

Biznes-Эксперт

№ 7, 2020

ХУСУСИЙЛАШТИРИШ

МОЛИЯ

ҚИММАТЛИ ҚОҒОЗЛАР

ИЛМИЙ АМАЛИЁТ

Ушбу сонда:

**Шаҳарлар брендингни шакллантириш ва
силжитишнинг
ўзига хос хусусиятлари**

53

В этом номере:

**Выявление влияния технологических шоков
на коррупцию**

148

ПРИВАТИЗАЦИЯ

ФИНАНСЫ

ЦЕННЫЕ БУМАГИ

НАУЧНАЯ ПРАКТИКА

ДИҚҚАТ!

“Бизнес-Daily Медиа” ноширлик уйи МЧУК ва EBSCO Publishing, Inc. (АҚШ) уртасида 2017 йил 8 августда тузилган лицензия шартномасига асосан, “Biznes-эксперт” журнали жакониинг энг ийрик академик нашрлар электрон тизими хисобланган EBSCOhost маълумотлар базасига киригилган ва шу тизим оркали дунё бўйлаб тарқалмоқда

ВНИМАНИЕ!

Согласно постановлению Президиума Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан №201/3 от 30 декабря 2013 года, журнал «Biznes-Эксперт» внесен в реестр научных изданий Высшей аттестационной комиссии для докторских диссертаций.

Мундарижа

Рақамли иқтисодиёт

Дилором ТОЖИБОЕВА. Рақамли иқтисодиёт ва унинг таълим тизимига талаблари

3

Маркетинг

Мамаюнус ПАРАДЕВ, Муҳиддин КАЛОНОВ, Гулнора ШАДИЕВА. Маркетинг фаолиятида қўлланиладиган ахборотлар тизими ва уларнинг таснифи

7

Модернизация

Абдувоси НАЗИРОВ. Ривожланаётган бозор шароитида саноат корхоналарини реструктуризациялаш масалалари

11

Саноат

Равшан ИСАЕВ. Тўқимачилик саноати корхоналари салоҳиятини баҳолаш усулини такомиллаштириш

13

Инвестицион сиёсат

Шоҳиста АХУНОВА. Фаол инвестиция сиёсати - иқтисодиётнинг ривожлантирувчи локомотиви сифатида

16

Маркетинг концепцияси

Шахноза ЭРГАШХОДЖАЕВА, Равшан МАВРУЛОВ. Ички бозорни миаллий товарлар билан тўлдиршида замонавий маркетинг концепциясидан фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари

19

Меҳнат бозори

Айбек ТАШПУЛАТОВ. Қишлоқ меҳнат бозорининг самарали ривожланишини таҳлил этишнинг асосий мезонлари ва кўрсаткичлари

23

Туризм

Машхура АЛИМОВА, Ширин АБДУСАИДОВА. Туризм соҳасида рақамли технологияларни тағбиқ этиш механизмларини такомиллаштириш

28

Бугуннинг гани

Мунира ИСОХУЖАЕВА, Хамида ХАСАНОВА. Электрон иқтисодиёт шароитларида рақамли компетентлик

35

Жараён

Шерали ОЧИЛОВ, Саломат НОРОВА. Иқтисодий жараёнларнинг корреляцион математик моделларини тузишда ҳосила функциясидан фойдаланиш

38

Стратегик бошқарув

Наргиза МУРОДОВА. Туризмда маркетингнинг стратегик бошқаруви

43

Хориж тажрибаси

Куаныш ХАЛМУРАТОВ. Давлат-хусусий шерикчилик асосида корпоратив бошқаруви шакллантиришнинг хорижий тажрибалари

47

Долзарб мавзу

Нарзилло РУСТАМОВ. Венчурли бизнес – инновацион фаолиятни ривожлантиришнинг муҳим омил

50

Бренднинг

Феруза ТЕМИРОВА. Шаҳарлар брендингини шакллантириш ва шилжиштиришнинг ўзига хос хусусиятлари

53

Электрон савдо

Дишод МАМАСОАТОВ, Зафар РУСТАМОВ. Тадбиркорлик субъектлари қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотиш бўйича электрон савдо майдончасидан фойдаланишни такомиллаштириш жиҳатлари

59

Нуқтан назар

Шахло МАХКАМОВА, Умида УМАРОВА, Барно АЛИКАРИЕВА. Хориж давлатларида ёшларнинг иқтисодий табақаланишини тартибга солиш механизмлари шарҳи

62

Қишлоқ хўжалиги

Зулунжон ЮСУПОВ. Инновацион иқтисодиёт шароитида қишлоқ хўжалиги корхоналарини техника воситалари билан таъминлаш механизмларини такомиллаштириш йўллари

65

Молиявий барқарорлик

Бобир ТУРСУНОВ. Тўқимачилик корхоналари молиявий барқарорлиги ва хавфсизлигини таъминлашнинг меъёрий-ҳуқуқий асослари

69

Олий таълим

Ғулом ХАКИМОВ. Олий таълим сифатини оширишда бошқарув самардорлигини баҳолаш усулини такомиллаштириш

74

Таққикот

Насиба ОМОНОВА. Пахта тозалаш корхоналари ходимлари компетентлиги даражасини баҳолаш усулини такомиллаштириш

78

Ногоҳ

Шерзод МАРДОНОВ. Пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизмини такомиллаштириш

81

Самарадорлик

Музаффаржон АКБАРОВ. Тўқимачилик корхоналарида маркетинг бошқарувининг самарадорлигини баҳолаш усулини такомиллаштириш

84

Ислоҳот

Феруза АЗИМОВА. Тўқимачилик корхоналари фаолияти самарадорлигини бошқариш технологиясини такомиллаштириш

88

Кредит

Зийнатдин ТАЖЕКЕЕВ. Кредит ва қарзлар, уларнинг молия-хўжалик фаолиятидаги ўрни

91

Истиқбол

Элнорахон МУМИНОВА. Корпоратив молиявий бошқарув жараёнида блокчейн технологиясини қўллаш истиқболлари

96

Сифат менежменти

Дилмурод ОРИПОВ. Чарм-поябза корхоналарида сифат менежментини тағбиқ этишнинг замонавий ёндашувлари

100

Модернизация

Феруза АБУЛЧАЕВА. Саноат корхоналарини иқтисодий бошқариш моделларини такомиллаштириш йўллари

104

Сутурта

Наргиза БАБАЕВА. Сутурта компаниялари молиявий ресурсларини шакллантириш асослари

107

Минтақа иқтисодиёти

Тимур ТАДЖИЕВ. Минтақада саноатни ривожлантиришни эконометрик моделлар ёрдамида баҳолаш

112

Стратегия

Алишер ОҚБОЕВ. Тикув-трикотаж корхоналарида брендинг стратегиясини ишлаб чиқиш методологияси

115

Қун нафаси

Мирзохид БЕКМИРЗАЕВ. Ўзбекистонда фермер хўжаликларининг барқарор иқтисодий ривожланиши ҳолати

120

Таҳлил

Нодирахон ЖУРАЕВА. Ўзбекистонда уй-жой коммунал хўжалиги фаолиятининг ҳозирги ҳолати ва унинг ўзгаришлари таҳлили

123

Бухгалтерия ҳисоби

Озод ХОЛИҚУЛОВ, Мафтуна ИСЛОМОВА. Қурилиш машина-механизмлари бухгалтерия ҳисоби вазифалари ва қайта баҳолалишини бухгалтерия балансида акс эттиришнинг хусусиятлари

127

Хизматлар соҳаси

Абдулмалик ОРИПОВ. Хизматлар соҳасининг иқтисодий табиғига ёндашувлар таснифи ва уларнинг ўзаро алоқаси

131

Содержание

Альтернативная энергетика

Раъно НАЗАРОВА, Ёқутхон НИЯЗМЕТОВА. Влияние пандемии COVID-19 на развитие возобновляемой энергетики и меры по ее смягчению в Узбекистане

135

Цифровая экономика

Гульнечра АЛЛАЕВА. Основные аспекты становления и развития цифровой экономики в Республике Узбекистан

138

Финансы предприятия

Айзада ТАСПАНОВА, Бибсара ЕРЕЖЕПОВА. Финансирование оборотных средств предприятий

143

Управление рисками

Гулноза ТАШМУХАМЕДОВА. Методические основы повышения эффективности управления банковскими рисками

146

Борьба с коррупцией

Мафтуна АМАНОВА. Выявление влияния технологических шоков на коррупцию

152

ТАҲРИР КЕНГАШИ | РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

ТАҲРИР КЕНГАШИ РАИСИ | ПРЕДСЕДАТЕЛЬ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА

Қаландар АБДУРАҲМОНОВ

ЎзР ФА академиги, иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

академик АН РУз., доктор экономических наук, профессор

ТАҲРИР КЕНГАШИ АЪЗОЛАРИ | ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА

Z. Kliment LAZARASHVILI (Климент ЛАЗАРАШВИЛИ), MBA, JD, PhD.

Georgian international University президенти (АҚШ)

Президент Georgian international University (США)

Gerhard FELDMAYER (Герхард ФЕЛДМАЙЕР)

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор (Германия)

доктор экономических наук, профессор (Германия)

Masato HIWATARI (Масато ХИВАТАРИ)

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор (Япония)

доктор экономических наук, профессор (Япония)

Sung Dong KI (Сунг Донг КИ)

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор (Корея Республикаси)

доктор экономических наук, профессор (Республика Корея)

Нагмет АИМБЕТОВ

ЎзР ФА академиги, иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

академик АН РУз., доктор экономических наук, профессор

Юрий ОДЕГОВ

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор (Россия)

доктор экономических наук, профессор (Россия)

Игорь БУТИКОВ

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

доктор экономических наук, профессор

Фармонқул ЭГАМБЕРДИЕВ

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

доктор экономических наук, профессор

Мухиддин КАЛОНОВ

иқтисодиёт фанлари доктори,

доктор экономических наук

Адҳам БЕКМУРОДОВ

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

доктор экономических наук, профессор

Мухиддин ПЎЛАТОВ

иқтисодиёт фанлари доктори

доктор экономических наук

Дурбек АХМЕДОВ

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

доктор экономических наук, профессор

Бахтиёр ИСЛОМОВ

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

доктор экономических наук, профессор

Баҳодир УМУРЗАКОВ

иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

доктор экономических наук, профессор

Рақамли иқтисодиёт ва унинг таълим тизимига талаблари Цифровая экономика и ее требования к системе образования Digital economy and its requirements for education system

Дилором ТОЖИБОЕВА,
Тошкент Молия институти “Иқтисодиёт”
кафедраси профессори, и.ф.д.

Аннотация

Мақолада рақамли иқтисодиётнинг кадрлар тайёрлашига бўлган талабни тубдан ўзгартириши, вужудга келтирилган номуносивлик таҳлил этилган ва уни бартараф этиш учун таълим тизимини ривожлантириш борасида таклифлар шакллантирилган.

В статье анализируются возникающие диспропорции в связи с переходом на цифровую экономику, которая радикально меняют спрос на подготовку кадров. Предлагаются рекомендации по развитию системы образования.

The article analyzes the emerging imbalances while the transition to the digital economy, which radically changes the demand for training. Recommendations on the development of the education system are offered.

Олимларнинг фикрича, кейинги 200 йил давомида жаҳонда уч марта йирик саноат тўнтариши – революцияси содир бўлди. Ҳар бир технологик тараққиёт доимо бир томондан, қатор касбларни йўқолиб кетишига, иккинчи томондан эса янги касблар ва унга қатъи ҳужум қилинишига олиб келди. Бу эса, ўз навбатида, ана шу касб эгаларини тайёрлаш учун таълим тизимини тезда мослаштириш ва уни самарадорлигини ошириш заруриятини вужудга келтиради.

Бугунги кунда дунёда тўртинчи – рақамли революция бошланди. Демак, бу ўз навбатида, мувофиқ равишда кадрлар тайёрлаш ҳамда янги рақамли таълим технологияларидан фойдаланишни объектив тарзда заруриятга айлантиради. Карнеги Меллон университети (Carnegie Mellon University) Президенти Фарман Жаханян реал воқеликдан келиб чиқиб, технологиялар етакчи кучга айланган шароитда таълим, олий маълумот олишнинг келажигини чуқур ўйлаб кўриш кераклигини кўзда тутган ҳолда, “Ижтимоий ўзгаришларнинг мисли кўрилмаган суръати ислохотларни янада тезлаштиришни талаб қилади. Олий таълимга билимлар соҳасида тараққиётнинг двигатели сифатида ниҳоятда кучли босим мавжуд” – дея таъкидлайди.

Маълумки, таълим тизими – бу нисбатан энг консерватив¹ ижтимоий институтлар қаторига киради. Чунки, таълим аждодлар тажрибаси, жамиятнинг анъаналари, ахлоқ қоида, оилавий ришталар, диний этика ҳамда бошқалар билан чамбарчас боғлиқ бўлиб, унда тарихийлик ва мантиқийлик устун туради. Жамиятда узок тарихий давр мобайнида шаклланган эътиқод, имон, қадриятлар қабилар ҳам муҳим роль ўйнайди. Улар ижтимоий механизмлар ёрдамида узатиладиган ахборотлар натижасида вужудга келади. Энг асосийси жамиятнинг маданияти, психологияси, мафкураси билан боғлиқдир.

Тартибга солиш даражаси жамиятда амал қиладиган этик нормаларга кўп жиҳатдан боғлиқ бўлади. Айнан мана шу жиҳатлар бир томондан, жамиятда инсон учун, унинг инсон сифатидаги қамоли учун зарур бўлган энг муҳим қадриятлар тизимининг ҳамда кишилиқ жамиятининг ички бир бутунлигини сақлайди. Анъанавийлик ана шу қадриятларни ишончли ҳамда табиий равишда келгуси авлодларга етказишни таъминлайди.

Шу билан бирга, иккинчи томондан, консервативлик – таълим тизимига иқтисодиётнинг талабларига тезда мослашишга ҳалақит беради. Иқтисодиёт тараққиёти, унинг самарадорлиги эса инновацияларга, яъни доимий

Калит сўзлар: рақамли революция, рақамли таълим, ижтимоий институт, номуносивлик, ахборот технологиялари, инсон қамолоти индекси.

¹ Консервативлик – франц. conservatism, лот. conservo – сақлайман, муҳофаза қиламан.

янгилашишга асосланган.

Ҳозирги кунда кишилиқ жамияти тараққиётнинг натижаларидан, жумладан ахборот олиш имконияти-нинг осонлашганидан: рақамли сервис ва хизматлардан, чекланмаган коммуникацион имкониятлар кабилардан кенг фойдаланмоқда. Шу билан бирга глобал миқёсдаги рақамлаштириш, турли-туман ўзгаришлардан хавотир олишни ҳам кучайтирмоқда ва уни чеклаш заруриги ҳақида талаблар ҳам кўпаймоқда.

Лекин бир нарса аниқ, у ҳам бўлса олимларнинг кўрсатишича, рақамлаштиришнинг чегараси йўқ ва барча тармоқларга рақамли технологиялар кириб боради. Фақат унинг келажакдаги оқибати инсоният тараққиёти билан технология ўртасидаги чегарани аниқ белгилаш, хавфсизлик масаласини чуқур таҳлил қилиб қарор қабул қилишни заруриятга айлантиради.

Рақамлаштиришнинг барча соҳани қамраб олиши яна бир масалани аниқ қилиб қўяди. Бу кадрлар тайёрлаш масаласи. Чунки, кечагина яқин орада эскирмайдиган касблар бутунга келиб, эҳтиёждан чиқиб кетмоқда ёки тамомилан янги кўникма, малака талаб қилмоқда. Билим, кўникма ва малака тез эскирмоқда, меҳнат хизмати бозори талабларига мослашиш қийинлашмоқда. Ҳаттоки рақамлаштиришга ихтисослашган мутахассислар ҳам мунтазам равишда ўз билимларини янгилаб, компетенцияларини мустаҳкамлаб туришга мажбур. Бунинг натижасида мутахассис кадрларга бўлган талаб билан таклиф ўртасида мувозанатнинг чуқур бузилишига олиб келади.

Технологияларнинг шу қадар тез ривожланиши ходимлар ва ташкилотларнинг вазиятга мослашувини орқада қолишига олиб келмоқда. Coursera global² компетенция индекси³ маълумотларига кўра, 2022 йилга келиб дунё аҳолисининг учдан икки қисми меҳнат хизмати бозоридаги асосий кўникма ва малакаларга бўлган талаб даражасидан орқада қолади. Жаҳон иқтисодий форуми тадқиқотларига кўра, кўпгина касблар 2022 йилга келиб 42 фоизга ўзгаради⁴. Барча ёшдаги мутахассисларга, жумладан, аввал маълумот олганларга катта таъсир ўтказди. Айрим ҳисоб-китобларга кўра, 2024 йилга бориб 54 фоиз ходимларни қайта тайёрлаш талаб қилинади⁵.

Pricewaterhouse Coopers ўтказган сўровномага кўра, дунё миқёсида раҳбарлар фикрича ҳозирда кўникма ва маҳоратнинг етишмаслиги бизнес учун ушбу асосий хавфдан биридир⁶.

Олимлар рақамли революция бутун дунёни ўзгартиради, чунки, у ахборот оқимида катта таъсир ўтказди, дея таъкидлашади. Жаҳон банкининг Дилак Мишри ва Уве Дайхманн раҳбарлигидаги жамоа томонидан тайёрланган “Жаҳон тараққиёти тўғрисидаги маъруза – 2016: рақамли дивидендлар” тадқиқоти ҳам буни кўрсатиб турмоқда⁷.

Шунинг учун бу соҳада давлат томонидан қўриладиган институционал ўзгаришлар, чора-тадбирлар муҳим аҳамиятга эга. Ўзбекистон Президентининг 2018 йил 19 февралдаги “Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳасини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони, 2017 йил 21 апрелдаги “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори ва 2020 йилни республикамызда “2020 йил – Илм-маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили” – деб эълон қилиниши бежиз эмас. Ўзгаришлар – бу нафақат мавжуд тартиб қоидаларга қарши чиқиш, янгиликка даъват, балки янги имкониятлар, келажакка ишонч ва уни амалга ошириш ҳамдир.

Иқтисодиётни рақамлаштириш, талабалардан биринчи навбатда таҳлилий ва инновацион фикрлашни заруриятга айлантиради. Муаммони комплекс ечишга бўлган қобилиятгина эмас, янгиликни тезда қабул қилиш ва ўрганиш, ташаббускорлик, танқидий-таҳлилий фикрлаш, креативлик, оригиналлик, етакчилик ҳамда ижтимоий таъсир ўтказиш каби фазилатларни ривожлантиришни талаб этади.

Рақамли технологиянинг яратилиши⁸ ва ривожланиши натижасида ўқувчи-талабаларнинг фанни билиши, ўзлаштиришини фаоллаштиришда улардан кенг фойдаланиш имкони вужудга келди. Шу нарса аён бўлдики, замонавий таълим методларини қўллабгина баркамол шахсни тарбиялаш мумкин. Бунда рақамли таълим ресурсларини яратиш алоҳида аҳамиятга эга. Рақамли таълим ресурси – бу рақам шаклида сақланадиган ва узатиладиган ахборот таълим ресурси бўлиб, у ўз навбатида,

² Компетенция (лат. competentia розилиқ, мос келиш, competere мувофиқ келмоқ, мос бўлмоқ,

³ Coursera – бугунги кунда дунёдаги энг йирик онлайн таълим платформаси бўлиб, унинг асосчилари Стэнфорд университети (АҚШ) олимлари Дафна Коллер (ингл. Daphne Koller) ва Эндрю Ён (ингл. Andrew Ng)лардир.

⁴ Лев Бельски – главный вице-президент корпоративного направления в Coursera. Как технология изменят высшее образование. <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2019/12/11/818499-tehnologi-izmenyat>

⁵ <https://www.kommersant.ru/doc/4171063>

⁶ PricewaterhouseCoopers (PwC) консалтинг ва аудит бўйича хизмат кўрсатувчи халқаро компаниялар тизими.

⁷ Доклад о мировом развитии 2016. Цифровые дивиденды. Обзор. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210671RuSum.pdf?sequence=16&isAllowed=y>

барча ўқув юртларини интернет тармоғи орқали ана шу ресурслар манбаига улашни кўзда тутди. Ҳозирда бутун дунёда Ягона рақамли таълим ресурслари тизимли тўплами – коллекциясини (ЯРТРК) яратишга диққат қаратилмоқда, жумладан, бизнинг республикамизда ҳам.

Инглиз олимларининг кўрсатишича, бизнес таълими ўргатувчиси учун Бизнес, менежмент, бухгалтерия ва молия (БМБМ) фанлари маркази (Олий таълим академиясининг бир бўлими) жуда фойдали ресурслар мавжуд. БМБМ бизнес ўқитувчилари учун ахборот технологияларидан қандай фойдаланишинигина эмас, онлайн ресурсларни ҳам тақдим этади.

БМБМ маърузачиларни қўллаб-қувватлаш учун бутун Буюк Британияда (қатнашувчилар учун бепул тарзда) АКТлардан ОТМларда ҳам анъанавий, ҳам онлайн дарслар жараёнида фойдаланиш бўйича амалий маслаҳат ва семинарлар ўтказди. БМБМ бундан ташқари АКТлардан бизнес таълимини янада ривожлантиришда қай тарзда фойдаланиш мумкинлиги борасида лойиҳалар ҳам олиб боради⁹.

Ҳозирги кун ўқитувчилар олдида таълим жараёнида ахборот технологияларидан ўринли ва мақсадга мувофиқ самарали фойдаланишнинг янги услублари, йўлларини ишлаб чиқиш вазифасини қўймоқда.

Рақамли саводхонлик, таълим – бумажуда адабиётлар,

ўқув дастурлари, материалларини рақамлаштириш дегани эмас. У энг аввало ахборот технологиялари ва коммуникация даражасини ниҳоятда юқори бўлишини талаб қилади.

Бу жиҳатдан қарасак, ҳозирда дунё миқёсида ахборот-коммуникация технологиялари ривожланиши индекси бўйича Исландиядан сўнг 2-ўринда турган Жанубий Кореянинг эришган натижаси диққатга сазовор (1-жадвал).

Жадвал маълумотлари кўрсатиб турибдики, Жанубий Корея жаҳон мамлакатлари орасида инсон камолоти индекси бўйича 22-ўринда, таълим индекси бўйича 24-ўринда, жон бошига яратилган миллий даромад бўйича 30,6 минг доллар билан 32-ўринда турибди. Ваҳоланки, 1998 йилги Осиё кризисидан энг кўп жабр кўрган мамлакатлардан бири бўлиб, 2000 йили бу кўрсаткич жон бошига 12 минг доллар атрофида бўлган.

Ҳозирда аҳолининг 96 фоизга яқини интернетдан фойдаланади, 2000 йили эса бу кўрсаткич 44,7 фоиз бўлган. Таълимга юқори даражада эътибор берилиши мамлакатни инсон ривожланиши потенциали энг юқори мамлакатлар қаторидан ўрин олишга олиб келди.

Жадвал маълумотлари мамлакатимизда қўшниларимизга қараганда ютуқларимиз билан бирга мавжуд заҳираларимизни ишга солишимиз заруриятини ҳам кўрса-

1-жадвал.

Жанубий Корея, Россия, Марказий Осиё давлатларининг таълим ва у билан боғлиқ индекслар бўйича рейтинг (2019 йил)¹⁰

Мамлакатлар	Инсон камолоти индекси		Таълим индекси		Ахборот-коммуникация технологияларининг ривожланиши индекси		Жон бошига яратилган ЯМД, АҚШ долларида	
	ўрни	даражаси	ўрни	даражаси	ўрни	даражаси	ўрни	миқдори
Жанубий Корея	22	0.906	24	0.862	2	8.85	32	30600
Россия	49	0.824	33	0.832	45	7.07	73	10230
Тожикистон	125	0.656	97	0.673	...	...	172	1010
Туркменистон	108	0.710	113	0.628	...	...	91	6740
Ўзбекистон	108	0.710	73	0.712	95	4.9	150	2020
Қирғизистон	122	0.674	67	0.734	109	4.37	169	1220
Қозоғистон	50	0.817	38	0.817	52	6.79	83	7830

⁸ Биз Инглиз тилидаги дигитал-рақамли сўзини тез-тез эшитадиган бўлдик. У латинча digitus, яъни бармоқ сўзидан келиб чиққан бўлиб, инсоният дастлаб узоқ йиллар давомида ҳисоб-китоб қилишда бармоқларидан фойдаланган. Айнан ўнлик саноқ тизими, жумладан ҳинд-араб саноғи ҳам шу асосда яратилган. Одатда бармоқ билан бутун сонлар ҳисобланади. Шунинг учун “рақамли” деганда дискрет сонлар билан ишлайдиган ҳар қандай объект тушунилади. Рақамли технологияни кириб келишини олимлар рақамли революция деб ҳам аташмоқда.

⁹ A Handbook for Teaching and Learning in Higher Education. Enhancing Academic Practice. Third edition. Edited by Heather Fry, Steve Ketteridge, Stephanie Marshall. First edition. This edition published 2009, New York, - p. 399.

¹⁰ БМТ ва Жаҳон банки тадқиқот гуруҳлари маълумотлари. <https://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gni/rating-countries-gni-info> маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

тиб турибди.

Албатта, инсон камолоти уни салоҳиятини ривожлантириш учун йўналтирилган инвестицияларга боғлиқ. Мамлакатимизда бюджет харажатлари таркибида ижтимоий сарфларга, жумладан, аҳоли соғлигини сақлаш, таълим, фан ва инновацияларни ривожланишига харажатлар ўсиб бориб, унинг ярмидан кўпини ташкил этмоқда. Лекин ҳаёт кўрсатмоқдаки, маблағ ягона омил эмас. Бу ерда ҳар бир инсоннинг ўз билими, салоҳиятини узлуксиз ошириш учун мотивацияси асосий роль ўйнайди. Бундай мотивация оила, таълим тизимидаги устозлар, жамият томонидан яратилади.

Иқтисодиётни рақамлаштириш меҳнатни янада мураккаблашувига, сифатини оширишга олиб келади. Энг муҳими ана шу вазифаларни амалда бажаришда таълим тизими ниҳоятда муҳим, масъулиятли роль ўйнайди. Таълимни рақамлаштириш ҳақида мулоҳазалар жуда кўп, унинг афзалликларини кўрсатиш билан бирга келажакда университетларни онлайн платформага ўтказилиши уларни қисиб чиқаради, деган тахминларгача мавжуд¹¹.

Таълим тизимини рақамлаштириш туфайли ўқитувчи, устозни ўрнини планшет, смартфонлар эгаллайдими? деган савол тугилади. Йўқ, бундай бўлиши мумкин эмас. Рақамли кундалик ёки баҳо дафтарчаси уни текширишни, электрон доска унга ёзишни йўқ қилмайди. Мультимедиа ўқитувчининг ўрнини боса олмайди. Рақамли таълим инструментларидан фойдаланиш анъанавий синф, аудитория, лабораторияларда шугулланишни йўққа чиқармайди. Ўқитувчининг жонли мулоқоти, ўз шогирдларига берадиган меҳри, эътиборини, талабаларнинг ўзаро жонли мулоқотини ҳеч нима боса олмайди. Рақамли таълим мунтазам равишда ўз устида индивидуал

ишлаш, таълим сифатини ошириш ва баҳолашга талабни оширади ҳамда ниҳоятда катта имкон яратади.

Шунинг учун биз устоз сифатида иқтисодчиларни тайёрлаш жараёнида талабаларни ўз фикрини аниқ баён қилишга, хусусийликда умумийликни, умумийликда хусусийликни кўра билишга, абстрактлик билан реалликни эсда тутиш, назария билан амалиётни боғлашга, катта ахборот оқимидан зарур маълумотларни тезда ажратиш, иқтисодиётни рақамлар жилосида кўра олиш ва таҳлил қилиш, улар асосида энг муҳим зарур қарор қабул қилишни ўргатадиган методларни, уларнинг мавзуларга мос равишда турли вариантларини ишлаб чиқиш ва ўқув жараёнида қўлашимиз зарур.

Фикримизча, инсонларнинг инсон сифатида бир-бирига меҳр оқибати ўзаро мулоқотда, муносабатда шаклланади ва ривожланади, инсоний фазилатлари мукаммалашади. Коронавирус инсонлар учун бир томондан огоҳлантириш ва иккинчи томондан синов бўлди. Келажакда ҳар бир инсон, мамлакат учун асосий диққат қаратиладиган хавфсизлик – бу озиқ-овқат, ичимлик суви ва экологик хавфсизлик эканини, энг муҳими, инсонларнинг инсоний фазилати, маданияти, жамият томонидан қабул қилинган қонун-қоидаларга нақадар риоя қилиши асосий роль ўйнашини кўрсатди. Шунинг учун норасмий институтлар (удум, анъана, оилавий ришталар, ахлоқ кодекси, маданият қабилар)ни рақамли технологиялар, жумладан, рақамли таълимнинг ижобий томонларидан фойдаланган ҳолда жонли мулоқот билан “икки палла (ёрти) – бир бутун” ҳолда амалга ошириш, индивидуал тарзда ишлашнинг афзалликларини жамоа билан ишлаш устунликлари билан қўшиб олиб бориш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. A Handbook for Teaching and Learning in Higher Education. Enhancing Academic Practice. Third edition. Edited by Heather Fry, Steve Ketteridge, Stephanie Marshall. First edition. This edition published 2009, New York, - p. 399.
2. БМТ ва Жаҳон банки тадқиқот гуруҳлари маълумотлари. <https://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gni/rating-countries-gni-info>
3. Доклад о мировом развитии 2016. Цифровые дивиденды. Обзор. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210671RuSum.pdf?sequence=16&isAllowed=y>
4. Лев Бельски – главный вице-президент корпоративного направления в Coursera. Как технология изменят высшее образование.
5. Республика Корея: успехи и проблемы развития. Бюллетень о текущих тенденциях мировой экономики. Выпуск № 43, 2019 г.
6. Тожибоева Д. Глобал миқёсда таълим ролининг ортиши ва ўқитувчи-педагогларга қўйиладиган замонавий талаблар. // Замонавий таълим, Тошкент, 2017 й., №4. -Б.10-16.
7. Третьяков В.С., Ларионова В.А. Открытые онлайн-курсы как инструмент модернизации образовательной деятельности в вузе // Высшее образование в России. 2016 г. № 7 (203). С. 55-66.

¹¹ Третьяков В.С., Ларионова В.А. Открытые онлайн-курсы как инструмент модернизации образовательной деятельности в вузе // Высшее образование в России. 2016. № 7 (203). С. 55-66.

УЎТ: 658.8

Маркетинг фаолиятида қўлланиладиган ахборотлар тизими ва уларнинг таснифи

Информационные системы, используемые в маркетинге, и их классификация

Information systems in marketing and their classification

Мамаюнус ПАРДАЕВ,
СамИСИ профессори, и.ф.д.
Муҳиддин КАЛОНОВ,
Тошкент Давлат иқтисодиёт
университети профессори, и.ф.д.
Гулнора ШАДИЕВА,
Тошкент Давлат транспорт
университети профессори в.б. и.ф.д.

Аннотация

Мақолада маркетинг фаолиятида қўлланиладиган ахборотлар тизими ёритилган, шунингдек, ахборотлар таснифи, жараёнларнинг бошқарув қарорларини қабул қилишга бўлган босқичларнинг кетма-кетлиги ва унда ахборотлар таснифи ҳамда уларнинг мазмунини очиқ берилган. Илмий-назарий тадқиқотлар натижасида ахборотларнинг таърифи ҳам шу вариантда илк бор ишлаб чиқилган.

