growing agricultural enterprises decreased by 55.1% compared to 1991, potato growing by 50.1%, and soybean growing by 35.9%. In 2010, the majority of potatoes and potatoes were produced by farmers. The share of farms in grain production has increased significantly.

Over the past years, our country has always paid attention to improving the land reclamation of irrigated areas. 81.4 billion sums of capital have been appropriated since the beginning of 2017 as part of the implementation of the improvement of land reclamation and rational use of water resources during 2017-2023. As a result, 739.8 kilometers long collector, 107 wells with vertical drainage, 1269 feeding wells, and 75.2 kilometers of closed horizontal drainage network were constructed and reconstructed, and 9.5 thousand kilometers of inter-farm collector-drainage networks were restored. works were developed [4, 5].

During the analysis, we can see that the share of farms in the production of agricultural and livestock products is increasing.

As a result of the reforms carried out in recent years, the Republic of Uzbekistan has acquired a dynamic economic system. Farms are of great importance in the development of agriculture, which is the biggest and most necessary part of our country's economy.

References

1. Murtazayev O., Axrorov F.B. Qishloq xo‘jaligi iqtisodiyoti. –T.: Ilm-Ziyo, 2017. – 416 b.
2. Qoraqalpog‘iston Respublikasi Qishloq xo‘jaligi vazirligi ma‘lumotlari asosida muallif tomanidan ishlab chiqilgan.

3. Qoraqalpog‘iston Respublikasi statistika boshqarmasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

4. Сауханов Ж.К. Экологик вазият мураккаб ҳудуд қишлоқ хўжалигида ташқи самаралар ва трансакцион харажатларни оптимал тартиблаштириш механизмлари. (Монография) Т.: “Lesson Press” нашриёти, 2022 й. – 264 б.

5. Утепбергенов А. А. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари бозорларида ташқи самаралар туфайли юзага келадиган иқтисодий йўқотишлар. // “Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida mintaqa tadbirkorlik, innovatsion texnologiyalar va sanoat infratuzilmalarini jadal sur’atlarda rivojlantirish istiqbollari: muammo va yechimlar” mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasining. To‘plami, 2023 yil 10-oktabr. 485-488 b.

MINTAQADA AGRAR SEKTOR SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING XUSUSIYATLARI

**Zaripova M.Z., Urganch davlat universiteti Menejment va marketing
kafedrası o‘qituvchisi**

Annotatsiya: Ushbu maqolada agrar sektorni mamlakatimiz qishloq xo‘jaligi tarmog‘i sifatidagi samarali rivojlantirishning ahamiyati, imkoniyatlari, zaruriyati va Xorazm viloyati mintaqasida agrar sektor samaradorligini oshirishning muhim xususiyatlari bayon etilgan. Shuningdek, agrar sektor samaradorligini oshirish yuzasidan xulosalar yoritib berilgan.

Аннотация: В данной статье описаны важность, возможности, необходимость эффективного развития аграрного сектора как отрасли сельского хозяйства нашей страны и важные особенности повышения эффективности аграрного сектора в регионе Хорезмской области. Также освещены выводы по повышению эффективности аграрного сектора.

Abstract: This article describes the importance, possibilities, necessity of effective development of the agrarian sector as an agricultural branch of our country and the important features of increasing the efficiency of the agrarian

sector in the region of Khorezm region. Conclusions on improving the efficiency of the agrarian sector are also highlighted.

Kalit soʻzlar: Agrar sektor, qishloq xoʻjaligi, samaradorlik, mintaqa, mahsulot, samaradorlik.

Bugungi kunda mamlakatimizda agrar sektor samaradorligini oshirish ustuvor yoʻnalish sifatida qaralmoqda. Chunki, qishloq xoʻjaligi uning muhim tarmogʻi sifatida aholi ehtiyojlari uchun tovarlar ishlab chiqarish va moddiy resurslar bilan taʼminlashda alohida ahamiyat kasb etadi. Shu munosabat bilan qishloq xoʻjaligining maqsadi qishloq xoʻjaligi mahsulotlari yetishtirish hajmini oshirish va shu orqali mamlakat budjetiga valyuta tushumlarini tushirishdan iborat. Ushbu sohani rivojlantirish davlat siyosatining strategik yoʻnalishiga aylanishi lozim.

Mamlakatimiz qishloq xoʻjaligi bozor iqtisodiyoti talablariga mos ravishda iqtisodiy munosabatlar shakllantirilib, undagi tashkiliy, huquqiy va ijtimoiy islohotlar bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. Xususan, sohaga oid turli dasturlar qabul qilinib, amaliyotga tatbiq etilmoqda. Natijada, qishloq xoʻjaligining yuqori surʼatlarda rivojlanishini taʼminlash va shu orqali respublika iqtisodiyotini yuksaltirishga erishilmoqda [1]. Darhaqiqat, mazkur amalga oshirilgan chora-tadbirlar mamlakatimiz, xususan Xorazm viloyati mintaqasida agrar sektor samaradorligini oshirish zaruriyatini belgilaydi.

Agrar sektor samaradorligi iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi natijasida bozor iqtisodiyotiga oʻtish imkoniyatlarini yaratadi. Buning uchun qishloq xoʻjaligida bozor infratuzilmasini yaratish lozim boʻlib, shu orqali qishloq xoʻjaligi mahsulotlarini sotishning takomillashgan usuli amalga oshiriladi. Ushbu tarmoq koʻp majmuaviy tarmoqlar tarkibidan iborat boʻladi. Mamlakat aholisining moddiy turmush darajasini oshirishda qishloq xoʻjaligi mahsulotlarini tayyorlovchi, qayta ishlovchi va tayyor mahsulotlarni sotuvchi tarmoqlar va xizmatlarning ahamiyati beqiyosdir [2]. Ushbu tarmoqqa aholining ehtiyoji yuqori boʻlib, ushbu holatni qishloq xoʻjaligida muhandislik-texnik xizmat koʻrsatish,

konsalting va axborot-marketing xizmatlarini ko'rsatishni takomillashtirish orqali kuzatish mumkin.

Xorazm viloyati mintaqasida agrar sektor samaradorligini oshirishda yangi tashkil etilgan dehqon va fermer xo'jaliklari alohida o'rin tutib, ular tomonidan qishloq xo'jaligi mahsulot ishlab chiqarish jarayonlari amalga oshiriladi. Ular "foйда olish uchun ishlab chiqarish" tamoyili asosida yuqori samaradorlikka erishish uchun rentabellikka ega mahsulotlarni ishlab chiqarishni ta'minlaydilar. Mintaqada agrar sektor samaradorligini oshirish qishloq xo'jaligining rivojlanish darajasini belgilaydi. Moliyaviy resurslar orqali agrar siyosatning strategik vazifalari amalga oshiriladi va ushbu tarmoqni qo'llab-quvvatlash tamoyillaridan ham samarali foydalaniladi. Agrar sektorda strategiya ishlab chiqilib, sohaning iqtisodiy samaradorligini oshiradi. Buning uchun respublika va mahalliy budjetlar hisobidan, shuningdek qishloq xo'jaligi tovarlarini ishlab chiqaruvchilarning aksiyadorlik ulushi hisobidan moliyaviy yordam ko'rsatilishi lozim. Mintaqada agrar sektorning muhim ko'rsatkichlari qishloq xo'jaligining asosiy ko'rsatkichlarini belgilaydi. Ushbu ko'rsatkichlar ekin maydoni va yetishtiriladigan mahsulot kabilarni aks ettiradi (1-jadval).

1-jadval. Xorazm viloyatida agrar sektor samaradorligi ko'rsatkichlari haqida ma'lumot [3]

Ko'rsatkichlar	2017-yil	2018-yil	2019-yil	2020-yil	2021-yil	2022-yil	2023-yil
Qishloq xo'jaligi ekinlari ekin maydoni, ming gektar	219,1	210,1	218,9	216,8	210,0	240,6	x
Qishloq xo'jaligi mahsuloti, mlrd. so'm	9085,0	12423,0	14001,0	16258,9	19311,7	23144,5	26160,4

Mazkur jadvalga asosan, Xorazm viloyati bo'yicha qishloq xo'jaligi ekinlari ekin maydoni 2017-yilda 219,1 ming gektarga teng bo'lgan. Ammo, qishloq xo'jaligi ekinlari ekin maydoniga ekish rejalashtirilmaganligi sababli 2023-yilda ushbu maydon ko'rsatkichlari qiymatga ega bo'lmagan. Shuningdek, mos ravishda

qishloq xo'jaligi mahsuloti 9085,0 mlrd. so'm va 26160,4 mlrd. so'mga teng bo'lgan, ya'ni salkam 3 marotabaga yoki 17075,4 so'mga oshgan. Mazkur holatlar agrar sektor samaradorligini oshirish lozimligini taqozo etadi. Shuningdek, mintaqada agrar sektor samaradorligini oshirish raqobat muhitini shakllantirish bilan bevosita bog'liq. Ularning o'zaro aloqadorligini oshirish uchun moliyaviy va moddiy-texnika resurslaridan samarali foydalanish lozim. Hamda qishloq xo'jaligida mulkchilik va xo'jalik yuritishning turli shakllaridan samarali foydalanish talab qilinadi.

Xulosa shuki, mintaqada agrar sektor samaradorligini oshirish uchun sohadagi mavjud muammolarini hal qilish lozim. Sohani rivojlashtirishga qaratilgan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish lozim bo'ladi. Xususan, past rentabellik va mehnat unumdorligi bilan qishloq xo'jaligi daromadlarini oshirish kerak. Bu orqali qishloq xo'jaligi sohasini davlat tomonidan samarali rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqishga imkon beradi. Mazkur chora-tadbirlarni amalga oshirilishi iqtisodiyot tarmoqlari tarkibida qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi samaradorligini oshirish hamda natijada tashkiliy, iqtisodiy, huquqiy va ijtimoiy shart-sharoitlarni yaratishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Nurmatov N.J., Ro'ziyev O.A., Gulmatov J.Q., Berdiyev S.R. Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti. O'quv qo'llanma. – T: "TAFAKKUR" nashriyoti, 2011. - 304 b.
2. Hakimov R., Otaqulov M., Yusupov E., Yusupov M. Agrosanoat majmuasi iqtisodiyoti. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2004. – 29 b.
3. <https://xorazmstat.uz/uz/rasmiy-statistika/agriculture-2>

МЕХАНИЗМ ОЦЕНКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ АПК И ЕГО РОЛЬ В ВЫРАВНИВАНИИ УСЛОВИЙ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

**Бабаназарова С. К., Каракалпакский государственный университет
Докторант специальности “Экономика сельского хозяйство”**

Annotatsiya: Maqolada qishloq xo‘jaligi tashkilotlarining ishlab chiqarish salohiyatini baholashning mohiyati, belgilari va usullari muhokama qilinadi. Ishlab chiqarish potensialidan foydalanish darajasi va samaradorligini o‘lchash uchun ko‘rsatkichlar aniqlandi. Agrar sohada iqtisodiy sharoitlarni tenglashtirish mexanizmi taklif etiladi.

Аннотация: В статье рассмотрены сущность, признаки и методы оценки производственного потенциала сельскохозяйственных организаций. Определены показатели для измерения уровня и эффективности использования производственного потенциала. Предложен механизм выравнивания условий хозяйствования в аграрной сфере.

Abstract: The article considers the essence, signs and methods of assessing the production potential of agricultural organizations. Indicators have been identified to measure the level and efficiency of the use of production potential. The mechanism of equalization of economic conditions in the agricultural sector is proposed.

Kalit so‘zlar: baholash mexanizmi, qiymat usuli, indeks usuli, ballarni baholash usuli, ishlab chiqarish salohiyati.

Ключевые слова: механизм оценки, стоимостной метод, индексной метод, метод балльной оценки, производственной потенциал.

Keywords: evaluation mechanism, cost method, index method, scoring method, production potential.

Решение задачи стабилизации и дальнейшего наращивания объемов производства в агропромышленном комплексе Республики Узбекистана требует повышения эффективности использования производственного потенциала. В этой связи необходима адаптивная, отвечающая современным требованиям методика стоимостной оценки производственного потенциала сельскохозяйственных предприятий как составной части совокупного капитала, позволяющая сделать сопоставимыми оценки земли, основных производственных и оборотных средств, труда применительно к рыночным условиям производства [1].

Анализ теоретических и методологических вопросов оценки производственного потенциала агропромышленного комплекса, обсуждаемых в аграрной экономической литературе, позволяет сделать вывод о том, что производственный потенциал АПК – это экономическая категория, выражающая системную характеристику производительных сил как совокупности различных комбинаций производственных ресурсов: земельных, капитала (в виде основных и оборотных средств) и трудовых ресурсов [3]. В зависимости от наличия, качественного состава и сбалансированности вышеперечисленных производственных ресурсов в процессе их взаимодействия реализуется совокупная способность производить определенные виды продукции в различных объемах и таким образом определяется величина производственного потенциала конкретного хозяйства, района, области и республики в целом.

Изменения динамики обеспеченности земельными и трудовыми ресурсами, основными и оборотными средствами в условиях рыночной экономики различны в каждом хозяйстве, а потому имеют разнонаправленное движение и разные темпы роста (спада). В настоящее время изменение величины производственного потенциала сельского хозяйства Республики Узбекистан во многом зависит от степени влияния различных тенденций изменения каждого ресурса в отдельности. Существенные различия между сельскохозяйственными организациями республики в обеспеченности ресурсами и агроклиматических условиях требуют дифференцированных подходов, заключающихся в оценке результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятий, установлении возможностей производства сельхозпродукции, определении рыночной стоимости предприятий, привлечении инвестиций в аграрную сферу, объективном ценообразовании на продукцию сельхозпредприятий и выравнивании условий хозяйствования, установлении экономически обоснованной налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты [4].

Вследствие этого особую актуальность приобретает количественное и качественное определение составляющих производственного потенциала сельскохозяйственных организаций, выявление факторов, влияющих на его размер и эффективность использования, разработка рекомендаций по оценке и направлениям использования.

Как отмечалось выше, производственный потенциал представляет собой экономическую категорию, выражающую системную характеристику производительных сил как совокупности различных комбинаций производственных ресурсов: земельных, капитала и труда, которые определяют совокупную способность материального производства произвести в единицу времени определенное количество продукции соответствующего качества, ассортимента и себестоимости в сроки и в местах, наиболее целесообразных с точки зрения интересов общества.

Можно выделить ряд признаков, характерных для производственного потенциала. К ним относятся: целостность, комплексность и сложность, взаимозаменяемость и альтернативность элементов, органическая взаимосвязь и взаимодействие экономических и естественных факторов, научно-технический уровень ресурсов, способность к восприятию новейших достижений научно-технического прогресса, гибкость, мощность, способность к самовоспроизводству и экологичность.

В аграрно-экономической науке и практике сложилось 3 основных метода оценки производственного потенциала. Это метод стоимостной, индексной и балльной оценки ресурсного потенциала[2].

Суть стоимостного метода состоит в приведении производственных ресурсов сельского хозяйства к сопоставимым единицам, выраженным в денежном эквиваленте. В соответствии используемым доходным подходом к оценке земельных ресурсов стоимость сельскохозяйственных угодий выражается капитализированным рентным доходом.

Стоимостной метод дает возможность точно оценивать имеющийся ресурсный потенциал и на этой основе наиболее правильно распределить

государственные закупки. Однако вследствие действия инфляции, недостатков бухгалтерского учета в части переоценки основных фондов, отсутствия реальной оценки рабочей силы и сельскохозяйственных земель результаты расчета потенциала стоимостным методом в настоящее время могут существенно отличаться.

Индексный метод основывается на соизмерении сельскохозяйственных земель, имеющих разное качество, которое при условии стоимостной оценки выражалось бы в разнице цен. Кроме того, в производственный потенциал входят не только сельскохозяйственные земли, но и трудовые ресурсы и производственные фонды. Поэтому имеющиеся сельскохозяйственные земли необходимо скорректировать с учетом влияния их качества, наличия трудовых ресурсов и производственных фондов (то есть факторов производства) на производство продукции. Влияние этих факторов на производство продукции неодинаково и, как правило, определяется с помощью корреляционно-регрессионного анализа.

Изложенные выше обстоятельства обуславливают необходимость последовательного повышения отдачи как уже созданного в сельском хозяйстве производственного потенциала, так и направляемых на его дальнейшее наращивание капитальных вложений и материальных ресурсов. Эта задача может быть успешно решена лишь на основе использования целого комплекса факторов, мобилизации всех имеющихся резервов. Центральное место в нем должно занять развитие творческой инициативы работников. Для этого требуется, чтобы они обладали необходимыми ясными знаниями. Особенно важно, чтобы глубокими знаниями обладали руководители сельскохозяйственных предприятий и их производственных подразделений, а также специалисты сельского хозяйства всех профилей. Только при правильном и четком представлении как о самом понятии экономической эффективности использования производственных ресурсов, так и современных методах ее измерения, осмысления и оценки они смогут на практике провести требуемый анализ по выявлению имеющихся резервов,

раз работать и обосновать систему конкретных мероприятий по повышению экономической эффективности использования производственных ресурсов.

Однако этот уровень искажения показателей в равной мере относится ко всем областям, поэтому полученные результаты достаточно достоверно отражают фактическое положение с организацией и результативностью ведения сельскохозяйственного производства. Применение при расчетах методов балльной, индексной и стоимостной оценки производственного потенциала позволит получать объективные прогнозируемые объемы производства и закупок сельскохозяйственной продукции.

Список использованной литературы

1. Указ Президента Республики Узбекистан об утверждении стратегии развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на 2020 — 2030 годы// Указ Президента Республики Узбекистан, от 23.10.2019 г. № УП-5853

2. О мерах по повышению эффективности социально-экономического комплекса Республики Беларусь: Указ Президента Респ. Беларусь, 23 фев. 2016 г., № 78 // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

3. Смагин, Б. И. Определение производственного потенциала в аграрном производстве / Б. И. Смагин// Аграрная наука. – 2003. № 1. – С. 4–5.

4. Экономика предприятий и отраслей АПК: учебник / П. В. Лещиловский [и др.]; под ред. П. В. Лещиловского, В. С. Тонковича, А. В. Мозоля. – 2-е изд. – Минск: БГЭУ, 2007. – 574 с.

О СТРАХОВАНИИ РИСКОВ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

**Наминова К.А., доцент, к.э.н., доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет имени Б.Б.
Городовикова», Россия, г.Элиста**

Annotatsiya: Rossiyada zamonaviy ijtimoiy fanlarning dolzarb vazifalari fermer xo‘jaliklariga iqtisodiy zararni kamaytirish uchun zarur bo‘lgan risk va noaniqlik sharoitida yuzaga keladigan qishloq xo‘jaligi faoliyatini sug‘urtalash

sohasida tashkiliy, uslubiy va iqtisodiy tadqiqotlar o'tkazishni o'z ichiga oladi. Maqolada Rossiya qishloq xo'jaligi mahsulotlarining raqobatbardoshligini ta'minlashga qodir bo'lgan asosiy mexanizm sifatida qishloq xo'jaligidagi xavflarni sug'urtalash tizimini isloh qilish zarurligini aniqlashga harakat qilinadi, qishloq xo'jaligida davlat xavflarini sug'urtalash tizimining rivojlanmaganligining dolzarb muammolari, shuningdek uning rivojlanish yo'nalishlari aniqlanadi.

Аннотация: К числу актуальных задач современных общественных наук в России относится проведение организационных, методологических, экономических исследований в области страхования (защиты) сельскохозяйственной деятельности, происходящей в условиях риска и неопределенности, необходимых для снижения экономического ущерба хозяйств. В статье осуществлена попытка определения необходимости реформирования системы страхования рисков сельского хозяйства, как ключевого механизма способного обеспечить конкурентоспособность российской сельхозпродукции, выявлены актуальные проблемы неразвитости государственной системы страхования рисков в аграрной сфере, а также направления ее развития.

Abstract: Current tasks of modern social sciences in Russia include conducting organizational, methodological, and economic research in the field of insurance (protection) of agricultural activities occurring under conditions of risk and uncertainty necessary to reduce economic damage to farms. The article attempts to determine the need to reform the agricultural risk insurance system, as a key mechanism capable of ensuring the competitiveness of Russian agricultural products, identifies current problems of the underdevelopment of the state risk insurance system in the agricultural sector, as well as directions for its development.

Kalit so'zlar: davlat, hudud, qishloq xo'jaligi, risk, sug'urta, subsidiyalash

Ключевые слова: государство, регион, сельское хозяйство, риски, страхование, субсидирование.

Key words: state, region, agriculture, risks, insurance, subsidies.

На Юге России, по природно – климатическим условиям хозяйствования схожими регионами являются Республика Калмыкия и Астраханская область. Республика и область граничат друг с другом, находятся в засушливых зонах, для них характерны жаркие летние месяцы и теплые зимы, что ведет к засушливости почвы, ежегодным природным пожарам. В совокупности, это негативно влияет на урожайность сельхозкультур и продуктивности животных обоих регионов, снижает вариации финансовых возможностей аграриев, все больше сельскохозяйственные предприятия обрастают долгами и утрачивают свою финансовую независимость в последующие периоды.

К настоящему времени проведено немало исследований по изучению экономического потенциала, влияния природно –климатических факторов на процессы функционирования и развития регионов, особенно опустынивания именно с позиции здоровья человека, окружающей среды, однако исследования в области применения механизма страховой защиты сельскохозяйственного производства аридных регионов Юга России в условиях государственной поддержки как этапа развития взаимоотношений государства и страховых компаний, предусматривающего активную роль страховых компаний в решении государственных задач по стабилизации и повышению эффективности сельскохозяйственного производства не проводилось.

Несмотря на то, что Астраханская область является регионом с промышленно-аграрным типом экономики, экономически более развитым, инвестиционно-привлекательным регионом, а Калмыкия - республика со слаборазвитой экономикой, высоким уровнем миграцией населения, традиционный тип хозяйствования - животноводство, является приоритетным направлением развития сельского хозяйства и экономики в целом для обоих регионов. Убытки, понесенные из года в год сельскохозяйственной отраслью, не являются толчком для массового использования механизма страховой защиты аграриями регионов,

обусловленные также и другими проблемами. Вместе с тем практика показывает, что использование системы страхования рисков сельскохозяйственных предприятий - это единственный путь для аграриев аридных регионов получить стабильность и гарантированный доход от проведения сельскохозяйственной деятельности.

Автором А.Ю. Авериним отмечается «... по-прежнему остаются нерешенными две ключевые проблемы развития системы сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой: 1) отсутствие региональных программ развития сельскохозяйственного страхования; 2) несовершенная методическая основа расчета потребности каждого региона в субсидиях на осуществление сельскохозяйственного страхования» [1].

Для Калмыкии данные проблемы (в условиях практического отсутствия коммерческого страхования) обладают значительной степенью актуальности, в связи, с чем приоритетными являются следующие направления совершенствования системы страхования рисков в сельском хозяйстве [2, 3]:

- учитывать финансовое состояние сельхозпроизводителей, так как субсидии носят компенсационный характер и предоставляются после оплаты 100% страхового взноса;

- сформировать единую линейку страховых продуктов, в том числе недорогих, по которым предоставляется государственная поддержка;

- разработать сбалансированную тарифную политику;

- скоординировать действия всех участников сельскохозяйственного страхования в системе возмещения ущерба от стихийных (катастрофических) бедствий;

- ввести систему независимой оценки ущерба и единого порядка урегулирования убытков по договорам страхования, обеспеченным государственной поддержкой;

- пересмотреть или отменить минимальный порог гибели урожая;

-уменьшить разрыв между ставкой субсидирования и тарифами на агрострахование;

-дать больше полномочий регионам в определении приоритетных направлений развития агроотрасли.

Список использованной литературы

1. Аверин А.Ю. Стратегия развития системы государственной поддержки сельскохозяйственного страхования как фактор повышения конкурентоспособности аграрного сектора российской экономики // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2019. № 3 (51). С. 179-187.

2. Вибе О.В. Проблемы развития агрострахования в России // Проблемы современной экономики. 2010. № 2. С. 451-454.

3. Эльдиева Т.М. Современное состояние системы страхования в сельском хозяйстве России//Международный сельскохозяйственный журнал. 2018. №1. С.20-22.

FERMER XO‘JALIKLARI MOLIYAVIY XO‘JALIK FAOLİYATI NATIJALARI TAHLILI

**Qo‘chqarov Sh., Urganch davlat universiteti “Buxgalteriya hisobi va audit”
kafedrası katta o‘qituvchisi**

Annotatsiya: Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasida iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirishda mamlakatimiz qishloq xo‘jaligini modernizatsiya qilish va jadal rivojlantirish, moliyaviy xo‘jalik faoliyatini tahlilini takomillashtirish yoritib berilgan.

Аннотация: На этой статье рассмотрено вопросы анализа финансово хозяйственной деятельности сельско хозяйственных производителей, в условиях углубления реформ модернизации сельского хозяйства Республики Узбекистан.

Abstract: This article illustrated the issues of the analyses of financial and economic activities of agricultural producers, in the context of deepening reforms to modernize the rural economy of the Republic of Uzbekistan.

Kalit soʻzlar: Sotishdan tushgan sof tushum, daromad, xarajat, yalpi foyda, tannarx, foyda.

Mamlakatimizda islohotlarning bosqichma-bosqich amalga oshirilishi xoʻjalik yurituvchi subyektlarning bozor qonunlari asosida faoliyat koʻrsatishini taʼminlaydigan erkin iqtisodiy makonni vujudga keltirmoqda. Oʻzbekistonda iqtisodiy islohotlarning chuqurlashib borishi, jamiyatni modernizasiya qilish jarayonining jadallashishi bozor munosabatlarining ham takomillashib borishini, iqtisodiyotning tobora erkinlashib borishini taʼminlamoqda. Xalq xoʻjaligida amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida shakllangan va erkin raqobatga asoslangan bozor iqtisodiyoti sharoitida faoliyat koʻrsatish uchun esa har bir korxona barqaror va mustahkam boʻlishi lozim.

Raqobatbardoshlikni taʼminlash ishlab chiqarish samaradorligini oshirish bilan bir qatorda korxona faoliyatining moliyaviy natijalarini toʻgʻri shakllantirish, korxonada inqirozga qarshi dasturni ishlab chiqish va barqaror rivojlantirish strategiyasini belgilashga koʻp jihatdan bogʻliq. Fermer xoʻjaliklarining moliyaviy mablagʻlari hajmi va tarkibi rivojlanish va samaradorlik darajasiga bogʻliq. Korxona qanchalik yaxshi ishlasa uning pul daromadlari shunchalik koʻp boʻladi. Fermer xoʻjaliklari moliyaviy-xoʻjalik faoliyatida foydaning quyidagi koʻrsatkichlari hisoblanadi: yalpi foyda, asosiy faoliyatdan olingan foyda, umumxoʻjalik faoliyatdan olingan foyda, soliq toʻlanguncha olingan foyda, sof foyda [1].

Demak, xoʻjalik faoliyatidan olingan foyda hisoblanayotganda moliya faoliyatidan koʻrilgan foyda hamda soliq toʻlanguncha olingan foyda hisoblanayotganda favqulodda vaziyatlardan koʻrilgan foyda aniqlanadi, eʼtiborga olinadi.

Bozor iqtisodiyoti jarayonida korxonalarning daromad turlari quyidagicha boʻladi:

1. Mahsulot (xizmat)ni sotishdan olingan sof tushum, uning hajmini aniqlash uchun sotish summasidan qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz va eksport, bojxona to'lovlari ayirib tashlanadi.

2. Asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar:

3. Moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar:

4. Favqulodda foydalar;

Sotishdan tushgan tushum-xo'jalik yurituvchi subyektlarning xo'jalik-moliya faoliyatining muhim ko'rsatkichidir. Mahsulot ishlab chiqarish, ish bajarish va xizmat ko'rsatish jarayonida qiymatga ega bo'lgan mahsulot (ish, xizmat) yaratiladi, uning tovar qismining hajmi sotish narxlarida baholanadi va uni sotishdan tushgan daromad, sotishdan tushgan tushum deyiladi. Rivojlangan xorij mamalakatlari statistikasida ham sotuvdan tushgan tushum (Proceeds From Sales) va buxgalteriya hisobining xalqaro standartida esa (standart № 18 "Daromadlarni qayd qilish") "Daromad" deyiladi. Bu ko'rsatkich fermer xo'jaliklarining moliyaviy faoliyatining muhim ko'rsatkichlari sifatida qaraladi va uning hajmiga ko'ra fermer xo'jaliklarining reytingi va faoliyat faolligi darajasi baholanadi.

Sotuvdan tushgan tushum hajmini hisoblash xo'jalik yurituvchi subyektda qabul qilingan hisobchilik siyosati (tartib)ga ko'ra ikki usulda amalga oshirilishi mumkin [2]:

A) xaridorga tovarning jo'natilishi (ishning bajarilishi, xizmatning ko'rsatilishi) va kontragentga tegishli hisob-kitob hujjatlarining topshirilishi (huquq tamoyili);

B) xaridor tomonidan tovar (ish, xizmat) haqining to'lanishi. Bunda naqd pulsiz hisob-kitoblarda korxonaga xizmat ko'rsatuvchi bankdagi hisob-kitob raqamiga pulning kelib tushishi, naqd pullik operatsiyalarda-pul korxona kassasiga kirim qilinganidan so'ng (iqtisodiy tamoyil).

Bundan ko'rinadiki, xo'jalik yurituvchi subyektlarda foyda ko'rsatkichlarini hisoblashda sof tushumlar ko'rsatkichiga asoslanadi (1-jadvalga qarang). Ma'lumki, sotishdan tushgan sof tushum asosida hisoblangan foyda va rentabellik ko'rsatkichlari tovar (ish, xizmat) ishlab chiqarish va sotish bilan shug'ullanuvchilar uchun tijorat (moliya) samarasi va samaradorligini baholashda qo'llanadi. Товар (ish, xizmat) ishlab chiqarish yoki investisiya loyihasining

byudjet samarasi va samaradorligi (respublika va mahalliy byudjetga keltiradigan daromadlari)ni o'rganishda sotuvdan tushgan yalpi tushum ko'rsatkichidan ham foydalaniladi.