В статье представлена информационная система, применяемая в маркетинговой деятельности. В работе также раскрывается классификация информации, ее содержание, последовательность этапов процессов, предшествующих принятию управленческих решений. В результате научно-теоретических исследований впервые было разработано определение информации в этом варианте.

The article describes the information systems used in marketing activities. Also, it describes the classification and content of information, the sequence of stages of processes preceding management decisions. As a result of scientific and theoretical research, the definition of information was also developed for the first time in the offered variant.

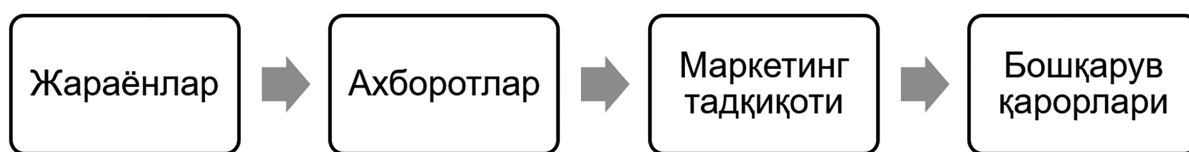
XXI аср ахборот асри сифатида баҳоланмоқда ва у энг зарур ҳамда бир вақтнинг ўзида моддий қимматликка айланди. Ахборот барча ҳуслалар ва улардан келиб чиқадиган бошқарув қарорларининг асосини ташкил этади. Шу туфайли, ҳаётимизнинг барча соҳасида, шу жумладан, маркетинг фаолиятида ҳам ахборотлардан фойдаланишнинг зарурати кенгайиб ҳамда кучайиб бормоқда. Чунки, ахборотларсиз ушбу тадқиқотни амалга ошириш мумкин эмас ва мос равишда корхоналарнинг бозордаги аҳволига баҳо ҳам бериш қийин.

Ахборотларнинг муҳимлиги унинг маркетинг фаолиятини ўтказиб, тегишли равишда бошқарув

қарорларини қабул қилиш учун асос бўлади. Мазкур ҳолат ушбу босқичларнинг кетма-кетлигини ўрганишни тақозо этади. Бу қуйидаги чизмада ўз ифодасини топган (1-чизма).

Жамият ҳаётида иқтисодий ва ижтимоий жараёнлар узлуксиз давом этмоқда. Аммо уларни ахборотларда ифодалаш, жамлаш ва тегишли йўналишлар бўйича ҳуслал қилиш ҳамда бошқарув қарорларини қабул қилиш масаласи шу ахборотларни нима учун жамланиш мақсадига боғлиқдир. Маркетинг фаолиятини ўтказиш учун ҳам, қайси соҳа бўлмасин шунга дахлдор ахборотлар зарур бўлади. Чунки, ахборотларни тўплаш ва улардан

Калит сўзлар: маркетинг, ахборотлар, маркетинг фаолияти, маркетинг тадқиқоти, бошқарув қарори, рақам, баҳо, хабар, далил, маълумот.



1-чизма. Жараёнларнинг бошқарув қарорларини қабул қилишгача бўлган босқичларининг кетма-кетлиги.

фойдаланиш бир қанча масалаларни ҳал қилиш имконини тақдим этади. Жумладан:

- соҳа корхоналарининг ҳолатини билиш имконини беради;
- соҳа корхоналарининг бозордаги мавқеига ташхис қўйишга асос бўлади;
- рақобатчилар ўртасидаги аҳволини билиш имкониятини тақдим этади;
- тармоқ корхоналарининг қай даражада самарали фаолият кўрсатаётганлигини баҳо бериш мумкин бўлади;
- корхоналарнинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш учун асос бўлади;
- корхоналарининг ташқи ҳамкорларига тегишли қарор қабул қилиши учун шароит яратади;
- соҳа корхоналарининг ўз фаолиятига ташхис қўйиш имконини яратади.

Кўриниб турибдики, ахборотлар корхона фаолиятида, хусусан, маркетинг фаолиятида ҳам муҳим аҳамият касб этади. Унинг мазкур аҳамиятидан келиб чиқиб, ахборотларнинг мазмунига қисқача тўхталишни мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Ахборотлар ҳақида гап кетганда қуйидаги тушунчаларнинг ҳам фарқини ва уларнинг хусусиятларини инобатга олиш зарур. Буларга: далил, маълумот, хабар, баҳо ва рақамларни киритиш мумкин. Уларнинг ҳар бирига изоҳ берилса, фарқини аниқлаш ва хусусиятларини англаб олиш имконияти пайдо бўлади.

Далил деганда, бевосита ҳодиса ёки жараён ҳақида исботланган ҳақиқий маълумот тушунилади.

Маълумот деганда, бевосита ҳодиса ёки жараён ҳақидаги ахборотларнинг тизимлаштирилган ва умумлаштирилган шакли тушунилади.

Хабар деганда, бевосита ҳодиса ёки жараён ҳақидаги турли воситалар орқали бериладиган, аммо қонуний кучга эга бўлмаган оддий маълумот тушунилади.

Баҳо деганда, ҳодиса ёки жараён ҳақидаги манتيкий ҳамда ҳисоб-китоблар натижасида аниқлан-

ган маълумот тушунилади. Бунга мисол қилиб, прогноз кўрсаткичларини, самарадорлик даражаси кабиларни келтириш мумкин.

Рақам деганда, ҳодиса ёки жараён ҳақидаги миқдорий маълумотлар тушунилади.

Булардан келиб чиқиб, ахборотларга ҳам таъриф бериш мумкин. Ахборотлар деганда, ҳодиса ёки жараёнлар ҳақидаги далил, маълумот, хабар, баҳо ва рақамларда ифода этилган, уларни таҳлил қилиб, тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш учун асос бўладиган маълумотлар тушунилади.

Ўзбек тилининг изоҳли луғатида “Ахборот” атамасига “Иш, воқеа-ҳодисалар ҳақида тушунча берувчи хабар, маълумот”¹, деган изоҳ берилган. Кўриниб турибдики, ахборотлар корхона ва бошқа хўжалик юритувчи субъектларда иш, ҳаётда воқеа-ҳодисалар ҳақида тушунча берувчи хабар, маълумотлардан иборат экан. Демак, ҳаётда қанчалик воқеа-ҳодисалар кўп бўлса, улар ҳақида тушунча берувчи хабарлар ҳам, уларни ифода этадиган маълумотлар ҳам шунчалик кўпдир. Уларни ўрганиш маълум даражада тизимлаштиришни тақозо этади. Бу эса, ўз навбатида, уларни маълум белгилари бўйича таснифлаш заруратини келтириб чиқаради.

Ахборотларни таснифлашда А.Дуровичнинг тавсияси² диққатга сазовордир. Шу туфайли биз ҳам уни асос қилиб олишни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Бу қуйидаги жадвалда келтирилган (1-жадвал).

Мазкур жадвалдан кўриниб турибдики, маркетинг фаолиятида қўлланиладиган ахборотлар 9 та белгиси бўйича таснифланган. Бунда ахборотларнинг 25 та тури келтирилган ва унга изоҳ берилган. Аммо, бу тизим тўла мукамал даражада деб ҳисобламаймиз. Чунки, тадқиқотнинг мақсади ва кутилаётган натижасидан келиб чиқиб, уларни яна бир қанча гуруҳларга ҳам бўлиш мумкин. Мас равишда келтирилган гуруҳларнинг айримларидан фойдаланиш ҳам шарт бўлмайди. Шу жиҳатдан, ахборотлар қанчалик кўп бўлса, уни ўрганишга бўлган қизиқиш

¹ Ўзбек тилининг изоҳли луғати. – Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. ДИН, 2006 й. – 119-120-бетлар.

² Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008 г. – 8-11 стр.

Ахборотлар таснифи ва уларнинг мазмуни³

Ахборотларнинг тавсифий белгилари	Ахборотларнинг турлари	Ахборотларнинг мазмуни
Мазмуни бўйича	Меъёрий	Корхоналар фаолиятига доир қонунлар ва бошқа меъёрий ҳужжатлар
	Ҳисоб-статистик	Корхонанинг фаолиятига доир жараёнларнинг ҳисоб ва ҳисоботларда ифода этилиши
	Справочникдаги	Турли справочник, каталог, паспорт ва проспектлар кабиларда келтирилган маълумотлар
	Илмий-техникавий	Илмий-техник тадқиқотлар натижалари, ихтиролар ва бошқа илмий ишланмалар
Тизимлаштириш даражаси бўйича	Тизимлаштирилган	Муддати, кўрсаткичлари, даври, шакли, таркиби каби жиҳатлари тизимлаштирилган ахборотлар
	Тизимлаштирилмаган	Юқоридаги қатъий тартибга амал қилинмаган тарзда турли манбаларда келтирилган ахборотлар
Маълумотлар манбаси бўйича	Иккиламчи	Бухгалтерия ва статистик ҳисоботлар, меъёрий ҳужжатлар, справочниклар, нормалар каби олдиндан тайёрланган ахборотлар
	Бирламчи	Олдиндан тайёр бўлмаган, аммо тадқиқот учун зарур бўлган маълумотларни турли сўровлар, тадқиқотлар, кузатувлар ва тажрибалар натижасида тўпланган ахборотлар
Даврийлиги бўйича	Ўтган давр ахбороти	Корхона ва бозор фаолияти тўғрисида олдин содир бўлган маълумотлар
	Жорий давр ахбороти	Ҳисобот даврида содир бўлган жараёнлар тўғрисида тезкор тазда келтирилган ахборотлар
	Келгуси давр ахбороти	Келгусида корхонанинг аҳволи қандай бўлиши тўғрисида эҳтимолларни берувчи ахборотлар
Қарорларни қабул қилиш босқичи бўйича	Ифода этувчи	Ҳолат ҳақида тўлиқ маълумот ифодаланган ахборотлар
	Тушунтурувчи	Корхона фаолиятида содир бўлган жараёнларга изоҳ берадиган ахборотлар
	Режали	Корхонанинг ҳаракатини ўзида ифода этадиган дастурий тадбирлар
	Назоратда фойдаланувчи	Корхона фаолияти ҳақидаги реал маълумотлар ва ҳужжат асосида бўлиши керак бўлган маълумотлар таққосланишини ифода этувчи ахборотлар
Ахборотларнинг характери бўйича	Миқдорий	Кузатилаётган объект ҳақида рақамларда бериладиган маълумотлар (бозор ҳажми, тўйинганлик даражаси, нархи кабилар)
	Сифатий	Сифатий жиҳатларни ифодаладиган (истеъмолчиларнинг жинсий таркиби, яшаш жойи бўйича, фаолияти бўйича) кўрсаткичлар
Барқарорлиги бўйича	Доимий	Узоқ муддат давомида бир хил ҳолатда келиб турадиган (сотиш ҳажми, солиқ миқдори кабилар ҳақидаги ҳисобот) ахборотлар
	Ўзгарувчи	Тасодифан келиб тушадиган ва тез ўзгариб турадиган турли ҳодисалар тўғрисидаги ахборотлар
Келиб тушиш даврийлиги бўйича	Вақти-вақти билан	Бир хил вақт оралиғида доимий тушуб турадиган ахборотлар (ойлик, чорақлик, йиллик ҳисоботлар)
	Узлуксиз доимий равишда	Доимий равишда содир бўладиган ҳодисалар (кунлик пул тушуми, ҳар куни бажарилган ишлар, кунлик тезкор ҳисоботлар каби) тўғрисидаги маълумотлар
	Зарурат бўлганда	Зарурат бўлганда келиб тушадиган ахборотлар бўлиб ҳисобланади. Масалан, янги рақобатчилар тўғрисида ёки бозор ҳақидаги маълумот керак бўлиши мумкин
Типи бўйича	Демоскопик (истеъмолчилар таркиби)	Истеъмолчилар таркиби (жинси, ёши, миллати, ижтимоий аҳволи, даромад олиш даражаси кабилар) бўйича ахборотлар
	Экоскопик (умумиқтисодий вазият)	Мамлакат миқёсида бозорнинг ҳолати, умумиқтисодий вазият, баҳонинг ўзгариш тенденцияси кабилар

³ Ўша жойда. 8-11-бетлар. Таржима муаллифлар томонидан соддалаштирилган ҳолда ахборот турининг мазмуни ўзимизнинг иқтисодийётимизга мослаштириб амалга оширилди.

ва ўрганиш жараёнидаги ёндашувлар ҳам шунчалик кўп бўлади. Шу сабабли, мазкур матнда методологик асос сифатидаги фикрлар келтирилган. Уни тадқиқ қилишда ва улардан фойдаланишда масалага ҳамиша ижодий ёндашиш мақсадга мувофиқдир.

Хулоса қилиб айтганда, ахборотлар соҳа корхоналарида содир бўлган, бўлаётган ва бўладиган ижтимоий-иқтисодий жараёнлар ҳақида аниқ ха-

бар берадиган ва шунга асосан тегишли бошқарув қарорларини қабул қилишга асос бўладиган маълумотлар базасидан иборатдир. Ушбу маълумотларнинг ҳаққонийлиги ва тўғрилиги бошқарув қарорларини ҳам тўғри қабул қилиш имконини беради ҳамда бу пировардида барқарор ривожланиш учун асос бўлиб ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Айзенберг М. Менеджмент рекламы / М. Айзенберг. М.: ТОО “ИнтелТех”, 2014 г. 80 с.
2. Бекмуродов А.Ш., Қосимова М.С. Сафаров Б.Ж., Мусаева Ш. Маркетингни бошқариш. Ўқув қўлланма. - Т.: ТДИУ, 2007 й. -160-б.
3. <https://marketing.wikireading.ru/5623>
4. Багиев Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. СПб.: Питер, 2013 г. 736 с. 4. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти. СПб.: Питер, 2014 г. 373 с.
5. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учеб. - СПб.: Питер, 2008 г. -736 с.
6. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник. – М.: “Финпресс”, 2008 г. –704 с.
7. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008 г. – 8-11 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга – М.: Прогресс, 2018 г. – 735 с.
9. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. -М.: Издательский дом. “Вильямс”, 2008 г. – 656 с.
10. Панкрухин А.П. Маркетинг: учебник для студ. - М.: Омега-Л, 2009 г. – 656 с.
11. Жалолов Ж.Ж., Фаттахов А.А. Бизнес маркетинги. Дарслик. –Т.: Молия, 2006 г. – 355 б.
12. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. – Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. ДИН, 2006 й. – 119-120-бетлар.
13. Фирсанова О.В., Байков В.Г. Классификация новшеств в маркетинге инноваций с учетом равновесия в поведении потребителя // Научное обозрение. 2016 г. № 9. С. 165-174. 9. Фирсанова О.В., Байков В.Г. Маркетинговое обоснование новых ролей потребителей, возникающих в процессе разработки инновационных товаров // Научное обозрение. 2016 г. №18. С. 142-151.

УЎТ: 338.272.

Ривожланаётган бозор шароитида саноат корхоналарини реструктуризациялаш масалалари Реструктуризация промышленных предприятий в условиях развивающегося рынка Restructuring of industrial enterprises in a developing market environment

Абдувоси НАЗИРОВ,
Тошкент Архитектура қурилиш институти
Менежмент кафедраси и.ф.н., доцент.

Аннотация

Мақолада саноат корхоналарини реструктуризациялаш механизми кўриб чиқилган бўлиб, ривожланаётган бозор шароитида реструктуризациялаш зарурлигини иқтисодий асослаш вазифасига алоҳида эътибор қаратилган. Шунингдек, реструктуризациялашнинг мақсадга мувофиқлигини баҳолаш мезонлари ва балл тизимлари таклиф этилган.

В статье рассматривается механизм реструктуризации промышленных предприятий. Основное внимание уделяется экономическому обоснованию необходимости реструктуризации на развивающемся рынке. Предложены критерии оценки целесообразности реструктуризации и скоринговых систем.

The article discusses the mechanism of restructuring of industrial enterprises. The focus is on the economic justification for the need for restructuring in the emerging market. Criteria for assessing the feasibility of restructuring and scoring systems are offered.

Бозор иқтисодиётига ўтиш кўплаб саноат корхоналарига салбий таъсир кўрсатди. Тўлов қобилиятига эга талабнинг пасайиши, молия-кредит тизимининг етарли даражада ривожланмаганлиги, давлат иқтисодиёти тузилмасининг нораціонал тузилиши, сиёсий ва иқтисодий беқарорлик, рақобат шароитида, уларнинг кўпчилиги фақатгина ишлаб чиқариш ҳажмини камайтирибгина қолмай, балки зарар ҳам кўрмоқда. Корхоналарнинг ҳаётийлигини тиклаш ва уларнинг кейинги ривожланишини фақат фаолиятнинг айрим йўналишларини такомиллаштириш орқали амалга ошириш мумкин эмас. Янги бизнес шароитларига мослашишнинг энг яхши усули – бу уларни реструктуризациялашдир.

Унинг доирасида фаолият юритадиган хўжалик

юритувчи субъектлар учун бозор иқтисодиёти бир қатор талабларни қўяди. Энг муҳим ва шу билан бирга бажарилиши қийин бўлган ҳолатлардан бири бу ўзгарувчан муҳитга мослашиш қобилиятидир. Бунга корхонанинг турли соҳаларини тубдан ўзгартириш, яъни уни реструктуризациялаш орқали эришилади [1]. Муайян корхона фаолиятини ўзгартиришдаги муваффақият биринчи навбатда ўзининг кучли томонларига ва молиявий ҳолатига боғлиқ.

Бироқ, ушбу ҳолатлар давлат томонидан қўлаб-қувватланмаса, бу жараён чўзилиб кетиши мумкин, шу сабабли, самарали реструктуризация учун замин яратадиган чораларни давлат даражасида аниқлаштириш керак. Бунда қуйидагилар устувор аҳамиятга эга:

Калит сўзлар: бозор иқтисодиёти, рақобат, реструктуризация, саноат корхонаси, рақобатбардошлик.

1. Ушбу жараёни бошқарадиган норматив-ҳуқуқий базани ишлаб чиқиш. Ҳозирги вақтда мамлакатда, аслида, самарали ислохотлар масаласи бўйича ягона ҳужжат мавжуд эмас. Реструктуризациялаш жараёнининг баъзи жиҳатлари турли хил қоидаларда кўриб чиқилган, аммо кўп жиҳатлар ҳалигача ҳал қилинмаган [2].

2. Кўпгина маҳаллий менежерлар билан бу борада тажриба етишмаслигини қоплайдиган услубий ёрдамни яратиш.

3. Хусусийлаштиришдан тушган маблағлар манбаи бўлиши мумкин бўлган махсус фондни яратиш. Молиявий ёрдам барча мулкчилик шаклидаги корхоналарга, агар тўланадиган ёки тўланган (кредит учун фойз ставкаси) асосли бизнес-режа мавжуд бўлса, кўрсатилиши мумкин.

4. Қайта ташкил этилган корхоналарнинг қарзларини реструктуризациялаш механизмни ишлаб чиқиш. Амалга оширилмаган молиявий мажбуриятларнинг катта ҳажми (илгари рўй берган гиперинфляция натижасида) йиғилиб, бу кўпгина корхоналар учун реструктуризациялаш имконсиз ёки мурасасиз бўлишига олиб келади.

5. Банклар ва корхоналарни реструктуризациялаш жараёнида ўзаро ҳамкорлигини кенгайтириш. Банклар корхоналар учун зарур бўлган молиявий ресурслар билан бир қаторда, малакали мутахассисларга ва кенг миқозлар билан ишлашда катта тажрибага эга, бу ўзаро самарали реструктуризациялаш учун замин яратади.

6. Хорижий инвесторларни маҳаллий корхоналарни реструктуризациялашга жалб қилиш механизмини яратиш, бу нафақат зарур маблағларни олиш, балки хорижий бой тажрибадан фойдаланиш имкониятини яратади.

Муайян корхонани реструктуризациялаш мақсади бозор шароитларига мослашиш ва рақобатбардошликни оширишдир. Бунинг учун компания бир қатор маҳаллий (оралиқ) мақсадларни амалга оширади – иқтисодий, молиявий, таркибий, бошқарув, ишлаб чиқариш, техник ва технологик, ижтимоий ҳамда бошқалар [3].

Умуман олганда, реструктуризациялаш лойиҳаларининг иқтисодий мақсадга мувофиқлиги тизими қуйидагиларни ўз ичига олиши керак:

- реструктуризациялашнинг мақсадга мувофиқлиги мезонлари кўлами;
- ривожланаётган бозорда реструктуризациялашнинг энг мақбул йўналишларини танлаш учун услубий аппаратлар;
- реструктуризациялаш лойиҳасини амалга оширишнинг иқтисодий механизми;
- саноат корхоналарини реструктуризациялаш самарадорлигини баҳолаш методологияси;
- реструктуризация оқибатларини иқтисодий-иқтисодий баҳолаш мезонлари ва усуллари тизими.

Корхонани реструктуризациялаш икки асосий муаммони ҳал қилишга қаратилган бўлади: биринчидан, корхонанинг илоҳи борица омон қолишини таъминлаш; иккинчидан, корхонанинг бозорда рақобатдошлигини ошириш.

Реструктуризациялаш зарурлиги тўғрисидаги қарор Ўзбекистон иқтисодиётининг ҳозирги шароитига мослаштирилган замонавий услубий базага асосланиши лозим. Реструктуризация лойиҳаларини асослаш учун иқтисодий воситаларни ишлаб чиқиш, бизнинг фикримизча, уни амалга ошириш зарурлигини баҳолаш мезонлари тизимидан бошланиши керак.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Борисов В.В. Муҳандислик: қайта қуриш. Рационализация ва рақобатбардошлик / В. Борисов // Иқтисодчи. 2009 й. № 7. П. 7-12.
2. Бачурин А. Қайта қуриш ва ислохот. Ишлаб чиқариш / А. Бачурин // Иқтисодчи. 2012 йил. № 9. П. 23-29.
3. Осипов В. И. Корхона иқтисодиёти: Амалиёт. / В.И. Осипов, А.Т. Никифорова. Тула: Астропринт, 2013 й.

Тўқимачилик саноати корхоналари салоҳиятини баҳолаш усулини такомиллаштириш Совершенствование метода оценки экономического потенциала предприятий текстильной промышленности Improvement of the method for evaluating the economic potential of enterprises of the textile industry

Равшан ИСАЕВ,
Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти доценти.

Аннотация

Мақолада тўқимачилик саноати корхоналари иқтисодий салоҳиятини баҳолаш усули индикатив усул ҳамда интеграл кўрсаткични қўллаш асосида такомиллаштириш масаласи ўрганилган.

В статье рассматривается вопрос совершенствования метода оценки экономического потенциала предприятий текстильной промышленности на основе индикативного метода и использования интегральных показателей.

The article examines the issue of improving the method of assessing the economic potential of textile enterprises on the basis of the indicative method and the use of integrated indicators.

Сўнгги йилларда тўқимачилик саноатида маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми жадал суръатларда ўсиб бормоқда ва мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улуши сезиларли даражада ортмоқда. Бирок, умуман олиб қараганда Ўзбекистон тўқимачилик тармоғининг мавжуд салоҳияти ва захираларидан тўлиқ фойдаланилмаяпти. Бу эса, тўқимачилик корхоналарининг захиралари ва салоҳиятини чуқур илмий ҳамда амалий жиҳатдан тадқиқ этиш долзарблигини янада оширмоқда.

“Салоҳият” атамаси маълум шароитларда ўзини намоён қила оладиган яширин имконият, қобилият, кучни тасвирлайди. Бу атама латинча “potentia” – имконият, куч сўзидан келиб чиққан [1]. “Салоҳият” сўзи кенг маънода – бирор вазифани ҳал этиш, бирор мақсадга эришиш учун фойдаланиш мумкин бўлган манбалар, имкониятлар, маблағлар, захиралардир. С.И. Ожеговнинг изоҳли луғатида салоҳиятнинг қуйидаги таърифи мавжуд: “...айрим

жиҳатдан қувват даражаси, айрим воситалар, имкониятларнинг умумийлиги...” [2].

Корхоналар салоҳияти ҳақида олиб борилган илмий-тадқиқот ишларини ўрганиш асосида унинг қуйидаги учта йўналишини ажратиш кўрсатиш мумкин [3]:

1. Салоҳият тизим амал қилиши ва ривожланиши учун зарур бўлган ресурслар мажмуасидир (ресурс ёндашуви). Ушбу ҳолатда салоҳиятни баҳолаш алоҳида ресурс турлари тавсифини миқдор ва сифат жиҳатдан таҳлил қилишга таянади, бироқ ушбу жараёнда унинг синергетик самараси ҳисобга олинмайди.

2. Салоҳият ўзида олдинга қўйилган мақсадга эришишни таъминловчи шароит (омил)лар тизимини мужассам этади. Бинобарин, алоҳида ресурс турлари тавсифини таҳлил қилиш ва баҳолаш бошқарув таъсирини ҳисобга олган ҳолда бутунлигича тизимнинг самарали бўлишлигини тавсифловчи

Калит сўзлар: салоҳият, иқтисодий салоҳият, баҳолаш, индикатив усул, интеграл кўрсаткич.

кўрсаткичлар билан тўлдирилиши лозим бўлади.

3. Салоҳият тушунчаси моҳиятини тушунишда мавжуд ресурслардан фойдаланиш орқали тизим ўз олдига қўйган мақсадга эришишдаги вазифалар билан мақсадга эришилганлик ўртасидаги имкониятларни ҳисобга олиш бўйича ёндашувдир. Бу эса олдинги ёндашувларга тизимнинг фойдаланилмаган захираларини аниқлаш ва уни фаоллаштиришни киритиш билан тўлдирилади.

Тўқимачилик саноати корхоналари салоҳиятини баҳолашнинг биз томондан таклиф этиладиган усули қуйидаги босқичларни ўз ичига олади:

1. Бирламчи кўрсаткичлар ёрдамида салоҳият алоҳида тизим ости компонентлари ресурс ташкил этувчилари ҳолатини баҳолаш. Ҳар бир салоҳият компоненти ресурс ташкил этувчиси ҳолатини таҳлил этиш ҳамда баҳолашда тизимли таҳлилнинг аналитик усулларида фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Биз томондан ташкилий салоҳият ташкил этувчилари интеграл кўрсаткичини ҳисоблаш алгоритмининг таклиф этилади:

– салоҳиятнинг ўзгариш динамикасини тавсифловчи кўрсаткичлар жадвали шакллантирилади.

Бунда x_{ij} – ўрганилаётган даврнинг t_i - йилдаги j -кўрсаткич миқдори;

– S_j - t_i - йилдаги j -кўрсаткичнинг ўртача квадратик оғиши ҳисобланади;

– кўрсаткичларнинг стандартлаштирилган миқдорлари қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$Z_{ij} = \frac{x_{ij}}{S_j} \quad (1)$$

– ўрганилаётган давр учун (камида уч йил) кўрсаткичларнинг энг яхшиси сифатида x_j^e – кўрсаткичлар эталон қиймати ҳисобланади;

– эталонларнинг стандартлаштирилган қийматлари қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$Z_j^e = \frac{x_j^e}{x_j} \quad (2)$$

– комплекс баҳолашда ҳар бир кўрсаткич улуши қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$a_j = \frac{Z_j^e}{\sqrt{\sum_{j=1}^n (Z_{ij}^e)^2}} \quad (3)$$

– йиллар бўйича потенциал функция қиймати қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$y_i = \sum_{j=1}^n a_j * Z_{ij} \quad (4)$$

– потенциал функция эталон қиймати қуйидаги

ча аниқланади:

$$y^e = \sum_{j=1}^n a_j * Z_j^e \quad (5)$$

– t – йилдаги салоҳият баҳоси қуйидагича аниқланади:

$$S = \frac{y_i}{y^e} \quad (6)$$

Ҳисоб-китоблар натижасида ҳар бир ҳисоблаш босқичида (t – йилдаги) ташкилий салоҳиятнинг алоҳида тизим ости компонентидаги мавжуд ресурс ҳолати ва таъминланганлик даражасининг интеграл баҳоси топилади.

Салоҳият ўзгариши динамик кўринишда бўлади. Ҳисоблашнинг ҳар бир босқичида эталон қиймат 100 фоизга мос келади. Динамикада интеграл кўрсаткичнинг ҳақиқатдаги қиймати корхонанинг у ёки бу йилда эталон қийматга яқинлиги даражасини кўрсатади.

2. Ҳисоб-китобнинг иккинчи босқичида танланган кўрсаткичлар асосида юқорида баён этилган услубга биноан корхонанинг мавжуд ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги ҳисоблаб чиқилади. Ушбу ҳисоб-китоб босқичи натижаси динамикада

t – ҳисоблаш босқичидаги салоҳият ташкил этувчи компонентлари элементларидан фойдаланиш самарадорлигининг интеграл баҳосини беради.

3. Ушбу босқичда салоҳият алоҳида ташкил этувчи компонентларини тавсифловчи кўрсаткичларнинг ҳақиқатдаги қийматини эталон қийматга таққослаш натижаларига кўра салоҳиятни кенгайтириш ва мустаҳкамлаш имкониятлари излаб топилади. Эталон ва ҳақиқатдаги кўрсаткичлар динамикасини солиштириш Кеңдалнинг ранг коэффициенти ёрдамида амалга оширилади. Ҳисоб-китоблар ($t_1 - t_2$) ва $t_2 - t_3$) оралиқлар бўйича амалга оширилади. Ушбу босқичда тизимнинг мувозанатлаштирилганлиги ва унинг келгусида салоҳиятни кенгайтиришдаги имкониятлари баҳоланади.

4. Корхона салоҳиятнинг t – қадамга баҳоси қуйидаги формула ёрдамида амалга оширилади:

$$K_i^e = \sqrt[3]{P_i^t * \partial P_i^t * \partial D_i^t} \quad (7)$$

бу ерда, $K_i^e - t$ – ҳисоблаш қадамидаги салоҳият t – ташкил этувчисининг умумлаштирилган интеграл баҳоси, бирликдаги улуши;

$P_i^t - t -$ ҳисоблаш қадамидаги салоҳият $t -$ ташкил этувчиси ресурсларининг интеграл баҳоси, бирликдаги улуши;

$ЭP_i^t - t -$ ҳисоблаш қадамидаги салоҳият $t -$ ташкил этувчисининг ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги интеграл баҳоси, бирликдаги улуши;

$ЭД_i^t - t -$ ҳисоблаш қадамидаги салоҳият $t -$ ташкил этувчиси таркибий мувозанатлаштирилганлигини тавсифловчи кўрсаткичлар динамикасининг ҳақиқатдаги ва эталон қийматлари мослигининг интеграл баҳоси, бирликдаги улуши.

Тўқимачилик саноати корхоналари иқтисодий салоҳияти даражасини баҳолаш ва таҳлилар Тошкент шаҳри, Учтепа туманида фаолият юритаётган “Баурпак textile” ҚК, Тошкент вилояти, Бўстонлиқ туманида фаолият юритаётган “Osborn textile” ХК, Тошкент шаҳри, Сергели туманида фаолият юритаётган “Uztex Tashkent” ҚК ва Тошкент вилояти, Чиноз туманида фаолият юритаётган “Chinoz textile” МЧЖ кесимида амалга оширилган [4].

Таҳлилар шуни кўрсатмоқдаки, тадқиқот объекти ҳисобланган тўқимачилик саноати корхоналарида газлама тўқийдиган ип-калава ишлаб чиқариш ҳажми “Баурпак Textile” ҚК ва “Uztex Tashkent” ҚК корхоналарида кескин камайган бўлсада маҳсулот ишлаб чиқариш қиймати ошган.

Жумладан, “Chinoz textile” МЧЖ корхонасида маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми кескин ошган, яъни, агар 2015 йилда 3,6 минг тонна маҳсулот

ишлаб чиқарган бўлса, 2018 йилда бу кўрсаткич қарийб 2 мартага ошган ва 6,6 минг тоннага етган.

Ушбу услуб асосида “Ўзтўқимачиликсаноат” уюшмаси таркибига кирувчи тўқимачилик корхоналарининг 2016-2018 йиллардаги ҳисобот материاللари асосида уларнинг салоҳияти баҳоланди. Ҳисоб-китоб натижалари шуни кўрсатадики, ушбу тўқимачилик корхоналарининг салоҳиятини тавсифловчи умумлаштирилган интеграл баҳоси 0,42-0,56 оралиқда бўлган. Ушбу маълумотлар бу тўқимачилик корхоналарида мавжуд салоҳиятдан паст даражада фойдаланилганлигини кўрсатади.

“Ўзтўқимачиликсаноат” уюшмаси корхоналарини комплекс ривожлантиришни амалга оширишда биринчи навбатда ип ишлаб чиқариш, сўнгра дағал газлама ва трикотаж полотнолар ишлаб чиқариш бўйича замонавий ишлаб чиқариш қувватлари ташкил этилмоқда. Бу, ўз навбатида, ишлаб чиқарилган тўқимачилик маҳсулотлари рақобатбардошлигини оширади. Бунинг учун эса қуйидаги омиларга эътибор қаратишмоғи лозим:

- илғор технологик жараёнлар ва асбоб-ускуналар асосида материал сарфи камайтирилган газламалар, трикотаж полотнолари ва улардан тайёрланган маҳсулотлар ишлаб чиқариш;

- чиқитсиз технологик жараёнлар ва асбоб-ускуналар асосида тўқимачилик саноати маҳсулотларининг замонавий янги турларини ишлаб чиқариш;

- янги технологиялар, юқори даражада унумдор асбоб-ускуна мажмуалари асосида маҳсулот ишлаб чиқаришни автоматлаштириш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2005 г. - С.184.
2. Ожегов С.И. Словарь русского языка / Под ред. докт. филол. наук, проф. Н.Ю. Шведовой. М.: 14-е изд., Стереотип. 1992 г.
3. Болтабоев М.Р. Тўқимачилик саноатида маркетинг стратегияси. Монография. – Т.: ФАН, 2004 г.
4. www.uzts.uz – “Ўзтўқимачиликсаноат” уюшмаси расмий сайти.

Фаол инвестиция сиёсати – иқтисодиётнинг ривожлантирувчи локомотиви сифатида Активная инвестиционная политика как развивающийся локомотив экономики Active investment policy as a developing locomotive of the economy

Шохиста АХУНОВА,
ФарПИ доценти, и.ф.н

Аннотация

Иқтисодиётнинг тармоқлар ва ҳудудлараро мутаносиб ривожланишини таъминлашда жалб этилаётган ички ва ташқи инвестицияларни оқилона фойдаланишини таъминловчи фаол инвестиция сиёсати юритилиши лозим бўлади.

Для обеспечения сбалансированного развития экономики между секторами и регионами прежде всего необходимо проводить активную инвестиционную политику, обеспечивающую рациональное использование внутренних и иностранных инвестиций.

In order to ensure the balanced development of the economy between sectors and regions, first of all, it is necessary to pursue an active investment policy that ensures the rational use of domestic and foreign investments.

Жаҳон иқтисодиётини жадал ривожлантиришда инвестицияларнинг ўрни ниҳоятда юқоридир. Шу сабабли иқтисодиётдаги таркибий ўзгаришларни амалга оширишда биринчи навбатда инвестиция сиёсатини оқилона юритиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек, Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, қайси давлат фаол инвестиция сиёсатини юритган бўлса, ўз иқтисодиётининг барқарор ўсишига эришган [1]. Инвестиция сиёсати – бу иқтисодиётнинг устувор тармоқларини ривожлантириш, қўллаб-қувватлаш, марказлашган инвестициялаш жараёнидан номарказлашган инвестиция жараёнига ўтиш, устувор инвестиция лойиҳаларни қўллаб-қувватлашга қаратилган механизм, услублар йиғиндиси ҳисобланади [2].

Фаол инвестиция сиёсат хорижий инвестиция-

лар жалб этиш ҳажмини ошириб, иқтисодиётнинг барқарор ўсишини таъминлашга ҳамда унинг рақобатбардошлигини оширишга хизмат қилади [3]. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида юқори технологияли қайта ишлаш тармоқларини, энг аввало, фаол инвестиция сиёсатини олиб бориш асосий мақсадлардан бири сифатида белгиланган.

Инвестиция сиёсатида дастлаб инвестиция манбаларини кўпайтириш орқали танлаб олинган ҳудуд ёки корхонада инвестиция муҳитини ташкил этиш, уларни такомиллаштириш орқали истиқболдаги янги ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш тармоқларини ишга тушириш имкониятлари очилади. Инвестицион муҳитни яхшиловчи омил – бу мамлакат минтақалари бўйлаб хорижий ва маҳаллий инвесторлар учун тадбиркорлик фаолияти

Калит сўзлар: инвестиция, жаҳон иқтисодиёти, инвестиция сиёсати, лойиҳалар, инвестицион муҳит, инвестицион манбалар, солиқ имтиёзлари, иқтисодий цикллار, сектор ҳудудий тузилма, капитал йиғиш шароити, пул муомаласи, тўлов баланси, нархлар, рақобат, ижтимоий муносабатлар, ташқи иқтисодий масалалар, кадрлар масаласи.

учун қулай шарт-шароит, имтиёзлар яратиш, қулай тадбиркорлик муҳитини ташкил этишдан иборат (1-чизма).

Фаол инвестиция сиёсатида инвестиция манбаларини аниқлаш ва уларни тез фурсатда шакллантириш бўйича Ўзбекистон Республикаси томонидан қўриладиган чора-тадбирлар эса аниқ манзилли, истиқболли, иқтисодиётга тез самара берадиган инвестиция лойҳаларини саралаб олиш ва уларни молиялаштириш долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Мамлакатлар томонидан қўриладиган чора-тадбирлар кўплаб дастурлар кўринишида тақдим этилмоқда ва бундай чоралар асосан инвестицияларнинг ички манбаларига тегишли бўлган ҳолда инвестициялар олиб кириладиган корхоналар ва тармоқларга солиқлардан имтиёзлар бериш орқали давлат, аҳоли, корхона, банк ва давлат бюджети маблағларини доимо шаклланти-



1-чизма. Инвестиция сиёсатини олиб боришдаги тамойиллар¹.

риш ишларини олиб бориш мақсад қилинган.

Мамлакатда махсус зоналар ва кластерлар ташкил этиш асносида узоқ муддатли солиқ имтиёзлари бериш, солиқ ставкаларининг пасайтирилиши аҳоли ва корхоналар даромадларининг ошишига, тўпланган маблағларни янада иқтисодиётга қайта йўналтириш имкониятлари очилади. Шу билан

бирга тадбиркорлар учун қўшимча даромадлар тўпланишига сабабчи бўлади. Айни пайтда инвестицияларнинг манбаларига кўра тузилишида бу икки гуруҳнинг улуши ошади. Жами инвестициялар ҳажмида банк кредитлари, корхона ва аҳоли маблағлари ҳиссасининг юқори бўлиши бозор иқтисодиёти шароитида ижобий ҳодиса ҳисобланади [4].

Юқоридаги 2-чизмада иқтисодиётни модернизациялаш даврида инвестиция жараёнларини макроиқтисодий тартибга солиш объектлари бўйича маълумот берилган бўлиб, бундай объектларга инвестиция муҳити, иқтисодий циклар, сектор ҳудудий тузилма, капитал йиғиш шароити, пул



2-чизма. Инвестиция жараёнларини макроиқтисодий тартибга солишнинг асосий объектлари².

муомаласи, тўлов баланси, нархлар, рақобат, ижтимоий муносабатлар, ташқи иқтисодий масалалар, кадрлар масаласи, қўйилиш ҳаражатлари каби лари киритиш мумкин (2-чизма). Буларни барчаси инвестицион жараёнларни шаклланишига ўз таъсирини кўрсатади. Инвестиция сиёсатининг энг муҳим қисми сифатида инвестиция маблағларни истиқболли ҳисобланган тармоқ ва ҳудудларга жалб қилиш таклифлари асосида чора-тадбирлар мажмуаси ишлаб чиқилади.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки, оқилона инвестицион сиёсат юритиш орқали иқтисодиётда қулай шарт-шароитлар яратишдан иборат. Инвестицион сиёсат юритиш орқали инвестицион жозибадорлик ортган сари иқтисодиёт тармоқларида барқарор ривожланиш кузатила бошлайди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. “Халқ сўзи”, 2018 йил 29 декабрь.
2. Каримов Н., Хожиматов Р. Инвестицияни ташкил этиш ва молиялаштириш. Ўқув қўлланма. Тошкент, ТДИУ, 2011 йил, 97-бет.
3. Бакиева И., Файзиёв Ш. Фаол инвестиция сиёсати – иқтисодиёт барқарорлиги омили. Бизнес-эксперт. 2020 йил, №1, 35-36-бетлар.
4. Беркинов Б.Б, Байхонов Б.Т, Абдурахимова С.А. Инвестицияларни ташкил этиш ва молиялаштириш. Ўқув қўлланма. Т.2011 йил, 15-17 бетлар.

УЎТ: 658

Ички бозорни миллий товарлар билан тўлдиришда замонавий маркетинг концепциясидан фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари

Характеристики использования концепции современного маркетинга для наполнения внутреннего рынка национальными товарами

Characteristics of using modern market concepts for filling domestic market with national products

Шахноза ЭРГАШХОДЖАЕВА,
ТДИУ “Маркетинг” кафедраси мудири,
и.ф.д., профессор.
Равшан МАВРУЛОВ,
НамМТИ магистранти.

Аннотация

Мақолада ҳозирги кунда иқтисодий соҳадаги ички бозорларни миллий товарлар билан тўлдириш ва замонавий маркетинг концепциясидан тўғри фойдаланиш ҳақида батафсил маълумот берилган. Шунингдек, замонавий маркетинг фаолияти, унинг асосий усуллари ва омиллари алоҳида кўрсатилган.

В данной статье представлена подробная информация о том, как в современной экономической сфере наполнить внутренние рынки национальными товарами, и о правильном использовании современной концепции маркетинга. Особое внимание уделяется современной маркетинговой деятельности, ее основным методам и факторам.

This article provides detailed information on how to fill the domestic markets in today's economic sphere with national goods and the correct use of the modern marketing concept. Special attention is paid to modern marketing activities, its main methods and factors.

Бой ва фаровон яшамоқчи бўлсак, ҳақиқий бозор иқтисодиётига ўтишимиз шарт. Ягона йўлимиз шу.

Шавкат МИРЗИЁЕВ,
Ўзбекистон Республикаси Президенти.

Бугунги кунда мамлакатимизнинг ижтимоий-сиёсий ҳаётида кундан-кунга иқтисодий фаолият жараёни долзарблигининг ўрни тобора ортиб бормоқда. Ҳозирги вақтда бутун дунёда рўй бераётган COVID-19 пандемияси шароитида иқтисодий ҳолатнинг танг аҳволда эканлиги, дав-

латлар ўртасидаги халқаро алоқаларнинг маълум вақт бўлсада тўхтаб қолганлиги ҳар қандай мамлакатнинг моддий эҳтиёжи билан боғлиқ бўлган муаммоларни келтириб чиқариши табиий ҳолдир. Чунки, бу вақтда давлатлар ўртасидаги экспорт ва импорт жараёнлари аввалгига нисбатан кам амалга оширилмоқда. Хусусан, мамлакатимиз ижтимоий ҳаёти билан боғлиқ бўлган иқтисодий жараёнларни таҳлил қилишда, уларнинг келажакдаги истиқболларини режалаштиришда авваламбор, биринчи навбатда асосий мақсадни ички бозорларни ривожлантиришга қаратиш

Калит сўзлар: миллий товар, замонавий маркетинг, ишлаб чиқариш, талаб ва таклиф, инновацион жараён, маркетинг менежменти.

муҳим аҳамият касб этади. Ҳар қандай маҳсулотнинг талаб ва таклиф асосида ишлаб чиқарилиши ҳамда унинг ички бозордан ўрин эгаллаши маҳсулотнинг қанчалик даражада рақобатбардошлигини таъминлаб беради. Ҳозирги вақтда ички бозорлар тизимида кўпгина ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг талаб даражасига жавоб бера олмаслиги орқали жамият эҳтиёжларини тўлиқ даражада таъминлай олмаётганлигини кўриш мумкин. Бу борада шуни айтиш мумкинки, ишлаб чиқарилаётган миллий маҳсулот ёки миллий бренд остидаги товар ички бозорда ўз ўрнига эга бўлиши учун қуйидаги замонавий маркетингнинг талабларига тўла қонли жавоб бериши лозим. Булар:

- истеъмолчи талаби ва таклифи;
- маҳсулот сифати ва ҳажми;
- маҳсулот нархи ва унинг улгуржилиги;
- товарнинг бренд даражасида эканлиги;
- маҳсулот ишлаб чиқарилаётган мамлакат.

Мамлакатимизда тадбиркорлик соҳасини ривожлантиришга қаратилган кўплаб ҳужжатлар қабул қилинмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 28 январдаги “Ўзбекистон Республикаси Инвестициялар ва ташқи савдо вазирлиги фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ-4135-сонли ва 2019 йил 5 февралдаги “Жаҳон банки ва халқаро молия корпорациясининг “Бизнес юритиш” йиллик ҳисоботида Ўзбекистон Республикасининг рейтингини яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4160-сонли қарорларига мувофиқ Вазирлар Маҳкамаси қарори қабул қилинди ва айнан ички бозорда миллий маҳсулотларимизнинг нуфузини ошириш, унинг сифати даражасини яхшилаш орқали экспорт даражасига кўтариш гоялари маъқулланди. Бу, албатта, мамлакатнинг миллий чегараси доирасидаги олди-сотди муносабатларини етарли даражада амалга оширишга хизмат қилади. Ички бозорнинг ҳар қандай бозор каби турли моддий, маънавий ва интеллектуал товарларни айирбошлаш объектига айланиши ҳамда унда шу мамлакат товарлари билан биргаликда импорт қилинган товарларнинг ҳам қатнашиши ички муҳитда соғлом рақобатни вужудга келтиради [1]. Шунингдек, бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Товар бозорларида савдони янада эркинлаштириш ва рақобатни ривожлантириш чора-тадбирла-

ри тўғрисида”ги фармони қабул қилинди. Савдо механизмларини янада такомиллаштириш, товар бозорларида соғлом рақобат муҳитини ривожлантириш, тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг самарадорлигини ошириш ва харажатларни камайтириш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш каби мақсадларда қабул қилинган мазкур ҳужжат моҳияти навбатдаги шарҳимиздан ўрин олган. Ички бозорни миллий товарлар билан тўлдиришда замонавий маркетинг концепциясидан фойдаланиш жараёнининг асосий тамойили сифатида маркетингда тартибли ҳаракат фаолиятини олиб боришни кўзда тутлади.

Айнан ҳозирги вақтда ички бозорни миллий товарлар билан тўлдиришда бозорлардаги маркетинг фаолияти муаммоларни ечиш имконини беради. Одатда бутун мажмуа қуйидаги тўрт йўналиш бўйича ажратилади:

- маҳсулот;
- нарх;
- илгари суриш;
- сотув (товарни илгари суриш).

Ҳозирда маркетинг деб аталадиган тушунчанинг асосий қисми энг яхши кўринишларда ташкиллаштирилган, тизимлаштирилган савдо жараёни бўлиб, бунда ишнинг прогноздан тортиб омборга жойлаш ва рекламагача бўлган асосий қисми бирга жамланган ҳамда бир-бири билан мувофиқлаштирилган. Буларнинг бари бир йил илгари – таназзулга қадар яхши ва самарали ишлар эди. Компанияларнинг кўпчилиги ўз бизнеси, истеъмолчилари, рақобатчилари ва ҳ.к. ҳақида жиддий ўйлаб ҳам ўтирмас эди. Таназзулдан кейин улар бизнесининг ёмонлашувига дуч келди, кўпчилиги эса бозордан кетишга ва ширкатини ёпишга тўғри келди [2].

Кўпчилик ҳар бир воқеа аҳолининг харид қуввати ёмонлашуви, қиймат ошиши, айнанма маблағларнинг дефицити, кредит олиб бўлмаслиги каби объектив сабаблар туфайли юзага келади, дейиши мумкин. Ва шу сабабли, маркетинг тизимлари, ҳатто энг яхшилари ҳам вазиятни ўзгартиришга қодир эмас. Умуман олганда бу тўғри.

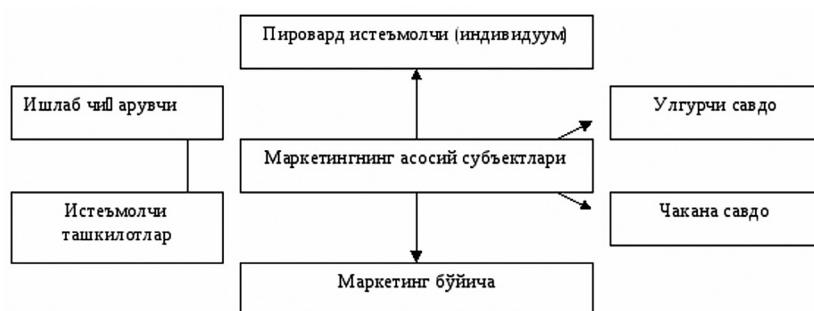
Бошқалар эса бунга таназзулдан сўнг уларда бозордаги ўз аҳволларини яхшилаш, ишлаб чиқариш ва сотув ҳажмларини ошириш, молиявий аҳволини барқарорлаштириш имкониятлари пайдо бўлганлигини айтиб қарши чиқишлари

мумкин. Ва шу сабабли фирмадаги мавжуд маркетинг даражаси етарлича, у жорий эҳтиёжларга жавоб беради ва бирор нимани кескин ўзгартиришга эҳтиёж йўқ, деб жавоб берса, бу ҳам тўғри бўлади. Лекин униси ҳам, буниси ҳам айна пайтда қайсидир маънода ўз-ўзини алдаш бўлади. Чунки, буларнинг бари – бизнесдаги хусусий ҳолатлардир.

Бизнес – билим каби ресурснинг алоҳида шаклини иқтисодий қийматга айлантиради. Бизнеснинг мақсади – истеъмолчини яратиш, яъни танлашга қодир ва тўлашга тайёр ташқи мустақил субъектни яратишдан иборат. Ичкаридан қараганда харидорни тўлашга нима мажбур қилишини аниқлаш қийин. Бизнесга ташқаридан нигоҳ ташлаш керак. Бу ишни амалга оширгандан кейингина ҳаракат йўналишини танлаш ва белгиланган мақсадларга етишга киришиш мумкин [3].

Бундан ташқари, бизнес бу мураккаб тизим бўлиб, унинг ҳолати нафақат унинг ичида нима бўлаётганига, балки кўп жиҳатдан, унинг атрофида нима бўлаётганлиги билан ҳам боғлиқдир. Стратегик маркетинг компаниянинг мавжуд ресурсларидан ташқи муҳит ўзгаришларини ҳисобга олган ҳолда самарали ва мўътадил фойдаланиш имкониятини тақдим этади.

Стратегик маркетингнинг маркази узвий ис-



теъмолчи ҳисобланади. Истеъмолчи товар ишлаб чиқарувчининг фикрига кўра, унга сотилаётган маҳсулотнинг ўзини камдан-кам харид қилади. Товар учун эмас, балки қониқиш олиш учун ҳақ тўлайди. Қониқишни ҳеч ким тайёрлай олмайди ва сота ҳам олмайди – энг яхши ҳолда уни олиш воситасини сотиш мумкин.

Шу сабабли стратегия самарадорлигини баҳолашнинг энг яхши воситаси истеъмолчининг қониқиши ҳисобланади [4].

Самарали маркетинг стратегияси тадқиқот-

дан бошланади. Ғарб экспертларининг баҳолашича, сўнгги йилларда маркетинг тадқиқотларининг бюджети 3-4 бараварга ошган. Бу – объектив талаб, чунки, аниқ ва тўлиқ маълумотларсиз компанияда мавжуд билимларни иқтисодий қийматларга айлантириш мумкин эмас. Маркетинг тадқиқотлари “Ким сотиб олаяпти?”, “Бу товарни қаерда харид қилишаяпти?”, “Ушбу товарни нима учун сотиб олишаяпти?” деган саволларга жавоб бериши керак. Бу ширкат кимга ва қандай хизмат кўрсатмоқда ҳамда қандай эҳтиёжларни қониқтиришини аниқ тушунишнинг ягона йўлидир. Шунинг учун ички бозорни миллий товарлар билан тўлдиришда асосий эътиборни замонавий маркетинг фаолияти билан узвий боғлиқлик асосида ташкил этиш лозим.

Ҳозирга келиб республикадаги маркетинг фаолияти ишлаб чиқарилган маҳсулотларни сотиш билан чекланмаган ҳолда истеъмолчиларнинг эҳтиёж ва талабларини жиддий ўрганиш ҳамда тезкор мослашишга қаратилганлиги билан тавсифланади.

Хулоса ўрнида шуни таъкидлаш мумкинки, мамлакатимизда турли мулкчилик шаклидаги корхоналар, товар ишлаб чиқарувчи ва хизмат кўрсатувчи корхоналар, яратилаётган кичик саноат зоналари, кичик бизнес субъектларининг экспорт салоҳиятини оширишда, ишлаб чиқарилаётган миллий товарлар рақобатбардошлигини оширишда замонавий маркетинг концепцияларидан фойдаланишда маркетинг комплексини таклиф этувчилар нуқтаи назаридан эмас, балки талаб этувчилар нуқтаи назаридан истеъмолчиларга йўналтирилганлик тамойилидан самарали фойдаланиш, улар учун оптимал харажат қилган ҳолда, истеъмолчилар учун қулайликлар яратиш, самарали коммуникация тизимидан фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади.

Ушбу муаммони ҳал этишнинг асосий йўналиши эса таълим, фан ва ишлаб чиқаришнинг самарали интеграциясини таъминлашдан иборат.

Турли мулкчилик шаклидаги корхоналарда миллий товарлар ишлаб чиқариш уларнинг рақобатбардошлигини ошириш, унда замонавий маркетинг концепцияларидан самарали фойдаланиш

худудлар экспорт салоҳиятини оширишда муносиб ўрин эгаллайди.

Замонавий, шиддат билан ривожланаётган шароитда, исталган соҳа ва тармоқлардаги компания ҳамда фирмаларнинг мустаҳкам ривожланиши ва ўсиш тенденцияларини кузатиш мумкин. Шу билан бирга, иқтисодиётнинг барча

соҳаларидаги рақобат муносабатлари ва даражаси ҳам ортаётганлигини сезиш мумкин. Исталган бизнесни ривожлантириш ва оптималлаштириш учун максимал ҳаракат қилиш, шу жумладан, компания томонидан кўзда тутилаётган мақсадларга эришиш учун уларнинг фаолиятини самарали режасини ишлаб чиқиш лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 февралдаги “Жаҳон банки ва халқаро молия корпорациясининг “бизнес юритиш” йиллик ҳисоботида Ўзбекистон Республикасининг рейтингини яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4160-қарори.
2. Мирзиёев Ш.М. Асосий мақсадимиз – мамлакатимизни янада тараққий эттириш ва халқимиз фаровонлигини юксалтиришдир. // Халқ сўзи, 2017 йил 28 апрель, 84 (6778)-сон.
3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус. – М.: Юрайт, 2016 г. – 225 с.
4. Маркетинг: учеб. пособие / Ю.Ю. Суслова, Е.В. Щербенко, О.С. Веремеенко, О.Г. Алёшина. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018 г. – 380 с.
5. Эргашходжаева Ш., Шарифхўжаев У. Маркетингни бошқариш. Дарслик. - Т.: “Иқтисодиёт”, 2019 й. 462-б.

УЎТ: 331.526

Қишлоқ меҳнат бозорининг самарали ривожланишини таҳлил этишнинг асосий мезонлари ва кўрсаткичлари Основные критерии и показатели анализа эффективного развития сельского рынка труда Main criteria and indicators for analyzing the effective development of the rural labor market

Айбек ТАШПУЛАТОВ,
ФарПШ, Бухгалтерия ҳисоби ва аудит кафедраси доценти.

Аннотация

Мақолада бозор муносабатлари шароитида меҳнат бозорининг самарали фаолиятини таҳлил этишида қўлланиладиган асосий мезонлар ва иқтисодий-статистик кўрсаткичлар тадқиқ этилган. Қишлоқ меҳнат бозори учун мувофиқ бўлган асосий мезонлар ишлаб чиқилган ҳамда уларга мувофиқ бўлган мутлоқ ва нисбий кўрсаткичлар таклиф этилган.

В статье рассмотрены основные критерии и экономико-статистические показатели, применяемые при анализе эффективной деятельности рынка труда в условиях рыночных отношений. Разработаны и предложены абсолютные и относительные показатели, соответствующие основным критериям, соответствующим сельскому рынку труда.

The article deals with the main criteria and economic and statistical indicators used in the analysis of the effective performance of the labor market in market conditions. Absolute and relative indicators of the main criteria corresponding to the rural labor market have been developed and proposed.

Маълумки, меҳнат бозори – ишчи кучининг таклифи, унга бўлган талаб ва ишчи кучидан фойдаланиш билан боғлиқ бўлган ижтимоий-иқтисодий муносабатларни ўз ичига олган бозор муносабатлари шароитидаги муҳим бўғин бўлиб ҳисобланади.

Ишчи кучи таклифи – меҳнатга қобилиятли аҳолининг ўз касби, маҳорати ва бошқа хусусиятларига мос равишда ишлашга тайёр эканлиги, яъни иш қидириш жараёнидир. Бу аҳолининг демографик ва касб тайёргарлиги хусусиятлари билан чамбарчас боғлиқдир. Ишчи кучига талаб – иқтисодиёт соҳалари ва корхоналар учун зарур бўлган ишчи кучи миқдоридир.

Ишчи кучига талаб ҳудуд ва тармоқларга тегишли бўлган корхоналар томонидан тегишли малака,

кўникма ва ўқувларга эга бўлган ишчи кучини касб ҳамда мутахассисликлар бўйича иш ўринлари сони билан белгиланади.

Агар меҳнат бозорида ишчи кучига бўлган талаб таклифдан кам бўлса, меҳнат бозорида қўшимча иш ўринларини яратиш, иш сменасини кўпайтириш, иш билан бандликнинг ноанъанавий йўлларида фойдаланиш, шунингдек, бошқа ҳудудларга ишсизларнинг ортиқча ҳаракатини рағбатлантириш механизм ва воситаларидан фойдаланилади. Ниҳоят, агар меҳнат бозорида ишчи кучига бўлган талаб таклиф билан тенг бўлса, яъни улар орасида мувозанат ўрнатилса, ишлаб чиқариш воситаларини янгилаш, қайта жиҳозлаш ва модернизациялаш, иш вақтидан йўқотишни пайсантириш, ишчиларнинг мунтазам малакаларини

Калит сўзлар: ишчи кучига талаб, ишчи кучи таклифи, қишлоқ меҳнат бозорининг мезонлари, бандлик кўрсаткичлари.

ошириб бориш, меҳнат фаолиятини рағбатлантириш ва иш ҳақини самарали ташкил этиш заруриятини келтириб чиқаради. Бу ҳолат иш билан бандликнинг самарадорлигини ошириш билан макроиқтисодиётнинг ўсиш суръатларини жадаллаштиради.

Қишлоқ меҳнат бозорини самарали ривожланишини комплекс таҳлил этиш ҳамда унинг истиқбол параметрларини аниқлашда мазкур бозор фаолияти мазмуни ва моҳиятини ифодаловчи, унинг ҳолатини ҳамда динамикасини баҳолаш, таққослаш имконини берувчи мезонлар ва кўрсаткичларнинг яхлит тизимини ишлаб чиқиш зарурияти туғилади.

Меҳнат бозори ва уни самарали ривожланишини таҳлил этишнинг асосий мезонлари ҳамда кўрсаткичларини тадқиқ этишда халқаро меҳнат ташкилоти, ривожланган мамлакатлар тажрибаси ҳамда маҳаллий хусусиятларни ҳисобга олган ҳолда унумли фойдаланиш зарур.

Халқаро меҳнат ташкилотининг кўп йиллик тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, меҳнат бозори ҳолатини баҳолаш ва таққослашда мазкур ташкилот меҳнат билан боғлиқ статистик маълумотлар базасини ўзида мужассам этган ILOSTAT имкониятларидан фойдаланишни тавсия этилади [4]. Мазкур дастурий маҳсулот ўз таркибига халқаро миқёсда меҳнат бозорини ифодаловчи 17 турдаги муҳим статистик кўрсаткичларни қамраб олган ҳолда асосий мезонлар юзасидан кўрсатмалар берилмаган. Ушбу кўрсаткичлар тизими ўз ичига қуйидагиларни олади: аҳолининг ишчи кучи таркибидаги иштироки, бандлик даражаси, бандлик мақоми, секторлар бўйича бандлик, фаолият турлари бўйича бандлик, норасмий бандлик, умумий ишсизлик даражаси, ёшлар ишсизлиги, маълумот даражаси, бандлар таркибида камбағаллик даражаси ва бошқалар.

Меҳнат бозори ва унинг сегментларини комплекс таҳлил этиш масалаларига бағишланган илмий манбаларда бозор фаолиятини тўлиқ қамраб олиш ва баҳолашнинг турлича ёндашувларини кўриш мумкин [1,2,3].

АҚШда меҳнат бозори ҳамда иш билан бандлик кўрсаткичлари тизимли равишда даврий ўрганиб борилади, таҳлил этилади ва чоп этиб борилади. Мазкур бозор фаолияти билан боғлиқ асосий кўрсаткичлар сифатида қуйидагилар белгиланган: ташкилий жиҳатдан (расмий) банд бўлган аҳоли

сони; ўзини-ўзи банд қилганлар сони; иш ўринлари сони; банд бўлганлар сони; ишини йўқотганлар сони; ишсизлик даражаси; иш ҳафтаси узунлиги; ўртача соатбай иш ҳақи; меҳнатга лаёқатли аҳоли сони; ишсизлар сони; ишсизлик нафақаси олишга мурожаат қилганлар сони. Мазкур кўрсаткичлар даврийлигига қараб ҳафта, ой ва ярим йиллик таҳлилий нашрларда чоп этиб борилади [5].

Россия Федерациясининг расмий идоралари маълумотларига кўра, меҳнат бозорини таҳлил этишда чекланган маълумотлардан фойдаланилади. Бунда статистик кўрсаткичлар тизими иккига бўлиб таҳлил этилади: меҳнат бозори кўрсаткичлари ва аҳоли бандлиги кўрсаткичлари. Улар қаторига аҳоли сони, **меҳнатга лаёқатли аҳоли сони, ишчи кучи сони, иқтисодиёт банд бўлганлар сони, ишсизлар сони, аҳолини ишчи кучи сифатидаги улуши, ишсизликни расмий ва норасмий даражаси, бўш иш ўринлари сони, меҳнат бозорининг кескинлик даражаси каби кўрсаткичларидан фойдаланилади. Кўриниб турибдики, мазкур ёндашувда демографик кўрсаткичлар ҳам меҳнат бозори кўрсаткичлари тизимига киритилган** [6].