Respublikamizda amal qilinayotgan hamma qonun va qoidalarga rioya qilgan holda foyda summalari aniqlangandan so'ng, uning statistik tahlili boshlanadi. Bu ishni statistikaning turli uslublari yordamida bajarish mumkin. Hamma uslublarni qo'llash, ishning hajmi oshib ketishiga olib kelishini hisobga olgan holda, biz faqat indeks metodi yordamida foydani tahlil qilish metodologiyasini ko'rib chiqamiz.

Ma'lumki, yalpi foydada mahsulotni (ish,xizmatni) sotishdan olingan foyda hissasi juda yuqori. Shu munosabat bilan aynan shu ko'rsatkichga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish zarur. Sotishdan olingan foydaga ta'sir qiluvchi omillar quyidagilar [3]:

- 1) sotiladigan mahsulot (ish, xizmat) hajmining o'zgarishi;
- 2) sotiladigan mahsulot (ish, xizmat) tarkibining o'zgarishi;
- 3) sotiladigan mahsulot (ish, xizmat) tannarxining o'zgarishi;
- 4) sotiladigan mahsulotga bo'lgan sotish baholari, ish va xizmatlarga bo'lgan tariflarning o'zgarishi kiradi.

Ushbu omillarlarning foydaning umumiy summasiga ta'sirini baholash uchun o'tgan va joriy davrdagi sotilgan mahsulotdan (ish, xizmat) tushgan tushum va ishlab chiqarish tannarxi haqida ma'lumotlar mavjud bo'lishi kerak va bu ko'rsatkichlarning joriy davrdagini o'tgan davr baho va tannarxida qayta hisoblash zarur.

1-jadval

Mahsulot (ish, xizmat) sotishdan olingan yalpi foydaga ta'sir qiluvchi asosiy omillar [4]

Ko'rsatkichlar	2022 y	2023 y	2023 yilda 2022 yil narx va tannarxida
Mahsulot (ish, xizmat) sotishdan olingan sof tushum, sotish baholarida, ming so'm	18236	20449	19694,8
Mahsulot ishlab chiqarish tannarxi, ming so'm	13859	14723	14690
YAlpi foyda, ming so'm	4377	5726	5004,8

$$\Delta\phi = \phi_1 - \phi_0 = 5726 - 4377 = 1349 \text{ м.с}$$

Endi omillar ta'sirini hisoblaymiz: Yuqorida ta'kidlanganidek, birinchi omil-sotilgan mahsulot (ish, xizmat) hajmining o'zgarishi. Bu omilning ta'sirini o'lchash uchun quyidagi formula bilan sotilgan mahsulotning fizik hajmi indeksi aniqlanadi:

$$I_q = \frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_1 p_0} = \frac{19694,8}{18236} = 1,08 \text{ yoki } 108 \%$$

Demak, sotilgan mahsulot (ish, xizmat) hajmi 8 % ga oshgan. Boshqa omillar ta'sirini yo'q deb faraz qilib, foyda summasini shu nisbatda o'sganligini aniqlaymiz:

$$\Delta\phi(q) = \phi_0(I_q - 1) = 4377 \cdot 0,08 = 350,0 \text{ м.с}$$

Sotilgan mahsulot (ish, xizmat) tarkibi o'zgarishining foydaga ta'siri quyidagicha o'lchanadi:

$$\Delta\Phi_{(T.C)} = \left(\frac{\sum \phi_1}{\sum q_1 p_1} - \frac{\sum \phi_0}{\sum q_1 p_0} \right) \cdot \sum q_1 p_0 = \left(\frac{5004,8}{19694,8} - \frac{4377}{18236} \right) \cdot 19694,8 = (0,2541 - 0,2400) \cdot 19694,8 = 278,0 \text{ м.с}$$

Foyda summasiga sotilgan mahsulot (ish, xizmat) tannarxini ta'siri tannarx indeksi yordamida hisoblanadi, ya'ni tannarxi indeksining sur'ati bilan maxrajining farqi bilan

$$I_t = \frac{\sum q_1 z_1}{\sum q_1 z_0} \text{ bundan } \Delta\Phi_{(z)} = \sum q_1 z_1 - \sum q_1 z_0 = 14723 - 14690 = 33 \text{ м. с}$$

Tannarxning ortishi bilan foyda summasi korxona 33 ming so'mga kamaygan.

Sotilgan mahsulot (ish, xizmat) bahosi o'zgarishining olinadigan foydaga ta'siri baho indeksi sur'ati va maxrajining farqi bilan aniqlanadi, ya'ni:

$$I_p = \frac{\sum q_1 z_1}{\sum q_1 z_0} \text{ bundan } \Delta\Phi_{(p)} = \sum q_1 z_1 - \sum q_1 z_0$$

$$\Delta\Phi_{(p)} = 20449 - 19694,8 = 754,0 \text{ м.с}$$

Biz joriy yilda bazis yiliga nisbatan foyda summasi 1349 ming so'mga oshganligini ko'rdik. Xo'sh bu o'zgarishga qaysi omillar ijobiy va qaysi omillar

salbiy ta'sir ko'rsatgan ekan? Bu savolga javob berish uchun quyidagi formula bilan ularning birgalikdagi ta'sirini hisoblaymiz:

$$\Delta\Phi = \Delta\Phi_{(q)} + \Delta\Phi_{(T.C)} + \Delta\Phi_{(z)} + \Delta\Phi_{(p)}$$

$$1349_{M.C} = 350,0_{M.C} + 278,0_{M.C} + (-33_{M.C}) + 754,0_{M.C}$$

Ko'rinib turibdiki, uchta omil (1,2,4) ijobiy, bitta (3) omil salbiy ta'sir ko'rsatgan. Hisoblangan ma'lumotlar yana shuni ko'rsatadiki, foyda summasi asosan sotish bahosining oshishi va sotilgan mahsulotning assortimenti o'zgarishi hisobidan oshgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. "Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risida" NIZOM. Vazirlar Mahkamasining 1999 yil 5 fevraldagi 54-sonli qaroriga ilova.
2. Xakimov B.J., Alimov B.B., Xolmirzayev U.A., Po'latov A.X. Iqtisodiy tahlil nazariyasi. O'quv qo'llanma. IQTISOD-MOLIYA . 2013-yil, 350b.
3. Jo'rayev N.Y. Moliyaviy hisobot. O'quv qo'llanma. T.;TDIU, 2007.-165b.
4. Izzat-Go'zal fermer xo'jaligi moliyaviy hisobot ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

AGROBIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA AVTOTRANSPORT VOSITALARINI BAHOLASH XIZMATLARINING O'RNI VA AHAMIYATI

**Turdibekov Y.I., Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti,
"Ko'chmas mulkni boshqarish" kafedrasi mudiri**

Annotatsiya: Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida baholash xizmatlarining o'рни va ahamiyati kundan-kunga oshib bormoqda. Baholash xizmatlari, shu jumladan avtotransport vositalarini baholash xizmatlari iqtisodiyotning barcha sohalariga, aholining barcha qatlamlariga o'z xizmatlarini ko'rsatmoqda. Ushbu maqolada agrobiznesning taraqqiy etishida avtotransport vositalarini baholash xizmatlarining o'рни va ahamiyati yoritib berilgan.

Аннотация: В современной рыночной экономике роль и значение

оценочных услуг возрастает с каждым днем. Оценочные услуги, в том числе услуги по оценке автотранспортных средств, оказывают свои услуги всем отраслям экономики и всем слоям населения. В данной статье освещена роль и значение услуг по оценке автотранспортных средств в развитии агробизнеса.

Abstract: In the modern market economy, the role and importance of evaluation services is increasing day by day. Appraisal services, including motor vehicle appraisal services, provide their services to all sectors of the economy and all segments of the population. This article highlights the role and importance of motor vehicle evaluation services in the development of agribusiness.

Kalit soʻzlar: agrobiznes, baholash faoliyati, avtotransport vositalari, avtotransport vositalarini baholash xizmatlari, qiymat, baho.

Ключевые слова: агробизнес, оценочная деятельность, автотранспортные средства, услуги по оценке автотранспортных средств, стоимость, цена.

Keywords: agribusiness, valuation activity, motor vehicles, motor vehicle valuation services, value, price.

Agrobiznes Oʻzbekiston iqtisodiyotining muhim ishlab chiqarish tarmogʻi hisoblanadi. Agrobiznesga xizmat koʻrsatuvchi infratuzilma ham shakllanib, bugungi kunda milliy agrosanoat majmuasi mukammal tizimga aylanmoqda. Agrobiznes infratuzilmasida tarkibiy oʻzgarishlar sodir boʻlmoqda, yangi-yangi xizmat turlari vujudga kelib, iqtisodiy munosabatlar takomillashmoqda. Agrobiznesga xizmat koʻrsatuvchi yangi sohalardan biri – bu baholash xizmatlari.

Qishloq xoʻjaligi ishlab chiqarishida turli ishlab chiqarish vositalari keng foydalanib kelinmoqda, ular ichida avtotransport vositalarining oʻrni beqiyos. Agrar sohada avtotransport vositalarining yuk avtomobillari va qishloq xoʻjaligi texnikasi turlari keng foydalaniladi, ular qishloq xoʻjaligi ishlarini bajaradi hamda qishloq xoʻjaligi mahsulotlarini transportirovka qiladi. Agrar sohada avtotransport vositalarini baholash faoliyatining oʻrni oshib bormoqda, chunki ularning qiymati toʻgʻrisidagi axborotga ega boʻlmasdan turib ulardan foydalanish samaradorligini

aniqlash hamda samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilish mushkul muammo hisoblanadi [1].

Avtotransport vositalarini baholash deganda aniq bir bozor sharoitida vaqtning aniq momentida ushbu mulk keltirishi mumkin bo'lgan potensial va haqiqiy daromadni hisobga olgan holda mulkning pulda ifodalangan qiymatini aniqlashning tartiblashtirilgan, maqsad sari yo'naltirilgan jarayon tushuniladi. Shuning uchun baholashga bo'lgan ehtiyoj ko'p hollarda "huquqlar paketi" deb ataluvchi mulkiy huquqlarni begonalashtirishda yuzaga keladi. Mavjud qonunchilik doirasida xususiy mulkka ega bo'lish bilan bog'liq huquqlar – bu egalik qilish huquqi; foydalanish huquqi; tasarruf etish huquqi.

Ashyoviy va boshqa huquqlarning bozor qiymatini aniqlash mulkiy va nomulkiy munosabatlarni tartibga solish mexanizmining muhim tarkibiy qismi sifatida ishtirok etadi. Baholash faoliyatining rivojlanishi masalasini o'rganish, bir tomondan, tadbirkorlik faoliyatining turi sifatida baholash faoliyatining shakllanishi va rivojlanishi manbalarini hamda tarixiy tajribasini tadqiq etishga, ikkinchi tomondan, ushbu faoliyatning rolini, o'rnini, ahamiyatini va uni boshqarishning asosiy yo'llarini aniqlashga uzviy bog'liq.

Zamonaviy baholash faoliyati bozor munosabatlarini va ko'p ukkladli iqtisodiyotni rivojlantirish, xo'jalik yuritishning bozor mexanizmlarini takomillashtirish, kapital harakati va bozorlarning ochiqligi, xo'jalik yurituvchi subyektlarning davlat bilan o'zaro munosabatlarini tartibga solishning zarur sharti sanaladi. Boshqaruv obyekti sifatida – baholash faoliyati tadbirkorlik faoliyatining alohida turini o'zida namoyon etib, turli maqsadli yo'nalishdagi moddiy va nomoddiy aktivlar qiymatini baholash uning mahsuli hisoblanadi.

Iqtisodiyotni isloh qilish mexanizmi sifatida baholash faoliyatini tartibga solish va boshqarish bozor islohotlarini amalga oshirishga, xo'jalik yuritishning bozor mexanizmlarini rivojlantirishga, baholash xizmatlari bozorini shakllantirish va boshqarishga ko'maklashadi. Baholash faoliyatini tartibga solish va boshqarish baholash faoliyatini shakllantirish va rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy asosini rivojlantirish va mustahkamlashga asoslanadi.

Baholash faoliyatining turlaridan biri avtotransport sohasida iqtisodiy ekspert faoliyati hisoblanadi. Bunda baholash faoliyatining asosiy maqsadi bo'lib avtotransport vositalariga egalik qilish, tasarruf etish va foydalanish bilan bog'liq jismoniy shaxslar, yuridik shaxslar va davlat o'rtasida huquqiy munosabatlar yuzaga kelganda transport vositalari qiymatini aniqlash hisoblanadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqish aytish mumkinki, avtotransport vositalarini baholash faoliyati natijalaridan qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilari keng foydalanishadi. Baholash faoliyatida olingan avtotransport vositalarining qiymati to'g'risidagi axborotdan, avvalambor, avtotransport majmuidan samarali foydalanish yo'llarini belgilashda, shuningdek agrobiznesni faollashtirish, kengaytirish, foydani oshirishga qaratilgan boshqaruv qarorlarini asoslashda foydalanish mumkin, chunki egalik qilayotgan yoki tasarruf etayotgan mulkning qiymati haqida ma'lumotga ega bo'lmasdan turib, uni samarali boshqarish imkoniyati mavjud emas.

Shuning uchun agrar sohada avtotransport vositalarini baholash faoliyatining ahamiyatini quyidagilar bilan izohlash mumkin [3]:

- Qishloq xo'jaligi avtotransport vositalari (yuk avtomobillari va qishloq xo'jaligi texnikasi) yerdan keyingi o'rinda turuvchi asosiy ishlab chiqarish vositalari hisoblanadi, shuning uchun ulardan foydalanish samaradorlik ko'rsatkichlarini hisoblash uchun ularning bozor qiymati to'g'risidagi axborot zarurdir.

- Biznes (korxona) qiymatini aniqlashda avtotransport vositalarining qiymatini biznesning tarkibiy qismi sifatida hisoblash mulkdan unumli foydalanish yo'nalishlarini belgilashda qo'l keladi.

- Qishloq xo'jaligi avtotransport vositalarini sotish, ayriboshlash, ijaraga berish, ulush sifatida qo'shish, kredit olishda garovga qo'yish, qarzdorlikni qoplashda ularning bugungi kundagi bozor bahosini aniqlash muhimdir.

- Baholash faoliyatini chuqur biladigan iqtisodchilar korxona mulkni, shu jumladan avtotransport vositalarini samarali boshqarish imkoniyatiga ega bo'lishadi.

Yuqoridagi fikrlardan xulosa qiladigan bo'lsak, agrar sohada baholash xizmatlarining o'z o'rnini mavjud. Shuning uchun agrobiznesning infratuzilmasi tarkibida baholash faoliyatini, shu jumladan avtotransport vositalarini baholash xizmatlarini jadal rivojlantirish lozim, buning uchun esa qishloq xo'jaligi oliy ta'lim muassasalarida baholovchi mutaxassislarni yetishtirib berishni yo'lga qo'yish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Ганиев К.Б., Турдибеков Ю.И., Фахриддинов Т.Ф. Аграр соҳада автотранспорт воситаларини баҳолаш хизматларини ривожлантириш истикболлари. // International scientific-practical conference on “Current issues of bio economics and digitalization in the sustainable development of regions”. April 27-28, 2022. Samarkand branch of the Tashkent State University of Economics, in cooperation with Samarkand branch of the Tashkent State Agrarian University. 812 – 817 p.

2. Turdibekov Y.I. The Importance of Valuation Services in Today's Globalized Economy and Their Current Purpose. // Central Asian journal of theoretical and applied sciences. ISSN: 2660-5317. Volume: 04 Issue: 06 June 2023. 198 – 201 p.

3. Turdibekov Y.I. Certain Aspects of Value Assessment of Autotransport Vehicles in Innovation Economy. // International Journal of Business Diplomacy and Economy. ISSN: 2833-7468. Volume: 2 Number 6 June 2023. 161 – 163 p.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА УЗБЕКИСТАНА

Исламутдинова Д. Ф., Атабаев М. У.

Ургенчский государственный университет

Аннотация. Maqolada O'zbekiston Respublikasida 2017-yildan 2023-yilgacha agrosanoat majmuasini rivojlantirish tahlili ko'rib chiqilgan. O'simlikchilik va chorvachilik tarmoqlariga baho berildi, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarishning ayrim turlari bo'yicha mamlakatning ayrim mintaqalarining yetakchi roli qayd etildi.

Аннотация. В статье рассмотрен анализ развития агропромышленного комплекса с 2017 по 2023 год в республике Узбекистан. Дана оценка отраслям растениеводства и животноводства, отмечена ведущая роль некоторых регионов страны по отдельным видам производства сельскохозяйственной продукции.

Annotation. The article analyzes the development of the agro-industrial complex from 2017 to 2023 in the Republic of Uzbekistan. The assessment of crop and livestock industries is given, the leading role of some regions of the country in certain types of agricultural production is noted.

Ключевые слова: Республика Узбекистан, агропромышленный комплекс, растениеводство, животноводство, модернизация, диверсификация.

Агропромышленный комплекс (АПК) в республике занимает не только одно из лидирующих положений среди межотраслевых комплексов, но и отвечает за продовольственную безопасность страны. [4]

Для развития агропромышленного комплекса в республике с 2017 года правительство разработало ряд правовых документов; Указ президента Республики Узбекистан, от 23.10.2019 г. № УП-5853 «Об утверждении стратегии развития сельского хозяйства республики Узбекистан на 2020-2030 годы»; [2] Постановление Президента от 05.04.2023 г. №ПП-113 «О дополнительных мерах по расширению и поддержке производства и переработки сельскохозяйственной продукции в 2023 году»; [3] Указ Президента Республики Узбекистан от 10.06.2023 г. N УП-90 "О мерах по эффективной организации государственного управления в сельскохозяйственной и продовольственной сфере в рамках административных реформ".[3]

Для того чтобы получить общее представление о роли сельского хозяйства в экономике страны, в статье представлена структура ВВП, где рассмотрены основные компоненты ВВП: промышленное производство, сельское хозяйство и сфера услуг (см. таб.1.)

Таблица 1.

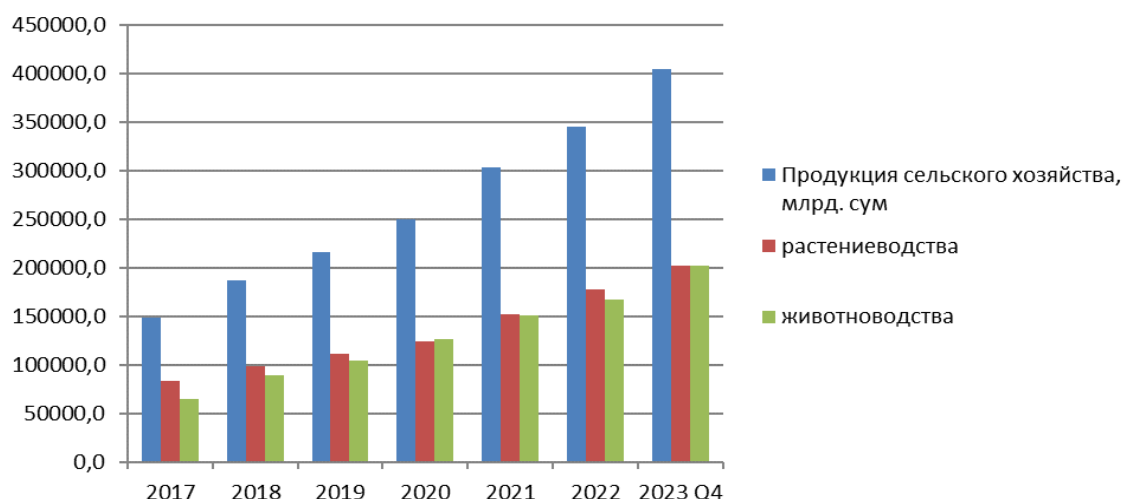
Структура валового внутреннего продукта по видам экономической деятельности Республики Узбекистан. в млрд.сум [1]

Показатели	2017	уд.вес %	2018	2019	2022	2023	уд вес %	Абс откл .2017-2023
ВВП в текущих ценах, рассчитанный производственным методом, национальная валюта, млрд.сум.	317476,4	100	426 641,00	532 712,50	896 617,90	1066 569,00	100	749 092,60
Валовая добавленная стоимость отраслей	282684,4	89,04	381 065,20	487 449,80	836 839,70	1008 423,10	94,55	725 738,70
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	90 983,90	28,66	113 327,40	129 885,00	208 809,20	245 222,50	22,99	154 238,60
Промышленность	59 570,40	18,76	94 266,70	134 185,80	225 771,20	262 824,20	24,64	203 253,80
Прочие отрасли сферы услуг	70 055,40	22,07	94 907,30	124 720,80	229 925,50	287 606,70	26,97	217 551,30
Прочие отрасли	96866,7	30,51	124139,6	143920,9	232112,0	270915,6	25,4	174048,9

По данным госкомстат РУ

За последние семь лет, анализируя структуру валового внутреннего продукта по видам экономической деятельности наблюдается тенденция уменьшение удельного веса сельского хозяйства, с последующим увеличением доли ВВП в промышленности и отрасли сферы услуг. Это является ярким показателем проведенных реформ в национальной экономике и постепенного ухода страны от аграрной экономики в постиндустриальную рыночную экономику.

При уменьшении удельного веса сельского хозяйства, объем производимой продукции сельского хозяйства с каждым годом увеличивается (см.рис.1).Это показывает, что используются сберегающие технологии в растениеводстве и животноводстве, новые сорта растений обусловлены ростом объема продукции на основе высокого урожая возделываемых культур, проводится селекция домашнего скота.[1]



По данным госкомстат РУ

Рисунок 1. Основные показатели сельского хозяйства

Основным фактором сокращения площади продуктивных земель является интенсификация сельскохозяйственного производства, ухудшения травостоя на пастбище для выпаса скота, снижение количества обеспечения водой и перенос сельскохозяйственных земель в другой класс по земельному кадастру.

Наибольший удельный вес в отрасли растениеводства занимают пшеница, фрукты и картофель. Основными регионами по выращиванию картофеля являются Самаркандская, Сурхандарьинская, Ташкентская и Андижанская области. Благодаря правительственной политике в стране создаются кластеры и специализированные районы для выращивания картофеля.

Производство пшеницы сосредоточено в Кашкадарьинской, Самаркандской и Сурхандарьинской областях. Удельный вес в производстве зерновых культур занимают в основном крупные фермерские хозяйства, небольшой удельный вес занимают мелкие дехканские хозяйства и специализированные предприятия.

Крупными регионами-производителями винограда являются Самаркандская, Бухарская, Ферганская и Наманганская области.

Бахчевая продукция выращивается в Джизакской, Сурхандарьинской и Сырдарьинской областях.

В отрасли животноводства основными центрами мясного и молочного скотоводства в стране являются Кашкадарьинская и Самаркандская области. Производством молока и мяса занимаются мелкие дехканские хозяйства.

В последние годы за счет увеличения инвестиций в сектор аквакультуры развивается прудовое рыбоводство. Хорезмская, Андижанская и Самаркандская области занимают ведущую роль в данной отрасли.

Лидирующее положение при производстве молока, картофеля и зерновых культур по регионам занимает Самаркандская, Андижанская области и Ферганская область. Самый низкий удельный вес был определен при производстве молока, мяса, яиц, овощей, винограда, ягоды и картофеля, в республике Каракалпакстан и Сырдарьинской области.

Результаты проведенных реформ в сельском хозяйстве за 2017-2023 гг. позволили увеличить производство сельскохозяйственной продукции и обеспечить устойчивый рост отрасли. В перспективе развития национальной экономики при полном использовании возможностей имеющегося потенциала в сельскохозяйственном развитии позволит Узбекистану стать одним из мировых лидеров по производству агропродовольственной продукции.

Список использованных источников

1. Агентство статистики при президенте Республики Узбекистан. [Эл. ресурс]. – URL: <https://stat.uz/ru>. (дата обращения 19.03.2024).

2. Указ Президента Республики Узбекистан № УП–5853 от 23.10.2019 г. «Об утверждении стратегии Развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на 2020–2030 гг.». [Эл. ресурс]. – URL: <https://lex.uz/docs/4567337?type=doc> (дата обращения 19.03.2024).

3. Постановление Президента №ПП-113 от 05.04.2023 г. «О дополнительных мерах по расширению и поддержке производства и переработки сельскохозяйственной продукции в 2023 году». [Эл. ресурс]. –

URL:<https://www.apk-inform.com/ru/news/1533275>(дата обращения 19.03.2024).

4. Экономика сельского хозяйства: учебник/Н. Я. Коваленко [и др.]; под редакцией Н. Я. Коваленко. – Москва: Юрайт, 2023. – 406 с. – ISBN 978– 5–9916–8769.

**4-SEKSIYA. MINTAQANING BARQAROR IQTISODIY O‘SISHIDA
XIZMATLAR SOHASINI JADAL RIVOJLANTIRISHNING USTUVOR
YO‘NALISHLARI**

**4 СЕКЦИЯ. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УСКОРЕННОГО
РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНА**

**SECTION 4 . PRIORITY DIRECTIONS OF RAPID DEVELOPMENT OF
THE SERVICES SECTOR FOR SUSTAINABLE ECONOMIC
DEVELOPMENT OF THE REGION**

XIZMAT KO'RSATISH SOHASI INFRATUZILMALARINI RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION YO'NALISHLARI

Umidjon Matyakubov Raximovich

Urganch Davlat Universiteti

Satimov Temur Muxtarovich

Xorazm viloyati transport boshqarmasi boshligi

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatimizda xizmat ko'rsatish sohasi infratuzilmalarini rivojlantirishning innovatsion yo'nalishlari bo'yicha taklif va tavsiyalar bayon qilingan.

Kalit so'zlar: xizmat, infratuzilma, innovatsiya, innovatsion faoliyat, texnologik innovatsiyalar.

Аннотация: В данной статье представлены предложения и рекомендации по инновационным направлениям развития инфраструктуры сферы услуг в нашей стране.

Ключевые слова: сервис, инфраструктура, инновации, инновационная деятельность, технологические инновации

Annotation: This article presents suggestions and recommendations on innovative directions for the development of service industry infrastructures in our country.

Keywords: service, infrastructure, innovation, innovative activity, technological innovation.

Iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi sharoitida xizmat ko'rsatish sohasi infratuzilmalaridan oqilona foydalanish yo'llarini aniqlovchi vosita sifatida xizmat ko'rsatish samaradorligini oshirishning manbalari va omillarini tadqiq qilish hisoblanadi. Xalqaro tajribadan barcha sohalarda sifatli o'sishni ta'minlovchi yangiliklarni doimiy ravishda amaliyotga tadbqiq qilish jamiyat va iqtisodiy rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchiga aylanganligini ko'rsatmoqda. Hozirgi vaqtda rivojlanishning innovatsion modellari va "smart" texnologiyalar amalga oshirilayotgan mamlakatlar eng muvaffaqiyatli va barqaror hisoblanadi. Bunday mamlakatlarning taraqqiyot darajasi, ularning dunyo bozorlarida

raqobatbardoshligi tabiiy resurslarni eksport qilish va jismoniy mehnatdan foydalanishga emas, balki innovatsion g'oyalar va ishlanmalarga asoslanadi.

Xizmat ko'rsatish sohasi infratuzilmasining kengayib borishi rivojlangan mamlakatlarning yalpi ichki mahsulot tarkibini ham o'zgarishiga o'z ta'sirini o'tkazmoqda. Hozirgi vaqtda muayyan davlatni rivojlangan davlatlar qatoriga qo'shish uchun uning yalpi ichki mahsulot tarkibida xizmat ko'rsatish sohasining ulushi 65-70 foizdan yuqori bo'lishi asosiy ko'rsaktichlardan biri hisoblanadi. Respublikamiz iqtisodiyoti rivojlanishining bugungi kundagi bosqichida xizmat ko'rsatish sohasi infratuzilmasi sifatiga qo'yilayotgan talablar oshib bormoqda. Bu esa xizmat ko'rsatish sohasi infratuzilmasida iqtisodiy o'sishning omillarini aniqlash hamda iqtisodiy samaradorlikka erishishni dolzarb vazifa sifatida o'rta qo'yadi.

Shu nuqtai nazardan olib qaraganda, mamlakatimizni ishlab chiqarishida innovatsiya va intellektual hissaning yuqori ulushi bo'lgan erkin bozor iqtisodiyotiga, zamonaviy va jahon bozorida raqobatbardosh xizmat ko'rsatish tizimiga, shuningdek, qulay investitsion muhitga ega jadal rivojlanayotgan davlatga aylantirish lozim. Qo'yilgan maqsadlarga Respublikamiz iqtisodiyotini innovatsion modelga to'liq o'tkazmasdan turib erishish mumkin emas, bu mamlakatda innovatsion faoliyatni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning hamda davlat boshqaruvi, iqtisodiyot ustuvor tarmoqlari va ijtimoiy sohaga innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni amalda joriy qilishni rag'batlantirishning samarali tizimini yaratish zaruratini qiladi.

Shuningdek, xizmat ko'rsatish sohasi infratuzilmasini milliy va xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish hamda xizmatlar sifatini oshirish hisobiga uning eksporti hajmini ko'paytirish sohada innovatsion faoliyatni rivojlantirish orqali erishiladi. Iqtisodiyotda innovatsion faoliyat fan texnika taraqqiyot yo'nalishlari, ijodiy va amaliy ishlanmalar hamda tadqiqot natijalarini bevosita amaliyotga joriy qilishga yo'naltirilgan jarayon sifatida namoyon bo'ladi. Modomiki, "innovatsiya" kategoriyasining mohiyati ijtimoiy-iqtisodiy, tashkiliy-boshqaruv va texnologik jihatdan ancha keng tushuncha hisoblanadi. Innovatsion

faoliyat va yo‘nalishlar sohasi keng ko‘lamli bo‘lib, nafaqat ilmiy-texnikaviy, texnologik yangiliklar va ishlanmalardan amaliyotda foydalanishni o‘z ichiga oladi, balki ishlab chiqarilgan tovar-mahsulot, mehnat jarayoni, marketing, ishlab chiqarishni tashkil etish hamda boshqaruv jarayonidagi o‘zgarishlarni ham qamrab oladi.

Xorijlik taniqli iqtisodchi olim Y.A.Shumpeter o‘z qarashlarida “innovatsiya”, “innovatsion faoliyat” tushunchalarining iqtisodiy mohiyati va mazmuni, iqtisodiyotda innovatsion transformatsiyalashuv jarayonlari, innovatsion faoliyatni amalga oshirish modellari, innovatsion faoliyatni amalga oshirish va boshqarishning fundamental jihatlari, innovatsion faoliyatni amalga oshirish bosqichlari, innovatsiyalarni joriy qilinishi, mavjud omillardan samarali foydalanish jarayonida yangi sharoitlarga moslashish nazariy va uslubiy asoslari o‘z aksini topgan.

I.T.Balabanov [1] “innovatsiya”, “innovatsion faoliyat” tushunchalarining iqtisodiy mohiyati va mazmuni, innovatsion faoliyatni boshqarish bosqichlari, usullari, tamoyillari, innovatsion-investitsiyalarning rivojlanish xususiyatlari, shart-sharoitlari va omillari, innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga solish va qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari, korxonalarda innovatsion faollikni oshirish shart-sharoitlari va omillarining ilmiy asoslari yoritib berilgan. Rossiyalik olim R.A.Fatxutdinov [2] “innovatsiya”, tushunchasining mohiyati va mazmuni, innovatsion faoliyatni boshqarishning strategik yo‘nalishlari va bosqichlari, innovatsion marketing tadqiqotlari, ilmiy-texnik taraqqiyot, ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalarini amaliyotga joriy etish, ishlab chiqarishni tashkiliy-texnologik tayyorlash, yangiliklarni ishlab chiqish va rasmiylashtirish, iqtisodiyot soha va tarmoqlarida innovatsiyalarni ommalashtirish, boshqaruvda innovatsiyalar, yangi texnika va texnologiyalarni ishlab chiqarishga joriy qilishga doir muammolar tadqiq qilgan.

Hozirgi vaqtda xizmat ko‘rsatish sohasi nafaqat alohida davlat iqtisodiyotida, balki butun jahon iqtisodiyotida muhim rol o‘ynamoqda. So‘nggi o‘n yilliklarda yalpi ichki mahsulot tarkibida xizmatlar ulushi muttasil ortib bormoqda, xizmat

ko'rsatish sohasida band bo'lganlar soni ham ijobiy dinamika bilan tavsiflanadi, xalqaro xizmatlar savdosi faol rivojlanmoqda. Yuqoridagi barcha omillar zamonaviy iqtisodiyotning xizmat ko'rsatish yoki xizmat ko'rsatish iqtisodiyoti ekanligini ko'rsatadi. Shu bilan birga, zamonaviy bozor sharoitida iqtisodiyotning rivojlanishiga ta'sir qiluvchi muhim omil innovatsion faoliyatdir.

Zamonaviy dunyoda innovatsiyalar iqtisodiyotning ishlashi va izchil rivojlanishining ajralmas elementi bo'lib, innovatsionlarsiz iqtisodiyotning ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohasi samarali rivojlantirishga erishish mumkin emas. XXI asrda ishlab chiqarish va aylanma sohalarida innovatsion texnologiyalarni ishlab chiqish va joriy etish, korxonalarni tashkil etish va boshqarishning yangi usullari bozor raqobatining asosiy omillariga, operatsion samaradorlikni oshirish hamda tovarlar va xizmatlar sifatini oshirishning kuchli vositasiga aylandi[3].

Xizmat ko'rsatish sohasining zamonaviy iqtisodiyotdagi o'rni ushbu sektorda iqtisodiy o'sishning fundamental omillari, ya'ni: yangi ilmiy bilimlar, intellektual kapital, axborot texnologiyalari, moliyaviy sektor xizmatlari, konsalting va boshqalar shakllanganligi bilan bog'liq. Bundan kelib chiqadiki, xizmat ko'rsatish va servis sohasida iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va aholi turmush sifatini oshirishda muhim ahamiyatga ega bo'lgan keng ko'lamli ilmiy-texnikaviy, sifat va tarkibiy o'zgarishlar dolzarb bo'lib bormoqda.

Bizning fikrimizcha, xizmat ko'rsatish sohasi va uning tarkibiy elementlari (tarmoqlari) tashkilotlarining innovatsion rivojlanishining strategik yo'nalishlari joriy etish sohalari (qo'llash xususiyati) bo'yicha belgilangan innovatsiya turlariga muvofiq shakllantiriladi. Bizning fikrimizcha, xizmat ko'rsatish sohasi infratuzilmasi quyidagi innovatsiyalar guruhlariga bilan tavsiflanadi:

1. Texnologik innovatsiyalar – xizmatlar ko'rsatish texnologiyalari sohasidagi innovatsiyalar, yangi xizmatlarni taqdim etish va yangi tegishli mahsulotlarni ishlab chiqarish imkonini beradigan yangi uskunalarni joriy etish;

2. Xizmat ko'rsatish innovatsiyalari (xizmat innovatsiyalari) – xizmatlarning iste'molchi qiymatini oshirish, ko'rsatilayotgan xizmatlar tarkibi va turlarini o'zgartirish, xizmatlarning sifat xususiyatlarini yaxshilash;

3. Tashkiliy va boshqaruv – biznes jarayonlarini takomillashtirish, boshqaruvning yangi usullarini joriy etish, qarorlar qabul qilish, xizmat ko'rsatish sohasida yangi axborot-kommunikatsiya resurslaridan foydalanish;

4. Ijtimoiy-iqtisodiy – xizmat ko'rsatish korxonalari faoliyati uchun ijtimoiy, iqtisodiy va huquqiy shart-sharoitlarni o'zgartirish, mehnat sharoitlarini ko'tirish va aholi turmush sifatini yaxshilashga yordam berish;

5. Moliyaviy – xizmat ko'rsatish sohasini moliyalashtirish va investitsiyalarni jalb qilish uchun yangi moliyaviy vositalar va texnologiyalarni yaratish;

Xizmat ko'rsatish sohasida joriy etilgan innovatsiyalarning birinchi guruhi fundamental hisoblanadi. Shuningdek, innovatsiyalar jamiyatning keyingi rivojlanish vektorini belgilab beradi. Postindustrial jamiyatda xizmat ko'rsatish sohasidagi innovatsiyalarning o'ziga xos jihati, ularning texnologiya holatiga va ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning rivojlanish darajasiga bevosita bog'liqligi hisoblanadi. Xizmat ko'rsatish texnologik innovatsiyalarining mohiyatini aniqlashda yangi tovarlar (mahsulotlar, ishlab chiqarish vositalari) yaratuvchi texnologiyalar va ushbu mahsulotlar asosida taqdim etiladigan xizmatlar o'rtasidagi aniq chegarani aniqlash qiyin. Masalan, biotexnologiya, kosmetologiya va boshqalarni yaratish va tatbiq etish, shuning uchun xizmat ko'rsatish sohasini innovatsion texnologik rivojlantirish, kuchli ilmiy-texnika majmuasini yaratish ustuvor yo'nalishlardan biridir.

Bozorda yangi xizmatlarning paydo bo'lishi iste'molchilarning kelajakdagi talablari bilan belgilanadi va yuqorida aytib o'tilganidek, jahon ilmiy-texnikaviy taraqqiyotining so'nggi tendensiyalari va yutuq innovatsiyalariga asoslanadi.

Xizmat innovatsiyalari nafaqat yangi yoki yangilangan xizmatlar turlarining paydo bo'lishi bilan, balki, xizmatlar ko'rsatish jarayonlari va texnologik operatsiyalarini takomillashtirish bilan ham bog'liq bo'lib, ular umuman olganda, ularning iste'mol qiymatini oshirishga qaratilgan. Rag'batlantirish nuqtai

nazaridan aholi turmush sifati, aholining ommaviy talabi bilan tavsiflangan va ijtimoiy infratuzilma vazifasini bajaruvchi sohalarda xizmat ko'rsatish innovatsiyalari alohida ahamiyatga ega: ta'lim va fan, sog'liqni saqlash, uy-joy kommunal xo'jaligi, transport, aloqa.

Innovatsiyalarning uchinchi guruhi tashkiliy va boshqaruv o'zgarishlari, biznes-jarayonlarni reinjiniringi, zamonaviy dasturiy ta'minot tizimlari va IT-yechimlarini joriy etish vazifalariga qaratilgan. Bu boradagi ishlar zamonaviy axborot-kommunikatsiya resurslaridan foydalangan holda xizmat ko'rsatish sohasi korxonalari faoliyati samaradorligini oshirish imkonini bermoqda. Ushbu sohaning dolzarbligi, O'zbekistonning xizmat ko'rsatish korxonalarida yuqori samarali integratsiyalashgan axborot tizimlarini joriy etishning yetarli emasligi bilan baholanishi mumkin.

Masalan, Amerika tovar tarqatish (savdo) bozorida tovarlarni identifikatsiya qilish va hisobga olish uchun kompyuter texnologiyalari va shtrixli kodlashni faol joriy etish va qo'llash o'tgan asrning 80-yillarida sodir bo'lgan bo'lsa, O'zbekistonda mazkur jarayonlarning rivojlanishi 2000-yilda paydo bo'lganligini ko'rish mumkin. Mamlakatimizda 2000-yillar va ba'zi hududlarda bozor ishtirokchilari o'rtasidagi avtomatlashtirish va elektron o'zaro ta'sir jarayonlari hali boshlang'ich bosqichida bo'lgan.

Innovatsion rivojlanish asosida xizmat ko'rsatish sohasining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirish quyidagi yo'llar bilan amalga oshirilishi mumkin:

1. Xo'jalik yurituvchi subyektlarni zarur normativ-huquqiy va infratuzilmaviy qo'llab-quvvatlashni yaratish, shuningdek, ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan loyiha va dasturlarni tayyorlash va amalga oshirish davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi lozim;

2. Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining tijorat faolligini va iqtisodiy natijalarini oshirish maqsadida ularning faoliyatini diversifikatsiya qilish;

3. Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalari bozorining boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlari bilan tarmoq ichidagi (gorizontal) va tarmoqlararo (vertikal) integratsiyasi asosida amalga oshirish lozim;

Shunday qilib, ijtimoiy-iqtisodiy innovatsiyalarni joriy etish nuqtai nazaridan xizmat ko'rsatish sohasini barqaror rivojlantirish mexanizmi innovatsion klasterlarni shakllantirish orqali amalga oshirilishi mumkin. Gorizontal darajada (xizmat ko'rsatuvchi korxonalar birlashmasi) ham, vertikal darajada ham (xizmat ko'rsatish korxonalari amalga oshiradigan turli faoliyat sohalaridagi mustaqil korxonalar birlashmasi) bunday boshqaruv shakllarini yaratish, infratuzilma, mehnat bozorini rivojlantirish va buning natijasida ishsizlikni kamaytirish va aholi turmush darajasini oshirish, shu jumladan, ta'lim va fan, tibbiyot, moliya sektoridagi innovatsiyalar orqali potensial imkoniyatlarni belgilaydi.

Xulosa qilib aytganda, yangi moliyaviy vositalarni, moliyalashtirish mexanizmlarini va xizmat ko'rsatish sohasiga investitsiyalarni jalb qilishning dolzarbligi, ijtimoiy ahamiyatga ega ob'ektlarning yetarli darajada moliyalashtirilmaganligi bilan bog'liq bo'lib, aholi farovonligi va moliyaviy savodxonligi darajasini oshirish bilan uzviy bog'liq hisoblanadi. Dunyoning eng yuqori rivojlangan mamlakatlarida aynan aholi jamg'armalari sarmoyalarning salmoqli qismini tashkil qiladi va ularga passiv daromad olish imkonini beradi va shu orqali o'z xavfsizligi va turmush darajasini oshiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI:

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. [Текст] / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2001. – 304 с.

2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер: пер. с англ.; предисл. В.С. Автономова. - М.: ЭКСМО, 2007. - 864 с.

3. Алабугин А.А. Совершенствование методологии управления развитием предприятий сферы услуг // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия: Экономика и менеджмент. – № 41 (258). – 2011. – С. 99–105.

DESTINATION IMAGE AND ITS PRACTICAL RELATIONSHIPS

Samshul Amry bin Abdul Latif, Umidjon Matyakubov & Murodjon Matniyozov

International Islamic University of Malaysia (IIUM), Malaysia

Urgench State University, Uzbekistan

Abstract

This study reviews a substantial amount of literature on destination image and related concepts to develop a comprehensive model of destination image. It is concluded that there are still numerous aspects of this multifaceted construct that require further empirical investigation.

Key words: Destination image; image management; image development; effects of image;

Annotatsiya

Ushbu tadqiqot, destinatsiya imijining keng qamrovli modelini ishlab chiqish uchun destinatsiya imij va tegishli tushunchalar bo'yicha katta miqdordagi adabiyotlarni ko'rib chiqadi. Ushbu ko'p qirrali konstruktsiyaning hali ham ko'p jihatlari mavjud, ular qo'shimcha empirik tadqiqotlarni talab qiladi.

Kalit so'zlar: destinatsiya imiji, imijni boshqarish, imijni rivojlantirish, imij effekti.

Аннотация

В этом исследовании рассматривается большой объем литературы по имиджу дестинации и связанным с ней концепциям с целью разработки комплексной модели имиджа дестинации. Есть еще много аспектов этой многогранной конструкции, которые требуют дальнейших эмпирических исследований.

Ключевые слова: имидж дестинации, имидж-менеджмент, разработка имиджа, имиджевый эффект.

Introduction

Destination image, defined as "the sum of beliefs, ideas, and impressions that a person has of a destination" [1], is widely acknowledged as a crucial element in

successful destination marketing. Some researchers emphasize its significance in ensuring the overall success of a destination in tourism, while others highlight its importance in influencing supply-side factors like positioning and promotion [2]. Additionally, some scholars connect the importance of destination image to its impact on demand-side aspects, particularly tourist behavior, including decision-making. Despite significant efforts to develop a theoretical framework for understanding the image construct, including its determinants and effects, destination image studies have largely lacked theoretical grounding. There is a lack of a clearly defined conceptual foundation guiding destination image studies, particularly those exploring causality between destination image and other concepts.

This study aims to examine the relationship between destination image and its determinants, as well as the effects on recipients of image formation programs. The study will employ a qualitative evaluation of tourism image literature. This involves reviewing various destination image studies, both conceptual and empirical, to construct a model based on evidence from the literature. In essence, the empirical evidence from previous research serves as the basis for constructing the model, and testing of the model has been conducted through prior research. It is recognized that testing the entire model may pose challenges; however, certain components of it can be tested. Through this process, evidence from existing literature can be either verified or refuted through replication.

Literature review

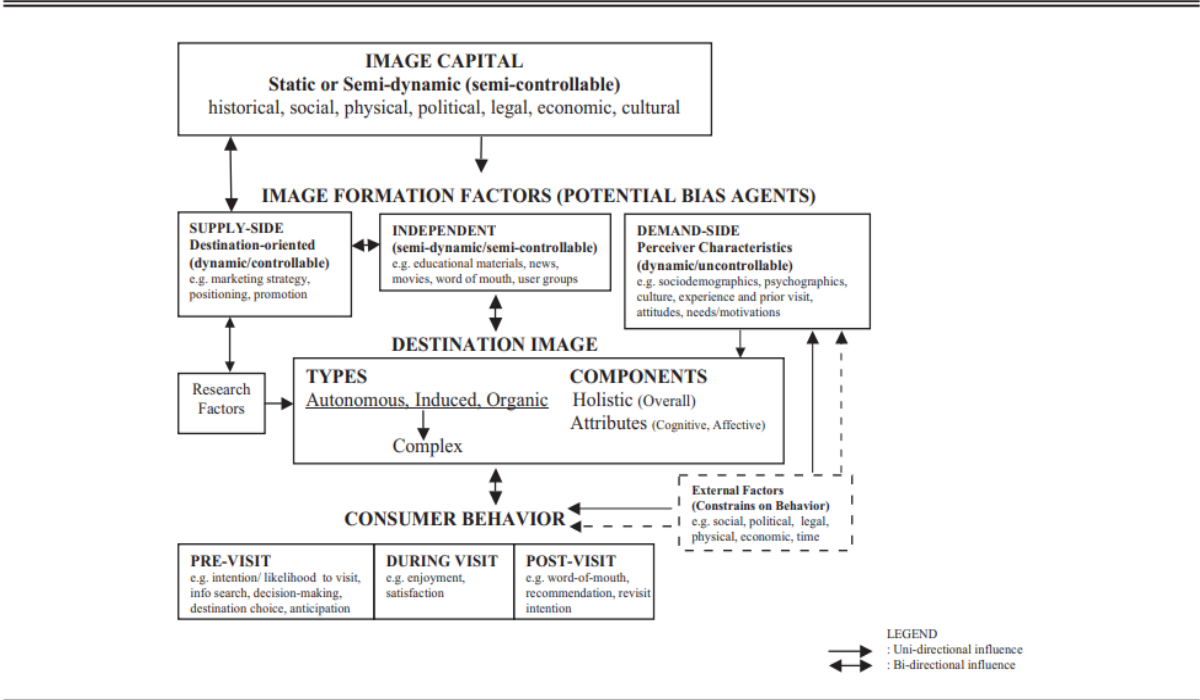
Information Sourcing from the Destination (Projected Image)

Because travel products are intangible, promotional materials play a crucial role as they serve as representations of the destination from the initial consideration stage until the actual visit [3]. Promotional materials are instrumental in establishing, reinforcing, or altering the image of a destination [4], facilitating various stages from awareness creation to generating interest, stimulating desire, and prompting action [5].

Destinations utilize a variety of promotional sources incorporating both verbal and visual messages to achieve these aims. Visual elements in promotional materials garner greater attention as they directly depict the reality of the destination and showcase its various dimensions [6]. Prior to visiting, individuals' perception of a destination relies heavily on visuals rather than its actual attributes. This suggests that, apart from visitors, people's impressions of a destination are shaped by cues in visual messages. Consequently, the content and quantity of visuals play a crucial role, with the inclusion or exclusion of specific dimensions determining the type of image the destination seeks to portray to potential markets.

Some researchers have explored how visual materials influence the formation of images and their reception by different audience segments. Nevertheless, the literature concerning the impact of destination-generated information has primarily remained theoretical [4]. Fakeye and Crompton discovered that the perception of destinations held by non-visitors varied from that of visitors. Additionally, the expectations of non-visitors regarding certain aspects surpassed the actual experiences reported by visitors.

FIGURE 1
A MODEL OF DESTINATION IMAGE AND ITS RELATIONSHIPS



As depicted in Figure 1, the destination image is a combination of various inputs spanning the entire spectrum of information transmission, encompassing both the destination itself (supply) and the perceivers (demand). These inputs are categorized as controllable (dynamic), semi-controllable (semi-dynamic), and uncontrollable (static), mirroring similar groupings made by [2] and [6], respectively. For instance, historical aspects are typically deemed uncontrollable or static since they cannot be altered, but they can be interpreted differently, imbuing them with a semi-controllable attribute. Conversely, legal systems are dynamic because they are subject to change. While the physical landscape is usually a static input, in the context of built environments, it can be considered semi-controllable. What all these inputs share is that, at least in the short term, they contribute to a destination's image capital. "The essence of each locality is intricate and diverse, characterized by its unique landscape, history, traditions, cultural norms, community values, and power dynamics, all blending together uniquely within the locality" [3].

However, the components of image capital outlined in the model and discussed above are rarely perceived "as is" by a target audience, as there exist additional dynamic and often uncontrollable sources of destination image formation that can also serve as bias agents. Initially, destination-focused marketing efforts constitute dynamic (controllable) elements aimed at refining and portraying a favorable image of the destination.

These marketing endeavors, known as induced image formation agents, endeavor to shape uncontrollable or fixed destination characteristics into semi-controllable or semi-dynamic inputs. Moreover, independent factors, acting as autonomous image formation agents, typically fall outside the direct influence of destination marketers and may either support or detract from the envisioned, induced image. Analogous to destination marketing activities, independent determinants may reflect objective reality.

Conclusion

After examining an extensive body of literature on destination image and related concepts, it is evident that destination image plays a crucial role in tourism development by influencing both supply- and demand-side aspects of marketing. Nevertheless, despite the abundance of literature, there appears to be a gap in achieving a comprehensive conceptualization of destination image and its intricate relationships. Many aspects of this intricate construct remain to be empirically investigated. Therefore, the comprehensive conceptualization of destination image proposed in this paper aims to establish a theoretical framework for guiding future studies in this area. As illustrated in the model, destination image is composed of a broad array of inputs that can be perceived as influencing either the demand or supply side of the image construct. These inputs are categorized as controllable (dynamic), semi-controllable (semi-dynamic), and uncontrollable (static), all of which, at least in the short term, contribute to a destination's image capital. Each target market typically interprets the elements of image capital differently.

The destination image formed through these delineated factors, in turn, directly impacts consumer behavior before, during, and after the trip. The relationships depicted in this model, as indicated by the unidirectional and bidirectional arrows in Figure 1, are intricate and complex, with numerous potential research implications.

References

1. Crompton, J. L. (1979). "An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon That Image." *Journal of Travel Research*, 17 (1): 18–23.
2. Baloglu, S., and K. W. McCleary (1999). "U.S. International Travelers' Images of Four Mediterranean Destinations: A Comparison of Visitors and Nonvisitors." *Journal of Travel Research*, 38(November): 144–152.
3. Fakeye, P. C., and J. L. Crompton (1991). "Image Differences Between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley." *Journal of Travel Research*, 30(Fall): 10–16.

4. Gunn, C. (1972). Vacationscape: Designing Tourist Regions. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas.

5. Selby, M., and N. J. Morgan (1996). "Reconstructing Place Image: A Case Study of Its Role in Destination Market Research." *Tourism Management*, 17 (4): 287–294.

6. Smith, M. C. and MacKay, K. J. (2001). "The organization of information in memory for pictures of tourist destinations: Are there age-related differences?" *Journal of Travel Research*, 39 (3), 261–266.

XIZMATLAR SOHASINI JADAL RIVOJLANTIRISHNING MINTAQA IQTISODIYOTIGA TA'SIRI

G.I.Tillabayeva – Farg‘ona politexnika instituti,

“Oliy matematika” kafedrasi assistenti

Anotatsiya: ushu maqolada mintaqaning barqaror iqtisodiy o‘shida xizmatlar sohasini jadal rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari ko‘rib chiqilgan va tahlil qilingan. Xizmatlar sohasining rivojlanishi iqtisodiy rivojlanishga ta'siri haqida ma'lumotlar keltirilgan.

Kalit so‘zlar: iqtisod, xizmat ko‘rsatish, sanoat, soliq.

Annotation: in this article considers and analyzes the priorities of the rapid development of the services sector in the sustainable economic growth of the region. Information is provided about the impact of the development of the services sector on economic development.

Key words: program for the development of the services sector, population, financial resources, geographical density and tax.

Аннотация: В данной статье рассмотрены и проанализированы приоритеты ускоренного развития сферы услуг в условиях устойчивого экономического роста региона. Представлены данные о влиянии развития сферы услуг на экономическое развитие.

Ключевые слова: программа развития сферы услуг, численность населения, финансовые ресурсы, географическая плотность и налогообложение.

O'zbekiston rivojlanayotgan davlatlar safiga kirar ekan, yurtimizning yanada rivojlanishi, avvalambor, uning iqtisodiy tarafdin o'sishiga bog'liq. Chunki, mamlakatning har bir sohada rivojlanishi birinchi navbatda, iqtisodiyotga ta'sir ko'rsatmay qolmaydi. Shuning uchun, yurtboshimiz tomonidan taklif etilayotgan chora-tadbirlar va amalga kiritilayotgan qonun va farmoyishlar birinchi navbatda, O'zbekiston aholisining turmush tarzini yanada yaxshilash va iqtisodiy holatni barqarorlashtirish uchun xizmat qiladi.

Xizmat ko'rsatish tizimi bu-mijozlarning ehtiyojlari, istaklari va xohishlarini amalga oshirish uchun mo'jallangan texnologiya. Ya'ni, bu xizmat ko'rsatish, xizmatni boshqarish va xizmatlarni loyihalashdir.

O'zbekiston Respublikasi prezidentining 27.01.2022-yildagi Xizmatlar sohasini rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida PQ-104-sonli qarori e'lon qilingan. Bu qarorga muvofiq, har bir hududlarning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, ya'ni o'sha hududdagi aholi soni, ularning zichligi, qanday xizmatlar kerak ekanligini hisobga olgan holda rivojlantirish maqsadga muvofiq ekanligi aytib o'tilgan.

Xizmatlar sohasining rivojlanishi asosan aholiga bog'liq jarayon bo'lib, aholining soniga qarab qaysi hududda qanday xizmat ko'rsatish sohalarini rivojlantirish kerak ekanligi aniqlanadi. Sanoat va xizmatlar sohasi tez sur'atlar bilan rivojlanib borayotgan hududlarda ko'ngil ochar maskanlarning tashkil etilishi, mehmonxona, ovqatlanish va savdo majmualarini tashkil etish iqtisodiyotni rivojlantirish bilan bir qatorda, alohining turmush tarzini yanada yaxshilanishi va yengilroq bo'lishi uchun xizmat qiladi. Chekka hududlarda, tog' va tog' oldi hududlarda yashovchi fuqarolar uchun birinchi navbatda, elektr energiyasi, toza ichimlik suvi bilan ta'minlanish jarayonini yaxshilash, kambag'allikni qisqartirish maqsadida yangi ish o'rinlarini yaratilishi uchun kichik tadbirkorlikni hamda turli xil biznes loyihalarni amalga oshirish uchun mikro va makrokreditlarni imtiyozli tarzda tadbirkorlarga berilishi, soliqlarning

foiz stavkalarining kamayishi, bularning barchasi faqat va faqat iqtisodiy holatni yaxshilanishiga xizmat qiladi.

Nega aynan xizmatlar sohasini rivojlantirishga ko'p e'tibor qaratilmoqda degan savol tug'ilishi tabiiy. Bu jarayon orqali aholi uchun arzon ish o'rinlari yaratiladi, bandlikni ta'minlash va kambag'allikni qisqartirish uchun alohida ahamiyat kasb etadi. Statistik ma'lumotlarga qaraganda, xizmatlar sohasining 1 foizga o'sishi kambag'allikni 1,5 foizga qisqartiradi. Xizmatlar sohasini rivojlanishida asosiy bo'g'in bo'lib, qishloq xo'jaligida yetishtirilayotgan mahsulotlar hisoblanadi. Chunki, yalpi ichki mahsulot hajmining oshishi ham iqtisodiyotni o'sishini hamda aholining o'zini-o'zi bandligini ta'minlashga xizmat qiladi[2].

O'zbekistonning deyarli barcha tumanlarida ichki turizmni rivojlantirish mumkin. Chunki, Jizzax viloyatida-Zomin va Baxmal, Toshkent viloyatida-Bo'stonliq va Parkent, Navoiyda-Nurota kabi dam olish joylari bor. Bularning barchasi ichki turizmning rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Xizmatlar sohasini rivojlantirish uchun davlat byudjetidan har yili ko'p miqdorda pul ajratiladi. Shuningdek, kelgusi yilda ham xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish uchun ya'ni shu soha bo'yicha loyihalarni amalga oshirish uchun 500 ming dollar ajratilishi rejalashtirilgan.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev raisligida 14-dekabr kuni xizmatlar sohasini rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlar natijadorligi hamda kelgusidagi ustuvor vazifalar muhokamasi yuzasidan videoselektor yig'ilishi o'tkazildi. Shu bilan bir qatorda amalga oshirilgan barcha ishlar tahlili ko'rib chiqildi va amalga oshirilishi kerak bo'lgan ishlar uchun tavsiyalar berildi. Videoselektor da quyidagi masalalar muhokama qilindi:

1. Rivojlangan hududlar va rivojlanishda orqada qolayotgan hududlar ajratildi.
2. Sanoati rivojlangan hududlarda umumiy ovqatlanish, mehmonxona, logistika va ko'ngil ochar maskanlar xizmatlariga ustuvorlik beriladi.
3. Qarshi tumanida ikki yuz tonnalik sovutgichga ega "Ekobozor" quriladi va mingta ish o'rni yaratiladi.

4. Kelgusi yili yigirma bitta tumanda o‘n ming oila uchun maktab, bog‘cha va tibbiyot maskanlari quriladi[1].

Xulosa qilib, shuni ta’kidlash mumkinki, xizmat ko‘rsatishning sifati va qulayligini tubdan yaxshilash bo‘yicha qabul qilingan keng ko‘lamli tashkiliy huquqiy chora-tadbirlar hamda ishbilarmonlik muhitini yaxshilash va tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish bo‘yicha belgilangan vazifalarni amalga oshirish xizmatlar sohasining jadal rivojlanishini ta’minlamoqda. Mamlakatimizda olib borilayotgan ijtimoiy siyosatning ustuvor yo‘nalishlaridan biri, bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisobiga aholi daromadlarini va ularning turmush darajasini oshirishga erishish hisoblanadi. Bu sohada esa yetakchi bo‘lib xizmat ko‘rsatish sohalari xizmat qiladi. Agar davlatning xizmat ko‘rsatish sohani qancha rivojlansa, uning aholisining turmush tarzi yanada yaxshilanadi. Har bir tuman yoki hududlarda bu sohani rivojlantirishning imkoni bor buning uchun barchamiz birgalikda harakat qilishimiz darkon. Chunki, oddiy dehqondan tortib ishlab chiqaruvchi korxonalargacha barcha bu tizimning bo‘g‘inlari bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning videoselektrdagi nutqlari.
2. G.Qosimova “Davlat byudjeti ijrosining g‘aznachilik tizimi”. O‘quv qo‘llanma. - T.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2008-y.

TRADE MARKETINGINI TASHKIL ETISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Aminova M.S., Urganch davlat universiteti

“Menejment va marketing” kafedrasi dotsenti v.b., PhD

Salayeva L.U., Urganch davlat universiteti

“Menejment va marketing” kafedrasi o‘qituvchisi

Annotatsiya. Ushbu maqolada trade yoki savdo marketingini tashkil etishning mazmuni, ahamiyati, maqsadi, vazifalari va vositalari o‘ziga xos xususiyatlari sifatida yoritilgan.

Аннотация. В данной статье в качестве их характеристики выделены содержание, значение, цель, задачи и инструменты организации торговли или маркетинга продаж.

Abstract. In this article, the content, importance, purpose, tasks and tools of the organization of trade or sales marketing are highlighted as their characteristics.

Kalit soʻzlar. Trade marketing, savdo marketing, ragʻbatlantirish, marketing, maqsad, vazifa, vosita.

Ключевые слова. Трейд-маркетинг, трейд-маркетинг, продвижение, маркетинг, цель, задача, инструмент.