Россия Федерацияси тадқиқотчиси Фомина А.С. меҳнат ресурслари ва бандликнинг статистик кўрсаткичларига кўпроқ эътибор қаратгани ҳолда асосан нисбий кўрсаткичлар тизимидан фойдаланишни таклиф этган. Жумладан, унинг аҳолини иқтисодий фаоллик ва нофаоллик коэффициенти, кадрларни зарурий айланиш коэффициенти, кадрларнинг ортиқча айланиш коэффициенти каби бозорнинг барча қирраларини қамраб олишга йўналтирилган кўрсаткичларига ёндашувини алоҳида кўрсатиб ўтиш мумкин [1].

Шунингдек, Яковлева Е.А. ўз қарашларида меҳнат бозорини тадқиқ этишда муҳим индикаторлар сифатида мутлоқ кўрсаткичларни фойдаланишни тавсия этгани ҳолда уларни таҳлил этишда статистиканинг вариацион қаторлардан фойдаланиш самарали, деб ҳисоблайди [2].

Профессор Холмўминов Ш. ўз тадқиқотларида қишлоқ меҳнат бозорида оқилона бандлик шаклланишининг барча демографик, иқтисодий, ижтимоий ва бошқа омиллар таъсирида шаклланидиган қуйидаги мезонларини келтириб ўтади: ишчи кучига талаб ва таклифнинг бозор мувозанатига эришиш; қишлоқ хўжалиги бўлмаган соҳаларда иш жойларини кўпайтириш; иқтисодий

фаол аҳолининг меҳнатда иштирокини ошириш; меҳнат унумдорлигини; қишлоқ аҳолиснинг даромадлигини ошириш ва ишсизликни камайтириш [3]. Мазкур мезонларга мувофиқ бўлган нисбий ва мутлоқ кўрсаткичлар тизими ҳам тавсия этилган.

Меҳнат бозорининг таркибий қисми ҳисобланган қишлоқ меҳнат бозорини тадқиқ этиш аҳолининг қарийб 60 фоизи истиқомат қиладиган қишлоқ жойларида ишчи кучи бандлиги ҳолатини ўрганиш, янги иш ўринларини барпо этиш, ишсизликни камайтириш ва аҳоли даромадини оширишга хизмат қилади. Мазкур бозорга асосан демографик ва ижтимоий-иқтисодий омилларни ифодаловчи кўрсаткичлар таъсир кўрсатиб, улар тизимнинг шаклланиши, мувофиқ фаолият кўрсатиши, ривожланиши ҳамда тартибга солинишини илмий ўрганиш заруриятини юзага келтиради.

Миллий тажриба ва хусусиятларни ҳисобга олган ҳолда биринчи навбатда мазкур бозорнинг самарали фаолиятига демографик кўрсаткичлар кучли таъсир кўрсатади.

Демографик омилларнинг таъсири натижа-сида, меҳнат бозорига таъсир қиладиган меҳнат ресурсларини ривожланиш жараёни динамикаси (ҳаракати) аниқланади. Бу омиллар жамиятдаги аҳоли, унинг миллий таркиби, сони ва маълумотлари билан чамбарчас боғлиқ. Агар демографик омилларнинг таъсири юқори бўлса, меҳнат бозорида актив ва пасив сиёсатнинг амалга ошишига шароит яратилади. Яъни, статистик маълумотларга кўра, демографик омиллар асосидаги илмий тахмин қилинган фикрлар республикамиз меҳнат бозори ҳолатини ўзгартириб юборади. Демографик омиллар меҳнат ресурслари ҳаракатини қамраб олади, яъни меҳнат бозорида меҳнат ресурслари тайёр ишчи кучи сифатида шаклланади, ривожланади ва ҳудудлар бўйича тақсимланади. Бу эса муайян даврларда юз беради, сони ва салмоғи ошиши, камайиши ҳамда нисбатан ўзгармас ҳолатда бўлиши мумкин. Ушбу ҳолат меҳнат ресурслари динамикасини акс эттиради.

Қишлоқ меҳнат бозори ҳолати ва ривожланишига ижтимоий-иқтисодий омилларининг таъсири алоҳида ўринга эга. Бу омилларнинг меҳнат бозори фаолиятига таъсири, айниқса, бозор ислохотлари амалга ошаётган даврда ишчи кучига талабга нисбатан сезиларли бўлади. Бунда ортиқча ишларни бўшатиш ва иш билан таъминлаш зарурияти мавжуд ишчи кучи бўш иш жойларига тўлдири-

лишини амалга оширилади. Бу меҳнат бозори фаолиятига таъсир этувчи омилларнинг энг асосийси ҳисобланади ва унга меҳнат бозори фаолиятидаги банд ва ишсиз аҳолининг моддий аҳволи, ижтимоий келиб чиқиши кабилар киритилади. Шунингдек, мазкур омиллар таъсирида меҳнат бозорига билвосита таъсир этувчи макроиқтисодий кўрсаткичлар, жумладан, аҳоли жон бошига ялпи маҳсулот, асосий воситаларга инвестициялар, бандлик инфратузилмасининг шаклланиши ҳамда ривожланиши, тадбиркорлик муҳити, даромад солиғи ставкаси ва бошқалар ҳам тадқиқ этилади.

Фарғона вилояти қишлоқ ҳудудларида аҳолининг бандлиги ҳолатини иқтисодий-статистик жиҳатдан таҳлил этиш ва эконометрик баҳолашда асосий мезонларга мувофиқ бўлган кўрсаткичлар тизимидан фойдаланилади (1-чизма).

Халқаро меҳнат ташкилоти, АҚШ, Россия Федерацияси каби мамлакатларда қўлланилаётган мезонлар ва статистик кўрсаткичлар асосида ҳамда миллий тажрибани ҳисобга олган ҳолда қишлоқ меҳнат бозорини таҳлил қилишнинг асосий мезонлари сифатида қуйидагилар таклиф этилади:

- ҳудуд миқёсида ишчи кучи салоҳиятидан тўлиқ ва самарали фойдаланиш;
- вилоят ҳудуди ва аҳоли бандлиги секторларида янги иш ўринлари барпо этилиши;
- қишлоқ меҳнат бозорида малакали ишчи кучи таклифини ошириш.

Мазкур мезонларга мувофиқ бўлган ва уларга эришишни таъминловчи кўрсаткичлар статистик нуқтаи назардан мутлоқ ва нисбий миқдорлардан иборат бўлади. Жумладан, мутлоқ кўрсаткичлар сифатида иқтисодий фаол аҳоли сони, иқтисодиётда банд бўлганларнинг ўртача йиллик сони, янги иш ўринлари сони, ишга жойлашганлар сони, ўртача ойлик иш ҳақи каби кўрсаткичлардан фойдаланилади.

Нисбий миқдорлар сифатида қишлоқ меҳнат бозоридаги кескинлик коэффиценти, қишлоқ аҳолисининг ишсизлик даражаси, кичик бизнес ва фермер хўжаликларида банд бўлганлар салмоғи, ишга жойлашганлар таркибида ёшлар, хотин-қизлар улуши, ишга жойлаштирилган рақобатбардош бўлмаган аҳолининг улуши ҳамда бошқалар қўлланилади.

Қишлоқ меҳнат бозори самарали ривожланишини комплекс таҳлил қилишда маълумотлар ва таҳлилий ахборотларнинг даврийлиги ҳам муҳим



1-чизма. Қишлоқ меҳнат бозори таҳлилининг асосий мезон ва кўрсаткичлари.

ўринга эга бўлиб ҳисобланади. Шу нуқтаи назардан, ишчи кучи имкониятларидан самарали фойдаланиш мезони бўйича маълумотлар таҳлилининг ҳар ойда ўтказиш ва чоп этиш мақсадга мувофиқдир. Янги иш ўринларининг барпо этилиши мезони билан боғлиқ маълумотлар ва таҳлилий материаллар бевосита аҳолининг ижтимоий-иқтисодий шароитлари ҳамда меҳнат фаолиятига дахлдорлигини ҳисобга олган ҳолда ҳар ҳафтада амалга оширилиши зарур бўлади.

Малакали ишчи кучи таклифини оширишга таллуқли бўлган кўрсаткичлар меҳнат бозорини сифат томонидан ўзгаришини таҳлил этади ва баҳолайди. Мазкур кўрсаткичлар тизимининг маълум

даражада вақт омили билан боғлиқлигини ҳисобга олиб, улар бўйича ҳар ярим йилда ҳисобот тайёрлаш мақсадга мувофиқдир.

Шундай қилиб, Ўзбекистонда меҳнат бозорининг шаклланиши ва ривожланишининг ҳозирги босқичида қишлоқ ҳудудларидаги аҳолининг иш билан бандлиги, янги иш ўринларининг барпо этилиши, малакали ишчи кучи таклифини ошириш ҳолатини комплекс таҳлил этиш мазкур бозор фаолиятини самарали баҳолаш имконини берувчи мезонларни аниқ белгилаш ва кўрсаткичлар тизимини тўғри шакллантириш билан чамбарчас боғлиқ, деб ҳисоблаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Фомина А.С. Статистическое исследование оптимальности рынка труда как основы эффективного экономического развития регионов. Диссертация. Саратов, 2015 г.
2. Холмўминов Ш.Р. Қишлоқ меҳнат бозорининг шаклланиши ва ривожланиши ҳамда уларни моделлаштириш. Монография. – Тошкент: “Fan va texnologiya”, 2014 й. 232-б.
3. Яковлева Е.А. Анализ ключевых индикаторов российского рынка труда // Интернет-журнал «Науковедение» 2014 г. № 6. <http://naukovedenie.ru/PDF/177EVN614.pdf>
4. <https://www.ilo.org/ilostat>
5. <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/kliuchevye-pokazateli-rynka-truda-ssha>
6. <https://mintrud.gov.ru>

Туризм соҳасида рақамли технологияларни татбиқ этиш механизмларини такомиллаштириш Совершенствование механизмов внедрения цифровых технологий в сфере туризма Improvement of mechanisms of implementation of digital technology in tourism

Машхура АЛИМОВА,
и.ф.д., доц. Илмий тадқиқотлар, инновациялар ва
тижоратлаштириш ишлари бўйича проректор.
Ширин АБДУСАИДОВА,
Умумқасбий ва ихтисослик фанлари
кафедраси ўқитувчиси
“Ипак Йўли” Туризм Халқаро университети

Аннотация

Мақолада туризм соҳасида интеграциялаштирилган ахборотлар ресурсини шакллантириш ва улардан фойдаланишнинг тизими равишида амалга оширилишини таъминлашга қаратилаган туристик ахборот тизимини такомиллаштириш механизмининг усул, элементлари ва воситалари келтирилган. Унинг таркибий қисми сифатида интерактив туристик ахборотлар тизимининг тузилмавий тавсифи келтирилган.

В статье описаны методы, элементы и инструменты механизма совершенствования туристической информационной системы, направленные на обеспечение формирования и систематического внедрения интегрированных информационных ресурсов в сфере туризма. В рамках этого дается структурное описание интерактивной туристической информационной системы.

The article presents the methods, elements and tools of the mechanism improving tourist information system, aimed at ensuring the formation and systematic implementation of integrated information resources in tourism sphere. As part of it, a structural description of the Interactive Tourist Information System is provided.

Замонавий ахборот тизими асосланган иқтисодиётда баъзи бир тармоқлар доирасида тадбиркорлик фаолиятининг муваффақияти зарурий ахборотларни ўзаро айрибошлаш ва уларни етказиш тезлиги, ахборотларнинг долзарблиги, адекватлиги, тўлиқлиги ҳамда ўз вақтида узатилиши ва қабул қилиниши билан бевосита боғлиқдир. Туристик бизнеснинг самарали ривожланиши ҳам туристик маҳсулотларни ишлаб чиқиш, уни ўз вақтида истеъмолчи (турист)ларга етказиб бериш босқичларига тегишли ҳар бир жараёнга замонавий ахборот технологияларини татбиқ этишни назарда тутати. За-

монавий жамият ва унинг таркибий бўғинлари мураккаб динамик тизимларни намоён этиб, уларнинг яхлитлиги, бир бутунлиги, фаолияти ва ривожланиши ахборот жараёнларисиз мавжуд бўлмайди [1].

Ахборот технологияларининг туризм индустриясини самарали ривожлантиришдаги аҳамиятига алоҳида эътибор қаратган баъзи мутахассис олимлар қуйидаги фикрларни билдириб ўтишган. Хусусан, Н.И.Плотникова: “Туризм ахборотларга тўйинган фаолият. Ахборотни тўплаш, қайта ишлаш, қўллаш ва узатиш, туризм индустриясидагидек кундалик фаолият юритиши учун муҳим бўлган бошқа

Калит сўзлар: интеграциялаштирилган ахборотлар ресурси, интерактив туристик ахборотлар тизими.

тармоқлар кўп эмас. Туристтик хизматлар сотувда истеъмол ёки ишлаб чиқариш товарлари сифатида намоён этилмайди ҳамда кўриб чиқилмайди. Уларни одатда олдиндан, истеъмол қилинадиган манзилдан йироқда харид қилишади. Шу сабабли туризм турли тасвирлар, тавсифлар, коммуникация ва ахборотларни узатиш воситаларига бевосита боғлиқдир” [2], – деб таъкидлайди. Л.А.Родигин эса туризмда ахборотларни барча туристик фаолиятларни боғловчи бўғин сифатида талқин этади [3].

Шундай қилиб, туризм тармоғи доирасида туристик маҳсулотларни ишлаб чиқиш ва истеъмолчига етказиб беришнинг барча босқичларида туристик фаолият қатнашчиларини ягона марказга бирлаштирувчи бўғин бўлиб ахборотлар ҳисобланади. Бунда маълум бир товарлар эмас, айнан ахборот оқимлари туристик фаолият қатнашувчиларининг ўзаро алоқаларини таъминлайди ҳамда турли хил хизматлар ва тўловлар шаклида намоён бўлади. Туристтик хизматлар ўз истеъмолчиларига етказиб берилмайди ва улар истеъмол қилингунга қадар сақланмайди. Балки, ушбу хизматларнинг мавжудлиги, нархи ва сифати тўғрисидаги маълумотлар узатилади, ўрганилади ҳамда қабуллари танлаб олинади. Бундан ташқари, туристик соҳанинг алоҳида компонентлари бир-бири билан узвий боғланган, чунки, кўпчилик туристик ташкилотлар бир-бирининг фаолиятига жалб этилган ҳисобланади. Буларнинг барчаси туристик фаолиятни “юқори даражадаги интеграциялашган товар ва хизматлар мажмуи” сифатида таҳлил этиш талабини юзга келтиради. Бу, ўз навбатида, туристик фаолиятни ташкил этиш ва бошқаришда ахборот технологияларидан янада кўпроқ фойдаланишга мойиликнинг юқори даражада бўлишига сабаб бўлади. Бундан ташқари, туризм соҳасида алоҳида сегмент томонидан ахборот технологияларидан самарали фойдаланиш қолган йўналишлар учун ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш лозимки, сўнгги йиллар давомида ҳудудий туризм бозорида амал қилувчи ташкилотлар фаолиятига ахборот технологияларини қўллаш, хусусан, стандарт ва махсус дастурли таъминотнинг татбиқ этилиши туфайли электрон ҳужжат айланишини йўлга қўйиш орқали туризмдаги кўпгина технологик жараёнларни мазмунан ва шаклан ўзгартирилишига эришилди. Мижозлар ва ҳамкорларнинг ўзаро ҳисоб-китоб ишларида (хусусан, туристик йўланманинг нақд

ва нақдсиз усулдаги тўловларида) қўшимча имкониятлар яратилди. Бундан ташқари, компьютерлар ташкилотларда бухгалтерия ҳисоби ва статистик ҳисобининг юритилиш ишларини анчагина соддалаштирди. Электрон почта, визаларни, суғурта, жойлаштириш ҳужжатлари ва турни ташкил этиш билан боғлиқ бошқа жараёнларни расмийлаштиришда қулай восита бўлди. Ҳамкорлар ва мижозлар билан муносабатлар янги замонавий босқичга кўтарилди.

Аммо, ҳозирги вақтда туризм соҳасида эришилган ютуқларга қарамай, фикримизча, мустаҳкам ихтисослик билимлари ва ахборот-коммуникация технологияларини самарали қўллаш бўйича мукамал билимларга асосланган, туризм соҳасининг янада истиқболлироқ, жадал ривожланиш даражасига етказиш учун амалга оширилиши зарур бўлган ишлар мавжуд.

Ҳудудий туризм бозорида потенциал харидорларни аниқлаш ва уларнинг эҳтиёжларини ўрганиш учун миллий туристик маҳсулотларнинг ички истеъмолчилари ўртасида ўтказилган социологик сўров натижаларига кўра, мавжуд туристик ресурслардан фойдаланишга тўсқинлик қилувчи асосий омиллардан бири сифатида мавжуд ҳудудий туристик хизматлар турлари ҳақида маълумотларнинг йўқлиги белгиланди (1-чизма).

Туристтик соҳани ахборотлаштиришнинг асосий мақсади – ишончли маълумотларни ўз вақтида тўлиқ етказишни таъминлашдан иборатдир. Чунки, узатилаётган ахборотларнинг объективлиги, тезкорлиги, долзарблиги, ўз вақтидалиги қабул қилинадиган бошқарув қарорларининг муваффақиятини белгилашдан ташқари, бутун соҳанинг самарали ривожланиши таъминлайди.

Ҳудудий туризм бозори ривожланишининг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш самараси, энг аввало, барча даражаларидаги бошқарув фаолиятига оид жараёнларнинг кенг қўламли ахборот билан таъминланишига бевосита боғлиқдир. Ушбу вазифани чуқур англаш ҳамда туризм индустриясининг марказлаштирилган, тартиблаштирилган, қатъий ташкиллаштирилган ахборот билан таъминлаш тизимига бўлган эҳтиёжи, фикримизча, ҳудудий, қолаверса миллий иқтисодиёт даражасида интеграциялаштирилган туристик ахборотлар ресурсини шакллантириш концепциясининг яратилишини тақозо этади. Интеграциялаштирилган ахборотлар ресурси – бу энг аввало туризм соҳасида

Қайси омил сиз ва сизнинг дўстларингизга туристик хизматлардан яна ҳам кўпроқ фойдаланишга тўсқинлик қилмоқда?



1-чизма. Ҳудудий туризм тармоғининг ривожланишига таъсир этувчи омиллар.

Изоҳ-3: сўровномада респондентларга келтирилган жавоблардан бир нечтасини белгилаш руҳсат берилганлиги сабабли, жавоблар йиғиндисини 100 фоиздан ортқ.

бошқарув фаолиятининг барча даражаларида асосли қарорларни қабул қилишга йўналтирилган, туризм бозорининг батафсил ҳолати таҳлили, бошқарувнинг стратегик мақсадлари ва уларга эришиш омилларининг таҳлили, маркетинг тадқиқотларида тизимли фойдаланишга мўлжалланган ахборотларнинг марказлаштирилган ва тартиблаштирилган мажмуасидир. Интеграциялаштирилган ахборотлар ресурсини шакллантириш ва улардан фойдаланишнинг тизимли равишда амалга оширилишини таъминлаш ҳудудий туристик ахборот тизимини такомиллаштириш талабини юзага келтиради. Ўзбекистон Республикасида туристик ахборот тизимини такомиллаштириш механизмнинг усул, элементлари ва воситалари 2-чизмада келтирилган.

Ҳудудий туристик ахборот тизими миллий туризм бозорида бошқарув фаолиятининг барча даражаларига (туристик ташкилотлардан тортиб юқори бошқарув органларигача) тегишли тартиблаштирилган ахборотлар маълумотлари базаларини шакллантириш, ахборотларни қуйи поғонадан юқори поғона томон интеграциялаш, уларни тизимли равишда горизонтал ва вертикал йўналишларда узатиш, тизим доирасида ҳар бир элемент учун ахборотлардан фойдаланиш тартиботини ҳамда чегараларини белгилаш билан боғлиқ ўзаро алоқа ва муносабатларни тартибга солиш элементлари мажмуидан ташкил топган ўзига хос тизимдир.

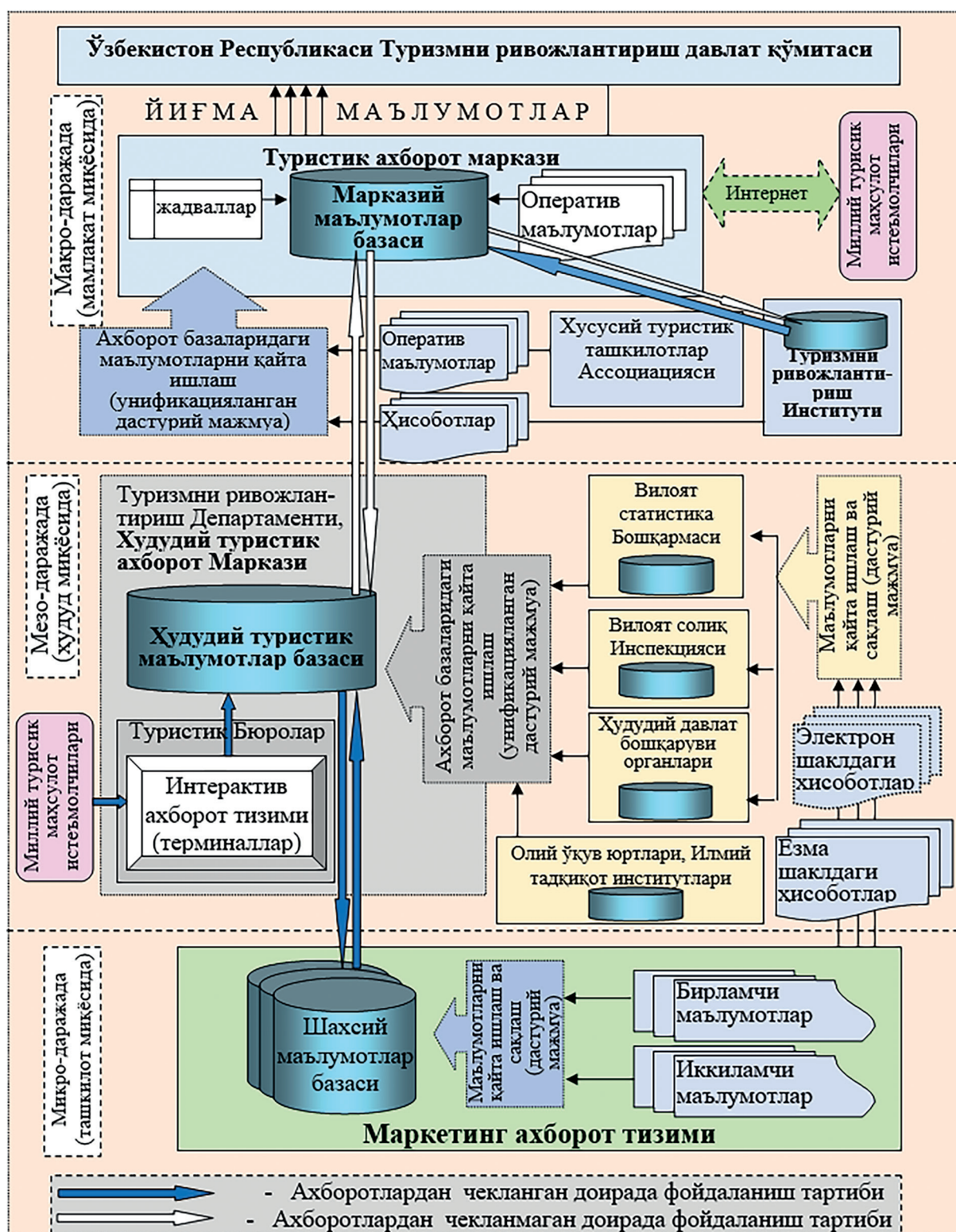
Туристтик ахборот тизимини такомиллаштириш ҳақида фикр юритганда, авваламбор, тизим

доирасидаги барча тузилмавий бўғинларнинг (ташкilotлар, давлат бошқаруви тузилмалари) манфатлари иноватга олинган муносабатларни ташкил этиш лозимлиги тушунилади. Туристтик ахборот оқимлари тизимида ахборотларни ишлаб чиқиш ва истеъмол қилиш жараёнида йирик бирлашмалар: саёҳатчилар, воситачи ташкилотлар (турагент ва туроператорлар) ва ихтисослаштирилган туристик хизматларни кўрсатувчи ташкилотлар, яъни хизматларни етказиб берувчилар (транспорт ташкилотлари, меҳмонхоналар ва ҳ.к.) ҳамда туризм соҳасида ихтисослашган давлат органлари иштирок этади.

Ихтисослашган давлат органлари эса туризмнинг самарали ривожланишини қўллаб-қувватлаш мақсадида тузилмавий жиҳатдан тартиблаштирилган маълумотлар базасини шакллантириш ва ундан фойдаланишни тартибга солиш ҳамда мувофиқлаштириш вазифасини бажарадилар.

Муомаладаги ахборотлар оқимининг тўлиқлиги ҳамда ундан фойдаланиш самарадорлиги эса, ушбу тизимнинг туризм индустриясининг барча ташкилотлари фаолиятини қамраб олиш даражасига боғлиқдир. Бу эса, бизнинг фикримизча, ахборотларнинг тартиблаштирилган тузилмавий базасини ташкил этиш ҳамда уни шакллантириш ва ундан тизимли равишда фойдаланиш механизмларини ишлаб чиқиш лозимлигини келтириб чиқаради.

Шу сабабли, ҳудудий туристик ахборотлар тизимини асосий таркибий қисми сифатида интерактив туристик ахборотлар тизимини шакллантиришни



2-чизма. Туристтик ахборот тизимини такомиллаштириш механизмининг усул, элементлари ва воситалари.

мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Интерактив ахборот тизими ўзига хос дастурий таъминотга, сенсорли экранга эга терминаллар тури воситасида худудий туристик потенциал тўғрисидаги маълум-

отларни тартибли узатиш ва сақлаш технологияларини мужассам этган элементлар ва воситалар мажмуидан иборат.

Бунда интерактив ахборот тизими туристик

маҳсулот истеъмолчиларига ҳудудда мавжуд туристик объектлар, экскурсия ва маршрутлар, туристик инфратузилма, шунингдек, ҳудудда амалга оширилаётган турли хил туристик хизматлар борасида маълумотларни етказиб бериш билан бир қаторда, онлайн режимида меҳмонхоналарда жойларни ёки авиабилетларни брон қилиш ва бошқа бир қатор онлайн хизматларидан фойдаланиш имкониятларини яратиб беради. Интерактив ахборот тизими-га интернет тармоғи ҳамда туристик объектларда ўрнатиладиган стационар ахборот терминаллари орқали мурожаат этиш ҳам мумкин. Интернет тармоғи ахборот қидирувидан тортиб “саёҳатларга доир маълумотларни ўрганиш” гача бўлган занжир халқаларини ўзаро бирлаштирувчи бўгин вазифасини ижро этиб, туристик маҳсулот истеъмолчиларининг танлови ва ҳаракатларига бевосита таъсир этади.

Интерактив туристик ахборотлар тизими қуйидаги тузилмавий тавсифга, яъни:

- геофазовий асосга (яъни, ҳудуднинг рангли космик сурати ва схемали харитаси, Самарқанд вилоятининг интерактив харитаси каби маълумотлар мажмуига);

- аҳамиятли туристик объектлар қатламига (яъни ҳар бир объектнинг расми, 3D-моделли, аниқ туристик объект ҳақидаги маълумотларни кўриш имкониятларидан иборат тузилмага);

- ҳудудий инфратузилма объектлари қатламига (яъни, инфратузилма объектлари ҳақидаги маълумотлар мажмуи ва аниқ объект ҳақидаги маълумотларни кўриш имкониятларидан иборат тузилмага);

- ҳудудда мавжуд экскурсия ёки туристик маршрутлар қатламига (яъни, маршрутнинг схемали харитаси, унда қамраб олинган туристик объектлар, туристик-экскурсия хизматларини ташкил этувчи ташкилотлар манзили, мурожаат қилиш учун маълумотлар мажмуига);

- ахборотларни қидириш (навигация) воситалари мажмуига;

- меҳмонхона ва жойлаштиришнинг бошқа муассасалари қатламига (яъни, аниқ меҳмонхонанинг манзили, уларда тақдим этиладиган хизмат турлари ва жорий вақтдаги бўш хона ва жойлари ҳақидаги маълумотлар мажмуига);

- транспортдан фойдаланиш имкониятлари тавсифига (яъни, ҳудудда транспорт хизматларидан фойдаланиш имкониятлари, йўл хариталаридан иборат маълумотлар мажмуига) эга бўлиши лозим;

– интерактив маълумотлар тизимида маълумотлар базаси бир нечта хорижий тилларда шакллантирилиши мақсадга мувофиқдир.

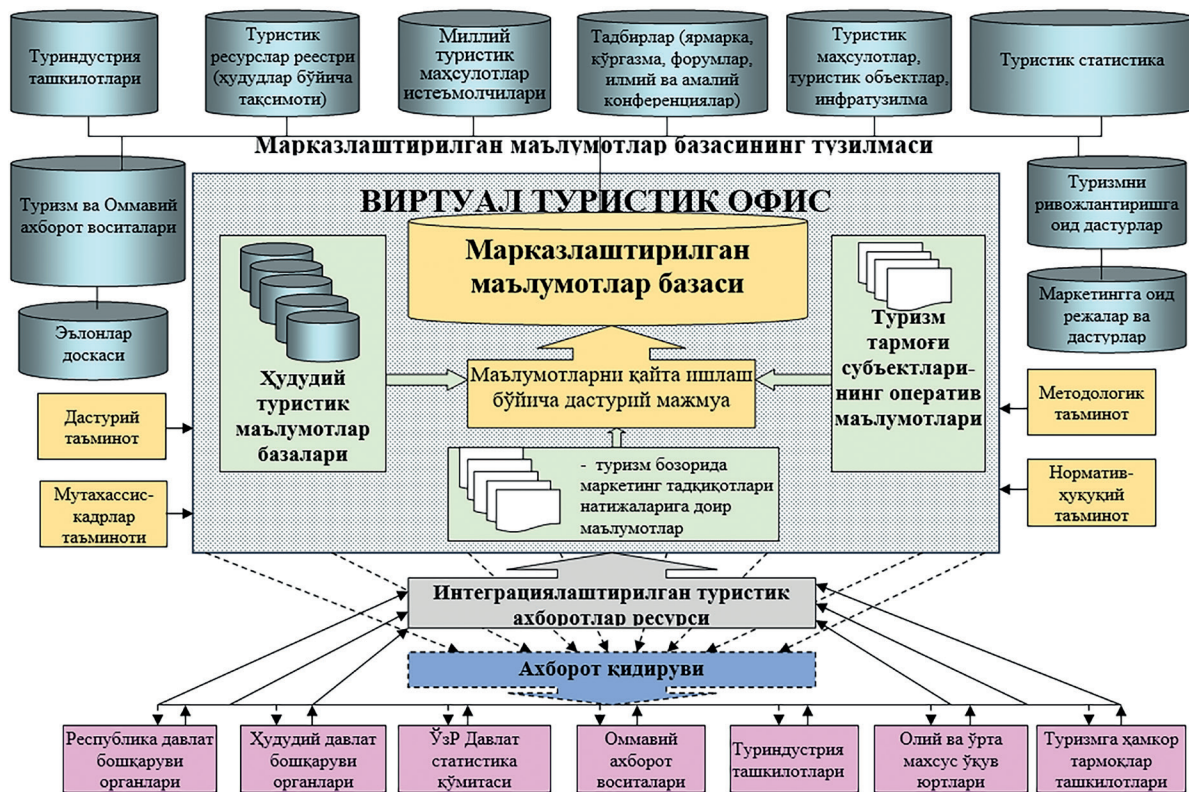
Туристтик ахборот тизими доирасида ахборотлар оқимини нафақат вертикал, балки горизонтал тарздаги, яъни, битта бошқарув тузилмасининг алоҳида бўлимлари ўртасида ёки бошқармалараро тизимли алоқаларга оид ҳаракатини кузатиш мумкин. Ахборот айрибошлаш бўйича муносабатларнинг амалга ошиши ташкилотлар ўртасидаги ҳамкорлик алоқаларини ташкил этишнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучларидан бири ҳисобланади.