Key words. Trade marketing, trade marketing, promotion, marketing, goal, task, tool.

Trade marketingi yoki savdo marketingi - tarqatish zanjirining barcha subyektlari oʻrtasidagi oʻzaro taʼsir samaradorligini oshirish orqali korxonani sotish va ragʻbatlantirishni kuchaytirishni oʻz ichiga olgan marketing yoʻnalishi boʻlib hisoblanadi. Trade marketingi - marketing kanalida mahsulot yoki xizmatni ilgari surish yoʻlidagi toʻsiqlarni bartaraf etishga qaratilgan, shuningdek, savdo kanallarini boshqarish va xaridorlarni ragʻbatlantirishga qaratilgan marketing boshqaruvi shaklidir. Ushbu marketing - marketing kanali yoki tarqatish zanjiri ishtirokchilari bilan oʻzaro munosabatlar samaradorligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuidir. Savdo (trade) marketingi, bir tomondan, tijorat vositachiligi marketingi turi, ikkinchi tomondan esa marketing faoliyatining mustaqil yoʻnalishi sifatida qaraladi [1].

Boshqacha qilib aytganda, trade marketingi barcha savdo ishtirokchilarining tovarlarni taqsimlash ishtirokchilari uchun eng foydali tarzda ishlab chiqaruvchidan yakuniy isteʼmolchilarga olib borishni tashkil etishga qaratilgan faoliyatidir. Shunday qilib, bu marketing ulgurji va chakana savdodagi marketing sifatida qaraladi. Trade marketingini rivojlantirish muhim vazifa sifatida ushbu soha boʻyicha chora-tadbirlar majmui mijozlarning sodiqligini oshirish va brendning bozordagi mavqeini mustahkamlashga qaratiladi. Uning yordami bilan

ular raqobatbardoshlikni oshiradi, savdoni rag'batlantiradi va aloqa siyosatini yaxshilaydi.

Trade marketingning maqsadi marketing kanalida tovarlar savdosidagi to'siqlarni bartaraf etish va tovarlarni sotishni rag'batlantirish, xaridorlar sonini ko'paytirish va bir xil xaridor tomonidan sotib olingan tovarlar sonini ko'paytirish hisoblanadi. Shunga asosan, bu marketingning asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat bo'ladi:

- potensial xaridorni sotib olish zarurligiga ishontirish;
- hamkorlarni ulgurji xaridlarni amalga oshirishga undash;
- sotish hajmini oshirish;
- mijozlar xabardorligini oshirish;
- takroriy xaridlar sonini ko'paytirish;
- brend imijini maqbullashtirish;
- sotib olish to'g'risida qaror qabul qilish jarayonini tezlashtirish.

Trade marketingi vazifalari esa sotuvchilar orqali bozor ulushini boshqarish va to'g'ridan-to'g'ri savdo nuqtasida xaridorlarni rag'batlantirishdan iborat bo'ladi. Trade marketingi reklama marketingi bilan birga marketingning zarur sohalaridan biridir. Ushbu marketing savdo guruhi ehtiyojlarini o'rganish va qondirish, savdo nuqtasida xaridorlarni rag'batlantirishga qaratiladi. Bu ishlarda marketolog alohida o'rin egallaydi. Marketologning asosiy mas'uliyati uzoq vaqt davomida individual mijozning bilimiga sarmoya kiritish uchun resurslarni taqdim etishdan iborat bo'ladi [2]. Ammo, savdo marketingi marketing majmuining boshqa tarkibiy qismlaridan tashqarida mavjud bo'lishi mumkin emas va real amaliyotda marketing atamasi sifatida tan olinadi. Shunga asosan, savdo sohasida marketologlarning vazifalari quyidagi yo'nalishlardan iborat bo'ladi:

- sotuvchi nuqtayi nazaridan bozor kon'yunkturasini tahlil qilish;
- barcha savdo kanallarida brendni tarqatish darajasini oshirish;
- raqobatchilar ustidan savdo kanalida brend ustunligi ta'sirini yaratish;
- iste'molchilar o'rtasida ijobiy brend imijini shakllantirish;
- samarali marketing tadbirlarini tashkil etish;

- savdo va tarqatish sohasidagi raqobatchilarni tahlil qilish;
- tarqatish tarmog'ining samaradorligini tahlil qilish;
- distribyutor va chakana sotuvchilar xodimlari bilan ishlash.

Mijozni xarid qilishga undash uchun savdo sotuvchilari reklama vositalari va quyidagi turdagi motivatsiya usullaridan foydalanadilar:

- narx. Bu savdoni rag'batlantirish uchun chegirma va aksiyalardan foydalanishni o'z ichiga oladi.
- taassurot. Bu maqsadli auditoriyani o'zaro muloqot qilish va brendga qiziqishni oshirish uchun turli tadbirlarni tashkil qilishni o'z ichiga oladi.
- mahsulot. Sovg'alar, bepul mahsulot namunalarini tarqatish va ta'tib ko'rishni tashkil etishni o'z ichiga oladi.

Trade marketingining vositalari va unsurlariga bonuslar, chegirma, aksiyalar, sotuvchilar o'rtasidagi musobaqalar, bepul namunalarni tarqatish, sotuvchini tayyorlash tizimi va ziddiyatlarni hal qilish, shuningdek, savdogarlik qilish, chegirmalar va bonus dasturlari, savdo musobaqalari, chakana savdoni rag'batlantirish, bepul namunalarni tarqatish va sodiqlik dasturlari kabilar kiradi.

Shular bilan birga, trade marketingi vositalaridan korxonalar foydalanadilar. Maqsad va vazifalariga qarab, korxonalar quyidagi savdo marketingi vositalaridan foydalanadilar [3].

- chegirmalar. Bu vosita ulgurji xaridor va chakana sotuvchilar uchun mavsumiy yoki individual narxlarning pasayishi bo'lib xizmat qiladi. Chegirmalar mijozlarni o'zaro munosabatlarga undash va sotishni oshirish uchun juda yaxshi naf beradi.

- savdo jamoasi uchun sodiqlik dasturlari. Bu ichki mukofot tizimining rivojlanishi sifatida unga rejani ortig'i bilan bajarganlik uchun xodimlarni pulli rag'batlantirish, sovg'a sertifikatlari, lotereya va boshqalar kiradi.

- mijozlar uchun aksiyalar va sodiqlik dasturlari. Uning tarkibiga savdolar, tanlovlar, yangi mahsulotlarni namoyish qilish, merchandaysing va tadbirlarni o'tkazish kabilar kiradi.

- “savdo nuqtasi” materiallari. Savdo nuqtalarida plakatlar, narx belgilari, ustunlar va belgilarni ishlab chiqish va joylashtirish amalga oshiriladi. Ushbu materiallar maqsadli auditoriya e’tiborini korxona mahsulotlari va aksiyalariga jalb qilishga yaqindan yordam beradi.

Xulosa shuki, trade marketingdan samarali foydalanish muhim vazifa sifatida u orqali bozorni o’rganish, raqobatchilarni tahlil qilish, joylashuvni aniqlash va batafsil savdo strategiyasini yaratish ta’minlanadi. Bu esa mavjud muammolarni hal qilish va sotish maqsadlariga erishishga imkon beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Медведева Т.П. Маркетинг в торговле. Учебное пособие. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2007. – с. 6.
2. Котляревская И.В. Стратегический маркетинг: учебное пособие. В 2 ч. Ч.1. Мин-во науки и высшего образования РФ. 3-е изд., перераб. и доп. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. - с. 17.
3. <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/trade-marketing>

MAMLAKATDA YO‘LOVCHI TASHISH TRANSPORT XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH

Xalmuratov K.P - Qoraqalpoq davlat universiteti,

Iqtisodiyot kafedrası dotsenti

Annotatsiya. Ushbu maqolada jamoat transportida yo‘lovchi tashish samaradorligi oshirish hamda baholash bo‘yicha o‘rganilgan natijalar keltirilgan.

Tayanch so‘zlar. Transport, yo‘lovchi tashish, transport xizmatlari, yalpi ichki mahsulot, kommunikatsiya, temir yo‘l transporti, transport infratuzilmasi.

Аннотация. В данной статье представлены результаты исследования по повышению и оценке эффективности пассажирских перевозок на общественном транспорте.

Ключевые слова. Транспорт, пассажирские перевозки, транспортные услуги, валовой внутренний продукт, коммуникация, железнодорожный транспорт, транспортная инфраструктура.

Abstract. This article presents the results of a study to improve and evaluate the efficiency of passenger transportation on public transport.

Keywords. transport, passenger transportation, transport services, gross domestic product, communications, railway transport, transport infrastructure.

Jahonda yuz berayotgan globallashuv jarayonlarining avj olishi, vertikal integratsiyalashgan tizimlar va xalqaro iqtisodiy aloqalarning yuqori sur'atlarda o'sishi transport tizimi faoliyat samaradorligini oshirishga bo'lgan talabni kuchaytirmoqda. Dunyoda transport yo'nalishlari uzunligini 50 mln. kilometrdan ortiq darajada barqarorlashtirish qayd etilgan. Jahon bankining ma'lumotlariga ko'ra, bugungi kunda "xalqaro transport bozori sig'imi 2,2 trillion dollarga teng deb baholanmoqda. Dunyoning aksariyat mamlakatlarida transportning YaIMdagi ulushi 4-9 foizni, aholi bandligida esa 3-7 foizni tashkil etadi". Bir tomondan, transport tizimi milliy iqtisodiyotning rivojlanish darajasini, ikkinchi tomondan mamlakatning xavfsizlik darajasini aks ettiradi.

Keyingi yillarda avtomobil transporti sohasida olib borilayotgan institutsional va huquqiy islohotlarning maqsadi - bu transport xizmatlarini ko'rsatish huquqi ustidan adolatli raqobatga asoslangan avtomobil transporti faoliyatini yaxshilash, ushbu sektorga turli mulkiy shakldagi tashuvchilarni jalb etishdir. Respublikada bosqichma-bosqich o'tkazilayotgan islohotlar natijasida, nodavlat sektorning yo'lovchilar va yuklarni tashishdagi ulushi yil sayin ortib bormoqda[1]. Hozirgi kunda yo'lovchilarga avtotransport xizmatlarini ko'rsatishdagi ulushining deyarli 100 foizi va yuk tashishdagi ulushining 90 foizi ushbu nodavlat sektor tomonidan amalga oshirilmoqda. Agarda, avtomobil transporti faoliyatining oxirgi 10 yil davomidagi asosiy ko'rsatkichlarini qiyoslasak, unda 2013-yilda tashilgan yo'lovchilar soni 4815,8 mln kishini tashkil qilgan, 2023-yilning yakuni bilan respublikaning barcha avtomobil transporti vositalari bilan yo'lovchi tashish ko'rsatkichi 6270,2 mln kishini tashkil etdi.

2023-yilning yakuniga ko'ra, barcha turdagi transportlarda amalga oshirilagan tashuvlar hajmlari ichidagi avtomobil transportining ulushi, yo'lovchi tashishda 133,8 foizga va yo'lovchi aylanmasining 87.6 foiziga to'g'ri keladi.

Respublikada olib borilayotgan bozor iqtisodiyotini rivojlantirishda, avtomobil transporti xizmatlari sifatini yaxshilash va sog'lom raqobat muhitini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo'yicha muayyan ishlar amalga oshirildi. Bu bilan avtomobil transporti xizmatlaridan foydalanadigan fuqarolarning xayoti, sog'ligi va xavfsizligi ta'minlanmoqda hamda yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish madaniyati yanada yaxshilanmoqda[2].

Temir yo'l transporti yo'lovchi tashish xizmatlari bozorining, ichki va tashqi yo'nalishlardagi asosiy harakat vositalaridan biri bo'lib kelgan va hozirda ham o'z o'rniga ega. Yo'lovchi tashish yuk tashish turidan farqli ravishda, sanoat rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi. Yo'lovchi tashishning asosiy vazifalari xududlarni bog'lash, aholi harakatchanligini oshirish bo'lib bu hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga yordam beradi. Yo'lovchilar oqimi yo'lovchi tashish xizmatlari bozoriga diomiy va mavsumiy jihatdan tabiiy ravishda ta'sir etadi. Avtomobil va havo transporti ob-havoga juda ham bog'liq yoki daryo transportiga yoz oylarida talab ortadi. Aholining yo'lovchi tashish xizmatlariga bo'lgan talabi turli omillarning yig'indisiga, mavsumga, kunning vaqtiga, hududning joylashgan o'rniga va aholi daromadlariga bog'liq. Bu omillarning barchasi xizmat ko'rsatuvchiga o'z ta'sirini ko'rsatadi: tashuvlar soni, poyezd tarkibi, vagonlardagi qulaylik va xavfsizlik. Hozirda shakllangan yo'lovchi tashish tizimi o'ziga xususiyatlarga ega ekanligi uni doimiy o'rganish, tahlil qilish va zarur bo'lganda kompaniya marketing kommunikatsiya tadbirlarini qayta ko'rib chiqish zaruratini paydo qiladi[3].

Transport xizmatlari ko'rsatish ijtimoiy xizmatlar ishlab chiqarish sohasida yetakchi o'rinni egallab, nafaqat uning YAIMdagi ulishining o'zgarishi, balki natural ko'rinishdagi faoliyat ko'rsatkichlarining o'zgarishini ham tahlil qilish muhim ahamiyatga ega. Chunki, transport tizimining rivojlanishi iqtisodiyot va ijtimoiy sohaning boshqa tarmoqlari rivojlanishi bilan uzviy bog'liq bo'lib, unga ushbu tarmoqlar tomonidan, yuk va yo'lovchilar tashish hajmi hamda sifatiga qo'yiluvchi talablar bilan bir qatorda, sohaning o'z-o'zini rivojlantira olish imkoniyatlari, ularni yetarlicha daromad olish va uning hisobidan sohaga

investitsiyalar jalb qila olish talablari qo'yiladi. Tashish tezligi va sifatning oshishi, transport xizmati bahosining arzonlashuvi transport-iqtisodiyot aloqalari rivojlanishini rag'batlantiradi[4].

Milliy iqtisodiyot o'sishining zamonaviy tendensiyalariga ko'ra, yalpi ichki mahsulot (YAIM) tarkibida xizmatlar barqaror o'sib bormoqda va bu o'sish keyingi 10 yillikda umumjahon miqyosi darajasiga yetishi mumkin. Bunda xizmatlar ko'rsatishning umumiy hajmida transport xizmatlarining yuqori ulushi saqlanib qolmoqda, transport xizmatlari hajmining oshishi esa boshqa ijtimoiy xizmatlar ko'rsatish sohalarining ham jadal o'sib borishini ta'minlaydi. Transport tizimi faoliyatining rivojlanishini tahlil qilish va uning mamlakat iqtisodiyotidagi rivojlanishidagi o'rnini baholashga oid ko'plab izlanishlar xorijiy va mamlakatimiz olimlari tomonidan amalga oshirilgan bo'lib, ularda transportda tashish qonuniyatlari shakllanishi va uni boshqarish usullarini tadqiq etish, iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari uchun ham muhim ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 2-dekabrda PQ-3422-son "2018-2022-yillarda transport infratuzilmasini takomillashtirish va yuk tashishning tashqi savdo yo'nalishlarini diversifikatsiyalash chora-tadbirlari tug'risida"gi Qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 6-martdagi PQ-4230-sonli "Yuk va yo'lovchi tashish tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori

3. Xalmuratov, K., & Kamalov, U. (2023). Ochiq iqtisodiyot sharoitida innovatsion xizmatlar turlari rivojlanishining ilmiy-nazariy asoslari. Golden brain, 1(17), 138-143.

4. Халмуратов, К. П. (2021). Қорақалпоғистон республикасида хизматлар соҳасида давлат-хусусий шерикчилигининг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа докторлиги (PhD) диссертацияси. Нукус.

МЕҲНАТ БОЗОРИДА МАВЖУД БЎЛГАН ЯШИРИН БАНДЛИК ВА УНИНГ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ ОҚИБАТЛАРИ

А.Садуллаев, УрДУ “Иқтисодиёт” кафедраси доценти

Аннотация: Мақолада Ўзбекистон Республикаси меҳнат бозорида норасмий бандлик шакллари пайдо бўлиши, уни оқибатлари, ҳамда меҳнат муносабатларининг ушбу шакллари қисқартириш масалалари ёритиб берилган.

Калит сўзлар: меҳнат бозори, норасмий бандлик, норасмий бандлик даражаси, иқтисодий фаол аҳоли, коррупция, ўз-ўзини банд қилиш, солиқ тўлашдан қочиш, ижтимоий ҳимояланмаганлик, аҳоли турмуш даражаси

Аннотация: В статье рассматривается возникновение на рынке труда Республики Узбекистан формы неформальной занятости населения, ее последствия, а также вопросы сокращения объема этой формы трудовых отношений

Ключевые слова: рынок труда, неформальная занятость, уровень неформальной занятости, экономически активное население, коррупция, самозанятость, уклонение от уплаты налогов, социальная незащищенность, уровень жизни населения.

Abstract: The article discusses the emergence of a form of informal employment of the population in the labor market of the Republic of Uzbekistan, its consequences, as well as issues of reducing the volume of this form of labor relations

Key words: labor market, informal employment, level of informal employment, economically active population, corruption, self-employment, soliq tulashdan qochish, social vulnerability, standard of living of the population.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида норасмий бандликнинг миқёси ошиб борди, унинг янги турлари пайдо бўлди. Норасмий бандлик қаторига расман рўйхатга олинмаган ҳар қандай иқтисодий фаолият киритилади, унда банд бўлганлар солиқ тўламайдилар.

Халқаро меҳнат ташкилоти (ХМТ) норасмий бандликни товар ва хизматлар ишлаб чиқарувчи ва сотувчи ва ўз-ўзини банд қилган мустақил ишлаб чиқарувчилар кичик хўжалик бирликларининг фаолияти сифатида қайд қиладилар. Уларда оила аъзоларининг ва ёлланма ишчиларнинг меҳнатида фойдаланилади.

Бутун дунё олимлари ва амалиётчилари томонидан ўрганилиб келинаётган норасмий бандлик долзарб муаммо ҳисобланади ва унинг манбаси ва сабабларига қуйидагилар киритилади:

- иқтисодий ўсиш сифатининг пастлиги,
- мамлакат иқтисодий хавфсизлигининг етарли даражада юқори эмаслиги,
- демографик ўсишнинг юқори даражаси,
- ходимлар ижтимоий ҳимоясининг пасайиши,
- тенгсизлик ва қашшоқликнинг ўсиши,
- ислохотларга меҳнат бозорининг мослашувчанлиги,
- давлат даромадларининг камайиши,
- глобаллашув шароитида компанияларнинг адолатсиз рақобатлашувининг тарқалиши каби ҳолатлар, деб ҳисобланади [1].

Ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларда рўйхатга олинмаган меҳнатнинг турли шакллари мавжуддир. Норасмий бандликнинг ривожланган мамлакатлардаги кўлами анча пастдир, ва ривожланаётган мамлакатлардагидан бошқача шаклларда бўлади. Ривожланган мамлакатларда “норасмий” секторнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 5—10% ни ташкил қилса, ривожланаётганларда унинг улуши – 35% гача етади.

Ўзбекистон Республикаси Камбағалликни қисқартириш ва бандлик вазирлиги маълумотларига кўра, 2022 йилда жами иқтисодий фаол аҳоли 14,98 миллион кишини ташкил қилган. Ундан жами 13,7 миллион киши иш билан банд бўлиб, уларнинг 6,5 миллиони (47 фоизи) расмий секторда банд бўлганлар. Демак, мамлакат иқтисодий фаол аҳолисининг 7,2 млн. нафари ҳеч қаерда расман ишламайди. Шунини айтиб ўтиш керакки, аҳолининг ушбу

катлами “ишсизлар” эмас. Уларнинг кўпчилиги доимо иш билан бандлар, лекин ҳеч ким билан шартнома тузмаганлар ва кўпинча солиқ тўламайдилар.

Иқтисодий фаолият турлари бўйича жами норасмий секторда банд бўлганларнинг энг катта улуши, яъни 34 фоизи қишлоқ, ўрмон ва балиқ хўжалигида меҳнат қилади. Худди шу кўрсаткич савдода 14 фоиз, қурилишда 14 фоиз ва саноатда 11 фоизни ташкил этади [2].

Кўпчилик аҳоли ҳам “расмий”, ҳам “норасмий” секторларда биргаликда ишлайдилар. Булар асосан, маъмуриятнинг ташаббуси билан тўлиқ бўлмаган иш ҳафтасида ишлайдиганлар ёки мажбурий таътилда бўлганлардир. Кам иш ҳақи оладиганлар, иш тартиби анча эркин бўлганлар ёки иш жойининг ўзида қўшимча даромад топадиган норасмий бандликка интилувчан бўладилар.

Норасмий бандликнинг барча турлари умумий белгиларга эгадир – капитал бозоридан, касбий тайёрлаш муассасаларидан, ижтимоий таъминот тизимидан фойдалана олмаслиги, ҳуқуқий ҳимояга эга эмаслиги билан боғлиқ бўлган нобарқарорлик хусусиятига эгадир.

Меҳнат бозорининг яширин соҳада бўлган қисмининг мавжудилиги, ижтимоий-иқтисодий ривожланишга салбий таъсир кўрсатади. Бюджетга пул маблағлари тушмайди, солиқ тушумлари камаяди, бу эса ижтимоий соҳани молиялаштиришда қийинчиликлар туғдиради.

У кўп жиҳатдан аҳоли турмуш даражасининг кескин пасайиб кетиши ва ишсизликнинг ошиб кетиши олдини олади, “норасмий” секторда банд бўлганлар арзон товарлар ва хизматлар етказиб берадилар, ўзларига мос бўлган иш тартибини танлаш имкониятига эга бўладилар. Норасмий бандликнинг ривожланиши иқтисодиётни бозор томонидан тартибга солишининг бир кўринишидир.

Аммо, норасмий бандлик қатор ижтимоий муаммоларни келтириб чиқаради. У жамиятнинг жиноятлашувига шароитлар яратади. “Норасмий” секторда ижтимоий кафолатлар, меҳнат шароитларини, товарлар ва хизматлар сифатини назорат қилиш мавжуд бўлмайди, норасмий бандлар кўпинча малакасини, касбий кўникмаларини йўқотадилар. Даромадларни

солиққа тортишдан яшириш натижасида давлат катта маблағлардан курук қолади. Норасмий бандликни, шу билан бирга даромадларни солиқдан яширишни тўлиқ бартараф қилиш имконияти йўқдир. Кичик ва ўрта бизнесни ривожлантириш учун қулай шароитларни яратиш натижасида норасмий даромадлар олиш миқёсларини қисқартириш мумкин бўлади, чунки кичик ва ўрта бизнес норасмий ишлаб чиқариш birlikларини рўйхатга олиш имконини беради.

Сўнгги йилларда, Ўзбекистонда норасмий секторда банд бўлганлар сони маълум даражада пасайган. Норасмий бандлар улуши 2020 йилда 43 фоиздан 2022 йилда 40 фоизга камайган. Бундан ташқари, Президентнинг 2022 йил 30 августдаги «Норасмий бандлик улушини қисқартириш ҳамда меҳнат ресурслари балансини замонавий ёндашувлар асосида шакллантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорида норасмий бандликни камайитириш бўйича таъсирчан янги механизмларни жорий қилиш, шунингдек, ўзини ўзи банд қилишни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш, солиқ соҳасида қулайликлар яратиш, тадбиркорликни рақамлаштириш ва ривожлантириш орқали қўшимча иш ўринларини ташкил қилиш кўзда тутилган [3].

Хулоса қилиб айтганда, республикада норасмий бандлик даражасини қисқартириш давлатнинг ўрни жуда катта бўлиб, бу соҳада коррупцияга қарши чора-тадбирларни кучайтириш, ўзини-ўзи банд қилишнинг турли шаклларида фойдаланиш, солиқ имтиёзлари бериш, кичик бизнесни ривожлантириш орқали янги иш ўринларини яратиш, якка тадбиркорлик билан шуғуullanётганларга субсидиялар бериш масалаларига жиддий эътибор қаратиш зарур бўлади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН МАНБАЛАР:

1. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Норасмий бандлик улушини қисқартириш ҳамда меҳнат ресурслари балансини замонавий

TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANISHIGA TA’SIR QILUVCHI OMILLAR TASNIFI

**D.T.Xudayberganov, Urganch davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası
professori v.b. DSc**

R.Q.Jumaniyazova, Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm infratuzilmasini rivojlanishiga ta’sir qiluvchi omillar turlari, ularning tasnifi va vujudga kelish sabablari yoritilib berilgan.

Аннотация. В данной статье рассматриваются виды факторов, влияющих на развитие туристской инфраструктуры, их классификация и причины возникновения.

Abstract. This article covers the types of factors affecting the development of Tourism Infrastructure, their classification and reasons for their occurrence.

Kalit so’zlar. Turizm, turistik resurslar, infratuzilma, tabiiy-geografik omillar, iqtisodiy-geografik omillar.

Ключевые слова. Туризм, туристские ресурсы, инфраструктура, природно-географические факторы, экономико-географические факторы.

Key words. Tourism, tourist resources, infrastructure, natural geographical factors, economic geographical factors.

Jahon xo‘jaligida turizmni yuqori sur’atlar bilan rivojlantirish va uning ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni bartaraf etishdagi rolini oshirish maqsadida tadqiqotlar olib borilmoqda. Amalga oshirilayotgan ilmiy izlanishlar tarkibida turizmni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish, mintaqa turizmi salohiyatini yuksaltirish, sohaga investitsion resurslarni faol jalb etish, makro- va mikro darajada ulardan foydalanish samaradorligini oshirish, innovatsion investitsiyalarni rag‘batlantirish va ularni tarmoqning yetakchi omiliga aylantirish, innovatsion faoliyatni faollashtirishning iqtisodiy dastaklarini takomillashtirish

muhim ustuvor masala bo'lib hisoblanadi [2]. Mamlakatimizda bu borada "O'zbekiston bo'ylab sayohat qiling" dasturi doirasida tegishli chora-tadbirlar amalga oshirilib, mahalliy sayyohlar sonini 12 mln. nafardan oshirish hamda respublikamizga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 mln. nafarga yetkazish belgilangan. Shuningdek, to'siqsiz turizm infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilish, 2026-yilgacha turizm sohasida band bo'lgan aholi sonini 2 baravar oshirib, 520 ming nafarga yetkazish, turizm va madaniy meros obyektlari infratuzilmasini rivojlantirish hamda 8 mingdan ortiq madaniy meros obyektlaridan samarali foydalanish bo'yicha davlat dasturini qabul qilish kabi chora-tadbirlarni amalga oshirish belgilangan [1].

Darhaqiqat, turizmning mavjud imkoniyatlari bevosita turizm industriyasining rivojlanishiga bog'liq bo'lib, o'z navbatida turizm infratuzilmasidan samarali foydalanishni taqozo qiladi. Turizm industriyasi - turistlarni turistik mahsulotlarni iste'mol qilish uchun zarur bo'lgan, shuningdek, turistik jarayon, turistik xizmat, ish va tovarlarni amalga oshirish uchun yetarli bo'lgan ishlarni ta'minlaydigan korxona va tadbirkorlarning o'zaro bog'liq tizimi hamda mavjud sanoat korxonalariga doimiy ravishda turistik sayohatlarni tashkil etish faoliyatidir. Asosan, ushbu korxonalar sanoat hududlarida to'plangan bo'ladi va sayyohlar uchun infratuzilma mavjud bo'lishini taqozo qiladi [3].

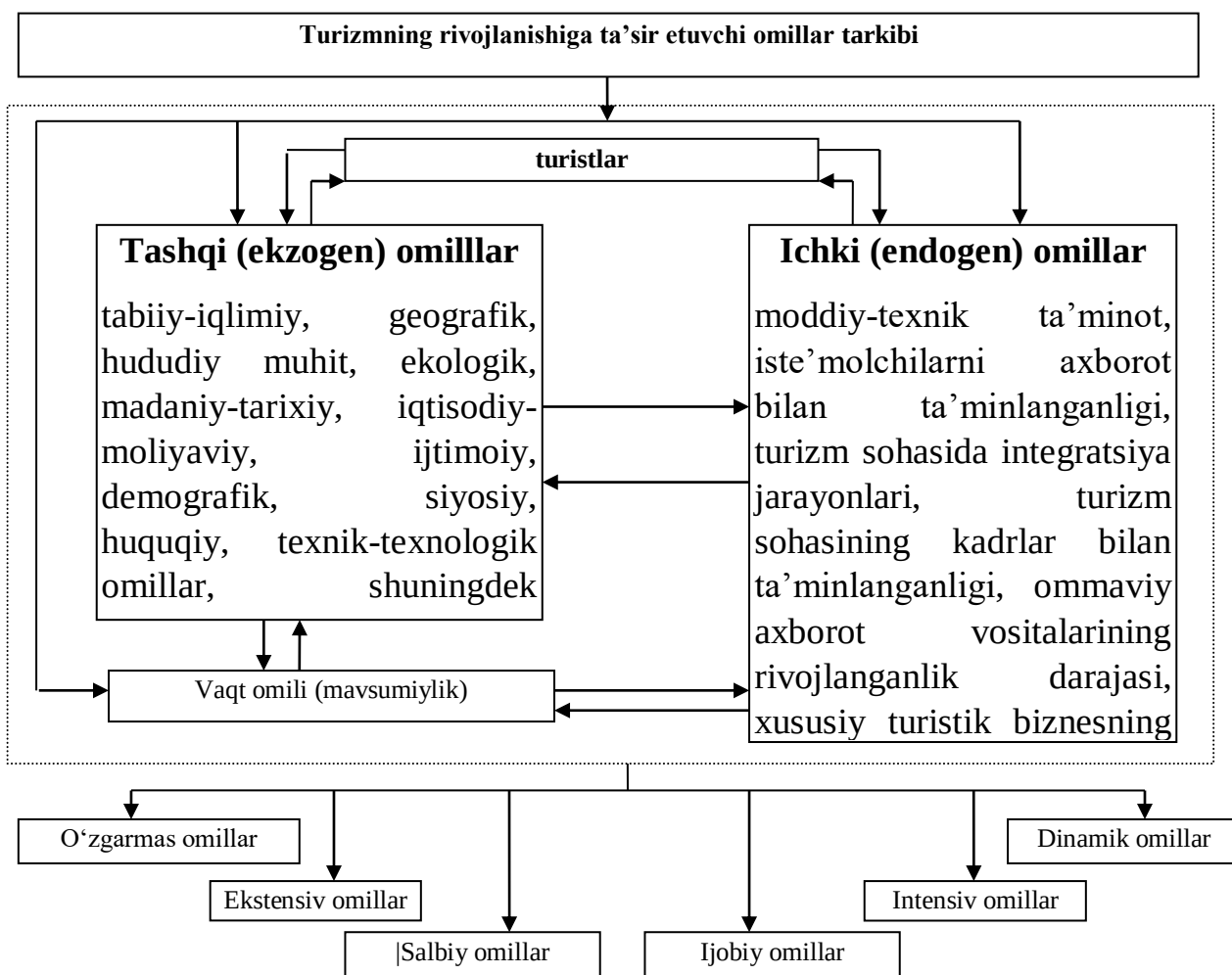
Turizm infratuzilmasini samarali rivojlantirishda unga ta'sir qiluvchi omillarni tadqiq qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Turizmni rivojlanishiga turli xildagi omillar ta'sir ko'rsatadi. Asosiy omillar qatoriga barqaror va o'zgaruvchan omillarni kiritish mumkin. Barqaror yoki o'zgarmaydigan omillar vaqt nuqtai nazardan kam o'zgarish jihatiga ega bo'ladi. Ushbu omillar tarkibiga tabiiy-iqlimiy, geografik va madaniy-tarixiy omillar kiradi. Shulardan geografik omillar sayyohlik marshrutlarini to'g'ri tanlash, transportning qulayligi, rekreatsiya resurslarining bahosi va turizmning mavsumga qarab rivojlantirish kabi jihatlarga o'z ta'sirini ko'rsatadi. O'zgaruvchan omillar o'z xususiyatiga ko'ra mavsumga qarab o'zgarish tendensiyasiga ega bo'ladi. Ushbu omillar mintaqalarda turizmning rivojlanish dinamikasiga ta'sir etadi. U davriy o'zgaruvchanlikka ega

omil sifatida unga siyosiy, ijtimoiy-demografik, moliyaviy-iqtisodiy va texnikaviy kabi omillar xos bo‘ladi.

Shular bilan birga, geografik omillar quyidagi guruhlariga bo‘linadi:

- tabiiy-geografik omillar;
- iqtisodiy-geografik omillar.

Fikrimizcha, turizmning rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillar yuqoridagi omillar tasnifi va turistlarning xohish-istaklaridan kelib chiqib, ichki va tashqi omillar turlariga ajratiladi (1-rasm).



1-rasm. Turizmning rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillar tasnifi

Ushbu rasmga ko‘ra, turizmning rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillar tarkibi bevosita turizmning barcha xususiyatlarini yuzaga chiqarishga imkon beradi.

Xulosa shuki, hozirgi kunda mamlakatimizda turizm tarmog‘i ustuvor tarmoq sifatida global iqtisodiy jarayonlar ta’siri natijasida rivojlanib bormoqda. Ushbu

tarmoq orqali turizm bozoridagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar amalga oshirilib, turli ekzogen va endogen, o'zgarmas va dinamik, ekstensiv va intensiv, ijobiy va salbiy, mavsumiy omillar ta'sir qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmoni. Manba: <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>

2. Ruzmetov B., Salayev S.K., Xudayberganov D.T., Gulmanov M.A., Djumaniyazov U.I., Atayev J.E., Saidov D.R., Tadjiev B.U. Xorazm viloyati va Xiva shahrining turistik salohiyatini yuksaltirish strategiyasi. Monografiya. – T.: Innovatsion nashriyot matbaa uyi, 2020. – 196 b.

3. Иванова В.М. Туризм: основы, направления, структура. - М.: ИД «Феникс», 2008. - 265 с.

XORAZM VILOYATIDA MEHMONXONA XIZMATLARI KLASASTERINI SHAKLLANTIRISH ISTIQBOLLARI

**O.N.Allonazarov – Urganch Davlat universiteti,
“Turizm” kafedrasi o'qituvchisi**

Annotatsiya: Ushbu maqolada mehmonxona xizmatlari klasterini tashkil qilishda hududning baqaror rivojlanish istiqbollarini, destinatsiya profilini, turizmni rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlarini hamda hududning resurs salohiyatini hisobga olgan holda mehmonxona xizmatlari klasterini tashkil qilish va uning tarkibiy tuzilmasi taklif qilingan.

Kalit so'zlar: mintaqa, klaster, mehmonxona xizmatlari, turizm infratuzilmasi, marketing, strategik rejalashtirish.

Аннотация: В данной статье предлагается организация кластера гостиничных услуг и его структурная структура с учетом перспектив устойчивого развития региона, профиля дестинации, перспективных направлений развития туризма, ресурсного потенциала региона.

Ключевые слова: регион, кластер, гостиничные услуги, инфраструктура туризма, маркетинг, стратегическое планирование.

Annotation: This article proposes the organization of a cluster of hotel services and its structural structure, taking into account the prospects for sustainable development of the region, the profile of the destination, promising areas for the development of tourism, and the resource potential of the region.

Key words: region, cluster, hotel services, tourism infrastructure, marketing, strategic planning.

Zamonaviy iqtisodiy rivojlanishning o'ziga xos xususiyatlaridan biri globallashtirish va mintaqaviylashuvning bir vaqtning o'zida kuchayishi, raqobat jarayonlarining mahalliy darajaga o'tishi, ishlab chiqarishni tashkil qilishning yangi shakllarini vujudga olib kelmoqda. Bozor iqtisodiyoti taraqqiy qilgan mamlakatlar tajribasiga asoslanilsa, raqobatbardosh iqtisodiy rivojlanishning eng samarali yo'nalishlaridan biri bu hududiy va tarmoq klasterlarini shakllantirish hisoblanadi. Bugungi kunda O'zbekiston mintaqalarida tematik turistik zonalar va klasterlarni yaratish orqali hamda turizmning istiqbolli turlari hisobga olgan holda, yangi turizm dasturlarini ishlab chiqish muhim vazifalar sifatida belgilangan [1].

Klaster - bu ma'lum xususiyatlar to'plamiga ega bo'lgan aniq iqtisodiy fenomen bo'lib, u hududiy yaqinlikdan tashqari, yagona qo'shimcha qiymat zanjirlarini yaratishga imkon beruvchi o'zaro ta'sirini o'z ichiga oladi. Bunda klaster ishtirokchilari faqat bitta sohada ishlamasdan, balki ma'lum bir guruh mahsulotlarini ishlab chiqarishga e'tibor qaratadi [2]. Klasterlar xususiy korxonalar va davlat tashkilotlari o'rtasidagi munosabatlarni tartibga solishda muhim ahamiyat kasb etadi. Klaster tarmoqlararo aloqalardan foydalanish va davlat-xususiy sheriklik munosabatlarni rivojlantirish hamda tarmoq birlashmalarini rivojlantirish muhim rol o'ynaydi.

Mehmonxona xizmatlari klasteri turistik majmuaning bir qismi hisoblanib, birinchi navbatda, murakkab mezo-iqtisodiy tizim sifatida talqin qilinadi. Mahalliy mehmonxona xizmatlari klasteri fan, sanoat, qishloq xo'jaligi, xizmat ko'rsatish, turizmning bir qator tarmoqlari bilan o'zaro bog'langan murakkab tizim bo'lib,

ularning faoliyati aholi uchun tovar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishdan tashqari, mehmondo'stlik biznesida foydalanish uchun tovar ishlab chiqaradi va xizmatlar ko'rsatadi. Turistik majmua o'z tarkibiga turoperatorlar va sayyohlik agentliklarini, ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalari (pansionatlar, dam olish markazlari, bazalar, lagerlar, motellar), ixtisoslashtirilgan umumiy ovqatlanish korxonalari, ixtisoslashtirilgan dam olish va o'yin-kulgi obyektlari (diqqatga sazovor joylar, sport va madaniyat muassasalari, tematik va milliy bog'lar va boshqalar), mehmonxonalar va boshqa turar joy obyektlari, transport korxonalari, sug'urta kompaniyalari boshqa tashkilotlarni o'z ichiga oladi.

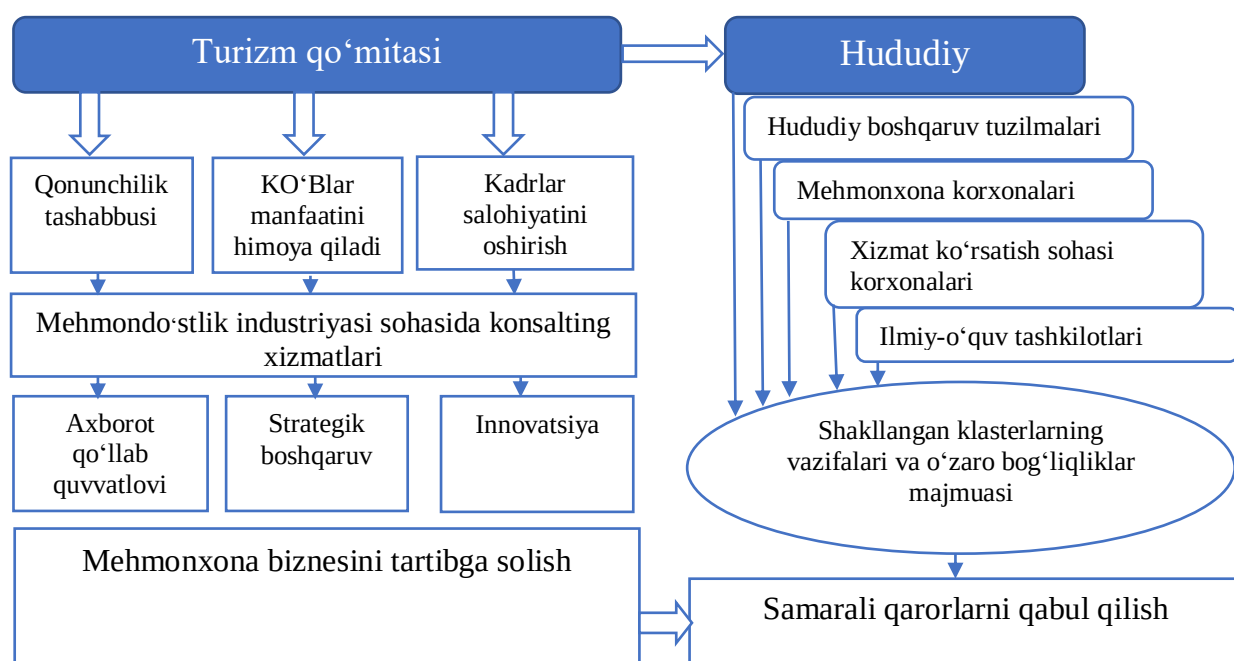
Mehmonxona xizmatlarini klasterlashtirish metodologiyasidan foydalanish rivojlangan G'arb davlatlari, xususan, AQSHda keng qo'llaniladi. AQSHning deyarli barcha shtatlarida milliy va mahalliy darajada turistik klasterlarni shakllantirish amaliyoti mavjud. Bunda asosan, sarguzasht, madaniy kognitiv, MICE, sport kabi mavzuli turistik klasterlarni misol qilib keltirish mumkin. Hududlarda turizm faoliyatini klasterlashtirishda tadbirkorlik uyushmalari muhim rol o'ynaydi [4].

Tadqiqotlar jarayonida, klasterlarni shakllantirish uchun tashkiliy-iqtisodiy yordamni o'z tarkibiga turizm infratuzilmasi korxonalarini olgan "O'zbekiston Otelarlar Assotsiatsiyasi" amalga oshirishi maqsadga muvofiqligi asoslandi. O'zbekiston Otelarlar Assotsiatsiyasi 2019-yil 2-aprelda tashkil topgan bo'lib, ushbu assotsiatsiya davlat tashkilotlari maqomiga nisbatan biznes va hokimiyat o'rtasidagi muloqatni rivojlantirishda alohida o'rin tutadi. Hududlarda mehmonxona xizmatlari klasterini shakllantirishda assotsiatsiyasi muhim rol o'ynaydi.

SHunday qilib, "O'zbekiston otelarlar assotsiatsiyasi"ning faoliyati va tuzilmasini tahlil qilish, uning vazifalarini aniq belgilanishi, mehmonxona industriyasi rivojlanishiga o'zining katta hissasini qo'shadi. "O'zbekiston otelarlar assotsiatsiyasi"ning hududiy bo'linmalarini tashkil qilinishi, mahalliy hokimiyat tuzilmalari bilan muloqot qilish, kichik mehmonxonalar segmentini rivojlantirish

tashabbuslarini ishlab chiqish, raqobatbardosh korxonalarni kafolatlash va qo'llab-quvvatlashga imkon beradi [5].

Mintaqalarda mehmonxona xizmatlari klasterini shakllantirishda Turizm qo'mitasining hududiy bo'limlari, ularning vazifalarini aniq belgilab olishni taqozo qiladi. Tadqiqot davomida Turizm qo'mitasining vazifalari va uni klasterlarni shakllantirishdagi ishtiroki ilmiy jihatdan asoslandi (1-rasm).



1-rasm. Turizm qo'mitasining vazifalari va uning klasterlar yaratishdagi ishtiroki

Tadqiqotlar jarayonida, Xorazm viloyatida yaqin yillarda 2 turdagi klasterlarni yaratish maqsadga muvofiqligi asoslandi. Birinchisi, kichik mehmonxonalar guruhlari, ikkinchisi maxsus klasterlar (masalan, xostellar, oilaviy uy mehmonxonalari va boshqalar kabi korxonalar). Bizning fikrimizcha, klasterlarni shakllantirishda mehmonxona xo'jaligi korxonalari va mol yetkazib beruvchilar o'rtasida o'rnatilgan iqtisodiy munosabatlarni hisobga olish maqsadga muvofiq. Shu bilan birga, tayyorgarlik ishlarini bajarishda quyidagilarni inobatga olish lozim:

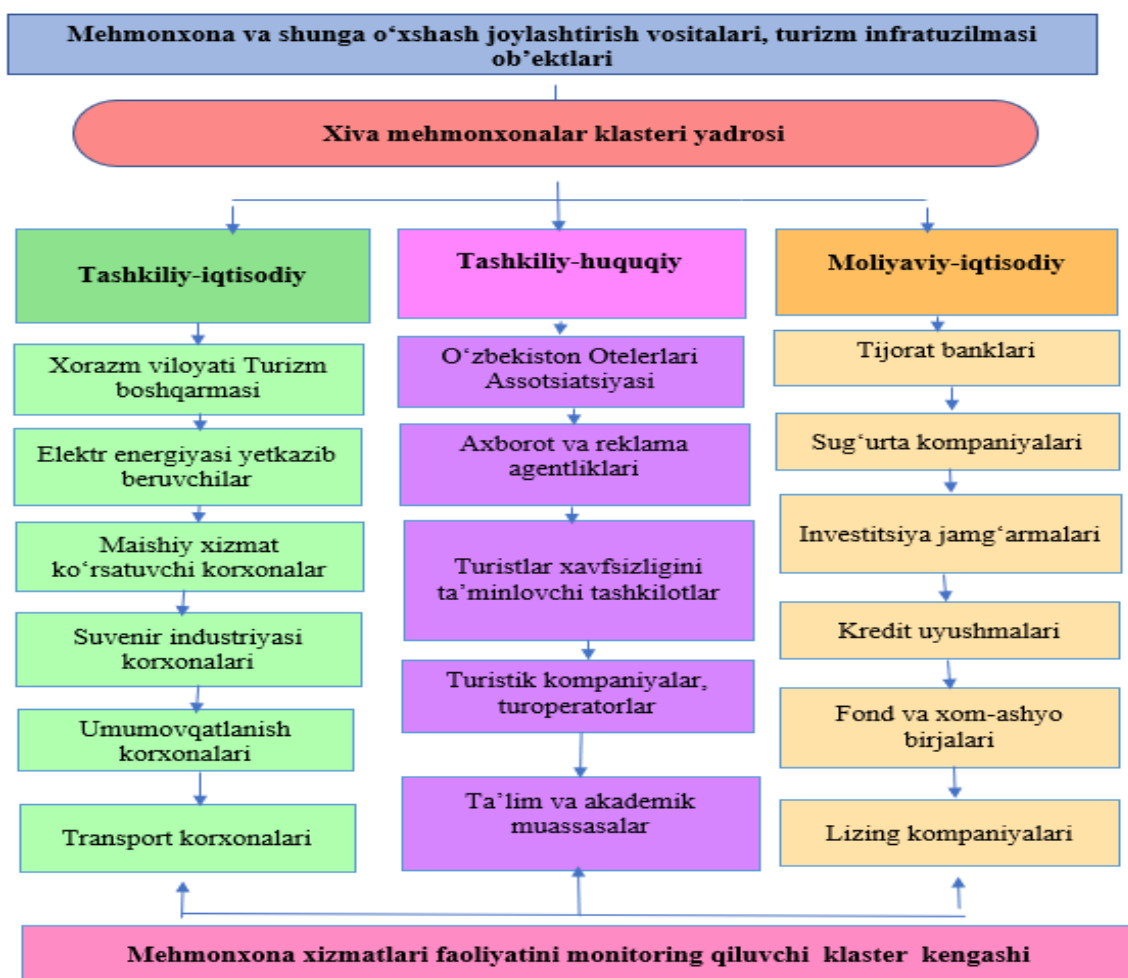
- klaster modellarini shakllantirish uchun tuzilmaviy yadro yaratish;
- marketing faoliyati bilan bog'liq ishlar;

- taklif qilinayotgan xizmatlar sifati bo'yicha siyosat va strategiyani ishlab chiqish;
- ichki iqtisodiy siyosatning axborot tizimi va mexanizmlarini ishlab chiqish;
- korxonalar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning ishlash tartibini belgilash;
- mehmonxona klasteriga kirish istagini, shu jumladan ichki standartlarni namoyish qilish.

Xususan, Xorazm viloyatida mehmonxona xizmatlarini ko'rsatish o'ziga xos tavsifga ega hisoblanadi. Mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishning muhim ko'rsatkichi viloyatda yangi mehmonxonalarning foydalanishga topshirilishi bilan belgilanadi. Bugungi kunda Xorazm viloyatida jami 204 ta joylashtirish vositalari bo'lib, shulardan, 83 tasi mehmonxonalar, 97 oilaviy mehmon uylari, 2 tasi mehmon uylari, 19 tasi xostel, 1 ta butik otel va 1 motelni tashkil qiladi [6]. SHuningdek, ushbu joylashtirish vositalarining 44 tasi Urganch shahrida, 147 tasi Xiva shahrida, 1 tasi Xazorasp tumanida, 4 tasi Tuproqqal'a tumanida, 2 tasi Bog'ot tumanida, 3 tasi Urganch tumanida, 1 tasi Gurlan tumanida, 1 tasi Xonqa tumanida va 1 tasi Xiva tumanida joylashgan.

Tadqiqot ishida Xiva shahrida mehmonxona xizmatlari klasterlarini tashkil qilish jarayonini o'rganildi. Xiva shahrida mehmonxona xizmatlari klasterini shakllantirishda mavjud turistik majmualar tahlil qilinidi. Jumladan, 2022-yilda Xiva shahrida foaliyat ko'rsatayotgan turoperatorlar soni 19 tani, umumiy ovqatlanish korxonalari soni 47 tani, sug'urta tashkilotlari soni 10 tani, transport korxonalarini soni 5 tani tashkil qiladi. SHuningdek, shaharda bugungi kunda moddiy-madaniy meros obyektlari soni 110 tani tashkil qilib, shundan 4 tasi arxeologik obyektlar, 95 tasi arxitektura obyektlari, 10 tasi monumental san'at obyektlari hamda 1 ta diqqatga sazovor joy mavjud[8].

Tadqiqot jarayonida, Xiva shahrida turizm infratuzilmasi korxonalarini o'z ichiga oluvchi "Xiva" mehmonxona xizmatlari klasterini tashkil qilish va uning tarkibiy tuzilmasi taklif qilindi (2-rasm).



2-rasm. Xiva mehmonxonalar klasterining tarkibiy tuzilmasi [9].

Ushbu klasterning asosiy vazifalari sifatida sayyohlarga sifatli mehmonxona xizmatlarini ko'rsatish, jozibador turistik mahsulot va xizmatlarni taklif qilish, qulay transport xizmatlarini bilan ta'minlash, turistik salohiyat rivojlanishining innovatsion yechimlarini izlash, turistlarning xavfsizligini ta'minlash, mehmonxona xizmatlarini takomillashtirish maqsadida yangi texnologiyalarni jalb qilgan holda zarur tuzilmalarni shakllantirishdan iborat. SHuningdek, mazkur klasterni tashkil qilinishi mahalliy turoperatorlar tomonidan taklif qilinayotgan turistik mahsulotlarni mahalliy va jahon bozorida keng targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi.

Xulosa o'rnida shuni alohida ta'kidlash lozimki, mintaqa miqyosida vaziyatni tahliliy baholash, integratsiya jarayonini strategik rejalashtirish, tayyorgarlik ishlari uchun ma'sul bo'lgan vaqtinchalik yoki doimiy tuzilmani yaratish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bizning fikrimizcha, mintaqada mehmonxona

xizmatlari klasteri uchta bosqichda shakllantirilishi lozim: klaster yadrosini yaratish (I), axborot ta'minoti va madaniy xizmat ko'rsatish bloklarini kiritish (II), kichik korxonalar, sog'lomlashtirish-reakratsion markazlar, moliyaviy xizmat ko'rsatish elementlari, turistlar xavfsizligini ta'minlovchi tashkilotlar va boshqalarni jalb qilish (III).

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси.
2. Демидов Н. Петербургский энергомашиностроительный кластер ищет инвестиции, заказы и перспективы развития // Эксперт [Сайт]. URL: http://eng.expert.ru/northwest/2011/22/klasternyij_effekt/ (дата обращения 04. 03 2011).
3. Porter, M. (2003). Strategiya konkurenciyi. Kyiv: Osnovy, 496.
4. Marshall, A. (2008). Osnovy ekonomicheskoy nauki. Moscow: Jeksmo, 832.
5. Bojko, M. G., Myhajlichenko, G. L. (2013). Klastery yak innovacijna forma ekonomichnogo rozvytku regioniv. Visnyk D1TB, 16, 16–25.
6. Хоразм вилоятим туризм ва маданий мерос бошқармаси статистик материаллари асосида тайёрланган.
7. Хоразм вилоятим туризм ва маданий мерос бошқармаси статистик материаллари асосида тайёрланган.
8. Садуллаева А.А. Туризмни ривожлантиришнинг минтақавий хусусиятлари. иқ. фан (PhD) диссертацияси автореферати. – Урганч, 2022. – 58 б.
9. Тадқиқотлар асосида муаллиф ишланмаси.

МИНТАҚАНИНГ ИҚТИСОДИЙ ЎСИШИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИДА ТАДБИРКОРЛИК РИСКЛАРИ ТАСНИФИ

Темирханов Абдулла Утебай-улы
Ўзбекистон, Қорқалпоғистон Республикаси,
Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети таянч докторанти

Аннотация: мазкур мақолада хизмат кўрсатиш соҳасида тадбиркорлик соҳасида ноаниқлик ва таваккалчиликнинг вужудга келиш сабаблари, тадбиркорлик рискларни таснифлаш тамойиллари, рискларни пайдо бўлиш хусусиятлари, рискларнинг турлари ва алоҳида йўналишлар бўйича таснифи, хизмат кўрсатиш соҳасида соф ва спекулятив рискларнинг пайдо бўлиш сабаблари, тадбиркорлик фаолиятига таъсир этувчи омиллар ва сабаблар, соҳада иқтисодий хавфсизликнинг умумий стратегияси тадқиқ қилинган.

Калит сўзлар: сервис, хусусий сектор, тадбиркорлик, риск, соф ва спекулятив рисклар, риск омиллари.

Аннотация: в данной статье рассмотрены причины возникновения неопределенности и риска в сфере предпринимательства в сфере услуг, принципы классификации предпринимательских рисков, особенности возникновения рисков, классификация рисков по видам и специфике. Исследуются направления, причины возникновения чистых и спекулятивных рисков в сфере услуг, факторы, влияющие на предпринимательскую активность и причины, общая стратегия экономической безопасности в сфере.

Ключевые слова: сервис, частный сектор, предпринимательство, риск, чистые и спекулятивные риски, факторы риска.

Summary: in this article, the reasons for the emergence of uncertainty and risk in the field of entrepreneurship in the service sector, the principles of classification of entrepreneurial risks, the characteristics of the emergence of risks, the classification of risks according to types and specific directions, the reasons for the emergence of pure and speculative risks in the field of service, factors

affecting entrepreneurial activity and reasons, the general strategy of economic security in the field is explored.

Key words: service, private sector, entrepreneurship, risk, pure and speculative risks, risk factors.

Инсон фаолиятининг ҳар бир соҳаси ва йўналишида рисклар мавжуд бўлиб, бу сиёсий, иқтисодий, ижтимоий, экологик, атороф-муҳит каби кўплаб турларидан иборат бўлиши мумкин. Албатта, хизмат кўрсатиш корхоналарида бошқа хўжалик субъектлари сингари уларнинг молиявий-хўжалик фаолиятида рискли вазиятлар муқаррар равишда намоён бўлади. Рискнинг табиати келгусида содир бўлиши мумкин бўлган ҳодисаларнинг ноаниқлиги билан боғлиқдир. Ҳар қандай тадбиркорлик битими, тадбиркор томонидан қабул қилинган ҳар қандай қарор риск таҳдиди билан бирга намоён бўлади, бу эришилиши мумкин бўлган фойда ва мулкни йўқотиш рискни келтириб чиқаради ҳамда корхонани банкротликка олиб келиш рискни юзага келтириши мумкин.

Шунинг учун, рискни бошқариш мавзуси алоҳида долзарб бўлиб, иқтисодиётдаги трансформацион жараёнлар, чуқур рақобат муҳитининг мавжудлиги, ички ва ташқи муҳитдаги ўзгаришлар, рискларни пайдо бўлишига олиб келадиган барча турдаги омиллардан қатъий назар, муайян мақсадга эришиш учун уларни самарали бошқариш лозим. Рискни бошқариш жараёни ҳар бир корхонада амалга оширилади, бироқ бунда муайян фарқли жиҳатлари мавжуд: баъзи хизмат кўрсатиш корхоналари риск ҳолатининг натижалари ва оқибатларини баҳолайдилар, қолганлари эса узлуксиз тарзда рискни кузатиб турадилар ва уларни бошқарадилар. Иккинчи усул рискларни бошқариш сифатида талқин қилиш мумкин ва нисбатан афзал ҳисобланади, чунки хизмат кўрсатиш корхонаси риск аниқланганда уни минималлаштириш ёки бутунлай рад этиши мумкин, бу эса корхона харажатларини камайтиришга имкон беради. Рисклар бошқариш жараёни кўп босқичли ва мураккабдир. Шунинг учун тадқиқот жараёнида рискларни бошқаришнинг самарали усуллари ва воситаларини аниқлаш,

уларни таснифлашнинг умумий тамойиллари, омиллари ва сабабларини ўрганишни назарда тутди.

Прогоноз қилинаётган рискларнинг табиати ва характерини билиш, хусусан, рискларни таснифлаш уларни самарали баҳолаш ва бошқаришга кўмаклашади. Ҳар қандай илмий тасниф, авваламбор, иккита асосий жиҳатни назарда тутиши лозим: таснифлаш хусусиятининг софлиги ва ўрнатилган мезонларнинг аниқлиги даражаси. Турли даражалардаги иқтисодий бирликларда юзага келадиган муайян вазиятлар ва муаммолар ҳар бир ноаниқлик манбаини ўзига хос риск тури билан белгилашни назарда тутди. Шубҳасиз, муайян ёндашув ва тафсилот даражасидаги фарқ кўп миқдордаги риск турларидан фойдаланишга олиб келади. Шу билан бирга, рискларни узвий боғлиқлиги ва уларнинг ўрнини босиши сабабли таснифлаш жуда ҳам мураккаб.

Рискларни таснифлаш турлича бўлиши мумкин, масалан, уларни пайдо бўлиш манбаи, ҳисоб ва ҳисоботнинг табиати ва хусусиятлари, баҳолаш усуллари, рискни бошқариш ва минималлаштириш имкониятлари ва бошқа жиҳатларга қараб таснифлаш мумкин. Умуман, юзага келиши мумкин бўлган вазиятлар, усуллар ва муаллифлар фикрларига таянсақ, рискларни жуда кўп таърифлари ва таснифлари мавжуд бўлиши мумкин. Аммо мезон ҳали ҳам бир хил бўлиши керак.

Рискларни таснифлаш бевосита нуқтаи назарга боғлиқ бўлиб, у ёки бу даражада рискнинг бир турдан бошқасига олиб келиши мумкин бўлган жамиятда шаклланган рискни идрок этишни ифодалайди. Масалан, бозор муносабатлари шароитида энг хавфли рисклардан бири – бу ишсизлик рискидир (ижтимоий риск), бозор механизмининг амал қилиш жараёнида ишсизлик риски ижтимоий риск бўлиб ҳисобланган иш ҳақини тўлай олмаслик рискини келтириб чиқариши мумкин.

Агар иқтисодий бирлик доирасидаги рискларни кўриб чиқсак, унда барча турдаги рисклар ўзаро боғлиқ ва корхона фаолиятига таъсир қилади, деб айтиш мумкин. Мазкур ҳолатлар рискларни оптималлаштириш бўйича

қарорлар қабул қилишни қийинлаштиради ва муайян рисклар таркибини ҳамда уларнинг пайдо бўлиш сабаблари ва омилларини чуқур таҳлил қилишни талаб қилади.

Ҳозирги вақтда рискларни таснифлашнинг қўйидаги тамойиллари таклиф қилинган [1]:

1. Рискларни таснифлаш муайян мақсадларга мос келиши лозим. Рискларни гуруҳларга бўлиш хусусиятлари таснифлаш мақсадлари билан бевосита боғлиқ бўлган мезонларга жавоб бериши керак. Бундай мақсадлар суғурта хизматлари номенклатурасини шакллантириш, инқирозга қарши бошқарувда рисклардан ҳимоя қилиш усуллари дарахтини бунёд этиш, спекулятив имкониятларни таҳлил қилиш, рискларнинг тавсифини ўрганиш, уларнинг оқибатларидан ҳуқуқий ҳимоя қилиш кабилар бўлиши мумкин.