Бунда ахборот оқимлари ҳамда уларнинг тизимли ҳаракати натижаси ҳисобланган марказий маълумотлар базасининг тузилмавий характеристикаларини тадқиқ этиш, уларни шакллантириш, кейинчалик эса улардан фойдаланиш самарадорлигини оширади. Бундай имкониятларни берувчи марказлаштирилган маълумотлар базасининг таркибий тузилмаси ва унинг шаклланиш тавсифнома-си 3-чизмада келтирилган.

Бунинг учун: зарурий технологиялардан фойдаланишнинг методологик асосларини ишлаб чиқиш; ахборот тизимларини ташкил этиш ва бошқаришга оид меъёрий-ҳуқуқий қонунчиликни такомиллаштириш; йирик ахборотлар базасини шакллантириш имкониятини берувчи коипьютер дастурларини ишлаб чиқиш ёки мавжудларини такомиллаштириш; туристик фаолиятни ташкил этишда замонавий ахборот технологиялари имкониятларидан тўлиқ фойдалана оладиган (дастурчилар, технологлар) малакали кадрларни етиштириш тизимини такомиллаштириш лозим.

Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси туристик ахборотлар маркази негизда Марказлаштирилган туристик маълумотлар базаси шакллантириш мақсадга мувофиқдир (3-чизма). Марказлаштирилган маълумотлар базаси Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятининг доирасини ҳамда миллий туризм соҳасининг барча жабҳаларини қамраб олган ўнта иловадан иборат маълумотлар мажмуидан таркиб топган, яъни:

1. “Туриндустрия ташкилотлари” иловаси миллий туристик маҳсулотларни таклиф этувчи туризм индустриясининг барча субъектлари (туроператорлар, турагентлар, уларнинг контрагентлари) ҳақидаги барча маълумотларни (уларнинг рўйхати, манзиллари, боғланиш учун зарурий маълумотлар).



3-чизма. Марказлаштирилган туристик маълумотлар базасининг таркибий тўзилмаси.

2. “Туристтик ресурслар реестри” иловаси Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида мавжуд табиий-жўғрофий, маданий-тарихий, археологик ва экологик ресурслар ҳамда объектлар тўлиқ рўйхати, уларнинг жойлашиши борасидаги интерактив хариталарни, туристик объектлар 3D-моделларини; объектларга электрон навигация тизимларини.

3. “Туризм ва оммавий ахборот воситалари” иловаси туризм соҳасига ихтисослашган оммавий ахборот воситаларини, туристик ҳудудларнинг реклама роликларини, шунингдек, нуфузли хорижий туристик агентликларнинг каталогларини.

4. “Бизнинг харидорларимиз” иловаси реал истеъмолчилар томонидан миллий туристик маҳсулотларимизга берилган баҳо ва келтирилган фикрларни online-шаклида киритиш ва бу борада фикр алмашиш имконини берувчи ахборот тизимлари ва технологияларни.

5. “Тадбирлар” иловаси мамлакатимиз ҳудудларида бир йил давомида ўтказилиши режалаштирилган соҳага оид тадбирлар (ярмарка, кўргазма, фестиваль, илмий-амалий конференциялар) режасини; ушбу тадбирларнинг натижавий маҳсулотларини (буклет, открыткалар, рисолалар, илмий тўпламлар).

6. “Туристтик маҳсулотлар ва инфратузилма” иловаси ҳудудий туристик ташкилотлар томонидан таклиф этилаётган туристик маҳсулотлар, ҳудудий инфратузилма объектлари тўғрисидаги маълумотларни.

7. “Туристтик статистика” иловаси миллий туризм статистикасига оид маълумотлар, Қўмита томонидан олиб борилган семинарлар, учрашувлар ва уларнинг амалий натижалари ва янгиликларини.

8. “Дастурлар” иловаси туризм соҳасига оид давлат томонидан қабул қилинган дастурлар, ушбу дастурлар негизида ишлаб чиқилган “Инновацион ва инвестицион лойиҳалар”, лойиҳалар бўйича танловлар тўғрисидаги маълумотларни.

9. “Маркетинг” иловасида Қўмита томонидан олиб борилган маркетинг тадқиқотлари натижалари, ишлаб чиқилган маркетинг тадбирлари режаси тўғрисидаги маълумотларни.

10. “Эълонлар доскаси” иловаси халқаро туризм соҳасида ҳамда миллий туризм соҳаси доирасидаги янгиликларни тақдим этувчи электрон эълонлар доскасини ўз таркибига олиши мақсадга мувофиқдир.

Бундан ташқари, шакллантирилган маълумотлар базаси оператив тарзда онлайн-шаклда янгиланади.

ниб борилиши ҳамда бир нечта хорижий тилда тақдим этилиши (жумладан, хитой тилида) лозим. Бу борада маълумотлар базасига ҳудудий туроператорлар тўғрисида киритилган маълумотлар уларнинг ўзлари томонидан уларга тақдим этилган логин ва пароль ёрдамида янгиланиб борилиши имкониятини яратилиши катта аҳамият касб этади.

Жаҳон миқёсидаги туристик амалиётга назар соладиган бўлсак, туризм соҳасига ахборот манбаларини кенг миқёсда татбиқ этиш ҳамда туризм бозорида ахборот хизматларини кўрсатиш жараёнлари шиддат билан ривожланиб бормоқда. Ҳозирги вақтда туризм тизимида алоҳида ташкилот доирасида, ташкилотлараро даражада ўзаро алоқа

ва муносабатларни самарали ташкил этиш имкониятини яратадиган электрон мулоқот ҳамда шунга мос ҳужжатлар айланмаси кенг миқёсда амалга оширилмоқда. Ушбу алоқаларни мустаҳкамлаш ва амалга ошириш самарадорлигини ошириш эса, авваламбор, туризм бозорини тартибга солиш тизимининг барча даражаларида марказлаштирилган ахборотлар базасини шакллантириш ҳамда ундан фойдаланиш механизмининг ишлаб чиқиш тақозо этади. Бунда туристик объектларнинг виртуал шаклини яратиш ва уларни интерактив тарзда намойиш этиш туристик фаолиятни ташкил этишнинг янги сифат босқичига ўтилишининг муҳим белгиси ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Гулямов С.С., Жуковская И.Е. Основные аспекты эффективности применения информационного и программного обеспечения в туристской отрасли Узбекистана. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий-электрон журнали. 1-сон, сентябрь, 2011 й.
2. Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса: в 2 ч. – Часть 1. Информационные технологии в турфирме / Н. И. Плотникова. – М.: Советский спорт, 2001 г. – 320с.
3. Родигин Л.А. Информационные технологии в гостиничном и туристском бизнесе / Л.А. Родигин. – М.: РМАТ, 1999 г. – 155-с.

УЎТ: 339.16.012.23

Электрон иқтисодиёт шароитларида рақамли компетентлик Цифровая компетентность в условиях электронной экономики Digital competence in the electronic economy

Мунира ИСОХУЖАЕВА,
Тошкент Архитектура-қурилиш институти доценти, и.ф.н.
Хамида ХАСАНОВА,
Ислом Каримов номидаги
Тошкент давлат техника университети
Олмалик филиали катта ўқитувчиси.

Аннотация

Мақолада Ўзбекистонни рақамлаштиришнинг қиёсий кўрсаткичлари, шунингдек, аҳолининг рақамли саводхонлигига бўлган талаблар муҳокама қилинади.

В данной статье рассмотрен Узбекистан в сопоставимых индексах цифровизации, а также требования к цифровой грамотности населения.

This article discusses Uzbekistan in comparable digitalization indices, as well as the requirements for digital literacy of the population.

Компьютер технологияларининг ривожланиши, интернет тармоғининг яратилиши, мобил интернетнинг жадал ривожланиши, кундалик фойдаланиш учун мобил дастурларнинг кенг қўлланилиши ва интернетда очилган ижтимоий тармоқлар ҳамда тижорат платформаларининг ўсиб бориши муносабати билан кенг қўлланилиши ҳисоблаш нархларининг кескин пасайиши кузатилади, иқтисодиёт ривожига сезиларли таъсир кўрсатади ва бизнес, давлат ҳамда жамоат ташкилотлари, шунингдек, ҳар бир кишининг шахсий ҳаётига чуқур таъсир қилади. Internet of Things, сунъий интеллект ва Big Data каби ривожланаётган рақамли технологиялар тезкор инновацияларга ва янги имкониятлар ҳамда муаммоларга олиб келади.

Рақамли технологияларнинг товарлар ва хизматларни ишлаб чиқаришда жорий этиш истиқболлари ҳамда рентабеллигини бизнесни муваффақиятли ривожлантиришнинг турли мисолларида кўриш мумкин. Дунёдаги энг йирик ўнта капиталлашув компанияларидан – Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon, Berkshire Hathaway, Alibaba Group, Tencent, Facebook, ExxonMobil, Johnson & Johnson – уларнинг еттитаси рақамли. Электрон ти-

жоратнинг жадал кенгайиши ва онлайн-савдо платформаларини сотиб олувчилар орасида машҳурликнинг ўсиши Амазон онлайн-чакана савдосининг ривожланиш кўрсаткичлари билан баҳоланиши мумкин, унинг акциялари атиги 12 ой ичида 59 фоизга ўсди ва эгасига 39,2 миллиард доллар қўшди. Ўзбекистонни рақамлаштиришнинг қиёсий кўрсаткичларини кўриб чиқамиз.

АКТ ривожланиши индекси (IDI)га кўра, 2017 йилда Ўзбекистон дунёнинг 176 та мамлакати орасида 95-ўринни эгаллади (кўрсаткич 4,9), (таққослаш учун: Беларусь – 32-ўрин (7,55), Россия – 45-ўрин (7,07), Қозоғистон – 52-ўрин (6,79), биринчи ўринни Исландия (8,98), иккинчи ўринни Жанубий Корея (8,85) эгаллади.

Телекоммуникация инфратузилмаси индекси бўйича Ўзбекистон МДХ мамлакатларидан фақат Туркманистон ва Тожикистонни орта қолдиради ва 0,3307 кўрсаткичи билан Россия, Беларусь ва Қозоғистондан қарийб 2 баравар орта қолмоқда, Жанубий Кореяда энг яхши кўрсаткичлар 0,8496 га тенг.

Телекоммуникация инфратузилмаси индекси – ТП ҳар 100 кишига тўғри келадиган қуйидаги беш кўрсат-

Калит сўзлар: электрон тижорат, рақамли иқтисодиёт, электрон ҳукумат, ахборот ва алоқани ривожлантириш индекси, рақамли компетентлик.

кичга асосланади: интернет ва шаҳар телефонидан фойдаланувчилар, шунингдек, абонентлар: мобиль алоқа, симсиз кенг полосали ва кенг полосали уланиш тармоқлари.

Интернет тезлиги бўйича (Speedtest Global Index веб-сайтининг 2019 йил сентябрь ойидаги маълумотлари) Ўзбекистон кенг тармоқли (собиқ) 176 та мамлакат рейтингда 116-ўринни, мобиль Интернет бўйича эса 129-ўринни эгаллаб турибди, Тожикистон 111 ва 135-ўринларда, Қирғизистон 83 ва 101-ўринлар, Қозоғистон 68 ва 97-ўринлар, Беларусь 51 ва 121-ўринлар ва Россия 46 ва 93-ўринларни эгаллаган.

Стационар Интернетда ушбу кўрсаткич бўйича биринчи ўринни Сингапур эгаллайди, уяли алоқа бўйича Жанубий Корея. Бундан ташқари, агар ушбу рейтингда кенг полосали интернет тезлиги 196,88 Мбит/с.ни ташкил қилса, унда Ўзбекистонда – 19,91 Мбит/с, Жанубий Кореяда – 95,11 Мбит/с, бу рейтинг етакчиларидан 10 барабар паст.

БМТ электрон ҳукуматининг 2018 йилги тадқиқотларидаги кўрсаткичлардан бири бўлган Электрон ҳукуматни ривожлантириш индексига (EGDI) кўра, Ўзбекистон ушбу рейтингда 81-ўринни эгаллаб, Қирғизистон (91-ўрин), Тожикистон (131-ўрин) ва Туркменистонни ортда қолдирди (147-ўрин) ва Қозоғистон (39-ўрин), Беларусь (38-ўрин) ва Россияга (32-ўрин) ютқаздилар.

“Электрон ҳукуматни ривожлантириш индекси” бу “Электрон ҳукумат”нинг учта асосий жиҳатлари бўйича нормаллаштирилган кўрсаткичлар: “онлайн хизмат кўрсатиш индекслари” (OSI) сифатида ифодаланган онлайн хизматлар ҳажми ва сифати; телекоммуникация инфратузилмаси ёки “телекоммуникация инфратузилмаси индекси” (ТИ) ва ички инсон капитали ёки “инсон капитали индекси” (НСИ) ривожланиш ҳолати.

2018 йилда Халқаро телекоммуникациялар иттифоқининг Глобал киберхавфсизлик индексига кўра, Ўзбекистон 175 та мамлакат ичида 52-ўринни эгаллаб, Қозоғистон (40-ўрин), Россия (26-ўрин)дан кейин Беларусь (69-ўрин), Тожикистон (107-ўрин)ни ортда қолдирди, Қирғизистон (111-ўрин), Туркменистон (143-ўрин). Таъкидлаш жоизки, яқин вақтгача, 2017 йилда Ўзбекистон ушбу индекс учун рейтингда 93-ўринни эгаллади.

Глобал киберхавфсизлик индекси ҳукуматнинг беш йўналишда мажбуриятини ўлчайди: ҳуқуқий чоралар, техник чоралар, ташкилий чоралар, салоҳиятни ривожлантириш ва халқаро ҳамкорлик. Ахборот маконининг глобаллашуви жараёнларини ҳисобга олган ҳолда, индекс кибер-жиноятчилар томонидан АКТ ривожига то-

бора ортиб бораётган таҳдидларни минималлаштириш мақсадида киберхавфсизликни кучайтириш чораларини кўришга ундайди. Шунингдек қилиш керакки, жорий йилнинг бошидан буён Ўзбекистонда фақат 8 миллионга яқин ахборот хавфсизлиги инцидентлари аниқланди, уларнинг айримлари ўта хавфли эди [1].

Ҳозирги вақтда Ўзбекистонда узоқ муддатли истиқболга мўлжалланган ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш давлат дастурини ишлаб чиқиш бошланди. Рақамли иқтисодиётнинг глобал тенденцияларини ҳисобга олган ҳолда республикада Big Data (“катта маълумотлар”), “булутли” ҳисоблаш, робототехника ва сунъий интеллект каби янги йўналишлар ўзлаштирилади.

Рақамли технологиялардан фойдаланиш билан боғлиқ кўникмаларни тавсифлайдиган турли атамалар мавжуд. Бу ерда “рақамли саводхонлик” атамаси кўпроқ ишлатилади. Бошқа кенг тарқалган атамаларга “рақамли кўникмалар”, “ахборот-коммуникация технологиялари (АКТ) кўникмалари” (АКТ кўникмалари), “рақамли компетенция”, “медиа саводхонлиги” ва бошқалар кирди. “Интернет қобилиятлари” (Интернетда ишлаш). Бундан ташқари, сўнгги ўн йил ичида ижтимоий медиа кўникмалари тушунчаси муҳим аҳамиятга эга бўлди.

Ушбу атамаларнинг таҳлилидан келиб чиқиб, биз рақамли кўникмаларни тушунишимиз ва вақт ўтиши билан сезиларли даражада ўзгариб боради ҳамда жуда тор тушунчадан кўп қиррали, шу қаторда техник бўлмаган “когнитив, баҳолаш, ижтимоий ва ҳиссий кўникмалар” каби кенгайди, деган хулосага келишимиз мумкин [2]. Ушбу тушунча рақамли технологияларнинг ҳам жамоат соҳасида, ҳам иш соҳасида жадал ривожланишини акс эттиради. Рақамли кўникмаларнинг торроқ таърифи одатда компьютер ёки АКТ кўникмаларини эгаллаш ва ундан фойдаланишни қамраб олади [3]. Ушбу таъриф аниқ компьютерлардан фойдаланишга асосланган янги технологияларнинг аппарат ва дастурий таъминотининг “техник, операцион ва процессуал” жиҳатларига қаратилган [4].

Ушбу таърифнинг бундай ўзига хос мазмуни “компьютер кўникмалари” ёки “АКТ қобилиятлари” каби атамалар илмий адабиётларда рақамли кўникмаларнинг асосий ва энг тор тушунчалари сифатида кўриб чиқишини англатади [5]. 1990 йилларда интернетнинг кескин ўсиши интернет-медиа тармоқлари қамраб олган янги муҳитда мавжуд бўлиши учун зарур бўлган кўникмаларга бўлган ёндашувларни қайта кўриб чиқишга олиб келди. Операцион ва техник кўникмаларга қўшимча равишда, интернетда ўсиб бораётган маълумотни топиш, баҳолаш ва бошқариш қобилияти каби бошқа

техник бўлмаган кўникмалар ҳам муҳим аҳамиятга эга бўлди. “Ахборот саводхонлиги” ва “медиа саводхонлиги” каби атамалар адабиётда бундай таърифларнинг асосий мисолларидир.

2000 йилларда Веб 2.0-нинг пайдо бўлиши интернетга янги йўналиш берди. Бу интернетни “таркибни истеъмол қилиш учун мавжуд бўлган пассив муҳитдан фаол фойдаланувчи яратадиган таркибни яратишга имкон берувчи воситага” айлантирди [6]. Ушбу ўзгариш интернетдан фойдаланиш учун зарур бўлган баҳолаш, ижтимоий ва ҳиссий кўникмаларни ўз ичига олган рақамли кўникмалар таърифнинг мазмунини янада кенгайтди. Сўнгги йилларда “Биг Дата Аналитисс, Ижтимоий медиа платформалари ва мобиль қурилмалар”дан [7] тобора кўпроқ фойдаланишда рақамли кўникмаларни тушунишни янада кенгайтирадиган таърифлар пайдо бўлди. Энди улар анча мураккаб ва талабчан рақамли муҳитда самарали ишлаши учун зарур бўлган кўплаб ваколатларни, шу жумладан, муаммоларни ҳал қилиш, хавфсизлик, шахсий маълумотларни ҳимоя қилиш ва муаллифлик ҳуқуқи каби ахлоқий муаммоларни ўз ичига олади.

Шундай қилиб, хорижий адабиётларда давом этаётган мунозараларга асосланиб рақамли кўникмаларнинг энг кенг таърифи қабул қилинди. Австралиядagi Роял Мелбурн техник университети тадқиқотчиларининг ишларида рақамли кўникмалар рақамли дунёқарашнинг комбинацияси (аппарат, дастурий таъминот, ахборот, тизимлар, хавфсизлик ва инновацияларнинг комбина-

цияси), билимлар (назарий идрок ва тушуниш), компетенция (когнитив ва амалий) тажриба ва ходимлар намоиш эта оладиган ҳамда улар яхшилланиши керак бўлган муносабатлар (қадриятлар ва эътиқодлар)дир. Ушбу таъриф рақамли қурилмалар, тизимлар ва дастурлар билан ишлаш учун зарур бўлган техник кўникмаларни шунингдек, ахборот интенсивлиги шароитида ишлаш учун лозим бўлган билим ва кўникмалар, тобора ўсиб борадиган маълумотлар, турли хил манбалар ва маълумотларнинг турларини қамраб оладиган; хавфсизлик билан боғлиқ ахлоқий кўникмалар; рақамли муҳитда ишлаб чиқариш муаммоларини аниқлаш ва ҳал қилишга ёрдам берадиган стратегик кўникмаларни ҳам қамраб олади.

Рақамли технологияларнинг кенг тарқалиши рақамли ва тегишли кўникмаларга эга бўлишни ҳар қандай касбий фаолият билан шуғулланиш учун зарурий шартга айлантиради. Рақамли иқтисодиёт, шу жумладан, электрон тижорат талабларига жавоб берадиган малакаларни касбий стандартларга, давлат хизматчиларининг малакасига ва барча даражадаги таълим дастурларига киритиш инсон капиталини баҳолашнинг муҳим қисмидир. Вазиятлар нуқтаи назаридан муҳим ваколатларни шакллантиришга алоҳида эътибор берилиши керак. Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши натижасида вужудга келган янги билимлар, шунингдек, динамизм, бошқариш қобилияти, мослашувчанлик, ҳаракатчанлик, инновационлик рақобатнинг янги тури – гиперкомпаниянинг тизим элементлари бўлиб ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. <http://www.review.uz/ru/news/trendi/uzbekistan-otsifroviyvaetsya>
2. ECORYS 2016, Digital skills for the UK economy, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/492889/DCMSDigitalSkillsReportJan2016.pdf.
3. Dore, L, Geraghty, A & O’Riordan, G 2015, Towards a national digital skills framework for Irish higher education: All Aboard Project, viewed 14 Dec 2016, <http://allaboardhe.org/DSFramework2015.pdf>.
4. ECORYS 2016, Digital skills for the UK economy, viewed 6 Dec 2016, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/492889/DCMSDigitalSkillsReportJan2016.pdf
5. Dore, L, Geraghty, A & O’Riordan, G 2015, Towards a national digital skills framework for Irish higher education: All Aboard Project, viewed 14 Dec 2016, <http://allaboardhe.org/DSFramework2015.pdf>.
6. ECORYS 2016, Digital skills for the UK economy, viewed 6 Dec 2016, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/492889/DCMSDigitalSkillsReportJan2016.pdf.
7. Van Dijk, J & Van Deursen, A 2014, Digital skills: unlocking the information society, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
8. Spitzer, B, Jerome, B, Valerie, M & Subrahmanyam, K 2013, The Digital Talent Gap: Developing Skills for Today’s Digital Organizations. Capgemini Consulting, viewed 14 Dec 2016, <https://www.capgemini.com/resources/the-digital-talent-gap-developing-skills-for-todays-digital-organizations>

Иқтисодий жараёнларнинг корреляцион математик моделларини тузишда ҳосила функциясида фойдаланиш Использование функции производной при построении корреляционно-математических моделей экономических процессов

Using the derivative function when making correlation mathematical models of economic processes

Шерали ОЧИЛОВ,
доцент.
Саломат НОРОВА,
докторант

Бухоро муҳандислик-технология институти

Аннотация

Мақолада иқтисодий масалаларни бажариш, кўрсаткичларни прогнозида математик, моделиштириш усулларидан самарали фойдаланиш ҳамда ишлаб чиқариш функциясини қуришнинг янги услуби ишлаб чиқилган.

В статье освещается использование экономико-математических методов при решении экономических задач, эффективное использование методов экономико-математического моделирования при прогнозировании экономических показателей, а также разработан новый метод построения производственной функции.

The article highlights the use of economic and mathematical methods in solving economic problems, the effective use of methods of economic and mathematical modeling in predicting economic indicators, and a new method for constructing a production function is developed.

Барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш, аҳоли даромадлари ва турмуш даражасини ошириш, камбағалликни қисқартириш Ўзбекистон иқтисодиёти олдидаги асосий вазифалардан бўлиб ҳисобланади. Айнан шу мақсадга эришиш учун мамлакатимиз миллий иқтисодиётининг барча тармоқларида кенг қўламли ислохотлар амалга оширилмақда. Юртимизда иқтисодий ислохотларни амалга ошириш жараёнида ҳудудларда мавжуд салоҳиятдан самарали фойдаланишга кенг эътибор қаратилмақда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги

фармони билан тасдиқланган 2017–2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясининг иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишларида айнан макроиқтисодий барқарорликни янада мустаҳкамлаш ҳамда юқори иқтисодий ўсиш суръатларини сақлаб қолиш ва вилоят, туман ва шаҳарларни комплекс ва мутаносиб ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш, уларнинг мавжуд салоҳиятидан самарали ва оптимал фойдаланиш, бевосита ижтимоий-иқтисодий ривожланишни жадаллаштириш, халқнинг турмуш даражаси ва даромадларини ошириш учун ҳар бир ҳудуднинг

Калит сўзлар: ишлаб чиқариш функцияси, корреляцион таҳлил, ҳосила функцияси, аппроксимация, прогнозилаш.

табiiй, минерал-хомашё, саноат, қишлоқ хўжалиги, туристик ва меҳнат салоҳиятидан комплекс ва самарали фойдаланиш йўналишлари алоҳида кўрсатиб берилди¹.

Ҳаммамизга маълумки, бозор иқтисодиёти ноаниқлик ва таваккалчиликлардан иборат бўлган мураккаб бир тизимдир. Бундай шароитда иқтисодий жараёнларни ўрганишда иқтисодий-математик усуллар ва моделлардан фойдаланиш содир бўлиши мумкин бўлган салбий оқибатларни олдиндан кўра билиб, уларнинг олдини олиш имконини яратиб беради. Иқтисодий-математик усуллар ва моделлар илмий асосланган қонуниятлар асосида аниқ ҳамда ноаниқликлар шароитида самарали қарорлар қабул қилиш, иқтисодий жараёнларнинг ҳозирги ҳолати, унинг истиқболдаги ўзгаришларини олдиндан кўрсатиб беришга ҳам имконият яратади. Ваҳоланки, бозор конъюнктурасини ўрганмасдан, уни прогноз қилмасдан туриб, хўжалик юритувчи субъектлар маҳсулот ишлаб чиқариш (хизмат кўрсатиш) ва сотиш стратегиясини тўғри белгилай олмайдилар.

Шундай экан, ҳозирги рақамли иқтисодиёт шароитида бозор шароитларини илғаб олиш, уларнинг мазмун-моҳиятини, ривожланиш қонуниятларини чуқур таҳлил қилиш, кўп вариантли ечимларни яратиш, бунинг асосида оптимал иқтисодий қарорлар қабул қилиш муҳим аҳамиятга эга.

Математик усуллар оддий анъанавий усулларни инкор этмасдан, балки уларни янада ривожлантиришга ва объектив ўзгарувчан натижа кўрсаткичларини бошқа кўрсаткичлар орқали муайян таҳлил қилишга ёрдам беради. Математик усуллар ва электрон технологияларининг миллий иқтисодиётни бошқаришда афзалликларидан бири шундаки, улар ёрдамида моделлаштирувчи объектга омилларнинг таъсирини, натижа кўрсаткичига ресурсларнинг ўзаро муносабатларини кўрсатиш мумкин. Бу эса ўнлаб тармоқлар ва минглаб корхоналарда ишлаб чиқариш натижалари ва миллий иқтисодиётнинг устувор йўналишларини илмий асосда прогнослаштириш ва бошқаришга имкон беради.

Математик усуллар ва моделларнинг аҳамиятини қуйидагиларда яққол кўриш мумкин:

1. Иқтисодий-математик усуллар ёрдамида моддий, меҳнат ва пул ресурсларидан оқилона фойдаланилади.

2. Математик усуллар ва моделлар иқтисодий ҳамда табiiй фанларни ривожлантиришда етакчи восита бўлиб хизмат қилади.

3. Математик усуллар ва моделлар ёрдамида тузилган прогнозларни умумий амалга ошириш вақтида айрим тузатишларни киритиш мумкин бўлади.

4. Иқтисодий-математик моделлар ёрдамида иқтисодий жараёнлар фақат чуқур таҳлил қилинибгина қолмасдан, балки уларнинг янги ўрганилмаган қонуниятларини ҳам очиш имкони яратилади [4].

Корреляцион таҳлил ҳодисалар ўртасидаги боғланишни аниқлайдиган усуллардан биридир. Фақат корреляцион таҳлил боғланишнинг зичлиги ҳақида оддий баҳо бера олади. Бу ҳолат иқтисодий тадқиқотларда корреляцион таҳлилни кенг қўллаш учун имконият яратади. Корреляцион таҳлил ҳақида сўз юритганда регрессион таҳлилни ҳам унутмаслик керак. Регрессион таҳлил, ҳодисалар ўртасидаги боғланишнинг статистик таҳлил усули бўлиб, боғланиш шакллари таҳлил қилади. Регрессион таҳлил натижалари регрессия тенгламалари ва коэффициентларида сифат ифодасига эга бўлади [5].

Ҳатто энг такомиллашган эконометрик модель ҳам иқтисодий ҳодиса ва жараёнларнинг бутун алоқадорлигини қамраб олишга қодир эмас. Шунга кўра, иқтисодий таҳлил ва эконометрик моделлаштиришни қўллашда ҳар доим ноаниқлик элементлари мавжуд бўлади. Одатда, эконометрик моделлаштиришни қўллашни самарадорлигининг асосий шартларидан бири унинг реал кўриниш ва жараёнга айнан мос келиши ҳисобланади [6].

Илм-фан ривожланишининг ҳозирги босқичида корреляцион математик моделларни ҳосила функцияси тузиш ёрдамида қуриш аҳамиятлидир. Маълумки, агар ўзгарувчилар орасида функционал боғланиш бўлмаса, у ҳолда амалий масалаларни ечишда корреляцион боғланиш функцияларини қуриш билан қийоёланилади. Бу усул жуда кўп йиллардан бери ўзини ҳар томонлама оқлаб

¹ 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили” да амалга оширишга оид Давлат дастурини ўрганиш бўйича илмий-оммабоп рисола. – Тошкент: “Маънавият”, 2017 й. – 115-б.

келган албатта. Умумий ҳолда тадқиқотчида ўзгарувчи миқдор x_i лар ва уларга мос келувчи y_i ларнинг маълум нуқталардаги қийматларига бўлади холос. Шулар асосида $y = f(x)$ корреляцион боғланиш функциясини топиш талаб қилинади. Одатдаги усулда y_i ларнинг характериға қараб шу рақамлар асосида қаралаётган жараёни реалроқ ифодаловчи функциялар синфига танлаб олинади. Танланган функцияларнинг x_i нуқталардаги қиймати $f(x_i)$ ва тажрибада топилган y_i лар айирмасини минимал қилиш шартидан излаётган функция параметрлари ҳисоблаб топилади, яъни

$$\sum (f(x_i) - y_i)^2 \Rightarrow \min$$

Лекин, албатта ушбу усул билан тадқиқотлар олиб боришда маълум бир камчиликлар борлиги ҳам кузатилган. Айниқса, иқтисодий кўрсаткичларни истиқболлашда бу камчиликлар яққол кўриниб қолади.

Мисол тариқасида $y = \sin x$ функцияни $[0^\circ; 45^\circ]$ оралиғидаги қийматлари империк қийматлар сифатида ёзиб чиқилса, ҳар қандай, бундай беҳабар тадқиқотчи уни $y = kx + b$ кўринишдаги функция деб қарайди. Тўғрироғи $y = 0,01745x$ функция деган хулосага келади.