2. Таснифлаш тизимли ёндашув нуқтаи назаридан реализация қилиниши зарур. Тизимли ёндашув – бу тизим сифатида объектларни (бу ҳолатда объект сифатида рисклар таснифи эътиборга олинади) тадқиқ этишга асосланган методология ётади, яъни улар ўзаро боғлиқ элементларнинг йиғиндиси сифатида қаралади. Таснифланган рискларнинг иерархик тузилиши кузатилаётган ҳодисаларнинг тизимли алоқаларни акс эттириши керак, хусусан, турли даражаларда кўриб чиқиляётган рискларни тўғридан-тўғри битта гуруҳга бирлаштирмаслик керак.

3. Бир гуруҳ рисклар учун хавфли вазиятлар бир тартибда батафсил бўлиши ва таснифлаш мақсадларига жавоб бериш лозим. Шунга асосланадиган бўлсак, хусусиятларнинг ўзига хослиги битта риск гуруҳида чекланиши керак (“Оккам устиараси” тамойили: объектларни кераксиз тарзда кўпайтирмаслик зарур).

4. Айнан шундай рискли вазият турли рискларни ўз ичига олиши мумкин. Ноаниқлик ҳолатлари ва уларга хос бўлган рискларни бир биридан фарқлаш керак. Масалан, корхона томонидан қарз маблағлари учун қимматли қоғоз (валюта облигацияси) сотиб олиниши бир вақтнинг ўзида нарх (валюта) rischi, валюта (ўтказиш) rischi, фоиз ставкаси rischi,

юқотилган фойда rischi, ликвидлик rischi, бузилиш rischi ва бошқаларни ўз зиммасига олиши мумкин.

5. Риск таксаномияси riskини қараб чиқишда ушбу ҳодисанинг хавф манбаи, riskни ўз зиммасига олган объект, riskни идрок этувчи субъект каби характерли белгиларини ажратиб кўрсатиш мақсадга мувофиқдир.

Рискларни шаклланиши алоҳида йўналишларининг умумий тамойилларига қараб, тадбиркорлик riskларини қуйидаги гуруҳлар бўйича турларга ажратдик (1-жадвал).

1-жадвал

Хизмат кўрсатиш соҳасида тадбиркорлик riskларининг шаклланиш йўналишлари бўйича таснифи⁵

№	Таснифий белгиси	Тадбиркорлик riskларининг кўринишлари
1.	Тадбиркорлик фаолиятининг турлари	1. Ишлаб чиқариш riskлари. 2. Тижорат riskлари. 3. Молиявий riskлар. 4. Воситачилик riskлари. Суғурталаш riskлари.
2.	Оқибатининг тавсифига кўра	1. Соф тавсифга эга riskлар. 2. Спекулятив riskлар.
3.	Пайдо бўлиш соҳасига кўра	1. Ташқи riskлар. 2. Ички riskлар.
4.	Шаклланиш омилларига кўра	1. Сиёсий riskлар. 2. Иқтисодий riskлар (бозор riskлари, кредит riskлари, операцион riskлар).
5.	Тадбиркорлик фаолияти кўламига кўра	1. Маҳаллий. 2. Тармоқ. 3. Ҳудудий. 4. Миллий. 5. Халқаро даражалардаги riskлар.
6.	Тадбиркорлик фаолияти босқичларига кўра	1. Ҳисобот riskлари (узоқ муддатли ва қисқа муддатли riskлар). 2. Жорий riskлар.

⁵ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

7.	Шаклланиш вақтига кўра	1. Ўтган даврдаги рисклар. 2. Жорий рисклар. 3. Истиқболдаги вужудга келиши мумкин бўлган рисклар.
8.	Риск оқибатининг кўламини баҳолаш бўйича	1. Жуда ҳам кенг кўламдаги рисклар. 2. Критик рисклар. 3. Юқори даражадаги рисклар. 4. Ўртача рисклар. 5. Минимал даражадаги рисклар.
9.	Диверсификациялаш имкониятларига кўра	1. Тизимлашган рисклар. Тизимлашмаган рисклар.

Тадбиркорлик рискларини таснифлашда қўйилган мақсад барча мавжуд тадбиркорлик рискларини аниқ ва тўлиқ ифодалашдан иборат. Жадвалда келтирилган тасниф келгусида хизмат кўрсатиш соҳасида riskли вазиятларни моделлаштиришда жараёнида қўлланилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ефимов Б.А. Изменение предпочтений индивидов в социальной сфере// Экономика и мат.методы, 2011. – Т.33. – Вып.2.

2. Ерофеева А.П. Модернизация системы управления персоналом на предприятиях сферы услуг. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Великий Новгород: 2014. – С. 141.

3. Малофеев И.В. Социальные услуги в системе социального обслуживания населения. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012 - 176 с. ISBN 978-5-394-01677-5.

4. К.Хаксевер, Б.Рендер, Р.Рассел, Р.Мердик Управление и организация в сфере услуг, 2-е изд. / Пер. с англ. Под ред. В. В. Кулибановой. - СПб: Питер, 2002. – 752 с.: ил. - (Серия «Теория и практика менеджмента»).

5. Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Ўқув қўлланма. – Т.: «Иқтисод-молия», 2008. - Б. 133.

MINTAQANING BARQAROR IQTISODIY O‘SISHIDA XIZMATLAR SOHASINING O‘RNI

Ergasheva A.F., Buxoro davlat universiteti tayanch doktoranti,

Annotatsiya: Ushbu maqolada xizmatlar sohasining dunyo iqtisodiyotida tutgan o‘rni, xizmatlar sohasini rivojlantirishning ahamiyati, Buxoro viloyati yalpi hududiy mahsulotida xizmatlar hajmi, Buxoro viloyati yalpi hududiy mahsuloti hajmida xizmatlar sohasining statistik ko‘rsatkichlari tahlili, shuningdek, xizmatlar sohasining mintaqa iqtisodiyoti uchun ko‘plab naf keltiruvchi tomonlari haqida ma’lumot berib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: xizmatlar, xizmatlar sohasi, yalpi ichki mahsulot, yalpi hududiy mahsulot.

Аннотация: В данной статье описывается роль сферы услуг в мировой экономике, значение развития сферы услуг, объем услуг в валовом региональном продукте Бухарской области, анализ статистических показателей сферы услуг в объеме представлена информация о валовом региональном продукте Бухарской области, а также о многих полезных аспектах сферы услуг для региональной экономики.

Ключевые слова: услуги, сфера услуг, валовой внутренний продукт, валовой региональный продукт.

Abstract: This article describes the role of the service sector in the world economy, the importance of the development of the service sector, the volume of services in the gross regional product of Bukhara region, the analysis of statistical indicators of the service sector in the volume of the gross regional product of Bukhara region, as well as the many beneficial aspects of the service sector for the regional economy. information has been provided.

Keywords: services, service industry, gross domestic product, gross regional product.

Bugungi kunda xizmat ko‘rsatish iqtisodiyotining shakllanishi va rivojlanib borishi rivojlangan bozor iqtisodiyotiga asoslangan mamlakatlarning yalpi ichki mahsulot tarkibini ham o‘zgarishiga o‘z ta’sirini ko‘rsatmoqda. Hozirda muayyan

mamlakatni rivojlangan mamlakatlar qatoriga qo'shish uchun yaratilayotgan yalpi ichki mahsulot tarkibida xizmat ko'rsatish sohasi hissasining 65 foizdan yuqori bo'lishi asosiy mezon hisoblanadi. Masalan, AQSh iqtisodiyotida yaratilgan yalpi ichki mahsulot tarkibida xizmat ko'rsatish sohasining ulushi 78,0 foizni tashkil etadi va unda ishlab chiqarish fondlarining 40,0 foizi mazkur soha hissasiga to'g'ri keladi. Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida esa yalpi ichki mahsulotning 65,0-70,0 foizi, Yaponiyada 62,0 foizi xizmat ko'rsatish sohasi hissasiga to'g'ri keladi. Shuningdek dunyo bo'yicha to'g'ridan-to'g'ri investisiyalar hajmining 40,0 foizi xizmat ko'rsatish sohasiga yo'naltirilgan[1].

Xalqaro valyuta fondi ma'lumotlariga ko'ra, XXI asrning boshlarida barcha turdagi xizmatlar hajmi 1500,0 trln. AQSh dollarini (bu ko'rsatkich jahon yalpi ichki mahsulotining 70,0 foizini tashkil etadi) tashkil etgan. Xalqaro savdo xizmatlari esa, jahon xo'jaligining barqaror rivojlanuvchi sektorini tashkil etadi[2].

Bugungi kunda mamlakatimizda ham xizmatlar sohasini rivojlantirishga katta ahamiyat berilmoqda. Mazkur sohaning mamlakatimiz iqtisodiyotidagi ulushini ko'paytirish uchun joylarda xizmatlar sohasidagi mavjud imkoniyatlarni to'liq ishga solish lozimligi ham ustuvor vazifalardan biridir. Ayniqsa, zamon talabidan kelib chiqib, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish, uning samaradorligini oshirish chora-tadbirlarini izchil amalga oshirish nihoyatda muhimdir.

Ta'kidlash joizki, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 11-mayda "Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori qabul qilinib, unga asosan "xizmatlar sohasining mamlakatimiz iqtisodiyotidagi ulushini ko'paytirish, joylarda xizmatlar sohasidagi mavjud imkoniyatlarni to'liq ishga solish, xizmatlar turlarini kengaytirish va sifatini oshirish bo'yicha o'z yechimini kutayotgan muammoli masalalarni hal qilish, mazkur yo'nalishda tadbirkorlik subyektlarini yanada qo'llab-quvvatlash, ularning g'oya va tashabbuslarini rag'batlantirish" masalalari qo'yilgan edi"[3].

Xizmat ko'rsatish sohasi iqtisodiyotning tarkibiy qismi sifatida iqtisodiy munosabatlar tizimida o'z o'rniga ega bo'lib, jamiyatdagi iqtisodiy qonuniyat va qonunlarga bo'ysunadi. Tarmoqlarning xalqaro tasnifida uch sektorni ajratish qabul qilingan: birlamchi (qishloq xo'jaligi, qazib olish sanoati), ikkilamchi (qayta ishlash sanoati), va uchlamchi (xizmat ko'rsatish sohasi yoki ijtimoiy soha) [4].

Respublikamizda amalga oshirilayotgan islohotlarning asosiy yo'nalishlaridan biri xizmatlar sohasiga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, ular yordamida yangi ish joylarini yaratish, mehnat resurslaridan samarali va oqilona foydalanishni tashkil etishdir. Prezidentimiz Shavkat Mirziyoev Konstitutsiyamizning 25 yilligiga bag'ishlangan tantanali tadbirdagi nutqida ta'kidlaganidek: "Xizmatlar sohasida faoliyat yuritishga ixtisoslashgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiyotning tez o'zgarib turadigan bozor talablariga javob berishini ta'minlaydigan zamonaviy tuzilmalarini shakllantirishda yangi ish o'rinlarini tashkil qilishda va aholi daromadlarini oshirishda qanchalik o'ta muhim rol o'ynashini albatta chuqur anglashimiz zarur" [5].

2023-yilning dekabr holatiga ko'ra, Buxoro viloyatida xizmatlar sohasining umumiy hajmi 15 455,9 mlrd. so'mni, shu jumladan, kichik tadbirkorlik sohalarida ko'rsatilgan xizmatlar – 60,9% va jami korxonalarda xizmatlar sohasidagi korxonalar ulushi 68,0% tashkil etib, 2022-yilning mos davriga nisbatan 111% ga o'sishga erishgan(1-jadval).

1-jadval.

Buxoro viloyati yalpi hududiy mahsulotida xizmatlar hajmi (joriy narxlarda, mlrd.so'm)

	2018- yil	2019- yil	2020- yil	2021- yil	2022- yil	2023- yil
Xizmatlar	6 286,8	7 826,5	8 787,4	10 892,7	13 107,0	15 455,9
savdo, yashash va ovqatlanish bo'yicha	1 489,2	1 841,4	2 173,8	2 632,3	3 251,0	3 832,2

xizmatlar						
tashish va saqlash, axborot va aloqa	1 298,3	1 410,9	1 565,9	2 023,8	2 302,1	2 814,6
boshqa xizmat tarmoqlari	3 499,3	4 574,2	5 047,7	6 236,6	7 553,9	8 809,1

Manba: <https://www.buxstat.uz/uz/rasmiy-statistika/national-accounts-2>

2023-yil hisobot davrida viloyat ko'rsatkichidan yuqori o'sish sur'atlari Buxoro (115,0%) va Kogon (112,2%) shaharlari, Qorovulbozor (113,0%), Romitan (109,8%), Olot (108,9%), Kogon (108,7%), Buxoro (108,5%) tumanlarida kuzatilgan bo'lsa, Vobkent (88,1%) va Shofirkon (106,0%) tumanlarida aksincha, o'sish sur'atlari pastligi qayd etilgan(2-jadval).

2-jadval.

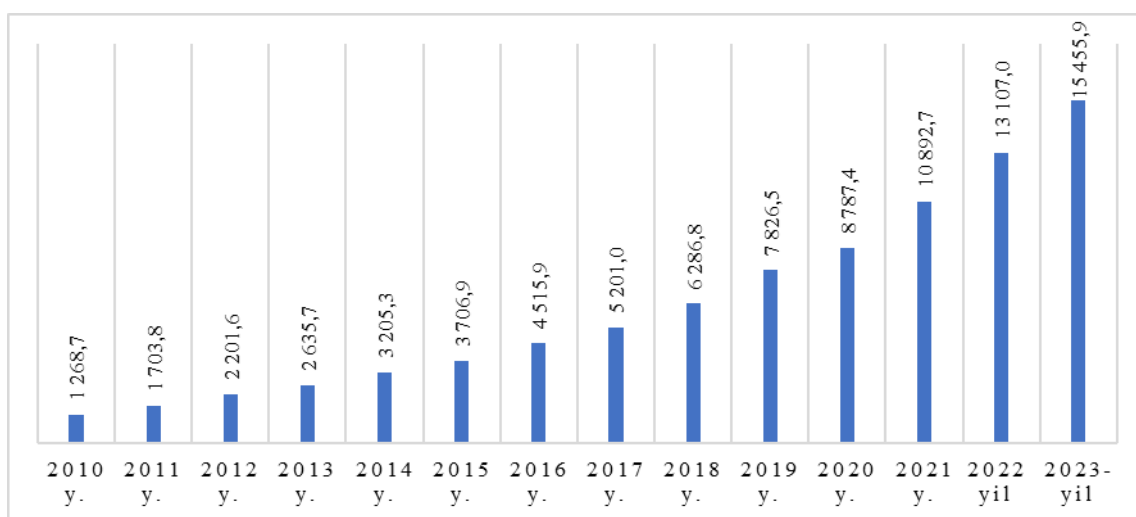
Buxoro viloyati bo'yicha ko'rsatilgan xizmatlar hajmi (mlrd. so'm)

	2019- yil	2020- yil	2021- yil	2022- yil	2023- yil	(olding i yilga nisbata n. %
Buxoro viloyati	8 413,2	9 843,1	12 574,1	15 848,8	19 344,0	111,0
Buxoro shahri	3 129,5	3 737,8	4 650,1	6 206,3	7 486,0	112,8
Kogon shahri	319,9	355,2	443,2	588,2	725,9	110,6
Olot	325,4	375,0	446,2	515,9	635,5	109,8
Buxoro	487,3	574,3	675,5	808,6	1 005,3	110,5
Vobkent	437,1	447,7	825,6	1 029,2	1 207,7	105,3
G'ijduvon	1 143,7	1 301,1	1 684,4	1 911,1	2 361,7	110,9
Kogon	284,0	315,8	424,8	525,3	651,4	110,0
Qorako'l	392,1	438,6	548,9	683,7	845,2	109,9
Qorovulbozor	152,4	196,7	238,9	306,6	394,2	113,9
Peshku	445,0	547,6	688,3	869,3	1 053,7	109,0
Romitan	463,2	517,2	690,8	870,4	1 077,6	111,0
Jondor	437,1	598,5	699,8	837,2	1 038,1	110,7
Shofirkon	396,5	437,6	557,6	697,0	861,7	110,0

Manba: <https://www.buxstat.uz/uz/rasmiy-statistika/services-2>

Shahar va tumanlar kesimida xizmatlar sohasining eng yuqori hajmi Buxoro (5 262,5 mlrd. so‘m) shahar, G‘ijduvon (1 697,7 mlrd. so‘m), Vobkent (916,4 mlrd. so‘m), Romitan(790,6 mlrd. so‘m) tumanlarida qayd etildi. Aksincha, eng kam hajmga ega hududlarga Qorovulbozor (273,1 mlrd. so‘m) va Kogon (457,1 mlrd. so‘m) tumanlarini keltirib o‘tish mumkin. Aholi jon boshiga ko‘rsatilgan xizmatlarining hajmi 6 787,5 ming so‘mni tashkil etib, 2022-yilning mos davriga nisbatan 107,5%ga o‘shishga erishdi(1-chizma).

Hisobot davrida xizmatlar sohasining asosiy turlari bo‘yicha ko‘rsatkichlari quyidagicha aks etdi, aloqa va axborotlashtirish xizmatlari 546,7 mlrd. so‘m, moliyaviy xizmatlar 2 899,6 mlrd. so‘m, transport xizmatlari 2 856,9 mlrd. so‘m, avtotransport xizmatlari 2 574,7 mlrd. so‘m, yashash va ovqatlanish xizmatlari 537,3 mlrd. so‘m, savdo xizmatlari 4 167,6 mlrd. so‘m, ko‘chmas mulk bilan bog‘liq xizmatlar 262,8 mlrd. so‘m, ta‘lim sohasidagi xizmatlar 756,4 mlrd. so‘m, sog‘liqni saqlash sohasidagi xizmatlar 266,5 mlrd. so‘m, ijara xizmatlari 286,8 mlrd. so‘m, kompyuter va maishiy tovarlarni ta‘mirlash bo‘yicha xizmatlar 284,6 mlrd. so‘m, shaxsiy xizmatlar 318,6 mlrd. so‘m, me‘morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar 124,7 mlrd. so‘m va boshqa turdagi xizmatlar 417,8 mlrd. so‘mni tashkil qildi[6].



1-chizma. Buxoro viloyati yalpi hududiy mahsuloti hajmida xizmatlar sohasining statistik ko‘rsatkichlari 2010-2023-yillar (joriy narxlarda, mlrd.so‘m)

Jahon iqtisodiyotidagi o'zgarishlar O'zbekiston iqtisodiyotining boshqa sohalari singari xizmatlar sohasini ham ustuvor darajada rivojlantirishni taqozo yetmoqda. Shu sababli, mamlakatimizda islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish ustuvor vazifalardan biri hisoblanadi. Xizmat ko'rsatish sohasini mamlakatimiz ichki imkoniyatlaridan kelib chiqib, rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish dolzarbligicha qolmoqda.

Xizmatlar bu iste'molchilarning (yuridik va jismoniy shaxslar) holatini o'zgartiradigan yoki tovarlar, xizmatlar yoki moliyaviy aktivlarni ayirboshlashda ko'maklashadigan ishlab chiqarish faoliyati natijasidir. Xizmatlar sohasi - korxonalar, tashkilotlar hamda jismoniy shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan turli xizmat turlarini takror ishlab chiqarishni o'z ichiga olgan jamlanma soha hisoblanadi. Boshqacha aytganda, xizmatlar sohasi tijorat, kasbiy va maishiy xizmatlarni ko'rsatishga ixtisoslashgan mamlakat iqtisodiyotining tarmoqlari hisoblanadi[7].

Yuqoridagi statistik ma'lumotlardan kelib chiqqan holda, xizmatlar sohasining mintaqaviy iqtisodiyoti uchun ko'plab naf keltiruvchi tomonlari mavjud:

- xizmatlar sohasi YAHM tarkibida katta hajmni egallaydi;
- xizmatlar sohasi moddiy va nomoddiy ne'matlar ishlab chiqaruvchi kichik biznes subyektlari sifatida shakllanadi;
- xizmatlar sohasi aholi turmush darajasini oshishiga xizmat qiladi;
- mintaqada yangi xizmatlar bozorini shakllantiradi;
- aholining ish bilan bandligi darajasini oshiradi;
- hududiy infratuzilmaning rivojlanishiga katta hissa qo'shadi;
- xizmat ko'rsatish obyektlari isloh qilinadi;
- viloyatdagi investitsiya ichki va tashqi investitsiya hajmini oshiradi va hokazo.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. О. Изряднова Раздел 4. Реальный сектор экономики // Российская экономика. Тенденции и перспективы. 2017. №39. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razdel-4-realnyy-sektor-ekonomiki-2>.

2. http://arm.sies.uz/wp-content/uploads/2020/11/21-Jaxon_ik.-XIM.-LOTIN1-Toshkent-2008.pdf
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 11-mayda imzolangan "Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" Qarori.// "Xalq so'zi" gazetasi. 2021 yil 2 may. 1-2-betlar.
4. Бурменко Т.Д. Экономика сферы услуг (Вводный курс) / Т.Д.Бурменко. –Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2004. –С.37-38.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Miromonovich Mirziyoevning Konstitutsiyamizning 25 yilligiga bag'ishlangan tantanali tadbirdagi nutqi, 2017-yil 8-dekabr
6. <https://review.uz/uz/post/buxoro-viloyati-xizmatlar-sohasining-2023-yil-yanvar-sentyabr-oylari-yakunlari>
7. Shodibekova D.A. O'zbekistonda xizmatlar sohasini rivojlantirish: muommolar va yechimlar (monografiya). – T.: TDIU, 2020. – 145 b.

QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARINI YETISHTIRISHDA SUV RESURSLARI TEJAMKOR TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH HOLATI (QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI MISOLIDA)

Amanbayev Amanali Orazbayevich,

Qoraqalpoq davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya: Mazkur maqolada qishloq xo'jaligida tejamkor sug'orish texnologiyalari, tomchilatib sug'orish, tomchilatib sug'orish afzalliklari va kamchililari, tomchilatib sug'orish tavsiya qilinadigan ekin turlari, tomchilatib sug'orishning samaradorlikka ta'siri va tejamkor texnologiyalarni qo'llash natijasida erishilgan hosildorlik to'g'risida statistik ma'lumotlar va xulosalar keltirilgan.

Аннотация: В статье рассмотрены экономические технологии орошения в сельском хозяйстве, капельное орошение, преимущества и недостатки капельного орошения, виды культур, рекомендуемые для капельного орошения, влияние капельного орошения на эффективность и урожайность,

получаемую в результате применения экономических технологий. представлены статистические данные и выводы.

Abstract: The article discusses economical irrigation technologies in agriculture, drip irrigation, the advantages and disadvantages of drip irrigation, types of crops recommended for drip irrigation, the influence of drip irrigation on the efficiency and yield obtained as a result of the use of economical technologies. statistical data and conclusions are presented.

Kalit soʻzlar: Suv resurslarini tejovchi texnologiyalar, tomchilatib sugʻorish, yomgʻirilatib sugʻorish, lazerli tekislash, mikro sugʻorish tizimi.

Ключевые слова: водосберегающие технологии, капельное орошение, спринклерное орошение, лазерная нивелировка, система микроорошения.

Dunyo resurslari instituti tadqiqotiga koʻra, 2025-yilga kelib dunyo aholisining yarmi suv tanqisligiga uchragan hududlarda yashashi kutilmoqda[1]. 2030-yilda kuchli suv tanqisligi tufayli 700 millionga yaqin odam iqlim muhojirlariga aylanadi.

Qoraqalpogʻiston Respublikasi uchun muhim boʻlgan hukumat siyosati suv tejovchi vositalarni tezroq joriy etish va bu borada ishlab chiqaruvlarni kengaytirish dolzarb masalalardan biri. Qoraqalpogʻiston Respublikasi hududida suv resurslarini tejash va hududga mosligi jihatidan eng qulay sugʻorish usuli deya tomchilatib sugʻorishni tavsiya etish mumkin.

Tomchilatib sugʻorish - suvni aniq yetkazib berish uchun past bosimli tizim. U quvurlar, quvurlar va emitentlar yoki sprinklerlar tizimidan foydalanadi. Tomchilatib sugʻorish baʼzan tomchilab sugʻorish yoki mikro sugʻorish sifatida ham tanilgan va suv kam miqdorda, lekin uzoq vaqt davomida yetkazib beriladi.

Anʼanaviy sugʻorish usullari, masalan, markazlashtirilgan sugʻorish yoki ariqlab sugʻorish bilan solishtirganda, tomchilatib yoki mikro sugʻorish tizimi fermerning suv samaradorligini 70% gacha oshirishi va energiya xarajatlarini 50% ga kamaytirishi mumkin.

Tomchilatib sugʻorish suvdan unumli foydalanishga yordam beradi. Yaxshi ishlab chiqilgan tomchilatib sugʻorish tizimi oqimda, chuqur oqish yoki

bugʻlanishga deyarli hech qanday suv qismini yoʻqotmaydi. Tomchilatib sugʻorish suvning ekin barglari, poyalari va mevalariga tegishini sabab boʻlmasdan, faqat ildiz orqali sugʻoriladi. Bu sharoitlar suv natijasida oʻsimliklarda yuzaga kelishi mumkin boʻlgan kasallikning boshlanishining oldini oladi. Mukammal sugʻorish jadvali orqali hosildorlik va sifatni oshirish, ekinlarga boʻlgan talabni mukammal qondirish mumkin.

Tomchilatib sugʻorishning afzalliklari:

- Hosildorlikni 230% gacha oshiradi
- Anʼanaviy sugʻorish bilan solishtirganda suvni 70% gacha tejaydi. Tejalgan suv bilan koʻproq yerni sugʻorish va oʻzlashtirish mumkin
- Oʻsimliklar barqaror oʻsadi, sogʻlom va tez pishib yetiladi
- Investitsiyalarning yuqori va tezroq qaytimini taʼminlaydi
- Oʻgʻitlardan foydalanish samaradorligi 30% ga oshadi
- Oʻgʻitlar, ekinlararo sarflar va mehnat sarfi arzonlashadi
- Oʻgʻitlarni mikro sugʻorish tizimining oʻzi orqali samarali berish mumkin
- Notekis yerlar, shoʻrlangan, orolchalar, qumli va tepalikli yerlarda ham samarali dehqonchilikni amalga oshirilishi mumkin
- Ishlab chiqarishni avtomatlashtirish mumkin

Tomchilatib sugʻorish bilan qishloq xoʻjaligida mineral oʻgʻitlarni yanada samarali qoʻllash mumkin. Faqat ekinlarning ildiz qismi sugʻorilganligi sababli, tuproqdagi azot kamroq yuviladi va qoʻllaniladigan azotli oʻgʻitdan samaraliroq foydalanish mumkin.

Tomchilatib sugʻorishning afzalliklari bilan birga baʼzi quyidagi kamchiliklari ham mavjud:

- tomchilatib sugʻorish tizimlari odatda 1250-3000 AQSh dollar/gektar yoki undan ham qimmatroq turadi. Xarajatlarning bir qismi bir necha yil davomida foydali boʻlgan kapital qoʻyilmalar, bir qismi esa yillik sarflar hisoblanadi. Sugʻorish tizimlari kerak boʻlganidan koʻra, murakkabroq va qimmatroq boʻlishi mumkin. Tomchilatib sugʻorishni yangi boshlagan fermerlar kichik maydonda nisbatan oddiy tizimdan boshlashni xohlashlari mumkin;

- suvni yuboruvchi tomchilatib beruvchi lenta yoki quvurlar oqmasligi yoki tiqilib qolmasligi uchun ularni boshqarilishi, nasoslar yordamida suv quvilishi kerak. Tomchilatish quyqalari loy yoki sug'orish suvidan filtrlanmagan boshqa zarralar bilan osongina tiqilib qoladi. Quyqaning tiqilib qolishi, shuningdek, lentada o'sadigan suv o'tlari yoki quyqadagi kimyoviy birikmalar tufayli ham bo'lishi mumkin;

- begona o'tlarga qarshi kurash ishlarini qayta ko'rib chiqish kerak bo'ladi. Agar gerbitsidlarni faollashtirish uchun purkagich bilan sug'orish kerak bo'lsa, tomchilatib sug'orish qoniqarsiz bo'lishi mumkin. Biroq, tomchilatib sug'orish quruq iqlim sharoitida tuproq yuzasining ko'p qismini quruq holda saqlash orqali begona o'tlarga qarshi kurashni kuchaytirishi mumkin. Lenta chuqurligi kultivatsiya va begona o'tlarni tozalash kabi operatsiyalarga mos kelishi uchun ehtiyotkorlik bilan tanlanishi kerak;

- bosim bilan suv yuboriluvchi lenta hosilni yig'ib olgandan keyin qo'shimcha tozalash xarajatlarini keltirib chiqaradi. Tomchilatib yuborish lentasini utilizatsiya qilish, qayta ishlash yoki qayta ishlatishni rejalashtirish kerak bo'ladi.

Tomchilatib sug'orishni hamma ekinlar turlariga ham joriy etib bo'lmaydi. O'rganishlar bugungi kunda Qoraqalpog'iston Respublikasi hududida ariqlab sug'orish mumkin bo'lgan ko'pchilik ekinlarga mos kelishi aniqlandi. Ammo g'allachilikdagi boshqoli don ekinlari (bug'doy, arpa, sulii, javdar)da yomg'irlatib sug'orish yaxshiroq natija beradi.