Чунки $|\sin x - 0,01745x| < 0,1$ бўлади. $x \in [0^\circ; 45^\circ]$. Аммо $[45^\circ; 90^\circ]$ бу тенгсизлик албатта бузилади.

Бизнингча, истиқболлаш ёки бошқа мақсадларда тузилган корреляцион функциялар қийматлари билан реал жараёндан олинган империк рақамлар орасидаги фарқ ҳар қандай нуқталарда минимал бўлиши учун бошқача йўл тутиш керак. Яъни, биринчи ҳолда тўғридан-тўғри

$y = f(x)$ функциянинг ўзини эмас, балки унинг ҳосила функциясини $y' = g(x)$ тузиш зарур. Сўнгра интеграллаш ёрдамида изланаётган функция топилади:

$$y = \int g(x) dx + c$$

Бундай усулда топилган функция ёки жараёнинг математик модели қаралаётган бутун оралиқда $|f(x_i) - y_i| < \varepsilon$ бўлишини таъминлайди.

Бунинг сабаби оддий. Фақат функция ҳосиласига унинг оралиқлардаги ўсиш-камайиш, эгилиш-букилиш каби ҳолатларини тўла ҳисобга олади. Ундан олинган интегралда эса бу харақтерли хусусиятлар тўла сақлаб қолинади.

Мисол сифатида [2] адабиётда келтирилган муаммони ҳосила функциясини топиб, сўнгра интеграллаш усули билан ечишга ҳаракат қилиб кўраимиз.

Қуйидаги жадвалда пахта ҳосилдорлигини 1 га ерга киритилган маҳаллий ўғитларга боғлиқлиги ҳақидаги маълумот келтирилган.

1 га ерга солинган маҳаллий ўғит (тонна) x_i	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Пахта ҳосилдорлиги (центнер/га) y_i	18,2	20,1	23,4	24,6	25,6	25,9	23,6	22,7	19,2

[2] адабиётда боғланиш $y = a_1 + b_1x + b_2x^2$ кўринишда изланиб традицион усуллар ёрдамида $\hat{y} = 3,533 + 4,5x - 0,432x^2$ функция топилиб, тегишли ҳисоблашлар бажарилган. Биз худди шу масалани ҳосила функциясини топиш усули билан ечишга ҳаракат қиламиз.

Маълумки

$$\lim_{\Delta x \rightarrow 0} \frac{y(x + \Delta x) - y(x)}{\Delta x} = f'(x)$$

ёки $\frac{y_{i+1} - y_i}{\Delta x} = y'_i$ бўлгани ва Δx бизнинг ҳолда ҳамма вақт ўзгармас $\Delta x = 1$ бўлгани учун $y'_i = y_{i+1} - y_i$ деб оламиз. Кейинги ҳисоблашлар худди одатдаги усулда бажарилади. Фақат энди y_i лар ўрни $y'_i = y_{i+1} - y_i$ лар билан алмаштирилади. Энди қуйидаги қийматларга эга бўламиз.

	x	$y'_i = y_{i+1} - y_i$	$y'_i \cdot x$	x^2	$x \cdot y'_i$	x^3	x^4
	1	1,9	1,9	1	1,9	1	1
	2	3,3	6,6	4	13,2	8	16
	3	1,2	3,6	9	10,8	27	81
	4	1	4	16	16	64	256
	5	0,3	1,5	25	7,5	125	625
	6	-2,3	-13,8	36	-82,8	216	1296
	7	-0,9	-6,3	49	-44,1	343	2401
	8	-3,5	-28	64	-224	512	4096
Σ	36	1	-30,5	204	-301,5	1296	8772

Бу рақамлардан фойдаланиб ҳосила функциянинг кўриниши $y'(x) = a_1 + b_1x + b_2x^2$

эканлигини аниқлаймиз. Энг кичик квадратлар методи асосида ҳосила функцияси параметрлари қийматларини топамиз.

$$\begin{cases} 8a_1 + 36b_1 + 204b_2 = 1 \\ 36a_1 + 204b_1 + 1296b_2 = -30,5 \\ 204a_1 + 1296b_1 + 8772b_2 = -301,5 \end{cases}$$

Бу тенгламалар сиситемасини ечиб $a_1 = 3,665$; $b_1 = -0,645$; $b_2 = -0,025$ эканлигини топамиз. У ҳолда ҳосила функция кўриниши $y'(x) = 3,665 - 0,645x - 0,025x^2$ бўлади. Албатта бу изланаётган боғланиш эмас. Бу функция изланаётган боғланишнинг қийматларини ўзга-

риш тезлигини аниқлайди, яъни $\frac{dy}{dx} = y'(x)$ ёки

$\frac{dy}{dx} = 3,665 - 0,645x - 0,025x^2$ ва $y(1) = 18,2$ эканлиги ҳам маълум. Охирги ифодани $y(1) = 18,2$ бошланғич шарт асосида интеграллаб изланаётган боғланишни топамиз.

$$y = \int (3,665 - 0,645x - 0,025x^2) dx + c$$

$$y = 3,665x - \frac{0,645}{2}x^2 - \frac{0,025}{3}x^3 + c;$$

$$y = 3,665x - 0,3225x^2 - 0,0083x^3 + c$$

Энди $y(1) = 18,2$ шартдан C ни топиб оламиз ва $c = 14,8658$ эканлигини аниқлаймиз.

Демак,

$$y = 14,8658 + 3,665x - 0,3225x^2 - 0,0083x^3$$

Шуни айтиб ўтиш керак-ки охирги ҳад жуда кичик бўлгани учун уни ташлаб юбориш ҳам мумкин. Яъни, боғланишни $y = 14,8658 + 3,665x - 0,3225x^2$ ҳам дейиш мумкин.

Энди [2] адабиётдаги ҳисоблашлар натижаси ва ҳосила функцияси асосида олинган натижаларни битта жадвалда жойлаштирамиз. Бунда $\hat{y}_1$ деб [2] адабиётда келтирилган ҳисоблаш натижаларни, $\hat{y}_2$ деб янги топилган функция асосида қилинган ҳисоблашларни киритамиз.

x	y_{real}	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$
1	18,2	17,7	18,2
2	20,1	20,9	20,76
3	23,4	23,3	22,5
4	24,6	24,8	23,3
5	25,6	25,5	25,8
6	25,9	25,3	25,25
7	23,6	24,2	24,8
8	22,7	22,3	23,5
9	19,2	19,4	22

Шуни таъкидлаш жоизки, кўпчилик иқтисодий бўлмаган фанларда олиб бориладиган тадқиқотларда ўзгарувчининг маълум қийматидаги функция қийматини аниқлаб бўлмайди. Фақат ўзгарувчи Δx га ўзгарганда функциянинг Δy га ўзгаришини тажрибада аниқлаб бўлади.

Булар асосида $\frac{\Delta y_i}{\Delta x_i}$ ни аниқлаш имкони мавжуд бўлади. Буларга асосан эса ҳосила функциясини аниқлаш имкони вужудга келади. Айниқса тиббиётда ихтиро қилинган дори воситасини дозасини ошириш билан маълум параметрларни қанчагача ўзгаришни аниқлаш имкони бор. Бу эса ўзгараётган барча параметрларни ҳосила функциясини аниқлаш оқибатида эса улар асосида изланаётган реал боғланиш $y = f(x)$ га чиқиш имконини беради.

Худди шундай газларда электр токининг харақтерини ўрганаётганда ҳам жараён мураккаб бўлиб, бу жараённи оддий бирта боғланиш билан ифодалаб бўлмайди. Кучланишнинг ўзгариши натижасида ток кучи турлича ўзгаради. Фақат ҳосила функциясини тузишни озгина осонлаштириш имконини бериши мумкин.

Демак, юқорида қайд этилганлардан келиб чиқиб хулоса қилиш мумкинки, иқтисодий масалаларни тадқиқ этаётганда, иқтисодий жараёнларнинг прогноз кўрсаткичларини ҳисоблаётганда таклиф этилган корреляцион математик моделларини ҳосила функцияси тузиш ёрдамида қуриш методидан фойдаланиш олинаётган натижаларнинг реал бўлишини таъминлаб беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармони. // “Халқ сўзи”, 2017 йил 8 февраль.
2. Н.М.Соатов, Г.Н.Тиллаҳўжаева. Статистика. Ўқув қўлланма. Тошкент, 2006 йил, 219-бет.
3. Кремер Н.Ш. Эконометрика: Учебник. –М.: Издательство Юрайт, 2018 г. – 354 с.
4. Федосеев В.В. Экономико-математические методы и прикладные модели. Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2007 г. –С. 520.
5. Г.Насритдинов Эконометрика. Ўқув қўлланма.– Т.: “ИQTISOD-MOLIYA”, 2008 й. – 252-б.
6. Ш.Нуруллаева. Корхоналар молиявий-иқтисодий кўрсаткичларини эконометрик моделлаштириш услубиёти. “Бизнес-эксперт” журнали, сон: №2(122)-2018 й.

Туризмда маркетингнинг стратегик бошқаруви Стратегическое управление маркетингом в туризме Strategic marketing management in tourism

Наргиза МУРОДОВА,
ҚарММИ катта ўқитувчиси.

Аннотация

Мақолада туристик корхоналарда стратегик маркетингнинг асосий йўналишлари ва аҳамияти ёритилган ҳамда стратегик маркетингнинг потенциали ва туризмни бошқариш даражаси тақдим этилган. Шунингдек, туризм соҳасида маркетингнинг мақсади ва элементларини белгилайдиган асосий омиллар таркиби тавсифланган.

В статье раскрываются основные направления стратегического маркетинга туристского предприятия, возрастание его роли и значения. Представлены потенциал стратегического маркетинга и уровни управления туристской деятельностью. Охарактеризованы содержание основных факторов, определяющих целевые установки, и элементы маркетинга в сфере туризма.

The article reveals the main directions of the strategic marketing of the tourist enterprise, the growth of its role and importance. The potential of strategic management and levels of management of tourist activities are presented. The content of the main factors determining the objectives and elements of marketing in the sphere of tourism is characterized.

Ишлаб чиқариш ва бизнес жараёнларининг интенсивлиги, доимий ўзгаришлар ҳамда инновацияларга бўлган эҳтиёж ўсиб бораётган шароитда маркетингнинг, шу жумладан, туристик хизматлар соҳасидаги маркетингнинг роли ва аҳамияти тобора ортиб бормоқда. Бугунги кунда туризмни ривожлантириш масалалари Ўзбекистон Республикасида устувор йўналишлардан биридир. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январдаги Олий Мажлисига йўллаган Мурожаатномасида таъкидлаганларидек: "... туризмни иқтисодийнинг стратегик тармоғига айлантириш биз учун устувор вазифа бўлиб қолади" [1].

Туристтик хизматлар соҳасида самарали ва натижавий маркетинг вазиятини баҳолашнинг аниқ мезонларисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Шу муносабат билан аксарият туристик агентликлари маркетинг технологияларини ўзлаштирмоқда, бу рақобатнинг кучайиши, мижозларнинг туристик хизматларга талабининг ошиши билан боғлиқ. Бундай вазиятда маркетинг ўзгаришларга муваф-

фақиятли мослашиш, бозорни ўрганиш натижасида рақобатда муваффақият қозониш, истеъмолчининг эҳтиёжларига жавоб берадиган туризм маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва реклама қилишни яхшилашга имкон беради.

Етакчи туризм агентликлари амалиётининг таҳлили маркетинг технологияларидан фойдаланиш уларнинг фаолияти самарадорлигини сезиларли даражада ошираётганлигини кўрсатмоқда. Маркетинг технологияларини қўллаган ҳолда, туризм корхоналари туристик маҳсулотлар ва хизматларни сотишга тизимли ёндашишни қуйидагилар орқали таъминлайди:

- ташқи муҳитни комплекс ўрганиш ва бозорни прогноزلаштириш;
- узоқ муддатли маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш (мақсадлари, вазифалари, манбалари, ташкилий ва бошқарув, моддий, молиявий ҳамда техник алоқаларини амалга ошириш механизми билан бирга);
- бозор ва унинг ресурслари талабидан келиб

Калит сўзлар: стратегик маркетинг, туризм маркетинги, туризм маҳсулоти, туризм корхонаси, туризм бренди, инновация, маркетинг технологияси.

чиққан ҳолда ишлаб чиқариш сиёсатини режалаштириш;

– туристик хизматларга талабни шакллантириш, силжитиш ва сотилишини рағбатлантиришга йўналтирилган махсус тадбирларни амалга ошириш [2].

Ҳозирги вақтда туризм соҳасида маркетинг технологияларини жорий қилиш жараёни зиддиятли характерга эга.

Биринчидан, кўплаб туризм корхоналари маркетингнинг устуналигини тан олишади, бу рақобат кучли бўлган шароитда бозорда муваффақиятли фаолият юритишнинг реал механизми ва шарти ҳисобланади. Туризм бозорида юзага келадиган вазият маркетинг технологияларини ривожлантиришни рағбатлантиради. У туристик бозорнинг жадал ривожланиши (унинг субъектларининг иқтисодий мустақиллиги, тезкор капитал айланмаси, ушбу бизнес соҳасининг тижорат жозибадорлиги туфайли), бозорнинг айрим тармоқларида рақобатнинг кучайиши ва кўплаб туризм бозорларидаги бўшлиқ, юқори макромўҳитдаги ноаниқлик билан тавсифланади.

Шундай қилиб, туризм бозоридаги вазият “бозор” сегментини аниқлаш, фаолиятнинг янги йўналишларини излаш, туристик маҳсулотларнинг янги турларини ишлаб чиқиш, маҳсулотни илгари суриш ва “ўз” истеъмолчисини аниқлаш орқали корхона талабининг барқарорлигини таъминлайдиган маркетинг технологияларини ривожлантиришни талаб қилади.

Иккинчидан, туризм соҳасида маркетинг технологияларини жорий этиш, мослаштириш ҳамда ривожлантиришга объектив ва субъектив характердаги омиллар, энг аввало, маркетингнинг камчиликлари тўққинлик қилмоқда, улар қуйидагиларда намоён бўлади:

а) маркетинг тадқиқотлари таҳлили ва натижалари, амалий ҳаракатлар узоқ муддатни талаб қилади. Шунинг учун ҳам корхоналар ҳар доим ҳам дарҳол фойда келтирмайдиган ушбу тадбирларга пул сарфлашга тайёр эмаслар;

б) стратегик маркетинг ва маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш кичик туристик корхоналари қурби етмайдиган катта молиявий харажатларни талаб қилади. Ушбу соҳадаги мутахассисларнинг фикрига кўра, маркетингнинг молиявий жиҳати, ушбу технологияни туризм соҳасида жорий этишга тўққинлик қилувчи асосий омиллардан биридир.

Туризмда маркетингнинг ривожланишини се-

кинлаштирадиган субъектив омил бу корхона бoshқариш томонидан унга нисбатан салбий муносабатдир (уларнинг бошқа воситалар, рақобат шакллари ва усулларига ёки ўз ҳаётий тажрибала-рига, интуицияларга таянишлари).

Замонавий шароитда маркетинг технологияси-ни эгаллаш алоҳида аҳамиятга эга. Бозорда доимий ҳамда барқарор муваффақиятга эришиш учун туристик корхонанинг узоқ муддатли истиқболини, макро ва микро муҳитдаги ҳар қандай ўзгариш шароитида омон қолишини кафолатлайдиган масала-ларни ҳал қилиш учун маркетинг фаолиятини қай-та йўналтириш лозим. Маркетингни менсимаслик муқаррар равишда туристик корхоналарни турис-тик хизматлар бозорида ўз мавқеини йўқотишига ва охир натижада корхонанинг тугатилишига олиб келади. Маркетинг менежмент маданиятини оши-ради, мақсадга мувофиқликни ҳамда фаолиятнинг барча соҳаларини аниқ мувофиқлаштиришни таъ-минлайди ва натижада корхона бозор конъюнк-турасидаги ўзгаришларга кўпроқ тайёр қилади.

Тактик маркетингдан фарқли ўлароқ, стратегик маркетинг – бу ижтимоий, маданий, иқтисодий, сиё-сий ҳодисаларнинг кенг доирасига хос бўлган мак-ро тенденцияларни таҳлил қилиш ва ҳисобга олиш орқали прогноз қилиш, шакллантириш, қондириш, барқарорлаштириш ҳамда кенгайтиришни таъмин-ловчи, истеъмолчининг реал ва потенциал образи-ни, ушбу образни шакллантирувчи атроф-муҳит, бозорни ўрганувчи технологиялар мажмуи.

Стратегик маркетинг моҳиятига кўра инноваци-он ҳисобланади. Унинг ечимлари муаммоларни ҳар томонлама ташхислаш ва таклиф қилинган ечим-ларни концептуаллаштириш асосида яратилган.

Стратегик маркетинг – “бу асосий истеъмол-чилар гуруҳларининг эҳтиёжларини мунтазам ва доимий равишда таҳлил қилиш, шунингдек, ишлаб чиқарувчиларга рақобатбардош ҳамда барқарор мавқеини таъминлайдиган самарали товарлар ва хизматлар концепцияларини ишлаб чиқишдир” [3]. Операцион маркетинг тезкор ва “потенциал хари-дорларни хабардор қилиш ва харидорларни топиш нархини пасайтиришда маҳсулотнинг ўзига хос ху-сусиятларини намоёйиш этиш учун савдо, сотиш ва алоқа сиёсатини ташкил этишга” қаратилган [3].

Маркетингга бўлган иккала ёндашув бир-би-рини тўлдиради ва корхонанинг ягона маркетинг сиёсатида мужассамлашган. Агар маркетингнинг тактик усулларида фойдаланиш туристик кор-

хона томонидан товарлар ва хизматларни сотиш билан боғлиқ мавжуд муаммоларни самарали ҳал қилишга имкон берадиган бўлса ҳамда шу билан ўз фаолиятининг қисқа муддатли тижорат ижарасини таъминласа, стратегик маркетинг бозорнинг барча таркибий қисмларининг ҳолати ва динамикасини ҳисобга олган ҳолда узоқ муддатли истиқболли дастурни ишлаб чиқиши мумкин.

Стратегик маркетинг потенциали туризм тармоғини бошқаришнинг турли даражаларида амалга оширилади.

Халқаро миқёсда халқаро туризмни ривожлантиришнинг узоқ муддатли устуворликларини, миллий ва минтақалараро даражада туризм индустриясини динамикасини режалаштириш услубиятини ишлаб чиқишга, шунингдек, туризм тармоғини барқарор ривожлантиришнинг ягона стратегиясини ишлаб чиқишга имкон беради.

Давлат сиёсати даражасида стратегик маркетинг имкониятларидан фойдаланиш туризм фаолиятини тартибга солиш жараёнини янада самаралироқ қилади, туризмни ривожлантириш устувор йўналишларини аниқлаш ва мақсадли дастурларни ишлаб чиқиш учун ахборот базасини яратади, туризм инфратузилмасини яратишда, тарихий-маданий ёдгорликларни ҳимоя қилишда, туризм соҳасига инвестицияларни рағбатлантириш, туристик ва рекреацион кластерларни силжитишни тарғиб қилиш бўйича устувор чораларни белгилашда давлат ва хусусий шериклик кучлари ҳамда манбаларини мувофиқлаштиради.

Туризм соҳасидаги стратегик маркетингнинг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилар билан белгиланади:

- ташқи омиларга боғлиқлик;
- туристик маҳсулот (унинг таркибига кирувчи хизматлар)нинг ўзига хос хусусиятлари;
- туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш технологиялари;
- вазифаларнинг мураккаблиги.

Туризм соҳасидаги маркетингнинг мақсадлари ва элементларини белгиладиган асосий омилар таркиби қуйидагича тавсифланади:

1. Туризм индустриясининг ҳолатига бевосита ва билвосита таъсир қилувчи ташқи омилар табиий ресурслар, сиёсий ҳамда иқтисодий вазият, аҳолининг ижтимоий-демографик тузилишидаги ўзгаришлар, аҳоли турмуш даражаси, ялпи миллий маҳсулот ҳажми, асосий аҳоли гуруҳларининг

хордиқ чиқариш қизиқишлари ва афзалликлари, урф-одатлари, мода, минтақанинг экологик ҳолати ва бошқалар.

2. Туристик маҳсулот (унинг таркибига кирувчи хизматлар)нинг ўзига хос хусусиятлари, унинг яхлит табиати ва унинг элементлари бир-бирини тўлдириши. Шу сабабли, улардан бирининг паст сифати барча таклифлар тўпламига бўлган муносабатга салбий таъсир қилади. Туристик маҳсулот кўп компонентлиги, ишлаб чиқарувчиларнинг кўп субъект-лилиги туфайли юқори инерция хусусиятига эга ва шу сабабли турмаҳсулотларни талабнинг вазиятга қараб ўзгаришидан келиб чиққан ҳолда оператив модификациялаш мумкин эмас. Туристик маҳсулотга киритилган хизматларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш вақт ва жойда бир-бирига тўғри келади, шунинг учун уларни тўплаш, сақлаш, потенциал истеъмолчиларга товар намунаси сифатида намойиш этиш мумкин эмас. Улар асосан номоддий, тўғридан-тўғри идрок қилишнинг иложи йўқ. Маҳсулот ишлаб чиқарилиб, оморга юбориладиган ва харидор талаб қилгунига қадар сақланадиган товар ишлаб чиқаришдан фарқли ўлароқ, туризмда савдо-сотиқ ишлаб чиқариш ва хизматларни кўрсатиш жараёнига тўғри келади. Туризм маҳсулотларини сотиб олиш ҳамда истеъмол қилиш макон ўзгаришини (баъзан узоқ йўл босиб ўтишни) талаб этади, моддий ва вақт харажатларини енгиб ўтиш зарурати билан боғлиқ бўлиб, унинг сифат параметрларига юқори талабларни келтириб чиқаради.

3. Туризм маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва истеъмол қилишнинг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилар билан белгиланади:

- туризм бозори субъектлари ўртасида ҳам, туризм индустрияси ва унга алоқадор тармоқлар ўртасида ҳам юқори рақобатни келтириб чиқарадиган рекреацион эҳтиёжларни қондириш шакллариининг ўзаро алмашувчанлиги;

– ҳар иккала омил – иқтисодий омиларга (инфляция даражаси, оила бюджетининг ҳажми ҳамда таркиби, туристик товарлар ва хизматлар нархлари динамикаси ва бошқалар) ва иқтисодий бўлмаган омиларга (сиёсий вазият, жиноятчилик даражаси, мода, туристик маҳсулотни танлашда афзалликлар ва кайфият) бевосита боғлиқ бўлган талабнинг эгилувчанлиги;

– жой ва вақт бўйича тақсимланмаган талаб (мавсумийлик, минтақалар ва туристик марказларнинг машҳурлиги).

4. Туризм маркетингида ўзига хос объект мавжуд бўлиб, у туристлар (якуний маҳсулот истеъмолчилари), туристик бизнес билан бевосита боғлиқ воситачилар ва муассасалар орқали намойиш этилади. Ушбу муассасаларнинг барчаси бир вақтнинг ўзида туризм маҳсулотларини ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилари сифатида ҳаракат қилишади.

5. Стратегик маркетингнинг мақсад ва вазифалари туризм соҳасидаги вазиятни тавсифловчи тенденциялар ва муаммолар билан ҳам белгиланади.

Хусусан, сўнги йилларда туризм оммавий, стандартлаштирилган хизматлар ишлаб чиқаришдан аниқ ижтимоий гуруҳлар ва аҳолининг тоифаларига йўналтирилган дифференциаллаштирилган шаклга ўтди. Истеъмолчиларни рағбатлантириш тобора мураккаблашмоқда ва дифференциаллашмоқда, туристик хизматларга талабнинг ўсиш суръатлари пасаймоқда, туризм хизматларини ишлаб чиқарувчилар бозори сиқилмоқда ва рақобат кучаймоқда. Рақобатбардошлик муҳитининг кескинлашуви туристик корхоналарнинг бозорга тақдим этилаётган маҳсулотлари (жойлаштириш, овқатлантириш, маданий дастурлар ва бошқалар) бошқа бозор

субъектлари томонидан ишлаб чиқарилаётгани ва истеъмолчи маҳсулотни воситачиларсиз мурожаат қилиш орқали ҳам харид қилиши мумкин бўлганида намоён бўлади.

Ушбу тенденциялар ва муаммолар маркетинг мақсадлари ва технологияларини сезиларли даражада ўзгартиради. Бугунги кунда талабни ўрганиш фирманинг стратегиясини аниқлашнинг асоси бўла олмайди.

Маркетингнинг маъноси инновацион хусусиятга эга туристик хизматларни ривожлантиришда туристик хизматларни истеъмол қилишда барқарор мотив билан ажралиб турадиган, йилнинг исталган вақтида дам олишга йўналтирилган истеъмолчиларни шакллантиришдан иборат. Нархларни пасайтириш ва “қўшилиш” орқали рақобатчиларни сиқиб чиқариш сиёсати “бозор бўшлиқларини аниқлаш ва тўлдириш” стратегияси билан алмаштирилмоқда. Бу хизматларнинг сифати ва ишончлилигини ошириш, бозорда ўхшаш бўлмаган таклифларнинг тубдан янги турларини ишлаб чиқиш зарурлигини тақозо этади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2020 йил 24 январь. <https://president.uz/oz/lists/view/3324>
2. Гарифуллина Р.С., Сафин Ф.М. “Стратегический маркетинг в сфере туризма”. Вестник Казгуки. № 2, 2017 г. стр. 60-64.
3. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. СПб: Наука, 2006 г.

УЎТ: 338.467

Давлат-хусусий шерикчилик асосида корпоратив бошқарувни шакллантиришнинг хорижий тажрибалари Иностранный опыт формирования корпоративного управления на основе государственно-частного партнерства Foreign experience in the formation of corporate governance on the basis of public-private partnership

Куаныш ХАЛМУРАТОВ,
Бердак номидаги Қорақалпоқ давлат университети
Молия кафедраси катта ўқитувчиси.

Аннотация

Мақолада жаҳон иқтисодиётида давлат-хусусий шерикчилиги (ДХШ)нинг пайдо бўлиши, ривожланиши, ривожланган давлатлар тажрибалари тадқиқ этилган. Мамлакатимизда ДХШни тизимли ривожлантириш учун тегишли қонунчилик базасини яратиш ҳамда хорижий тажрибаларни қўллаш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

В статье рассматривается возникновение и развитие государственно-частного партнерства (ГЧП) в мировой экономике, опыт развитых стран. Разработаны предложения и рекомендации для создания соответствующей правовой базы для систематического развития государственно-частного партнерства и применения зарубежного опыта в нашей стране.

The article discusses the emergence and development of public-private partnerships (PPPs) in the global economy, the experience of developed countries. Suggestions and recommendations have been developed for creating an appropriate legal framework for the systematic development of public-private partnerships and the application of foreign experience in our country.

XX асрнинг охири ва XXI асрнинг бошларида жаҳон иқтисодиётининг ривожланиши, жаҳонда юз берган молиявий-қтисодий инқироз давлат-хусусий шерикчилиги (ДХШ)ни амалий жиҳатдан рўёбга чиқариш миллий иқтисодиётлар даражасида инфратузилмавий лойиҳаларга инвестицияларни жалб қилишнинг энг самарали механизмларидан бири эканлигини тасдиқлади. Бундан ташқари, таъкидлаш жоизки, мазкур ДХШни тизимли ривожлантириш учун тегишли қонунчилик базаси бўлишини тақозо этади. Энг муҳими, ҳар қандай мамлакатда ДХШ муносабатларини тартибга солиш ва мувофиқлаштириш ҳамда миллий, минтақавий даражада ДХШ бўйича тегишли тадбирларни, ўрнатилган тартибда амалий ишларни амалга оширувчи махсус институт ташкил қилиниши зарур.

БМТнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш бўйича Комиссиясининг қайд этишича, бугунги кунда дунёнинг турли мамлакатларида ДХШнинг 51 та институтлари, шулардан 24 таси Европада, 2 таси Шимолий Америкада, 5 таси Жанубий Америкада, 7 таси Африкада ва 1 таси Осиёда фаолият юритади. Бундан ташқари, бугунги кунда дунёда бошқа вазифалари қаторида яна бир вазифаси ДХШни тартибга солиш бўлган 9 та халқаро ташкилотлар (БМТ, ЕТТБ, Халқаро Молия корпорацияси ва ҳ.к.) фаолият кўрсатади [1].

Буюк Британияда ДХШ асосида хусусий капитални инвестиция лойиҳаларини амалга оширишга жалб қилиш ўтган асрнинг 80-йилларида бошланди. Мазкур тадбирлар М.Тэтчер томонидан давлатнинг иқтисодиётга таъсирини камайтириш

Калит сўзлар: давлат-хусусий шерикчилик, корпоратив бошқарув, молия, хусусий сектор.

мақсадида ўтказилди. Амалий жиҳатдан “Хусусий молиявий ташаббус мақсадли дастури амалга оширила бошланди ва 1992 йилга келиб амалдаги (Private Finance Initiative (PFI))” ҳолат бироз ўзгариб самара бера бошлади [2].

Бугунги кунда PFI Буюк Британияда ДХШни ривожлантириш бўйича умумий ҳукумат дастурининг бир қисми бўлиб, ўз ичига хусусийлаштириш жараёнлари ва ҳукумат билан бўладиган барча ҳамкорликдаги фаолият турларини, кафолатлар тақдим этишгача бўлган ваколатларни қамраб олди. PFI ларнинг энг асосий фарқи жиҳати ва ўзига хос хусусияти шундаки, Буюк Британияда ҳукумат активларни сотиб олиш нуқтаи назаридан ДХШ лойиҳаларини қараб чиқмасдан, балки амалга оширилиши кутилаётган лойиҳа аҳолининг турмуш даражасини ошишига қанчалик таъсир этади ва бунда хусусий томон бирон-бир активга узоқ муддатли хизмат ёки сервис кўрсатиш мажбуриятини олса, ҳукумат эса, ўз навбатида, муайян товар ёки хизматларга, маҳсулотларга доимий талабни таъминлаб туриш мажбуриятини олади. Лойиҳа бўйича мавжуд рискларнинг бир қисмини хусусий томон олади ва ДХШ лойиҳаси бўйича қарор қабул қилишда асосий мезон ўрнида баҳо ҳамда сифат нисбати (value for money (VFM)) майдонга чиқади. Бунда VFMни баҳолаш деганда хизмат, товар ёки жараённинг самарадорлиги, натижадорлиги, тежамкорлиги билан боғлиқ мезонлар тушунилади, масалан, харажатлар қийматини натижалар қиймати билан таққослаш, ресурсларни жалб қилиш, фойдаланиш ҳамда бошқариш бўйича баҳолаш усуллари таққослаш ва ҳ.к.

Буюк Британия ДХШ сиёсатининг самарадорлигини – амалга оширилган лойиҳаларнинг 2/3 қисми бўйича мустақил аудиторлик ҳисоботларида келтирилган лойиҳаларнинг белгиланган муддатларда ўз вақтида, бюджетда кўрсатилган маблағлар доирасида бажарилганлиги тўғрисидаги ахборотлар тасдиқлайди. Таққослаш учун эса, дунёда 1/3 қисм ДХШ лойиҳалари ўз вақтида белгиланган бюджет доирасида бажарилади. Бундан ташқари, Буюк Британияда ДХШ лойиҳалари давлат томонидан молиялаштиришга нисбатан исталган манбаларга қараганда молиявий ресурсларни барқарор равишда тежашни таъминлайди [3].