Tomchilatib sug'orish tavsiya qilinadigan ekin turlari:

1. Texnika ekinlari – Shakarqamish, paxta, yeryong'oq, kanop, lavlagi va boshqalar;

2. Sabzavotlar - Pomidor, qalampir, karam, piyoz, sabzi, ismaloq, kartoshka va boshqalar;

3. Poliz ekinlari - Qovun, tarvuz, qovoq, bodring va boshqalar;

4. Donli ekinlar - No'xat, makkajo'xori, kungaboqar va boshqalar;

5. Bog'dorchilik - Olma, uzum, anor, sitrus mevalar, nok, gilos, shaftoli, anjir, manzarali daraxtlar, rezavorlar va boshqalar;

6. Gulchilik - Atirgul, chinnigullar, gerbera, antoryum, jasmin, dahiliya, marigold va boshqalar.

1-jadval

Qishloq xo‘jaligida yetishtiriladigan ekin turlarini tomchilatib sug‘orishning samaradorlikka ta’siri

Ekinlar	Suv tejalishi (%)	Hosildorlikning oshishi (%)
Bog‘lar	45	52
Karam	68	70
Qalampir	68	28
Bodring	56	48
Uzum	48	23
Yeryong‘oq	40	152
Anor	45	45
Qandlavlasi	50	99
Sabzi	61	50
Pomidor	42	60
Poliz ekinlari	66	19
G‘o‘za	69	189
Kartoshka	66	213

Jadvalda, Qoraqalpog‘iston Respublikasi hududida yetishtirish mumkin bo‘lgan ekinlar va ularni tomchilatib sug‘orish natijasida suv tejalishi imkoniyatlari va hosildorlikning oshishi keltirib o‘tilgan.

Tomchilatib sug‘orish imkoniyatlari ancha keng, keng dalalarga filtrlangan toza suvni sug‘orish lentalariga yuborish uchun faqatgina bir joyda hovuzdan foydalanib qolmasdan yoki energiya sarflab nasoslarda yubormasdan ham dala rel’efidan foydalangan holda lotok ariqlardan yoki trubalar orqali ham suv resurslarini uzatish mumkin.

Suv tejovchi texnologiyalar eng kam joriy etilgan tuman – bu suv oqimlarining quyi oqimida joylashgan – Mo‘ynoq tumanidir. Tumanda 195 gektarga suv tejovchi texnologiyalar joriy etilib, shundan, tomchilatib sug‘orish – 35 ga, egiluchan quvur orqali sug‘orish – 160 ga yerda joriy etilgan. Respublika bo‘yicha suv resurslarini tejash maqsadida – 73737 ga yer maydonida lazerli tekislash ishlari olib borilgan. Bunda eng ko‘p tekislash ishlari Amudaryo

tumanida – 8326 ga, eng kam – Mo‘ynoq tumanida – 903 ga. Qoraqalpog‘iston Respublikasida suv tejovchi texnologiyalardan foydalanish o‘z samarasini bergan. Natijada Respublikada 2019-2022-yillarda 176,2 mln. m³ suv resurslari tejalishiga erishilgan.

Qoraqalpog‘iston Respublikasida suv tejovchi texnologiyalar joriy etish orqali tejalgan suv resurslari miqdori o‘rganilganida Respublikada suv resurslarining tejalishi ko‘proq lazerli tekislash hisobiga – 98,8 mln. m³, shuningdek, tomchilatib sug‘orish hisobiga bo‘lgan – 61,3 mln. m³. Respublikada egiluvchan quvur orqali sug‘orish hisobiga – 9,6 mln. m³, g‘alla maydonlarini yomg‘irlatib sug‘orish hisobiga – 5,0 mln. m³, diskretli sug‘orish hisobiga 0,18 mln. m³ suv resurslari tejalgan.

Yuqoridagilardan kelib chiqib quyidagicha xulosa qilish mumkin. Respublika qishloq xo‘jaligida suv resurslaridan foydalanish holati o‘rganilganida suv resurslari miqdori, sug‘oriladigan yer maydoni yildan-yilga kamayib borganligi, suv resurslarining yo‘qotilishi esa aksincha oshib borganligi kuzatildi. Respublika qishloq xo‘jaligida 2013-2023-yillarda o‘rtacha 6506,7 mln m³ suv resurslari sarflangan bo‘lsa, bu miqdor 2019-yilga qadar 7594,01 mln m³ni tashkil etgani holda, asta-sekinlik bilan kamayib borgan. Shunga mos ravishda 515,2 ming gektardan 332,8 ming gektarga qadar qisqarib borgan.

Tomchilatib yoki mikro sug‘orish tizimi fermerning suv samaradorligini 70% gacha oshirishi va energiya xarajatlarini 50% ga kamaytirishi mumkin. 5 ta ekinni tomchilatib sug‘orilganida daramod an’anaviy mahsulot yetishtirishga nisbatan 1,67-5,4 martagacha yuqori bo‘lgan. Respublika tumanlarida suv tejovchi texnologiyalarni joriy etish ishlari amalga oshirilmoqda, jumladan, 13725 gektarga tomchilatib sug‘orish texnologiyalari, 2355 gektarga (g‘alla) yomg‘irlatib sug‘orish, 122 gektarga diskret sug‘orish, 8920 gektarga - egiluchan quvur orqali sug‘orish, 1261 gektarga - plyonka to‘shab sug‘orish joriy etilib Qoraqalpog‘iston Respublikasida suv tejovchi texnologiyalardan foydalanish o‘z samarasini bergan. Natijada Respublikada 2019-2022-yillarda 176,2 mln. m³ suv resurslari tejalishiga

erishilgan. Respublikada suv resurslarining tejalishi ko'proq lazerli tekislash hisobiga to'g'ri keladi.

Adabiyotlar:

1. World resources institute - www.wri.org - Rising to the Climate Change Challenge
2. Сауханов Ж.К. Аграр тармоқда ташқи самараларни оптимал тартиблаштириш ва трансакция харажатларини пасайтириш механизмлари (Қорақалпоғистон Республикаси мисолида). Иқт. фан. док. илм. дар. дисс. автореф. –Урганч, 2022.
3. Маткаримов М.М. Сув тежовчи ва муҳофаза қилувчи технологияларни қўллаш жараёнларини бошқариш (қуйи Амударё кишлоқ хўжалиги мисолида): дисс..авт..и.ф.н.-Самарқанд, 2006
4. Ибрагимов М.А. Қорақалпоғистон Республикасида кишлоқ хўжалигини барқарор ривожланишини таъминлашда сув-ер ресурсларидан фойдаланишни бошқаришни моделлаштириш: дисс... и.ф.н. – Т., 2005

KICHIK VA O'RTA BIZNESDA INSON RESURSLARINI BOSHQARISHDA REKRUITING MARKETINGNING O'RNI VA AHAMIYATINI BAHOLASH

**Atabayeva Risolatxon Zaidjanovna,
Toshkent Kimyo xalqaro universiteti magistranti**

Annotatsiya: Bu tezis kichik va o'rta biznes sohasidagi tashkilotlarda inson resurslarini boshqarishning asosiy jarayonlari, rekruting (ishga qabul qilish) va marketingning o'rni va ahamiyatini o'rganishga bag'ishlangan. Tezisda rekrutingning kichik va o'rta bizneslarda qanday amalga oshirilishi kerakligi, yaxshi xodimlarni topish va ixtisoslashishning muhimligi ko'rsatilgan. Rekruting jarayonlarida ma'lum bir vakansiya uchun talabalarni tanlash, xodimlarni sifatli tanlash, intervyu va sinovlar orqali baholash va kengaytirilgan rekruting usullaridan foydalanish keng qamrovli ko'rsatilgan.

Kalit soʻzlar: Kichik biznes, oʻrta biznes, inson resurslari, rekruting, marketing kommunikatsiyalari.

Аннотация: Данный тезис работа посвящена исследованию основных процессов управления человеческими ресурсами, подбора персонала и маркетинга в организациях сферы малого и среднего бизнеса. В тезис показано, как следует осуществлять подбор персонала на предприятиях малого и среднего бизнеса, важность поиска хороших сотрудников и специализации. В процессах подбора персонала всесторонне проявляется отбор студентов на конкретную вакансию, качественный отбор сотрудников, оценка посредством собеседований и тестов, использование передовых методов подбора персонала.

Ключевые слова: Малый бизнес, средний бизнес, человеческие ресурсы, подбор персонала, маркетинговые коммуникации

Annotation: This thesis is dedicated to the study of the main processes of human resource management, recruiting and marketing in organizations in the field of small and medium-sized businesses. The thesis shows how recruiting should be done in small and medium-sized businesses, the importance of finding good employees and specialization. Selection of students for a specific vacancy, qualitative selection of employees, evaluation through interviews and tests, and the use of advanced recruiting methods are comprehensively shown in the recruitment processes.

Keywords: Small business, medium business, human resources, recruiting, marketing communications

Mahsulot bozorlarining globallashuvi va biznes tashkilotlarining koʻp millatli faolligi inson resurslarini boshqarish (HRM) va uning madaniy nisbiyligi va oʻtkazuvchanligiga boʻlgan qiziqishni oshirdi.

Agar siz kadrlar sohasida martaba izlamoqchi boʻlsangiz yoki kasbiy qobiliyatingizni oshirmoqchi boʻlsangiz, ishga qabul qilish tamoyillarini tushunish juda muhimdir. Ishga yollash kompaniyaning inson resurslari faoliyatining muhim jihati hisoblanadi. Siz ishga qabul qilish qobiliyatingizni oshirishingiz va bu haqda

ko'proq ma'lumotga ega bo'lgan holda ishga qabul qilish bo'yicha martaba bilan shug'ullanishni xohlayotganingizni aniqlashingiz mumkin. Ushbu ilmiy ishda biz ishga yollashni aniqlaymiz, bu nima uchun muhimligini ko'rib chiqamiz, muvaffaqiyatli yollash strategiyasi tashkilotingizga qanday foyda keltirishi mumkinligini ko'rib chiqamiz, ishga olish rejasini qanday tuzishni va ishga yollashda ishlashning afzalliklarini ko'rib chiqamiz.

Kompaniyaning HR jamoasi va ishga qabul qiluvchilar ish o'rinlari uchun malakali shaxslarni aniqlash jarayoni ishga yollash deb nomlanadi. Keyin ular kompaniyaning bo'sh ish o'rinlari haqida xabardor qilish uchun professional tarmoq saytlari yoki boshqa mavjud aloqa kanallari orqali shaxsga murojaat qilishadi. Agar ular ishga qabul qilinsa, kompaniya faoliyatiga hissa qo'shish maqsadida ishga joylashish uchun arizalarni to'ldiradi, suhbatlarda qatnashadi va ishga takliflarni qabul qiladi.[1]

Inson resurslarini boshqarish nazariyalari xodimlarni tanlash jarayoni sifatida intervyu, umumiy baholash va psixometrik testlarning afzalliklarini ta'kidlab, ishga yollash va tanlash usullariga e'tibor beradi. Uning siyosati, reklama, lavozim tavsiflari, ishga ariza berish jarayoni, suhbatlar, baholash, qarorlar qabul qilish, qonunchilikni tanlash va o'qitish - bularning barchasi ishga qabul qilish jarayonining barcha bosqichlari bo'lib, ular ichki yoki tashqi yoki hatto onlayn tarzda o'tkazilishi mumkin.

Sog'liqni saqlash, tijorat va sanoat sohalarida ishga qabul qilish siyosatiga misollar siyosatlar qanday ishlab chiqilganligi va boshqaruv maqsadlari aniqlanganligi haqida tushuncha berishi mumkin. Ish va mehnat bozori sharoitlarini har tomonlama o'rganish, shuningdek, intervyu va abituriyentlarning imkoniyatlarini aniqlash uchun psixometrik testlar - bularning barchasi ishga qabul qilishning samarali strategiyasidir. Kichik va o'rta biznes (KO'B) shuningdek, ish tahlili, yangi yoki tajribasiz murojaat etuvchilarda hissiy aql va intervyu va baholash (CSR) paytida korporativ ijtimoiy mas'uliyatga urg'u beradi[2]. Har xil turdagi intervyular, in-tray mashqlari, rolli o'yinlar, guruh faoliyati va boshqa tanlov yondashuvlari haqida xabar berilgan.

Ishga qabul qilish har qanday boshqaruv jarayoni uchun deyarli hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lib, har qanday firma uchun muammolarni keltirib chiqarishi mumkin, jumladan, rentabellikka salbiy ta'sir ko'rsatishi, ishchi kuchi yoki tajribaning yetishmasligi. Kadrlarni noto'g'ri tanlash ishchi kuchi yetishmasligi yoki boshqaruv qarorlarini qabul qilish bilan bog'liq muammolarga olib kelishi mumkin va boshqaruv nazariyalarini qo'llash orqali ishga qabul qilish jarayonini yaxshilash mumkin. Rodjersning yetti balldan iborat strategiyasi, Munro-Frazersning besh martalik baholash tizimi, psixologik testlar va shaxsiy intervyular yordamida jarayon yanada murakkablashishi mumkin. Turli kasblar va mutaxassisliklar bo'yicha aniq va xilma-xil tanlov tartiblari bo'yicha tavsiyalar berildi. Buyuk Britaniya sog'liqni saqlash sektorida psixiatrlar, anesteziyalar va stomatologlar uchun yangi milliy tanlov tartibi taklif qilindi[3].

Boshqa tomondan, ishga qabul qilish oddiygina asosiy tanlov jarayoni emas; eng yaxshi odamlarni ishga joylashtirish uchun boshqaruv qarorlarini qabul qilish va jiddiy tayyorgarlikni talab qiladi. Biznes tashkilotlari o'rtasidagi eng yaxshi xodimlar uchun raqobat innovatsiyalar va boshqaruv qarorlarini qabul qilishga e'tiborni kuchaytirdi, selektorlar kompaniyaning korporativ madaniyati, axloqi va iqlimiga mos keladigan eng yaxshi shaxslarni tanlashni maqsad qilgan. Bu shuni anglatadiki, menejment jamoa bo'lib ishlashga qodir bo'lgan abituriyentlarni alohida izlaydi, chunki har qanday kichik boshqaruv rolida jamoaviy ish muhim ahamiyatga ega.

Har qanday biznes tashkilotidagi inson resurslari amaliyoti kompaniyaning samaradorligi va rentabelligini oshirish maqsadida xodimlarni o'qitish orqali korporativ maqsadlarga erishish va strategik rejalarni amalga oshirishga qaratilgan. Boshqa tomondan, ishga qabul qilish jarayoni tegishli odamlarni ariza berish va tanlash bilan tugamaydi; shuningdek, tanlangan xodimlarni saqlash va saqlashni ham o'z ichiga oladi. Ishga qabul qilish va tanlash bo'yicha puxta o'ylangan rejaga, shuningdek, o'qitilgan boshqaruv guruhini jalb qilishga qaramay, firmalarni ishga qabul qilish tartib-qoidalari amalga oshirishda jiddiy qiyinchiliklarga duch kelishi mumkin. HRM nazariyalari ishga yollashning

optimal yondashuvlari haqida tushuncha berishi mumkin, ammo tashkilotlar o'zlarining ichki boshqaruv qobiliyatlaridan foydalangan holda muayyan tashkiliy kontekstlarda umumiy nazariyalardan foydalanishlari kerak[4].

O'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lgan iqtidorlarni ishga olish bo'yicha kompleks boshqaruv axborot tizimini ishlab chiqish juda muhim va bu kompaniya uchun ham katta strategik ahamiyatga ega. Mobil Internet davrida, korxonada kadrlar tanlashni boshqarish modelida hali ham chuqur o'rganilishi kerak bo'lgan ko'plab mazmunlar mavjud. Korxonaning inson resurslarini yollash boshqaruvini o'rganish uchun hali ko'p qadamlar mavjud, chunki ular qamrab olinmagan joy va shaxsiy qobiliyatlar. Bundan tashqari, ishga qabul qilishni baholash tizimining tegishli eksperimentlarining haqiqiy tatbiq ta'sirini faqat nazariya va simulyatsiya darajasidan an'anaviy model bilan solishtirish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. "Small Business Management: Launching and Growing Entrepreneurial Ventures" - Justin G. Longenecker, J. William Petty, Leslie E. Palich, and Frank Hoy.

2. "Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage" - Raymond A. Noe, John R. Hollenbeck, Barry Gerhart, and Patrick M. Wright.

3. "Strategic Human Resource Management: Building Research-Based Practice" - John Bratton and Jeffrey Gold.

4. "Marketing for Entrepreneurs: Concepts and Applications for New Ventures" - Frederick G. Crane and Ryan T. Howell.

XORAZM VILOYATIDA AHOLI TARKIBINING O'ZGARISHI VA UNING MEHNAT RESURSLARIGA TA'SIRI

**Babadjanov Zokir Kadamovich,
Xorazm viloyati statistika boshqarmasi
Demografiya mehnat va gender statistikasi bo'limi boshlig'i**

Annotatsiya. Mazkur maqolada aholi yosh tarkibining o'zgarishi va uning ishchi kuchi bozoriga ta'siri muammosi keltirib o'tilgan. Shuningdek, Xorazm viloyatida aholi yosh tarkibini o'zgarishini 1991-2023-yillar ma'lumotlari asosida qiyosiy tahlili amalga oshirilgan. Yosh tarkibidagi o'zgarishlarning oqibatlari baholanilgan.

Аннотация. В данной статье рассмотрена проблема изменения возрастной структуры населения и ее влияние на рынок труда. Также проведен сравнительный анализ изменения возрастной структуры населения Хорезмской области за период 1991-2023 гг., оценены последствия изменения возрастной структуры.

Annotation. In this paper looked through problem of changes in the age structure of population and its impact on labor market. Also, carried out a comparative analysis of age structure changes of population in Khorezm region between 1991-20023, assesed consequences of changes in age structure.

Kalit so'zlar. Aholi soni, aholi yosh tarkibi, tug'ilish koeffitsienti, o'lim koeffitsienti, ishchi kuchi, mehnat bozori.

Ключевые слова. Население, возрастная структура населения, рождаемость, смертность, рабочая сила, рынок труда.

Keywords. Population, population age structure, birth rate, death rate, labor force, labor market.

Kirish

Aholi yosh tarkibidagi o'zgarishlar ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkichlarga bevosita ta'sir ko'rsatadi va taraqqiyot darajasida o'z aksini topadi. Jumladan, keyingi yillarda aholi o'sish sur'atidagi sekinlashish hisobiga aholining qarishini kuzatilayotganligi istiqbolda mehnat bozorida o'ziga xos muammolarni keltirib

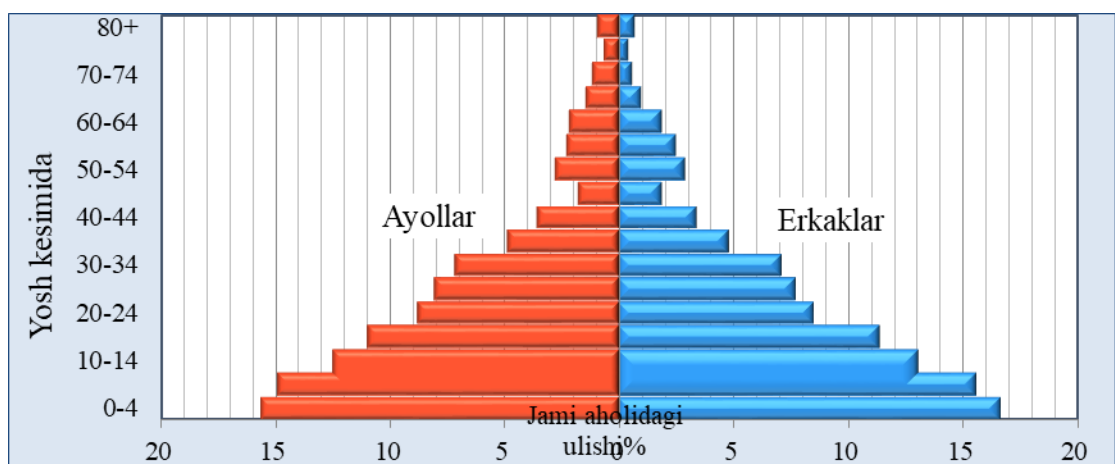
chiqarishi va iqtisodiyot uchun keskin o'zgarishlarni keltirib chiqarishi mumkinligi ta'kidlanmoqda [1,2,3]. Aholi yosh tarkibini o'zgarish, boshqacha aytganda qarish jarayoni mehnat bozorining tuzilishi va faoliyatiga ikki ko'rinishda ta'sir ko'rsatadi: birinchidan talab va taklifdagi o'zgarish hamda unumdorlikni pasayishi, ikkinchidan bilvosita yalpi talab tarkibini ko'proq xizmatlar va mahsulotlarga o'tkazish orqali. Ya'ni, ishchi kuchining qarishi ularning harakatchanligi, bandligi, unumdorligi va shunga mos ravishda ishchi kuchi bozorining ishlashi va moslashuvchanligiga o'z ta'sirini ko'rsatadi [4].

Bu o'z navbatida aholi yosh tarkibidagi o'zgarishlarning qiyosiy tahlilini amalga oshirish va ularning o'zgarishini baholashni muhim tadqiqot mavzusi sifatida maydonga olib chiqmoqda. Shu sababda, Xorazm viloyatida 1991-2023-yillarda aholi yosh tarkibini o'zgarish qiyosiy tahlili qarab chiqildi.

Asosiy qism.

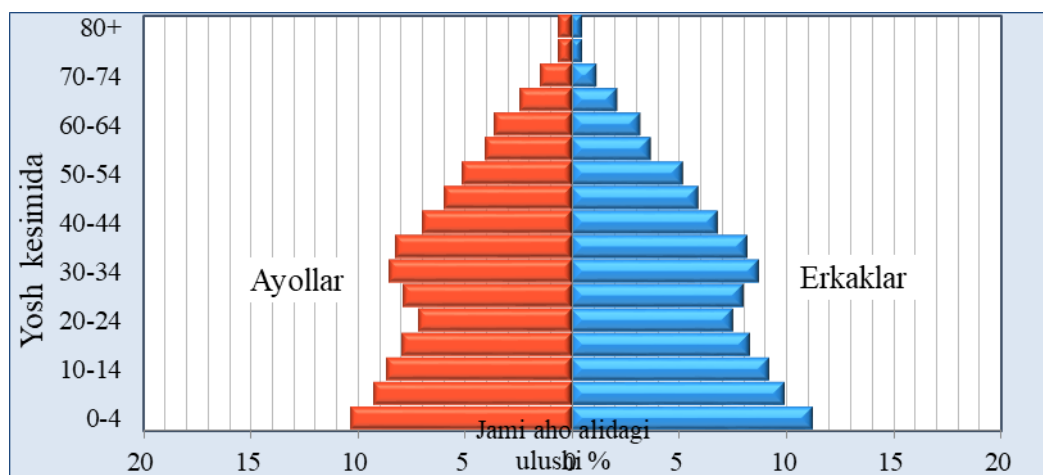
Viloyatda aholi sonini miqdor jihatdan o'sishi ta'minlanayotgan bo'lishiga qaramasdan tarkibiy o'zgarishlar aholi qarishi kuzatilayotganligini asoslamogda. Jumladan, 1991-yil 1-yanvar holatiga viloyat aholisi soni 1066,0 ming kishini tashkil qilgan bo'lsa, 2024-yil birinchi yanvar holatiga 1995,6 ming kishiga yetgan va 1,9 barobarga oshishi ta'minlangan. Ammo, shu bilan bir vaqtda aholining qarishi ham kuzatilmoqda. 1991-yilda aholini yosh tarkibiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, 0-4 yoshdagilar ulushi 16 foizga yaqinni, 5-9 yoshdagilar ulushi 15 foizni tashkil qilgan bo'lib, ularning ulushi 30 foizdan oshiqni tashkil qilgan, 45-49 yoshdagilar ulushi deyarli ikki foizni tashkil qilgan, 50-54 yoshdagilar uch foiz atrofida bo'lgan (1-rasm). Bir so'z bilan aytganda, yoshlarning ulushi katta bo'lgan, natijada keyingi yillarda ishchi kuchi sonidagi keskin o'sish kuzatilgan.

Biroq, keyingi yillarda aholi yosh tarkibidagi o'zgarishlar aholi qarishi kuzatilayotganligini ko'rsatmoqda. Jumladan, 2023-yil ma'lumotlariga ko'ra 0-4 yoshgancha bo'lganlar ulushi deyarli 10 foizdan oshiqroqni, 5-9 yoshdagilar ulushi esa 9 foizni tashkil qilgani holda 1991-yildagiga nisbatan 6 foizga kichik qiymatga ega bo'lmoqda.



1-rasm. Xorazm viloyatida 1991-yilda aholini yoshlar kesimidagi ulushi (foizda) [5].

Boshqa tomondan 30-34 yoshdagilar ulushi 8,5 foizni tashkil qilgani holda 1,5 foizga oshgan. 40-49 yoshdagilar ulushi 1991-yilda juda past bo‘lgan bo‘lsa, 2023- yilda ular ulushi 13 foizni tashkil qilmoqda. Bu tabiiyki, bugungi kunda ishchi kuchi bozorida taklifning oshganligini ko‘rsatadi, biroq keyingi yillarda o‘rish sur‘atini pasayishi va barqarorlik kuzatilishi ma’lumotlar asosida o‘z tasdig‘ini topmoqda. Shuningdek, 1991-yilda mehnat yoshiga yetmaganlar ulushning yuqori ekanligi kuzatilgan bo‘lsa, 2023-yilga kelib, mehnat yoshidan katta bo‘lganlar ulushning nisbatan oshayotganligi kuzatilmoqda (2-rasm).



2-rasm. Xorazm viloyatida 2023-yilda aholini yoshlar kesimidagi ulushi (foizda) [5].

Tadqiqotlarimiz natijalariga ko'ra buning asosiy sabablari sifatida aholini o'rtacha umr ko'rish yoshni oshishi va tug'ilish koeffitsientini pasayishini ko'rsatish mumkin. Ya'ni, 1991-yilda tug'ilish koeffitsienti 36,0 promilleni tashkil qilgan bo'lsa, 2023-yilda 24,4 promilleni tashkil qilgan. O'lim koeffitsienti esa mos ravishda 6,0 va 4,6 promilleni tashkil qilgan.

Natijalar va xulosa

Tahlil natijalariga ko'ra, keyingi yillarda aholini qarishi kuzatilgan bo'lsada, umumiy aholi sonida ishchi kuchi ulushining oshishi ta'minlangan. Shuningdek, 50 yoshgacha bo'lganlar ulushining nisbatan biri-biriga yaqinlashgan va bu keyingi yillarda mehnat bozoridagi o'sish sur'atini pasayishi, mehnat yoshiga nisbatan katta bo'lganlar ulushini oshishiga sabab bo'ladi. Fikrimizcha, mavjud sharoitda aholi yosh tarkibidagi mavjud nisbatni saqlab qolish mehnat bozoridagi keskin o'zgarishlarni oldini olishga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Cadiou, L., Genet, J., & Guérin, J. L. (2002). Évolutions démographiques et marché du travail: des liens complexes parfois contradictoires. *Economie et statistique*, 355(1), 139-156.
2. Peng, X. (2006). Macroeconomic Consequences of Population Ageing in China-A Computable General Equilibrium Analysis. *Journal of Population Research*, 30(4), 12-22.
3. Bloom, D.E., & Sousa-Poza, A. (2013). Ageing and Productivity: Introduction. PGDA Working Paper 98. Retrieved September 30, 2018, from https://cdn1.sph.harvard.edu/wp-content/uploads/sites/1288/2013/10/PGDA_WP_98.pdf.
4. Olfa Frini, Khoutem Ben Jedidia (2018). Population age structure change and labour productivity: evidence from Tunisia. *The European Journal of applied economics*. DOI: 10.5937/EJAE15-18209

MINTAQADA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI

Dots. Baxtiyarov Sh.

Urganch Davlat Universiteti

Annotatsiya: Maqolada mintaqada ichki turizmni rivojlantirish omillari tahlil qilingan. Ichki turizmni tahlil qilish indekatorlar tizimi ishlab chiqilgan.

Аннотаци: В статье анализируются факторы развития внутреннего туризма в регионе. Разработана система показателей для анализа внутреннего туризма.

Abstract: The factors of domestic tourism development in the region are analyzed in the article. A system of indicators for the analysis of domestic tourism has been developed.

Kalit soʻzlar: Mintaqa, ichki turizm, turizm salohiyati, turizm bozori, turistik infratuzilma.

Ключевые слова: Регион, внутренний туризм, туристический потенциал, туристический рынок, туристская инфраструктура.

Key words: Region, domestic tourism, tourism potential, tourism market, tourist infrastructure.

Jahonda hududlarni barqaror rivojlantirish, mahalliy turizm salohiyatidan samarali foydalanish oʻziga xos va asosiy iqtisodiy oʻsish omili boʻlib hisoblanadi. Jahon turistik tashkiloti (UNWTO) maʼlumotlariga koʻra, asosiy turistik yoʻnalishlarda ichki turizmni ulushi 70,0 foizga yaqin boʻlib, qolgan 30,0 foizi xalqaro turizm hissasiga toʻgʻri keladi. Shuningdek, rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda ichki turizmdan olinayotgan daromad umumiy daromadning 70-80 foizini tashkil qilmoqda[1]. Ayniqsa, hududlar iqtisodiyotining oʻsish nuqtasi va drayverlari sifatida eng ustuvor ijtimoiy: bandlikni taʼminlash, daromadlarni oshirish va inson kapitalini rivojlantirish kabi muammolarni hal qilishda ichki turizmni oʻrni va ahamiyati oshib bormoqda.

Jahonda kuzatilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy oʻzgarishlar va turli xavf-xatarlarning shakllanishi sharoitida ichki turizmga boʻlgan talabni yanada kuchayishi va ushbu yoʻnalishda ilmiy-tadqiqotlarni olib borish dolzarb boʻlib

qolmoqda. Bu o‘rinda asosiy tadqiqotlar hududlarni kompleks rivojlantirish va aholi farovonligini ta’minlash, hududdagi iqtisodiyot tarmoqlari va sohalari bilan uning o‘zaro bog‘liqlik darajasini aniqlash, kambag‘allikni qisqartirish hamda raqamli va yashil iqtisodiyotni shakllantirishda ichki turizmni muhim omil sifatida o‘rganish, shuningdek, mamlakatning xususiyati va unda olib borilayotgan islohotlarni ustuvor yo‘nalishlaridan kelib chiqib, ichki turizmni tahlil qilish va prognozlashtirish, rivojlantirish strategiyasining nazariy-uslubiy asoslarini ishlab chiqish, davlat tomonidan ichki turizmni qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini takomillashtirish hamda unga bo‘lgan talab va taklifni asoslashga qaratilgan.