Ирландия. Ирландияда хусусий сектор билан давлатнинг ўзаро алоқалари диний ташкилотлар иштирокида касалхоналар ва мактаблар қуриш

ҳамда пуллик автоўйларни бошқаришдан бошланди. ДХШни тизимли ривожлантириш мамлакатда 1998 йилдаги инфратузилмавий лойиҳаларни молиялаштиришдаги улкан тақчилликдан сўнггина бошланди. Ирландия иш берувчилари ва ишчилари Иттифоқи, қурувчилар ва миллий ижтимоий-иқтисодий Кенгаш ҳаракатларининг қўшилиши натижасида 1999 йил декабрида 2000-2006 йилларда Миллий иқтисодиётни ривожлантириш режаси ишлаб чиқилди ва ДХШ миллий иқтисодиётни ривожлантиришнинг бир йўли сифатида қабул қилинди. Бунда ДХШ – давлат харидларидан фарқли ўлароқ, давлат ва хусусий сектор ўртасида рискларнинг конкрет тақсимланишини, хусусий сектор томонидан ижтимоий инфратузилмадан фойдаланган ҳолда ижтимоий аҳамиятга молик хизматларни кўрсатиш ҳуқуқини берувчи келишув деб тарифланади.

Дастлаб ДХШни амалиётга жорий қилиш бўйича қадамлар ўта эҳтиёткорлик билан ташланди ва 1999 йилда ҳукумат 8 та тажриба тариқасидаги мактаблар, ижтимоий транспорт, йўллар ва чиқиндиларни қайта ишлаш бўйича лойиҳаларни эълон қилди. Шунга қарамасдан, Миллий ривожланиш режаси жуда катта кўламдаги ДХШ бўйича инвестиция лойиҳаларини ўз ичига олган эди ва бу ҳукумат ҳисоботларида тегишли исботини топди. Масалан, 2000-2006 йилларда амалга оширилган инфратузилмани ривожлантириш лойиҳаларига сарфланган 17,6 млрд. ирланд фунтларининг қарийб 1,85-2,0 млрд. фунти ДХШ шаклидаги лойиҳаларга сарфланган.

Франция. 2004 йил 17 июнда Франция президенти томонидан 2004-559-сонли “ДХШ контрактлари тўғрисида”ги қарор имзоланди ва унда мамлакат ҳудудида ДХШни ташкил қилишнинг асосий ёндашувлари аниқланди. Хусусан, ДХШ шартномасига – бу давлат манфаатлари номидан иш кўрувчи давлат ёки компания учинчи томонга инвестиция даври мобайнида молиялаштириш шarti билан лойиҳа бўйича қурилиш, қайта лойиҳалаш, таъмирлаш, асосий восита ва номоддий активларга жорий хизмат кўрсатиш ёки бошқариш бўйича комплекс ишларни бажаришни топширишни назарда тутувчи фуқаролик-ҳуқуқий шартномаси деб таъриф берилди.

Мазкур қарорнинг кучга кириши натижасида молия вазирлиги 2005 йил май ойида расмий равишда Франция ДХШ маркази – MAPPP (*Mission d'Appui aux PPP*)ни ташкил қилди. MAPPPнинг

асосий мақсади бутун Франция ҳудуди бўйлаб ДХШ лойиҳаларини тайёрлаш ва амалга оширишда давлат ҳокимиятининг ижро этувчи органларига кўмак бериш эди [4].

АҚШда ДХШ лойиҳаларининг амалга оширилишини тартибга солувчи ягона Федерал қонун йўқ. Шу билан бирга шталарнинг ҳар бирида у ёки бу ДХШ соҳасини тартибга солувчи меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар мавжуд.

Мамлакатда ДХШ ривожланишига жавоб берадиган институт бу – 2005 йилда ташкил қилинган ДХШ бўйича кенгаш (*The National Council for Public-Private Partnerships, NCPPP*) ҳисобланади. Кенгаш Колумбия штати ҳукумати таркибидаги но-тижорат ташкилоти бўлиб, асосий миссияси ҳукуматнинг барча даражаларида ДХШ ёндашувларини тарғиб қилиш, юритиш, давлат ва хусусий секторнинг ишбилармонлик ҳамкорлигини яхшилаш бўйича мамлакатнинг тегишли соҳаларида аҳоли учун ижтимоий аҳамиятга молик товар ҳамда хизматларнинг сифатини оширишга кўмаклашиш саналади

[5].

Умумий қилиб айтганда, АҚШдан ташқари, барча давлатларда ДХШни амалга оширишнинг барча қоидалари, шароитлари қонуний-меъёрий жиҳатдан қонунчиликда мустаҳкамлаб қўйилган.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, юқоридаги барча давлатларда ДХШ лойиҳалари сонининг ортиши ва жараённинг мураккаблашиб бориши билан бирга махсус ДХШ марказлари, лойиҳалар мониторинги бўйича тузилмалар ташкил қилина бошланди. Таъкидлаш жоизки, ДХШнинг миқдоран ва сифат жиҳатдан юксалиши айнан қонунчилик билан мустаҳкамланган махсус институтлар пайдо бўлгандан кейингина жадаллашди.

Демак, хулоса сифатида Ўзбекистонда ҳам ДХШни тартибга солувчи миллий ва минтақавий даражадаги махсус қонунни ишлаб чиқиб, қабул қилиш ҳамда яқин 3-5 йил ичида ДХШни самарали ривожлантириш учун махсус марказ ҳамда тузилмаларни ташкил қилиш мақсадга мувофиқ.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. БМТнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш бўйича комиссиясининг расмий сайти. URL:<<http://www.unescap.org/ttdw/ppp/PPPUnits.html>>
2. Буюк Британия ғазначилигининг расмий сайти. URL:<<http://www.hmtreasury.gov.uk>>
3. БМТнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш бўйича комиссиясининг расмий сайти. URL:<<http://www.unescap.org/ttdw/ppp/PPPUnits.html>>
4. Францияда ДХШга кўмаклашиш марказининг расмий сайти. <URL:<<http://www.ceforppp.org>>
5. ДХШ бўйича АҚШ Миллий кенгашининг расмий сайти. URL:<<http://www.ncppp.org>>

Венчурли бизнес – инновацион фаолиятни ривожлантиришнинг муҳим омили

Венчурный бизнес – важный фактор развития инновационной деятельности

Venture business as an important factor for the development of innovative activity

Нарзилло РУСТАМОВ,
катта ўқитувчи, PhD

Аннотация

Мақолада инновацион фаолиятни ривожлантириш учун венчурли бизнесни ташкил этиш масалалари ёритилган. Венчурли фаолиятни молиялаштириш бўйича хорижий давлатлар тажрибаси ва венчурли бизнес самарали ишлашини таъминлаш бўйича чора-тадбирлар кўрсатилган.

В статье освещены вопросы организации венчурного бизнеса в развитии инновационной деятельности. Приведено исследование зарубежного опыта по финансированию венчурной деятельности и указаны мероприятия по обеспечению эффективного осуществления венчурного бизнеса.

The article highlighted the issues of organizing venture business for the development of innovative activity. Foreign experience in financing venture activities is analyzed and measures for ensuring effective functioning of venture business are indicated.

Кейинги йилларда Ўзбекистонда инновацияларга кенг эътибор қаратилиб, инновацион фаолиятни ривожлантириш, илм-фан соҳасини қўллаб-қувватлаш борасида қатор чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёев таъбири билан айтганда: “Мамлакатимиз учун илм-фан соҳасидаги устувор йўналишларни аниқ белгилаб олишимиз керак. Ҳеч бир давлат илм-фаннинг барча соҳаларини бир йўла тараққий эттира олмайди. Шунинг учун ҳам биз ҳар йили илм-фаннинг бир нечта устувор йўналишини ривожлантириш тарафдоримиз... Илм-фан соҳасида фундаментал ва инновацион тадқиқотлар учун мақсадли грант маблағларини ажратиш механизмни тубдан қайта кўриб чиқиш керак”[1].

Мамлакатимизда 2019 йилда қабул қилинган “Фаол тадбиркорлик, инновацион гоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили” Давлат дастурида тадбиркорлик ва инновациялар соҳадаги истиқболли лойиҳаларни

молиялаштириш механизмларини ривожлантириш учун венчур фондлар, венчур компаниялар ҳамда инновацион корхоналар фаолиятини тартибга солиш вазифаларини ишлаб чиқиш белгиланган эди.

Мамлакатимиз иқтисодиёти тараққиётининг ҳозирги босқичида инновацион фаолият ривожланишини жадаллаштирувчи омил сифатида венчурли бизнесдан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлиб, унинг таркибига венчурли фирмалар, венчур капитали, венчур фаолияти билан шуғулланувчи йирик компаниялар киради.

Халқаро тажрибадан кўринишича, венчурли бизнесда дастлабки босқичданок юқори таваккалчилик хатари мавжуд бўлиб, молиялаштириш жараёнларининг якуний натижалари амалга оширилгандан кейин ижобий самарага эришилмаса, бунга маблағ киритган инвестор ўз маблағларидан ажралиб қолиши мумкин. Венчур бизнесга фан соҳасини молиялаштириш кўпроқ мос келади. Венчур фондини янги илмий тадқиқотларга маблағ кири-

Калит сўзлар: венчур, инновациялар, венчурли бизнес, венчурли фирмалар, венчур капитали, венчур фондлар, рискли капитал, эксплорент фирмалар, пациент фирмалар, виолент фирмалар, коммутант фирмалар.

тишга тайёр турган ягона инвестор деб айтиш мумкин.

Инновацион фаолиятни ташкил этишда АҚШ тажрибасига эътибор қаратиш лозим. Америкача изланишларни ташкил қилиш тажрибасида бизнеснинг ўзига хос шакли – венчурли (таваккалчилик) бизнесга кенг эътибор қаратилган. Венчурли бизнес – илмий тадқиқотлар олиб боришга, янги маҳсулотлар яратишга ихтисослашган кичик фирмалардир. Бизнеснинг ушбу тури АҚШдан ташқари Европа ва Японияда ҳам кенг тарқалган [2].

Венчурли фирмалар ўз фаолиятини икки йўналишда олиб боради:

1. Барча таваккални ўз бўйнига олиб (кредит олиб) фаолият юритиш.
2. Йирик компанияларнинг ҳимояси остида фаолият олиб бориш.

Венчурли капитал нафақат йирик компаниялар, балки давлат, банклар, сугурта ва бошқа фондларнинг пул воситаларидан шакланган маблағлар бўлиши мумкин.

Инновацион жараёнда янги ишланмаларнинг вужудга келиши учун яратувчан, қизиқарли ва ижодкор ғоянинг ўзи етарли бўлмасдан, балки уни амалга ошириш учун муайян вақт ҳам талаб этилади. Барча яратилаётган янги маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқаришга кенг жорий этиш даврига етиб келмаслигининг бир қанча сабаблари мавжуд бўлиб, бунда ушбу жараённи ташкил этиш бўйича малака ва билимларнинг етарли эмаслиги, молиявий маблағлар билан узлуксиз таъминлаш борасида муаммоларнинг юзага келиши кабилар нисбатан кўп учрайдиган сабаблар ҳисобланади.

Инновацион жараён кўп сонли мутахассисларнинг ҳаракатларини бирлаштирувчи жараён бўлиши билан бир қаторда ушбу мутахассислар жамоасини биргаликдаги фаолиятининг бутун даври давомида (ғоянинг туғилишидан янги маҳсулотнинг оммавий ишлаб чиқариш босқичигача) молиявий ва моддий ресурслар билан таъминланишни талаб этади.

Соҳа олимларининг фикрича, венчурли бизнес инвестициялашнинг ўзига хос шакли бўлиб, бунда молиявий маблағлар жадал ривожланиш салоҳиятига эга корхоналарнинг қимматли қозғаларига капитал киритиш кўринишида молиялаштирилади. Бизнеснинг бу тури илм-фан ва юқори технологиялар соҳаларида илмий-тадқиқот натижаларини молиялаштиришга нисбатан кўпроқ мос келади. Бироқ, бу тадқиқот натижаларининг ижобий бўлиши кафоатланмагани юқори таваккалчилик мавжуд бўлишини тақазо этади [3].

Венчур капиталидан фойдаланиб инвестиция фаолиятини амалга ошириш асосан кичик ва ўрта корхоналар тизимида кенг тарқалган бўлиб, ушбу фаолият янги ишланмалар, технология ҳамда товарларни ишлаб чиқаришга йўналтирилган инвестицияларни қамраб олади.

Инновацияларнинг ўзига хос хусусияти сифатида уларнинг турли даражадаги таваккалчиликлар билан боғлиқ бўлиши венчур капиталидан фойдаланиш заруратини тақазо этади [4].

Венчурли капиталга яқин бўлган яна бир молиялаштириш манбаи рискли капитал ҳисобланади. Рискли капитал деб, инновацион корхоналар вужудга келиши ва фаолият юритишининг дастлабки даврида, яъни янги ғояларнинг пайдо бўлишидан ижобий натижалар олиниб, янги маҳсулот ишлаб чиқаришгача бўлган даврда ушбу корхона молиявий қўллаб-қувватлашни ягона манбаи сифатида намоён бўладиган капиталга айтилади.

Таваккалчиликка асосланган венчурли бизнес фаолиятининг муҳим хусусияти шундан иборатки, венчурли фирма ихтиёрига берилган ресурслар шартнома муддати амалда бўлган вақт мобайнида қайтариб олинishi мумкин эмас. Венчур капиталининг инвесторлари барча масъулият ва молиявий рискларни тадбиркор билан тенг шерикликда ўз зиммаларига олишади.

Венчур капитали кўринишидаги кредит маблағларига эҳтиёж асосан энди иш бошлаётган тадбиркорлар, олимлар, тадқиқотчилар, муҳандис ва ихтирочиларда юзага келиб, улар ўзларида пайдо бўлган янги, ўзига хос, ноёб ғояларни ва истиқболли ишланмаларни мустақил равишда амалга оширишни мақсад қилиб қўйишади. Улар учун кредит маблағларини олиш бир қатор қийинчиликларни туғдиради. Биринчидан, аксарият инновацион лойиҳалар ўз самарасини бир неча йиллардан кейин бера бошлайди, яъни кредит маблағлари узок муддатга мўлжалланган бўлиши талаб этилади. Иккинчидан, банклар учун бу бизнесга пул ажратишнинг молиявий риск даражаси жуда юқори ҳисобланади. Учинчидан, кредитлаш тамойилларидан келиб чиқиб, банклар кредит бериш учун гаров ёки кафолат талаб этишади. Бу эса венчурли бизнес билан шугулланувчилар учун қийинчилик туғдиради. Мана шундай ҳолатда тадбиркорга ёрдамчи ва ҳомий сифатида венчурли бизнес инвесторлари кириб келади [5].

Венчур фондлар таваккалчилик ва ноаниқликлар даражаси жуда юқори бўлган ҳолатларда ҳам маблағ ажратишга тайёр туриши керак. Айнан мана шу ҳолатлар уларда максимал фойда олиш имконини юзага келтиради.

Венчурли фондлар одатда 5-7 йил давомида фаолият кўрсатади. Венчурли фондлар томонидан инновацион лойиҳаларни амалга оширишни молиявий маблағлар билан таъминлашнинг қуйидаги босқичлари мавжуд:

1. Фондни яратиш.
2. Келишувларни амалга ошириш (шартномаларни имзолаш).
3. Молиялаштириш.
4. Молиялаштиришдан кейинги жараёнлар.

5. Бизнесни яқунлаш жараёнлари [6].

Венчурли фирмалар одатда фойда олмайдиган корхоналар ҳисобланади, чунки, ўз тадқиқот натижаларини бошқа фирмалар – эксплерент, пациент, виолент, коммутант фирма орқали юзага чиқаради. Венчурли фирмалар асосан буюртмалар бўйича ишлайдиган фирмалардир.

Эксплерент фирмалар деб, бозорнинг ички сегментларини янгидан шакллантиришга ихтисослашган фирмаларга айтилади. Улар янгиликларни бозорга киритиш билан шуғулланади. Эксплерент фирмалар бозорга янги (тубдан янгиланган) маҳсулотлар билан кириб бориб, бозорнинг бир қисмини эгаллашни мақсад қилган ҳолда ўз фаолиятини амалга оширади. Мазкур фирмалар кичик корхоналар кўринишида бўлади. Янги маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш учун эксплерент фирма йирик фирмалар билан келишади, чунки, унинг бир ўзи янгиликларни тарқатиб билмайди. Янги товарлар тарқатилишининг секинлашуви товар нусхалари ва ўхшаш маҳсулотлар пайдо бўлиши хавфини кучайтиради.

Пациент фирмалар – бозорнинг тор сегментларига ихтисослашган бўлиб, улар мода таъсирида шаклландиган янги эҳтиёжларни қондиради. Пациент фирмалар янги хусусиятларга эга ёки такомиллаштирилган маҳсулотларни ишлаб чиқаришга ихтисослашиш орқали бозорнинг тор сегментларига мўлжалланган ҳаракатини амалга оширади.

Йирик бизнес соҳасида эса виолент фирмалар фаолият кўрсатади. Улар кучли стратегияга эга бўлган фирмалар ҳисобланади. Виолент фирмалар кенг истеъмолчилар доираси учун янги маҳсулотларни йирик серияли ва оммавий ишлаб чиқариш билан шуғулланади. Виолент фаолият кенг ишлаб чиқариш ҳамда кўлам самараси туфайли рақобатчилардан олдин ўз маҳсулотларини оммавий бозорларга чиқарадиган йирик компанияларга хос бўлган хатти-ҳаракатларни амалга оширади ва фойда олади.

Коммутант фирмалар – миллий ҳамда ҳудудий эҳти-

ёжларни қондиришга қаратилган, кичик ва ўрта бизнес билан шуғулланадиган корхоналардир. Коммутант фирмалар маҳаллий бозорлар талабларига мослашиш, янги маҳсулотлар ва янги технологиялар пайдо бўлгандан кейин янги хизмат турларини кўрсатиш, янги маҳсулотларга тақлид қилиш ҳамда уларни истеъмолчиларнинг кенг қатламига тарқатишдан иборат хатти-ҳаракатларни амалга оширади ва мазкур фирмалар ҳам фойда олади.

Мамлакатимизда венчурли бизнесни жорий этиш ва венчурли фирмаларнинг самарали ишлаши учун қуйидагиларни амалга ошириш лозим:

- венчурли бизнеснинг меъёрий-ҳуқуқий асосларини яратиш ва жорий этиш, уни ҳуқуқий кафолатини таъминлаш ҳамда унга доир қонунлар чиқариш;

- мамлакатимизда юқорида номлари келтирилган эксплерент, пациент, виолент, коммутант фирманинг фаолият кўрсатишини йўлга қўйиш;

- кенг жамоатчиликка венчурли бизнес ҳақида маълумотлар бериш ва бутун оммани бу тўғрисида хабардор қилиб бориш;

- таълим тизимида ушбу йўналишда мутахассислар тайёрлаш ҳамда мутахассисларнинг малакасини ошириш тизимини ишлаб чиқиш;

- венчурли бизнес билан шуғулланувчилар учун рағбатлантириш ва имтиёзлар тизимини яратиш;

- венчур капитали бозорининг ҳолати ҳамда иштирокчиларнинг молиявий кўрсаткичлари ҳақида маълумотлар махфийлигини таъминлаш ва бошқалар.

Инновацион фаолиятни молиялаштиришнинг ҳорижда кенг тарқалган ва самарали қўлланилиб келаётган усули ҳисобланган венчурли бизнеснинг мамлакатимизда жорий этилиши анча мураккаб жараён бўлсада, буни жорий этиш иқтисодиётда янги, илм-фан сиғими юқори бўлган товар ва хизматлар ишлаб чиқариш соҳалари ташкил этиш ва молиялаштириш жараёнлари билан боғлиқ бир қатор муаммоларнинг ечилишига катта ёрдам беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. Халқ сўзи. 2020 йил 25 январь.
2. Инновационный менеджмент. Учебник. Под. ред. С.Д. Ильенковой. // М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007 г. С.17.
3. Завалина Л.Н. Инновационный менеджмент: Справ. Пособие.– М.:ЮНИТИ, 2010 г. С. 275.
4. Эргашев И.И. Венчур капитали хизмат кўрсатиш соҳасида инновацион фаолиятни инвестициялашнинг манбаи сифатида. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали, №1. январь-февраль 2017 й.
5. Николаев В.А. Приоритетные направления венчурного финансирования инновационных проектов.- М: Дашков и К, 2010 г. С. 509.
6. Янковский К.П., Мухарь И.Ф. Организация инвестиционной и инновационной деятельности. Учебник.- СПб.: Питер 2012 г. С.174.

УЎТ: 338.02

Шаҳарлар брендингини шакллантириш ва силжитишнинг ўзига хос хусусиятлари Особенности формирования и продвижения брендинга городов Formation and promotion features of a city's brand

Феруза ТЕМИРОВА,
ҚарМНИИ Ишлаб чиқариш менежменти
кафедраси катта ўқитувчиси.

Аннотация

Мақолада маркетинг соҳасидаги назарий ишларнинг таҳлили асосида “шаҳар бренди” ва “шаҳар брендинги” тушунчалари ўрганилган. Тадқиқот соҳасидаги назарий ва амалий тажрибаларни умумлаштириш ҳамда тизимлаштириш шаҳар брендининг асосий мақсад ва вазифаларини аниқлашга имкон берди.

В статье на основе анализа теоретических работ в сфере маркетинга рассмотрены понятия “бренд города” и “брендинг города”. Обобщение и систематизация теоретического и практического опыта в сфере исследования позволили выделить основные цели и задачи брендинга города.

In the article, based on an analysis of theoretical works in the field of marketing, the concepts of “city brand” and “city branding” are considered. Generalization and systematization of theoretical and practical experience in the field of research made it possible to identify the main goals and objectives of city branding.

Кириш

Ҳозирги кунда иқтисодийни либераллаштириш ва иқтисодий ўсиш даврида шаҳарлар ҳамда ҳудудлар ўртасида давлат ҳамда хусусий инвестициялар, шунингдек, сайёҳлар оқимлари учун рақобат тобора кучайиб бормоқда. Шу сабабли, муваффақиятли шаҳарлар бренди яратиш учун қўлланиладиган маркетинг усуллари ва воситаларини оширишнинг аҳамияти ортиб бормоқда.

Ўзбекистон учун шаҳар бренди маркетингни ривожлантиришда янги йўналиш бўлишига қарамай, Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хива, Шаҳрисабз, Қўқон ва бошқа шаҳарлар ушбу соҳада дастлабки ютуқларга эришишган. Шу билан бирга, Ўзбекистоннинг кўпгина ҳудудлари учун мақсадли гуруҳлар кўз ўнгида шаҳарнинг ижобий имиджини яратишда маркетинг воситаларидан фойдаланиш, батафсил ўрганиш ва шаҳар бренди соҳасидаги илғор тажрибаларни бизнинг воқеликка мослашти-

риш талаб этилади.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси

Ҳудудий маркетинг соҳасида назарий, услубий ва амалий масалаларни ишлаб чиқишда Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер, К. Динни каби хорижий муаллифлар алоҳида ҳисса қўшганлар. Ҳудудий маркетинг билан боғлиқ масалалар МДҲ мамлакатларидан Д.В.Визгалов, Т.В.Мешчерякова, В.Э. Кудрявцева, О. Соскин каби, маҳаллий олимлар ҳамда амалиётчи мутахассисларидан А.Ш. Бекмуродов, Ш. Эргашходжаева ва бошқаларнинг илмий ишларида атрофлича ёритилган.

Ушбу муаллифларнинг асарларида ҳудуднинг сармоявий ҳамда сайёҳлик жозибадорлигини яратиш, ҳудудларнинг барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланишини таъминлаш учун маркетинг усуллари ва воситаларидан фойдаланишга алоҳида эътибор қаратилган. Шу билан бир қаторда, Ўзбекистондаги шаҳарларнинг ҳозирги ривожланишини

Калит сўзлар: шаҳар бренди, брендлаш, шаҳар брендини яратиш босқичлари.

ҳисобга олган ҳолда шаҳар брендини шакллантириш бўйича кўрсатмалар, шунингдек, шаҳар брендида назарий ишланмаларни амалда қўллаш бўйича амалий тавсиялар ишлаб чиқишда етарли даражада ишлар амалга оширилмаган.

Асосий қисм

Кенг маънода шаҳар бренди тушунчаси негизидан ёрқин ва жозибадор ғоялар, белгилар, рамзлар, қадриятлар, тасвирларда тизимли равишда акс эттирилган ҳамда шаҳар қиёфаси (имиджи)да тўлиқ ва муносиб акс эттирилган шаҳарнинг ўзига хослиги тушунилади [1; 2]. Амалда шаҳар брендига шаҳарнинг ноёб иқлим ва жуғрофий шароитлари, ҳар қандай воқеа-ҳодисалар, турли хил диққатга сазовор жойлар, шахслар, рамзлар, афсоналар, диний рамзлар, ҳаттоки ҳудудда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар айланиши мумкин, фақат улар ўзларида ижобий ҳис-туйғуларни акс эттириши лозим. Брендни шакллантириш ва ривожлантиришда танланган объектлар асос бўлиши учун брендни ноёб, жозибадор, осон таниладиган ҳамда асосийси шунга ўхшаш брендлар орасида рақобатбардош бўлишини таъминлайдиган мақсадга йўналтирилган меҳнат зарур бўлади. Шаҳар брендини яратиш, бошқариш ва ривожлантириш борасида олиб бориладиган ишлар шаҳар брендинги, деб номланади.

Умумий ҳолда шаҳар брендинги ташқи бозорларни эгаллаб олишга, инвесторлар, сайёҳлар, янги резидентларни жалб қилишга қаратилган шаҳар рақобатбардошлигини ошириш стратегия сифатида тушунилиши мумкин [3]. Шаҳар брендининг асосий мақсади мақсадли аудитория идрокини бошқариш жараёнини ташкил этиш – уни ҳозирги ҳолатдан истакдагидек ўзгартириш, шунингдек, шаҳардаги моддий ва номоддий ресурслар етишмаслигини бартараф этишдан иборат. Шаҳар брендининг асосий мақсадли аудиториясига шаҳарнинг доимий ва потенциал аҳолисини, инвесторлар ҳамда тадбиркорларни (жумладан ташқи), шунингдек, турли сайёҳларни киритиш мумкин.

Ўзбекистон ҳудудида муваффақиятли брендинг намуналари сифатида Самарқанд шаҳрида ҳар икки йилда бир марта ўтказиладиган “Шарқ тароналари” халқаро мусиқа фестивали, 2018 йил сентябрь ойида Шаҳрисабз шаҳрида илк маротаба ўтказилган ҳамда ҳар икки йилда бир маротаба ўтказилиши режалаштирилган Халқаро мақом фестивали, 2019 йил сентябрь ойида Қўқон шаҳрида бошланган ва икки йилда бир маротаба ўтказиладиган Халқаро

ҳунармандчилик фестивалини мисол қилиб келтиришимиз мумкин. Шу билан бирга, брендинг Ўзбекистоннинг кўплаб ҳудудлари учун янгилик ҳисобланади.

Бугунги кунда, Ўзбекистон шаҳарларида брендинг жараёнини тўхтатиб турувчи урта асосий сабаб мавжуд. Биринчиси, шаҳарни шакллантиришда маркетинг ёндашувининг самарадорлигига ишонч йўқлиги: ҳудудий раҳбарларнинг ҳаммаси ҳам маркетинг воситалари, шаҳар брендини шакллантиришга комплекс ёндашиш ва ижтимоий-иқтисодий стратегия ёрдамида шаҳар инвестицион жозибадорлигини ошириш ҳамда гуллаб-яшнаши мумкинлигига ишонишмайди. Иккинчи сабаб – шаҳар брендини яратиш бўйича амалий тажрибанинг йўқлиги, шаҳар бренди соҳасида илмий, услубий ва амалий ишланмаларнинг етарли даражада эмаслиги. Юқорида келтирилган сабабларнинг энг аҳамиятлиси бўлган учинчи сабаб – бу брендни шакллантириш ва кейинчалик ривожлантиришнинг жуда юқори харажатга эга эканлиги. Муваффақиятли шаҳар брендларининг тажрибаси шаҳар брендини ривожлантириш ва тарғиб қилиш кўп миллион долларлик харажатлардан иборат эканлигидан далолат беради. Шу билан бирга, муваффақиятли брендинг стратегиясини амалга ошириш натижасида эришилган натижалар миқдорий ва сифат кўрсаткичлари бўйича харажатлардан анча юқори (1-жадвал).

Ўзбекистон шаҳарларида бренд ривожланишининг биринчи аниқланган муаммолари шаҳарни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш стратегиясини ва шаҳар брендини ишлаб чиқиш учун илғор тажрибага эга замонавий мутахассислар – маркетинглоглар, иқтисодчилар, социологларни жалб қилиш орқали ҳал қилинади. Брендларни ишлаб чиқишда танлов асосида маҳаллий истеъдодли маркетинглогларни ва кенг жамоатчиликни жалб қилиш мақсадга мувофиқдир. Ўзбекистонда бундай ёндашувни кўплаб шаҳарлар синаб кўриш имкониятига эга бўлган, бу эса шаҳар брендини ривожлантириш учун бюджетни сезиларли даражада камайтиради.