O‘zbekistonda keyingi yillarda ichki turizmni rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar ko‘lami oshdi. Ayniqsa, ichki turizmni qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini amaliyotga joriy qilish va kelajakda sayohatchilar oqimini oshirish bo‘yicha aniq rejalar belgilab berildi. Xususan, qabul qilingan “O‘zbekiston-2030” strategiyasiga muvofiq, “ichki sayyohlar sonini 25 mln. nafarga yetkazish” ko‘zda tutilgan[2]. Mamlakatimiz hududlarida ichki turizmni barqaror rivojlanishini ta’minlash, o‘ziga xos xususiyatlari va qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini asoslash, iqtisodiy o‘rinishda va ijtimoiy muammolarni hal qilishdagi o‘rnini aniqlash, yagona o‘zaro bog‘langan hududiy zanjirni shakllantirishga qaratilgan nazariy-uslubiy va amaliy takliflarni ishlab chiqishga qaratilgan tadqiqotlar dolzarbligi bilan ajralib turadi.

XXI asrda turizm jahon iqtisodiyotiga eng tez rivojlanayotgan keng tarmoqli tizimlardan biriga aylanmoqda. Turizm mamlakat va mintaqalarni barqaror rivojlanishini taminlash va aholi turmush darajasini oshirishning drayveri sifatida qaralmoqda. Turizm bo‘yicha shakllangan ilmiy maktablar, nufuzli olimlar va mutaxassislarni fikri o‘rganilgan bo‘lib, ularning taklif va mulohazalarini umumlashtirib, kelajakda turizm sohasining barqaror rivojlanishiga bir qator obyektiv va subyektiv omillar ta’sir ko‘rsatadi.

“O‘zbekiston-2030” strategiyasida turizm sohasiga alohida e’tibor qaratilgan bo‘lib, unga ko‘ra, O‘zbekistonda xalqaro va ichki turizmni rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratish orqali turizm eksportini 5 mlrd. dollarga yetkazish,

xorij turistlar sonini 15 mln. nafarga, ichki sayyohlar sonini 25 mln. nafarga ko'paytirish belgilangan[3]. Turistlar soni oshirish, o'z navbatida, turizm tushunchasining murakkab jarayon ekanligi bilan bog'liqdir. Chunki, turizm juda murakkab jarayon, turli sohalar, tarmoqlar, tashkilotlar, korxonalar va aholini qamrab olgan o'ziga xos iqtisodiy kategoriya bo'lib, uni shakllanishi va rivojlanishi bilan bog'liq ilmiy yo'nalishlar olimlar va mutaxassislar tomonidan keng tahlil qilib kelinmoqda.

Fikrimizcha, mintaqani ijtimoiy-iqtisodiy omillarining turizmning rivojlanishiga ta'siri quyidagi yo'nalishlarda namoyon bo'ladi:

- mintaqadagi investitsion-innovatsion jozibadorlik va qulay muhitning yaratilganligi;
- hududlar miqyosida turizmni boshqarish tizimining shakllanganligi;
- mintaqalarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish konsepsiya va dasturlarida turizmning asosiy o'sish nuqtasi sifatida qaralganligi;
- turizm subyektlarini samarali faoliyat ko'rsatishlari uchun ularning mahalliy resurslar (yer, suv, gaz, elektr energiya, yoqilg'i va boshqalar) bilan doimiy ta'minlanganligi;
- mintaqaning turizm salohiyati va afzalliklarining targ'ibot qilinganligi;
- mintaqada turizm sohasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlarning yaratilganligi.

Muallif tomonidan mintaqadagi tabiiy-iqtisodiy, jumladan turizm salohiyatidan unumli foydalanish, sanoat, qishloq xo'jaligi, qurilish va xizmatlar sohasini barqaror rivojlantirish, investitsiya va innovatsion loyihalar, raqamli texnologiyalarni amaliyotga joriy etish, infratuzilma obyektlari faoliyatini muvofiqlashtirish va aholi farovonligini oshirishdagi ustuvor yo'nalishlar sifatida aloqadorligi taklif etildi.

Ichki turizm sayohat yo'nalishlari va aholini chuqurroq tahlil qilish, uni rivojlanish strategiyasini aniqlashda umumiy ichki turizm oqimini bevosita sayohat maqsadida kelib chiqib shakllantirish lozim. Unga ko'ra, aniq maqsadga yo'naltirilgan ichki turizm mintaqada hozirgi kunda va kelajakda unga bo'lgan

talab va taklifni shakllantirish, aniq transport va infratuzilma obyektlarni rivojlantirish, taraqqiyot strategiyalari va konsepsiyalarini ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Turizmni makro, mintaq va mikro darajadagi asosiy ta'siri ulardan tushadigan daromadlarni shakllanishida muhim o'rin egallaydi. Shu bois, ichki turizmni eng asosiy ijtimoiy vazifani bo'lgan bandlikni ta'minlash, aholi daromadlarini yanada oshirish va mahalliy budjetni mustahkamlashni muhim manbai sifatida qarash maqsadga muvofiq. Bu borada xorijiy mamlakatlarda ichki turizm orqali bevosita hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, ularning salohiyatidan samarali foydalanish va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari asosida iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlash bo'yicha bir qator ijobiy tajribalar ham to'plangan.

Tadqiqot ishida turizm, jumladan ichki turizmni tahlil qilish va uning ustuvor yo'nalishlarini aniqlash, maqsadli parametrlarini asoslashda eng muhim omil sifatida obyektiv va sifatli axborot-ma'lumotlar bazasini shakllanishi bilan bog'liq masalalar ilgari surilgan. Bu borada ichki turizmni o'ziga xos xususiyatlari, hududni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdagi o'rni va ahamiyati, boshqa tarmoqlar bilan o'zaro bog'liqlik darajasining yuqori ekanligi, sayohatchilar tomonidan norasmiy va mustaqil ravishda sayohatlar (ekskursiyalar) uyushtirilishini e'tiborga olgan holda quyidagi indikatorlarni baholash tizimi taklif etilgan (1-jadval).

1-jadval

Mintaqada ichki turizmni tahlil qilish indekatorlar tizimi ⁶

Rasmiy statistik indekatorlari tizimi	Qo'shimcha etilayotgan tizimi	taklif indikatorlar	Indikatorlarni aniqlash uslublari
1. Ichki turizm bo'yicha amalga oshirilgan safarlar soni, shu jumladan shahar, tuman, viloyatlar kesimida	-		Rasmiy statistik ma'lumot (uy xo'jaliklari so'rovnomalari)
2. Ichki turizm bo'yicha amalga oshirilgan safarlar soni, shu jumladan	-		Rasmiy statistik ma'lumot (uy xo'jaliklari)

⁶ Manba: Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

joylashtirish vositalari kesimida		so'rovnomalari)
3. Ichki turizm bo'yicha amalga oshirilgan safarlar soni, shu jumladan safar maqsadlari kesimida	-	Rasmiy statistik ma'lumot (uy xo'jaliklari so'rovnomalari)
4. Ichki turizm bo'yicha amalga oshirilgan safarlar soni, shu jumladan transport turlari va safar turlari kesimida	-	Rasmiy statistik ma'lumot (uy xo'jaliklari so'rovnomalari)
5. Ichki turizm bo'yicha safarda bo'lgan uy xo'jaliklari soni, shu jumladan erkak, ayol, yosh guruhlari kesimida	-	Rasmiy statistik ma'lumot (uy xo'jaliklari so'rovnomalari)
6. Ichki turizm bo'yicha bir safarga to'g'ri keladigan xarajatlarning o'rtacha miqdori, shu jumladan xarajat turlari kesimida	1. Turizm, jumladan ichki turizmni yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi 2. Ichki turizm va u bilan bog'liq tarmoqlarda band bo'lganlar soni 3. Ichki va xalqaro turizm oqimlari nisbati 4. Tumanlar va shaharlar kesimida xalqaro va ichki turizm oqimi sayyohlari soni va bandlik 5. Ichki turizm oqimini aholini alohida tabaqalari (3-6 yoshgacha, 7-18 yoshgacha, 19-30 yoshlar (talabalar), mehnatkashlar, qariyalar) bo'yicha shakllantirish 6. Ichki turizmdan olinadigan daromadlar 7. Ichki turizmni mahalliy budjetdagi ulushi	Rasmiy statistik ma'lumot (uy xo'jaliklari so'rovnomalari) Taklif etilgan uslub asosida Maxsus so'rovnoma asosida Rasmiy ma'lumotlar asosida Maxsus so'rovnoma asosida Maxsus so'rovnoma asosida Maxsus so'rovnoma asosida Maxsus so'rovnoma va moliya tashkilotlari ma'lumotlari

Kelajakda iqtisodiyot tarmoqlari, jumladan turizm bozorini rivojlantirishda yangi innovatsion g'oyalar va usullar, texnologiyalardan foydalanmasdan turib, qo'yilgan maqsadlarga erishib bo'lmaydi. Mazkur masalaning yechimi sifatida viloyatning o'ziga xos salohiyatini etiborga olish, mahalliy olim va mutaxassislarning innovatsiya yutuqlarini amaliyotga joriy qilish bo'yicha keng miqyosda maqsadli ishlarni olib borish kerak. Ayniqsa, turizm xizmatlarini ko'rsatishda yangi innovatsion texnologiyalarni qo'llash ishlarini aniq chora-tadbirlar qatoriga kiritilishni maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. UNWTO (2022), Tourism Highlights. Manba: <http://unwto.org/>
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 11 сентябрдаги ““Ўзбекистон-2030” стратегияси тўғрисида”ги ПФ-158-сон Фармони. Manba: <https://lex.uz/docs/6600413>
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-fevraldagi ““O'zbekiston-2030” strategiyasi to'g'risida”gi PF-158-son Farmoni. Manba: <https://lex.uz/docs/6600413>

THE ROLE OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

E.S.Khodjaniyazov - Associate Professor of Management and marketing department, Urgench state university

N.S.Khodjaniyazov - Zhejiang University of Technology

Graduate student of Business Management specialty

Annotatsiya: Ushbu maqolada mavjud adabiyotlarni har tomonlama tahlil qilish asosidagi transport infratuzilmasining hududlarni rivojlantirishda ishtirokini belgilash maqsadida uning ijtimoiy-iqtisodiy funksiyasini aniqlashga harakat qilingan.

Kalit so'zlar: transport, mintaqaviy rivojlanish, transport infratuzilmasi, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish, transport kommunikatsiyasi.

Аннотация: В данной статье на основе комплексного анализа доступной литературы изложена попытка определить социально-экономическую функцию транспортной инфраструктуры с целью установления ее участия в развитии регионов.

Ключевые слова: транспорт, региональное развитие, транспортная инфраструктура, социально-экономическое развитие, транспортная коммуникация

Annotation: This article outlines an effort to determine the socio-economic function of transport infrastructure in order to establish its involvement in the development of the regions based on the comprehensive analysis of available literature.

Keywords: transport, regional development, transport infrastructure, socio-economic development, transport communication.

The region's economy is formed under the influence of various factors. Factors such as the degree of urbanization, its sectoral structure, quality characteristics of the labor force, accessibility to markets and regional policies among them. Transport, playing a dual role in the development of the region's economy, is rightfully considered a key factor in the formation of economic and social space.

Transportation system development occurs within a socioeconomic framework. Although physical capital is the main emphasis of development policies and strategies, human capital issues have been included in recent years to provide a better balance. Development cannot happen without the interactions between human and physical capital, regardless of the relative importance of each. This is similar to how infrastructure cannot function well without adequate management, maintenance, and operations. However, economic activity cannot occur in the absence of an infrastructure foundation.

It is evident that there is a relationship between the degree of economic development and the number and quality of transportation infrastructure. High levels of growth are frequently linked to highly integrated networks and transport

systems with high densities. Improved accessibility to markets, jobs, and more investments are only a few of the positive multiplier effects that come from efficient transport networks' provision of economic and social opportunities and advantages. There may be financial costs associated with inadequate transit networks, including missed or diminished opportunities and a reduced standard of living.

Classifying the various implications that transportation communicates is necessary in order to evaluate its economic significance. These encompass core (the physical features of transportation), operational, and geographical aspects:

- **Core.** The most fundamental impacts of transportation-related to the physical capacity to convey passengers and goods and the associated costs to support this mobility. This involves setting routes enabling new or existing interactions between economic entities.

- **Operational.** Improvement in the time performance, notably in terms of reliability, as well as reduced loss or damage. This implies a better utilization level of existing transportation assets benefiting its users as passengers and freight are conveyed more rapidly and with fewer delays.

- **Geographical.** Access to a broader market base where economies of scale in production, distribution, and consumption can be improved. Increases in productivity from the access to a larger and more diverse base of inputs (raw materials, parts, energy, or labor) and broader markets for diverse outputs (intermediate and finished goods).

The poor transport accessibility of the region is a significant obstacle to the growth of its economy. Many regions have a low level of infrastructure development due to the lack of sufficient investment in transport, which is associated with the long payback period of infrastructure projects and the need for large financial investments. This literature review synthesizes findings from recent studies to highlight the multifaceted impacts of transport infrastructure on socio-economic development. This literature review synthesizes findings from recent

studies to highlight the multifaceted impacts of transport infrastructure on socio-economic development (Table 1).

Table 1

Literature review of recent studies to highlight the multifaceted impacts of transport infrastructure on socio-economic development

<i>Authors</i>	<i>Findings</i>
Khalid Ahmed, Mita Bhattacharya, Ahmer Qasim Qazi, Niaz Ahmed Ghumro [1]	Road and port infrastructure significantly stimulated industrial output in Pakistan, suggesting similar potential benefits for regions like Khorezm
Junjie Hong, Zhaofang Chu, Qiang Wang [3]	There is a strong impact of land and water transport infrastructure on economic growth in Chinese provinces, providing a model for regions aiming to leverage transport for economic development
Liaqat Ali, Jianing Mi, M. Shah, Syed Jamal Shah, Salim Khan, Kausar Bibi [2]	Authors explored local residents' attitudes towards the China-Pakistan Economic Corridor (CPEC) road and transport infrastructure, finding significant socio-economic and cultural impacts that positively affected local support for the project
Yasir Tariq Mohmand, Fahad Mehmood, K. Mughal, Faheem Aslam [4]	Authors highlighted the causal relationship between transport infrastructure, economic growth, and increased CO2 emissions in Pakistan, emphasizing the need for policies that balance development and environmental protection
J. Park, Youngin Seo, M. Ha [4]	Authors compare the impact of maritime, land, and air transportation on economic growth in OECD and non-OECD countries, finding maritime transport to have a stronger significance for economic growth, particularly in developing contexts

It can be stated that the scientific community has substantiated the high importance of transport infrastructure for regional development. However, it is important to consider the issue of adequate transport accessibility for the regional development within the framework of a functional approach, according to which transport infrastructure performs the following socially significant functions:

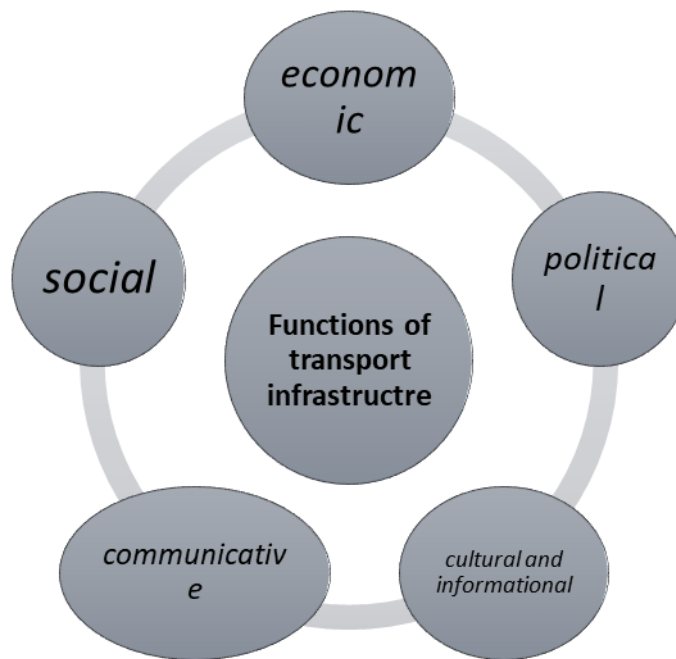


Figure 1. Functions of transport infrastructure

1) *economic* –This function allows you to include manufactured products and offered services in economic processes, which helps accelerate regional development and the formation of competitive territorial systems;

2) *social* – characterizes the ability of transport infrastructure to save time and physical costs, facilitate the work of the population, and also form strong social ties.;

3) *political* - creating conditions for expanding the regional division of labor, which is possible only when exchanging goods between territories. The deepening of the territorial division of labor and its forms, in particular intraregional and interregional correlates with the level of development of transport, its technical equipment and economic feasibility;

4) *communicative* – establishing contacts between people separated by geographical space.;

5) *cultural and informational* – intensification of cultural and information exchange within the region, which contributes to the dissemination of the values of material and spiritual culture, organization of leisure time for people, and provision of conditions for tourism;

Transport, being one of the most important elements of the production infrastructure, on the one hand, ensures the mobility of resources and goods, on the other hand, it facilitates the accessibility of territories, thereby providing the opportunity for the free movement of goods and factors of production in the region. In turn, the economic development of the region stimulates the development of demand for passenger and cargo transportation services.

References

1. Ahmed, K., Bhattacharya, M., Qazi, A., & Ghumro, N. (2021). Transport infrastructure and industrial output in Pakistan: An empirical investigation. *Research in Transportation Economics*, 101040. <https://doi.org/10.1016/J.RETREC.2021.101040>.
2. Ali, L., Mi, J., Shah, M., Shah, S., Khan, S., Ullah, R., & Bibi, K. (2017). Local residents' attitude towards road and transport infrastructure (a case of China Pakistan economic corridor). *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies*, 11, 104-120. <https://doi.org/10.1108/JCEFTS-08-2017-0024>.
3. Hong, J., Chu, Z., & Wang, Q. (2011). Transport infrastructure and regional economic growth: evidence from China. *Transportation*, 38, 737-752. <https://doi.org/10.1007/S11116-011-9349-6>.
4. Mohmand, Y., Mehmood, F., Mughal, K., & Aslam, F. (2020). Investigating the causal relationship between transport infrastructure, economic growth and transport emissions in Pakistan. *Research in Transportation Economics*. <https://doi.org/10.1016/J.RETREC.2020.100972>.
5. Park, Jin Suk & Seo, Young-Joon & Ha, Min-Ho, (2019). "The role of maritime, land, and air transportation in economic growth: Panel evidence from OECD and non-OECD countries," *Research in Transportation Economics*, Elsevier, vol. 78(C).

MUNDARIJA:

1-seksiya.	Mintaqa barqaror iqtisodiy o‘shida sanoatning “drayver” sohalarini rivojlantirishning yo‘nalishlari.	3
1 секция.	Направления развития “драйвер” отраслей промышленности устойчивого экономического роста региона.	3
Section 1	Directions of development of “driver” sectors of industry in sustainable economic development of the region.	3
Абдуллаев И.С.	Минтақа иқтисодиётини барқарор ривожлантириш истикболлари.	4
Рузметов Б., Рузметов Ш	Ўзбекистонда самарали минтақавий сиёсатнинг устувор йўналишлари.	9
Matyoqubova D. O., Ro‘ziboyeva M. O	Mintaqaning barqaror iqtisodiy o‘shida korxonalar marketing strategiyasini ishlab chiqishning o‘ziga xos xususiyatlari.	16
Калмуратов Б. С	Механизм управления инновационным развитием промышленных предприятий региона.	21
Курпаяниди К.И., Собирова Д. У., Махсудова К. Ш.	Зеленые здания и их апробация в условиях перехода к зеленой экономике.	26
Тлеуов Н.Р	Роль пищевой промышленности Узбекистана.	31
Хайтбоева Н.Б	Минтақа саноат корхоналари рақобатбардошлигини таъминлашда маркетингдан фойдаланиш имкониятлари.	36
Avezov M.K.	Mintaqani kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining strategik yo‘nalishlari.	42
Samandarov O.A	Kichik biznesni rivojlantirishda marketing tadqiqotlarining qo‘llanilishi va B2B bozorlarining ahamiyati.	47
Pardayeva M.U	Hududlarda sanoatni rivojlantirish tendensiyalari hamda mintaqaning iqtisodiy o‘sh ko‘rsatkichlariga ta’siri.	52
Hayitboyeva U., Qurambayev F.	Raqamli iqtisodiyot sharoitida b2b oziq-ovqat tovarlari bozorida sotish tizimiga ta’sir qiluvchi omillar	55
Атажанов Ж.	Факторы эффективного развития промышленности хорезмского региона.	59
Ibrayimova D.A	Mintaqada oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosi joylashuvning qiyosiy tahlili.	64
Shamurotov N.B.,	Xorazm viloyatida yahmni shakillantirishda sanoat korxonalarning o‘rni.	67

Abdullayeva Z.S., Kurambayeva D.S.	Xorazm viloyatida sanoat tarmoqlarining holati tahlili.	71
2-SEKSIYA	Mintaqani barqaror rivojlanishida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish istiqbollari.	77
2 СЕКЦИЯ	Перспективы развития цифровой экономики в области устойчивого развития региона.	77
SECTION 2	Prospects for the development of the digital economy in the sustainable development of the region.	77
Tillabayev B.Sh.	Mintaqaning barqaror rivojlanishida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish istiqbollari.	78
Aliyeva G.I	Iqtisodiyotda raqamli marketingning o‘rni.	81
Matyusupov B	The analysis of the attributes of smart technologies and their impact on tourism.	87
Durumov T. G‘	Raqamli iqtisodiyotni mehnat resurslariga ta’siri.	92
Ilhamova Z.P	Turizmni rivojlantirishda raqamli marketingdan samarali foydalanish imkoniyatlari.	96
Jumaniyozov F., Matkuliyeva S.	Hududlar iqtisodiyotini innovatsion rivojlanishining o‘ziga xos jihatlari.	100
J.F.Babajanov	Xorijiy mamlakatlarda bank va moliya sohasidagi sun’iy intellektni qo‘llash imkoniyatlari.	105
Ishchanova S	Iqtisodiyotni rivojlantirishda media-marketing tushunchasi va undan foydalanishning o‘ziga xos xususiyatlari.	110
Ismailov T.K.	Buxgalteriya hisobida avtomatlashgan hisoblash tizimlarining tutgan o‘rni va uning kelajakdagi rivojlanishi.	113
Jafarova H. X.	Mehmondo‘stlik sanoatida raqamlashtirishning ahamiyati.	116
Kuralbayev J.A	Mintaqada turizmni rivojlantirishda raqamli marketingni roli.	120
Baxtiyorov U.	Banklarda muammoli kreditlarning o‘ziga xos xususiyatlari.	125
Matrizayev X.F.	Raqamli iqtisodiyotni shakllantirishda xizmat ko‘rsatish sohasining raqamlashtirish istiqbollari.	129
Maxmudova M.Sh	Tijorat banklarida zamonaviy bank xizmatlarini ko‘rsatishning ahamiyati.	134
Ozodova F., Otaxonova D.,	Raqamli biznes va uni tashkil etish tamoyillari.	139
Qo‘ziboyev U.U.	Raqamli iqtisodga o‘tish sharoitida “virtual korxona”ning zamonaviy rivojlanish tendensiyalari.	142
Elov A.A.	Esg – barqaror rivojlanish konsepsiyasi.	149
Абдуллаев А.М., Мамаджанов Ш.М.	Проблемы интеграции цифровизации в Узбекистане.	153

Ежель О.В., Толкач О.В.	Влияние цифровизации на формирование конкурентоустойчивости туристической индустрии.	158
Инятов А.Р	Необходимость вовлечения цифровой экономики для дальнейшего развития экономики страны.	163
Исламутдинов В.Ф	Состояние и перспективы развития цифровой экономики в Республике Узбекистан.	169
Каширская Л.В., Ауслендер А.Я.	Тренды профессий в цифровой экономике.	175
Мавланова У.Б.	Социально-экономическое развитие регионов Узбекистана в условиях инновационной экономики.	180
Рахмедов М.Н., Дадабаев О.	Перспективы цифровой экономики в устойчивом развитии региона.	187
Жиемуратов Т.П., Калдаубекова Н.	Роль цифровой экономики в устойчивом развитии.	191
Юсупова Ф.Й.	Рақамли маркетинг стратегиялари ва лизинг муносабатларидаги аҳамияти.	196
Abduraxmanova A.F., Sayfullayev U.F.	Yashil iqtisodiyot sohasini rivojlantirish va raqamlashtirish.	201
3-SEKSIYA.	Mintaqaning barqaror iqtisodiy o'sishida agrar sektorning o'rnini va roli.	207
3 СЕКЦИЯ.	Роль и значение аграрного сектора в устойчивом экономическом росте региона.	207
SECTION 3.	The role and importance of the agricultural sector in the sustainable economic growth of the region.	207
Досчанов Т.Д., Нурматов У.И.	Божхона хизматларини такомиллаштириш асосида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспорт-импортидаги қонунбузарликларни олдини олишнинг долзарб масалалари.	208
Allanazarov U.K.	Mintaqada kichik biznesning mehnat salohiyatidan foydalanish tahlili.	213
Berdimuratov Q.G.	Asalarichilikda raqamli texnologiyalardan foydalanish.	217
Mirzayev B. J., Muratbayev B.B.	Qoraqalpog'iston respublikasi qishloq xo'jaligini hozirgi holati va rivojlantirish strategiyasi.	221
Doschanov O.A.,	O'zbekistonda meva sabzavot eksport barqarorligini qiyosiy statistik tahlili.	226
Eshqulova H.Sh.	Mamlakatning iqtisodiy o'sishida chorvachilik tarmog'i va unda tadbirkorlik muhitini rivojlantirishning ahamiyati.	230
Salayev S.K., Matjonov B.R.	The goals and objectives of food safety and threats to their implementation.	234

Saliyeva A.D.,	Qishloq xo‘jaligi asosiy maqsadlariga erishishda innovatsion boshqaruv mexanizmlarining o‘rni va ahamiyati.	239
Seytniyazov S.P., Ibragimova N.B.	Qishloq xo‘jaligini barqaror rivojlanishga mehnat salohiyatining ta’siri.	244
Utepbergenov A.A.,	The need to develop the demand for agricultural products.	248
Zaripova M.Z.,	Mintaqada agrar sektor samaradorligini oshirishning xususiyatlari.	251
Бабаназарова С. К.,	Механизм оценки производственного потенциала организаций апк и его роль в выравнивании условий хозяйствования.	254
Наминова К.А.,	О страховании рисков в сельском хозяйстве.	259
Qo‘chqarov Sh.	Fermer xo‘jaliklari moliyaviy xo‘jalik faoliyati natijalari tahlili.	263
Turdibekov Y.I.,	Agrobiznesni rivojlantirishda avtotransport vositalarini baholash xizmatlarining o‘rni va ahamiyati.	268
Исламутдинова Д. Ф., Атабаев М. У.	Экономическое развитие агропромышленного комплекса узбекистана.	273
4-SEKSIYA.	Mintaqaning barqaror iqtisodiy o‘shida xizmatlar sohasini jadal rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari.	278
4 СЕКЦИЯ.	Приоритетные направления ускоренного развития сферы услуг для устойчивого экономического роста региона.	278
SECTION 4.	Priority directions of rapid development of the services sector for sustainable economic development of the region.	278
Matyakubov U.R Satimov T.M	Xizmat ko‘rsatish sohasi infratuzilmalarini rivojlantirishning innovatsion yo‘nalishlari.	279
Samshul Amry bin Abdul Latif, Matyakubov. U.R., Matniyozov. M.R	Destination image and its practical relationships.	286
Tillabayeva G.I.	Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirishning mintqa iqtisodiyotiga ta’siri.	291
Aminova M.S., Salayeva L.U.	Trade marketingini tashkil etishning o‘ziga xos xususiyatlari.	294
Xalmuratov K.P	Mamlakatda yo‘lovchi tashish transport xizmatlarini rivojlantirish.	298
Садуллаев А.	Меҳнат бозорида мавжуд бўлган яширин бандлик ва унинг ижтимоий-иқтисодий оқибатлари.	302

Xudayberganov.D.T., Jumaniyazova R.Q.	Turizm infratuzilmasini rivojlanishiga ta'sir qiluvchi omillar tasnifi.	306
Allonazarov O.N.	Xorazm viloyatida mehmonxona xizmatlari klasterini shakllantirish istiqbollari.	309
Темирханов А.У.	Минтақанинг иқтисодий ўсишида хизмат кўрсатиш соҳасида тадбиркорлик рисклари таснифи.	316
Ergasheva A.F.	Mintaqaning barqaror iqtisodiy o'sishida xizmatlar sohasining o'rni.	322
Amanbayev A.O	Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirishda suv resurslari tejamkor texnologiyalaridan foydalanish holati (Qoraqalpog'iston Respublikasi misolida).	328
Atabayeva.R. Z	Kichik va o'rta biznesda inson resurslarini boshqarishda rekrutirg marketingning o'rni va ahamiyatini baholash.	334
Babadjanov Z.K	Xorazm viloyatida aholi tarkibining o'zgarishi va uning mehnat resurslariga ta'siri.	339
Baxtiyarov Sh.Sh.	Mintaqada ichki turizmni rivojlantirish omillari.	343
Khodjaniyazov E.S., Khodjaniyazov N.S.	The role of transport infrastructure in the socio- economic development of the region.	348

“Mintaqada barqaror iqtisodiy o‘rta darajali aholi turmush farovonligini oshirishning ustuvor yo‘nalishlari” mavzusida xalqaro ilmiy-amaliy anjuman

MATERIALLARI

**Международная научно-практическая конференция на тему
«Приоритетные направления повышения благосостояния населения
посредством устойчивого экономического роста в регионе»**

MATERIALS

**International scientific and practical conference on the topic "Priority
directions for improving the well-being of the population through sustainable
economic growth in the region"**

MATERIALS

16-17 April, 2024-yil Urganch, O‘zbekiston

Nash.lits. №059763

Bosishga ruxsat etiladi: 01.05.2024

Bichimi 60 x 84 ^{1/16}. “Times New Roman”

garniturada raqimli bosma ustida chop etildi.

Shartli bosma tabog‘i 22,5. Adadi 100. Buyurtma № 09-05

Тел: (33) 701 12 00, (99) 564 63 20

“Khwarezm travel” MCHJ nashriyoti.

220502, Urganch t. Zargarlar mahallasi Marvarid ko‘chasi 8-yo‘lak 4-uy.

“Khwarezm travel” bosmaxonasida chop etildi.

Urganch t. Zargarlar mahallasi Marvarid ko‘chasi 8-yo‘lak 4-uy.