Таъкидлаш жоизки, брендинг муваффақияти кўп жиҳатдан нафақат муваффақиятли ғоя ва ижодий ечимларга, балки шаҳар бренди лойиҳаларини салоҳиятли бошқаришга ҳам боғлиқ. Шаҳар брендини яратиш бўйича лойиҳани амалга оширишда, биринчи навбатда, брендга бўлган талабларни ёдга олиш керак, масалан, ростиўйлик ва долзарблик,

Шаҳар бренди харажатлари ва натижаларининг нисбати [3; 4; 5]

Шаҳар	Брендинг ва ребрендинг харажатлари	Натижалар
Копенгаген (Дания)	1989 йилдан – 74 миллион евро, 2013-2014 йилларда – 12 миллион евро	– велосипедчилар учун дунёдаги энг яхши шаҳар (2010, DiscoveryCommunications); – хавфсизлик нуқтаи назаридан дунёдаги энг яхши шаҳарлар рўйхатида 2-ўрин (2010, TripAdvisor); – дунёдаги бизнес учун энг яхши шаҳар (2010, Forbes); – барқарор ривожланиш моделлари шаҳарлари рўйхатида 2-ўрин (2011, Ernst & Young); – Европада вақт ҳисобида энг аниқ ишлайдиган аэропорт жойлашган шаҳар (2011, FlightStats.com); – брендлар муваффақияти рейтингининг 12-ўрни (2012 йил, Reputation Institute); – дунёнинг энг обрўли шаҳарлар рўйхатида 11-ўрин (City Rep Trak 2014, Reputation Institute).
Мельбурн (Австралия)	240000 АҚШ доллари, биринчи босқич (2009-2011) – 14 млн.	– 2009 йилдан 2011 йилгача мегополиснинг ялпи ички маҳсулоти 10 фоизга ўсди ва 56,8 миллиард долларни ташкил этди, ташқи туризмдан тушган даромад 5 фоизга (3,4 миллиард долларгача) ўсди; – яшаш учун энг қулай шаҳарлар рейтингига 1 ўрин (The Economist Intelligence Unit, 2014); – дунё шаҳарлари орасида хавфсизлик даражаси бўйича 5-ўрин (The Economist Intelligence Unit, 2014).
Лондон (Англия)	дастлабки босқичда – 3,8 миллион фунт; жами – тахминан 74 миллион фунт (Лондон Олимпия брендида иштирок этишдан ташқари)	– 2012 йилги Олимпиада ўйинларига 11,7 миллиард евро жалб қилинган сармоялар; – дунёдаги ҳаёт, туризм, бизнес ва инвестициялар бўйича энг яхши шаҳарлар орасида рейтингнинг 8-ўрни (CityRepTrak 2014, ReputationInstitute); – 1-ўрин (TheTop 20 Global Destination Citiesin 2014).
Мадрид (Испания)	28,5 миллион евро	– 2005 йилдан 2007 йилгача Мадридга стратегик режада қутилганидан кўпроқ, 2,6 миллиондан ортиқ киши ташриф буюрди. 2012 йилнинг 9 ойида Мадридга 9,7 миллион меҳмон ташриф буюрди; – Global Top 20 Destination Cities рейтингига 7-ўрин (2011 йилдан бери).
Берлин (Германия)	10,6 миллион евро	– сўровларга кўра, “Берлинда яшаш” танлови биринчи уч йил ичида европаликлар учун 30 фоизга, “Берлиндаги ишлаш” танлови эса 45 фоизга кўпроқ қизиқиш уйғотди.
Нью-Йорк (США)	жами – 126 миллион АҚШ доллари (сметта); 2007-2008 йилларда – 16 миллион АҚШ доллари	– I love NY логотиби одатий ҳолга айланди ва бутун дунёда кўплаб тақлидларга сабаб бўлди; – 20 йил ичида туристик ташрифларнинг йиллик ҳажми ўсди; – 110 марта, туризмдан олинган молиявий даромадлар ҳажми 70 мартдан кўпроқ (йилига тахминан 6 миллиард доллар); – дунё шаҳарлари орасида хавфсизлик нуқтаи назаридан 10-ўрин (The Economist Intelligence Unit, 2014); – рейтингнинг олтинчи поғонаси (2014 йилнинг энг яхши 20 талик шаҳарлари).
Амстердам (Нидерланд)	106 миллион евро	– Биринчи беш йилда сайёҳларнинг йиллик сони тўрт барабар ошди (2009 йилда туризмдан олинган даромад 5,2 миллиард еврони ташкил этди). – туризм турларини кенгайтириш: туризмнинг илмий-билим ва маданий турлари пайдо бўлди (йилига 170 та йирик халқаро маданий тадбирлар); – дунё шаҳарлари орасида хавфсизлик даражаси бўйича рейтингда 5-ўрин (The Economist Intelligence Unit, 2014); – рейтингда 12-ўрин (The Top 20 Global Destination Citiesin 2014).

Лион (Франция)	дастлабки босқичда – 1,5 миллион евро, 2009 – 2011 йилларда – 27,4 миллион евро	– 2009 йилда Лионга 2,8 миллион хизмат сафари амалга оширилди; – тадқиқотларга йиллик инвестициялар 4 миллиард еврога етди; – тадбиркорлик учун жозибadorлик рейтингида 9-ўрин (ECER Ranking, 2010).
Гонконг (Китай)	биринчи босқич (2000-2004) – 38 миллион АҚШ доллари; ҳамма вақт учун – 114 миллион АҚШ доллари	– туристик оқимларнинг ўсиши ва қайта тақсимланиши; – дунё шаҳарлари орасида хавфсизлик даражаси бўйича 11-ўрин (The Economist Intelligence Unit, 2014); – рейтингнинг 9-поғонаси (The Top 20 Global Destination Citiesin 2014).
Йохансбург (ЖАР)	97 миллион АҚШ доллари	Йоханнесбург 2011 йилдан бери мамлакат ялпи ички маҳсулотининг 16 фоизини таъминлайди, брендга қадар эса бу кўрсаткич 2,5 фоизга яқин бўлган.

ўзига хослик ҳамда ноёблик, мақсадли жамоатчилик учун жозибadorлик ва тушуниш қулайлиги. Шаҳар брендини шакллантириш бўйича иш олиб боришда марканинг асосий мақсади ва вазифаларига қараб фарқ қилиши мумкин бўлган бир неча асосий босқичларни аниқлаш тавсия этилади. Биринчи босқичда шаҳар брендининг мақсадли аудиториясини, шунингдек, бренд концепцияси ва унинг потенциалини шакллантириш учун мавжуд шарт-шароитларнинг ҳар томонлама маркетинг тадқиқотларини ўтказиш лозим.

Иккинчи босқичда маркетинг тадқиқотлари натижасида олинган маълумотларнинг таҳлили асосида шаҳар брендини ривожлантириш мақсадлари (1-чизма), шаҳар брендининг мақсадли аудиторияси учун тушунарли ва фойдалана оладиган асосий бренд қийматларини аниқлаш, бренд платформасини шакллантириш, шаҳар бренди позициясини аниқлаш зарур. Шу билан бирга, шаҳар брендини яратишда бизнесдаги каби тамойиллар қўлланилади – минтақавий афзалликларни топиш, мустаҳкамлаш ва заиф томонларини яширишга ҳаракат қилиш.

Шаҳар брендини ривожлантириш билан боғлиқ ижодий ишларни учинчи босқичда амалга ошириш керак. Ушбу босқич шиорлар, визуал белгилар, логотиплар ва бошқа элементларни шакллантиришни ўз ичига олиши керак. Масалан, шаҳарлар бренди жараёнида ишлаб чиқилган жаҳон амалиётидаги энг муваффақиятли шиорлардан “Илҳом пойтахти”, “Мен Амстердамни яхши кўраман” (Амстердам), “Оқ тунлар шаҳри” (Санкт-Петербург), “Мен

Нью-Йоркни яхши кўраман” (Нью-Йорк) ва бошқалар.

Иккинчи ва учинчи босқичларнинг натижаси шаклланган брендбук бўлиши керак. Брендбук сўзи кенг маънода корпоратив идентификациядан фойдаланиш бўйича қўлланма ҳисобланади. Брендбукда шаҳарнинг бренд миссиясининг тавсифи ва асослари, шаҳарнинг фалсафаси ҳамда қадриятлари, шаҳар тарихи (афсонаси), унинг ўзига хослиги,



1-чизма. Шаҳар брендининг умумий мақсадлари.

шунингдек, брендни амалга ошириш алоқа каналлари ва усуллари бўлиши керак.

Бешинчи босқичда шаҳар брендини тарғиб қилиш бўйича маркетинг дастури шакллантирилиши ва тўғридан-тўғри амалга оширилиши керак, бунда маркетинг коммуникацияларини ривожлантириш айниқса муҳимдир.

Шундай қилиб, маркетинг коммуникациялари тўпламини ишлаб чиқишда, визуал ва бошқа бренд

– миллий ва айниқса минтақавий ОАВ (газеталар, журналлар, телерадиокомпаниялар, интернет-манбалар);

– мақсадли жамоатчилик учун қизиқарли бўлган тадбирлар (спорт ва бошқа мусобақалар, кўргазмалар, ярмаркалар, байрамлар ва бошқалар) ўтказиш;

Қабул қилинган натижаларнинг якуний назорати ва таҳлили шаҳар бренди ривожланишининг олтинчи босқичида ўтказилиши лозим, агар керак бўлса, тузатишлар киритилади. Шу билан бирга, маҳсулотнинг ҳаётий циклининг умумий қабул қилинган концепциясини озгина ўзгаришлар билан шаҳар брендига ҳам қўллаш мумкин (2-чизма), шунинг учун брендинг жараёни доимий бўлиши керак.

Бизнес-Эксперт № 7, 2020

Таъкидлаш жоизки, шаҳар брендинги шаҳарни ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий стратегияси билан ва албатта ҳудудий бошқарув органларининг иштирокида амалга оширилади. Халқаро тажриба шуни кўрсатадики, шаҳар бренди учун муваффақиятли топилган гоյ ва брендингининг асосий босқичларини моҳирона амалга ошириш шаҳар ҳамда ҳудуд иқтисодиётини сезиларли даражада жонлантириши мумкин. Пухта ўйланган брендинг стратегиясини комплекс равишда амалга ошириш шаҳарни ташқи инвесторлар ва ички тадбиркорлар учун жозибадор қилиш учун ишлаб чиқилганига қўшимча равишда, вақт ўтиши билан шаҳарнинг ижобий қиёфасини яратиш бўйича ишлар туристик оқимларга таъсир қилади. Лондон, Рим, Париж, Амстердам, Нью-Йорк каби жаҳон сайёҳлик марказлари ҳар йили фақат сайёҳлик оқимидан миллиардлаб доллар даромад олади. Ўзбекистонда хорижий сайёҳлар сони туризм ривожланган мамлакатларга қараганда анча паст. 2019 йилда Ўзбекистонга 6 748,5 минг сайёҳ таширф буюрган бўлса, 2018 йилда бу рақам 5346,200 кишини ташкил этган эди. Ушбу кўрсаткич ўтган йилга нисбатан 26 фоизга юқори [6]. Шу билан бирга, Ўзбекистон қадимий шаҳарлари билан машҳур, улар Буюк Ипак йўли бўйлаб тарқалган ва дунё бўйлаб шўҳрат қозонган.

“Юртимизда 8 минг 200 дан зиёд маданий ме-
рос объекти мавжуд бўлиб, туризм маршрутларига
уларнинг атиги 500 таси киритилган. Ҳукумат уч ой
муддатда зиёрат ва анъанавий туризмни ривожлан-
тириш мумкин бўлган маршрутлардаги объектлар
сонини 800 тага етказиш бўйича чора-тадбирлар-
ни белгиласин. Яна бир вазифа – ЮНЕСКОнинг
Умумжаҳон моддий маданий мероси ва Номоддий
маданий мероси рўйхатига Ўзбекистондаги янги
объектларни киритишни жадаллаштириш лозим”

[7].

Замонавий дунёда маданий ва тарихий мерос ҳақиқий брендга айланган. Дарҳақиқат, бой тарихга эга бўлган қадриятлар ноёбдир, улар вақт синовидан ўтган ва осонгина танилиши мумкин. Ушбу ҳодиса табиийдир, бундай ёндашув бутунлай оқланади.

Ана шундай дунёга машҳур тарихий брендлардан бири бу Буюк Ипак йўлидир. Унинг ғоят машҳурлиги минтақа ва қитъа, умуман цивилизация ривожини учун катта аҳамиятга эга эканлигидандир.

Жаҳон амалиёти шуни кўрсатадики, мамлакатнинг сайёҳлик имиджини мақсадли равишда яратиш лозим ва шаҳар брендинги Ўзбекистоннинг қулай сайёҳлик имиджини яратиш учун энг самарали воситалардан бири бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Хулоса

Бугунги кунда шаҳар брендларини ишлаб чиқиш Ўзбекистондаги кўплаб шаҳарлар учун янгилик ҳисобланади. Ўзбекистонда шаҳар брендининг

ривожланишига тўсқинлик қилаётган асосий муаммолар қуйидагилар: шаҳар бренди соҳасида амалий тажрибанинг етишмаслиги, шунингдек брендинг стратегиясини амалга ошириш учун зарур бўлган катта харажатлар. Шу билан бирга, шаҳарнинг пухта ўйланган брендинг стратегияси жамоатчиликнинг мақсадли гуруҳларига ижобий таъсир кўрсатади ва шаҳарнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига ҳисса қўшади. Шу муносабат билан, бугунги кунда кучларни шаҳар брендини шакллантириш ҳамда уни амалий равишда амалга оширишни илмий-услубий жиҳатдан қўллаб-қувватлашни ривожлантиришга, мавжуд манбалар ва Ўзбекистон шаҳарларидаги мавжуд ижтимоий-иқтисодий вазиятни ҳисобга олган ҳолда жамлаш зарур. Ўзбекистонда шаҳарларнинг жозибали брендларининг яратилиши инвесторлар ва сайёҳлар учун мамлакатнинг умумий қиёфасига ҳамда ҳудудларнинг жозибадорлик даражасига ижобий таъсир кўрсатади, натижада умуман мамлакат иқтисодиёти ўсишига ёрдам беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Визгалов Д.В. Брендинг города / Д.В. Визгалов; [предисл. Л. В. Смирнягина]. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011 г. – 160 с.
2. Визгалов Д.В. Маркетинг города / Д.В. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2008 г. – 110 с.
3. Роль брендинга городов в эпоху перемен / Под общ. ред. О. И. Соскина. – К.: Институт трансформации общества, 2012 г. – 112 с.
4. 10 примеров успешного ребрендинга городов // Форбес: финансово-экономический журнал <http://www.forbes.ru/stilь-zhizni-slideshow/puteshestviya/188010-10-primerov-uspeshnogo-rebrendinga-gorodov/слайде/10>
5. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / Под общ. ред. Кейтдинни. – М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013 г. – 205 с.
6. <https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=813>
7. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2020 йил 24 январь.

УЎТ: 6П2.15.7:334.75(575.1)

Тадбиркорлик субъектлари қишлоқ хўжалиги маҳсулотларларни сотиш бўйича электрон савдо майдончасидан фойдаланишни такомиллаштириш жиҳатлари Эффекты улучшения использования электронных торговых мест для продажи сельскохозяйственной продукции предприятий Effects of improving the use of electronic marketplaces for agricultural products of enterprises

Дилшод МАМАСОАТОВ,
ТДИУ ҳузуридаги “Ўзбекистон иқтисодиётини
ривожлантиришнинг илмий асослари
ва муаммолари” илмий тадқиқот
маркази катта илмий ходими.
Зафар РУСТАМОВ,
ТДИУ ўқитувчиси.

Аннотация

Мақолада қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини экспорт қилишни янада ривожлантириш мақсадида электрон савдо майдончаларидан фойдаланишни йўлга қўйиш, шунингдек, бу борада хорижий мамлакатлар тажрибасини ўрганиш натижасида электрон савдо майдончалари тизимини такомиллаштиришнинг асосий жиҳатлари батафсил ёритилган.

В статье подробно рассматриваются основные аспекты совершенствования системы электронных торговых площадок с целью дальнейшего развития экспорта сельскохозяйственной продукции, а также изучения зарубежного опыта в этой области.

The article discusses in detail the main aspects of improving the system of electronic trading platforms as a result of the introduction of electronic trading platforms in order to further develop the export of agricultural products, as well as studying foreign experience in this area.

Мамлакатимиз экспорт салоҳиятини кенгайтириш, янги бозорларни ўзлаштириш ва бюджетга тушумни кўпайтириш мева-сабзавот маҳсулотларини экспорт қилувчилар учун қай даражада қулай шарт-шароит яратилгани билан узвий боғлиқдир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 17 октябрдаги “Мева-сабзавот маҳсулотларини ташқи бозорларга чиқариш самарадорлигини оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар

тўғрисида”ги қарори экспортга маҳсулот етказиб беришни кўпайтиришни рағбатлантиришга катта туртки беради.

2020 йил январь-март ойларида мева-сабзавот маҳсулотлари экспортида озиқ-овқат маҳсулотларининг асосий қисми бўлган 136,7 млн. долларга яқин қийматли 257,2 минг тоннадан зиёд мева-сабзавот экспорт қилинган. Бунда 2019 йилнинг мос даврига нисбатан 67,6 млн. АҚШ долларида паст-

Калит сўзлар: экспорт, ташқи савдо, электрон савдо майдончалари, экспорт салоҳияти, ички ресурслар, технология, инфратузилма, электрон тижорат.

лашиш кузатилиб, 33,1 фоизга камайди. Мева-сабзавот маҳсулотларининг экспорт таркибида 83,4 млн. АҚШ доллариға тенг 211,4 минг тонна сабзавот, шунингдек, 53,3 млн. АҚШ доллари қийматидаги 45,8 минг тонна мева ва резаворлар мавжуд. Мева-сабзавот маҳсулотларининг асосий экспорт бозорлари Қозоғистон (25,6 фоиз), Россия Федерацияси (18,6 фоиз), Афғонистон (9,4 фоиз) ва Қирғизистон Республикаси (8,9 фоиз) давлатлари хиссасига тўғри келган¹.

2017 йилнинг 1 июлидан бошлаб тадбиркорлик субъектларига янги мева-сабзавот, узум ва поллиз маҳсулотлари ҳақини олдиндан 100 фоиз тўлаш шарти билан тўғридан-тўғри шартномалар асосида экспорт қилишга ҳам рухсат берилган эди. Энг муҳими, бундан буён тадбиркорлик субъектлари улгуржи савдо қилиш лицензиясига эга бўлмасдан мева-сабзавот маҳсулотлари экспортини амалга ошириш ҳуқуқига эга бўлади.

Қарор билан божхона органлари томонидан экспорт қилинаётган мева-сабзавот маҳсулотларини божхона кўригидан ўтказиш билан боғлиқ масалалар ҳам ўз ечимини топди. Эндиликда бундай маҳсулотлар божхона кўригидан ўтказилмайди.

Бинобарин, тадбиркорлик субъектлари ўзларига ажратилган ер участкаларида мева-сабзавот маҳсулотларини бевосита уларни етиштириш жойларида суғориш, тайёрлаш ва сақлаш бўйича инфратузилма объектлари қуриш учун энгил конструкцияларни қуриш юзасидан қурилиш-монтаж ишларини амалга ошириши мумкинлиги белгиланди.

Электрон савдо майдончаси – бу электрон алоқа каналлари орқали харидларни амалга оширувчи етказиб берувчи – товар (иш, хизмат)лар сотувчиси ва буюртмачи-харидорнинг ўзаро таъсирини таъминловчи ахборот, ташкилий ҳамда техник ечимларнинг аппарат-дастурий мажмуидир.

Ҳозирги вақтда товар (иш, хизмат)ларни сотиш бўйича ташкилотлар – сотувчилар ва харидор корхоналар ўртасида битимлар тузишда фойдаланилиши мумкин бўлган ҳар қандай интернет-ресурсни электрон савдо майдончаси деб аташ мумкин.

Айнан, маҳаллий ишлаб чиқарувчилар томонидан экспортга йўналтирилган мева-сабзавот маҳсулотларининг турлари, ҳажми, суммаси ва етиштириш ҳудудлари кесими тўғрисидаги маълумотлар, шунингдек, экспорт жараёнининг барча босқичи-

ни реал вақт режимида кузатиш имконини берувчи мева-сабзавот маҳсулотларини экспорт қилувчилар ахборот портали ишлаб чиқилади.

Бозор иқтисодиёти тизимига ўтиш ва қишлоқ хўжалик маҳсулотларини давлат томонидан сотиб олишнинг қисқариши билан савдо учун янги бозор каналлари, хусусан, электрон тижорат пайдо бўлди ва ривожлана бошлади. Электрон тижоратни қўлашнинг биринчи шаклларида бири бу фонд биржаси. Маълумки, биржа – бу товарлар, валюталар, қимматли қоғозлар ва бошқа ҳосилавий молиявий воситалар учун уюшган бозорнинг доимий ишлашини таъминлайдиган юридик шахс.

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқарувчилар биржасидаги савдонинг самарадорлиги қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига бўлган юқори бозор талабига боғлиқдир. Биржа савдоси катта миқдордаги қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотиш ёки сотиб олиш вақтини сезиларли даражада камайтириши мумкин, шунинг учун бу асосан қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини йирик етказиб берувчилар учун муҳимдир. Маълумки, Чикаго тижорат биржаси СМЕ-(Chicago Mercantile Exchange) дунёдаги энг йирик ва энг диверсификацияланган товар биржаларидан биридир.

Ҳозирда СМЕ савдо ҳажми йилига 525 млн. АҚШ доллари миқдоридаги шартномани ташкил этади, бу ерда қишлоқ хўжалиги шартномалари катта улушни эгаллайди. Хусусан, СМЕНИНГ энг муҳим воситаларидан бири, қорамол, дон ва бошқа қишлоқ хўжалик маҳсулотларига товар фьючерслари киради. Ўрим-йиғим олдида ҳар қандай фермер келажакдаги товарларни электрон савдо майдончалари орқали сотиш бўйича фьючерс ёки опцион шартномасини тузиши мумкин. Бунинг учун у биржанинг веб-сайтида харидорни топиши ва товарларни ўз вақтида етказиб бериш мажбуриятига қарши ҳар қандай активларни “қўйиши” керак. Ҳозирги кунда электрон савдо майдончалари туфайли, жойлашув масофасидан қатъи назар, биржада қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари савдосида иштирок етиш мумкин. Аммо, афсуски, ҳозирги кунга қадар мамлакатимизда ушбу савдо тури жуда кам ривожланган.

Электрон савдо майдончаларида маҳсулотнинг таркиби, қадоқлаш тўғрисида, “қисм”нинг ҳажми (пакетнинг оғирлиги), маҳсулотнинг озуқавий ва энергия қиймати, маҳсулотни сақлаш шартлари ҳамда сақлаш муддати ҳақида маълумотлар келти-

¹ Ўзбекистон Республикаси статистика қўмитаси маълумотлари.

рилган. Сайтда товарларнинг фотосуратлари жойлаштирилган, чет элик харидорларга эса сайтнинг инглиз тилидаги версияси таклиф этилади. Товарларни сотиб олувчилар учун электрон тижоратдан фойдаланишнинг фойдалари нафақат маҳсулот тўғрисида, балки маълумот олишда ҳам қулайроқдир. Транзакцион харажатларни тежашда даромад ҳам мавжуд бўлиб корхоналар маҳсулотларини сотиб олиш тўғрисида қарор қабул қилганда, етказиб берувчининг савдо бўлимига қўнғироқ қилиш ёки йиғилиш ўтказишга ҳожат йўқ, фақат сайтдаги мавжуд шаклни тўлдириш кифоя. Агар сиз битимнинг баъзи шартларини ўзгартиришингиз керак бўлса, сиз алоқа учун шахслар билан, шунингдек, сайтда жойлаштирилган алоқа шакллари билан боғланишингиз мумкин. Шу билан бирга, ушбу одамлар билан шахсий алоқа қилишнинг ҳожати йўқ ва алоқа вақтида ҳеч қандай чекловлар йўқ.

Интернет-дўконни ташкил этишга асосланган электрон тижорат, нақд товарларнинг одатий савдосига нисбатан нархларни тушириш учун қўшимча имкониятлар яратади, чунки, товарлар кўпинча савдо тармоғини четлаб ўтиб, ишлаб чиқарувчининг омборидан етказиб берилади. Электрон тижорат харажатлари биринчи навбатда сайтни яратиш ва сақлаш харажатлари билан белгиланади.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, электрон сав-

до майдончаси қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етказиб берувчилар ва харидорларни битта савдо ҳамда ахборот маконида бирлаштиришга имкон беради, шунингдек, электрон савдо майдончаси иштирокчиларига харидлар жараёнининг самарадорлигини оширадиган бир қатор хизматларни тақдим этади. Шундай қилиб, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини истеъмолчилари бўлган харидорлар электрон савдоларни ким ошди савдоси ёки ким ошди савдоси шаклида ўтказиш имкониятига эга бўладилар, етказиб берувчилар таклиф этилаётган маҳсулот (товар, иш ёки хизмат)лар тўғрисида маълумот жойлаштириш имконига эга бўладилар ва харидларда иштирок этишлари мумкин. Қоида тариқасида харидлар жараёни электрон савдо майдончасида харидлар тўғрисида маълумот жойлаштирадиган, натижаларни қайта ишлайдиган ва харидлар тартибининг ғолибини аниқлайдиган ихтисослашган корхоналар томонидан амалга оширилади ҳамда шу тариқа ҳар бир харидда уч томон иштирок этади – харидлар ташкилотчиси, харидлар иштирокчилари ва электрон платформа оператори. Бундай ҳолда, потенциал етказиб берувчилар харидлар иштирокчилари, буюртмачи харидларнинг ташкилотчиси ва электрон савдо майдончасининг ишлашини таъминловчи шахс электрон савдо майдончасининг оператори ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 17 октябрдаги “Мева-сабзавот маҳсулотларини ташқи бозорларга чиқариш самарадорлигини оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 20 декабрдаги “Экспортга кўмаклашиш ва уни рағбатлантиришни кучайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори.
3. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 23 февралдаги “Мева-сабзавот маҳсулотларини экспорт қилиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида”ги 163-сонли қарори.
4. Ўзбекистон Республикаси статистика қўмитаси маълумотлари.

Хориж давлатларида ёшларнинг ижтимоий табақаланишини тартибга солиш механизмлари шарҳи Обзор механизмов регулирования социального расслоения молодежи за рубежом Review of regulatory mechanisms of social stratification of youth abroad

Шахло МАХКАМОВА,
и.ф.н., бўлим бошлиғи.
Умида УМАРОВА,
Барно АЛИКАРИЕВА,
катта илмий ходимлар

Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги
ҳузуридаги Бюджет-солиқ тадқиқотлари институти

Аннотация

Мақолада ёшларнинг ижтимоий табақаланиши механизмлари кўриб чиқилган ва ёшлар сиёсатини такомиллаштиришга оид таклифлар ишлаб чиқилган.

В статье рассмотрены механизмы регулирования социального расслоения молодежи и разработаны соответствующие предложения по совершенствованию молодежной политики.

The article discusses the mechanisms for regulating the social stratification of young people and developed appropriate proposals for improving youth policy.

Мамлакатимизда ёш авлодни баркамол қилиб тарбиялаш, уларнинг ҳаётга мустақил қадам қўйишлари учун барча зарур шароитларни яратишга қаратилган тизимли ишлар амалга оширилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 30 июндаги ПҚ-4768-сон қарорига мувофиқ Ўзбекистон Республикаси Ёшлар ишлари агентлиги ташкил этилди. Агентлик ёшларга оид давлат сиёсатини ишлаб чиқувчи ва амалга оширувчи, шунингдек, ёшларнинг интеллектуал, ижодий ва бошқа йўналишдаги салоҳиятини камол топтириш учун шароитлар яратишга қаратилган ижтимоий-иқтисодий, ташкилий ва ҳуқуқий чора-тадбирларни тизимли равишда амалга оширувчи давлат бошқарув органи ҳисобланади [1].

Ёшлар сиёсатини такомиллаштириш хориж давлатларидаги ёшлар табақаланишини тартибга солиш механизмларини тадқиқ этишни тақозо этади.

Ёш авлод вакиллари, уларга қандай келажак кераклигини ўзлари кўрсатишмоқда, чунки, ҳозирги кунда дунёдаги ёшлар сони ҳар қачонгидан ҳам кўпроқ. Улар ўз талабларини, яъни бандлик, таълим, эҳтиёжлар ва бошқаларни, шакллантириб боришмоқда. Халқаро ташкилотлар ёшларни турли ёшдаги қаторларда ўрганишмоқда: Халқаро меҳнат ташкилоти – ёшларни 15 дан 24 ёшгача [3], Бирлашган Миллатлар Ташкилоти – 15 дан 32 ёшгача, Африка ёшлар хартиясида – 15 дан 35 гача [4], Россия – 14 дан 30 ёшгача ва баъзи ҳолатларда Россияда доимий яшайдиганлар 35 ёшгача [5].

Ёшлар муаммоларини ўрганиб, уларнинг табақаланишини тартибга солиш муҳим масалалардан биридир. Россия [6] ёшларида ахлоқ, ота-она билан муносабатлар масалалари биринчи ўринда туради. Россияда ёшлар муаммолари орасида кейинги ўринларда алкоголизм, наркомания, жиноятчилик,

Калит сўзлар: ёшлар, ижтимоий табақаланиш, ахлоқ, қадриятлар, оила, даромад, бандлик.

ўз жонига қасд қилиш туради. Шу ўринда таъкидлаш жоизки, мусулмон динида ўз жонига қасд қилиш гуноҳ саналади (Қуръонда Одам зурриётлари Ислом динида пайдо қилиниб, одамлар ўзлари уни динларга бўлиб олганликлари тўғрисида маълумотлар берилган [7]). Фикримизча, “Илм ибодатдан афзал”, “Дилинг Оллоҳда, қўлинг ишда бўлсин” деган ибратли иборалар орқали ёшларни ҳам диний ҳам дунёвий тарбиялаш салбий ҳолатларнинг олдини олади.

Қозоғистон ёшлари муаммолари орасида биринчи ўринда ишсизлик, иккинчи ўринда экология, кейинги ўринда ёш лидерлар йўқлиги туради [8], шунингдек, сифатли таълим олиш, шахсий уй-жойга эга бўлиш, бизнес билан шуғулланиш муаммолари ҳам мавжуд.

Қозоғистон ёшлари ўртасида асосий қадриятлар сифатида оила, дўстлар, яхшилик, севги, адолат, сўнг – моддий фаровонлик, қизиқарли иш, юқори мартаба эканлиги аниқланган [8].

Америка Қўшма Штатларида наркотик истеъмол қилиш, жиноятчилик, ирқий камситиш, ёш мигрантлар аҳоли муаммолари сақланиб келмоқда. Хитой ёшлари ўртасида эса оммавий ахборот воситалари орқали зўрлаш, порнография компьютер ўйинлари ва муьлтьфильмларни экспорт қилиш сабабли жиноятчилик ўсиб бормоқда [8]. Бундай салбий ҳолатлар олдини олиш учун чора-тадбирлар кўриш даркор.

Ёшларнинг ижтимоий табақаланишини тартибга солиш давлат ижтимоий сиёсатининг муҳим йўналишларидан ҳисобланади. Ижтимоий табақаланиш ижтимоий барқарорлик, аҳолининг айрим табақаларини манзилли ҳимоя қилиш, барқарор иқтисодий ўсиш, миллат фаровонлиги, таълим, соғлиқни сақлаш ва давлат ҳавфсизлигини таъминлаш билан бевосита боғлиқдир.

Иш жойларининг камайиши, алоҳида гуруҳ (страта)ларнинг ҳақиқий даромадлари даражасининг камайиши, ижтимоий манфаатлар мувозанатининг бузилиши, жамият ижтимоий табақаланишининг кучайиши билан боғлиқ ижтимоий хавф ва таҳдидлар кучайишига олиб келади.

Хориж давлатлари тажрибасининг таҳлили шуни кўрсатадики, ҳозирги кунда ёшларни ўрганиш бўйича мавжуд тадқиқотлар қуйидаги асосий саволларга тўлиқ жавоб бермайди:

– қайси омилар уларнинг фаолиятига, даромадлари ва қатламларига, мулк тенгсизлигига ва бу

тенгсизликнинг миқёсига қараб ёшларнинг юқори даражада фарқланишига (дифференцияланишига) олиб келади?

– ёшларнинг айрим ижтимоий қатламларининг демографик даражаси, таркиби ва даромад манбалари қандай?

– ёшларнинг таълим сифатига талаблари қандай?

– ёшларнинг товарларга, хизмат турларига, меҳнат, иш ҳақиға бўлган талаблари қандай?

– ёшларнинг бандлик, даромад ва бошқалар ҳақидаги истаклари қандай?

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда, ёшларнинг истакларини ўрганишда қуйидаги илмий асослаш ва жараён тенденцияларини ўрганиш мақсадга мувофиқдир:

– ёш мутахассисларнинг энг фаол қисми ўрта қатламга тўғри келиб, айнан, улар янги ишлаб чиқариш кучи ҳамда янги ахборот технологияларини ўзлаштириш бўйича энг катта салоҳиятга эгалиги;

– интеллектуал қобилиятлилар, илм, малака, ҳаётий мақсадлар, ёшларнинг даромадларини аниқлаш ҳамда фарқланишини белгиловчи, ижтимоий ва иқтисодий характерни аниқ ифодалаيدиган салоҳиятни ҳисобга олиш;

– ёшлар бандлиги жамиятнинг ижтимоий барқарорлигини таъминлайдиган асосий омилардан ҳисобланади. Умумий аҳоли сонига ёшларнинг юқори ишсизлиги давлатнинг барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланишини таъминлашда хавф ва таҳдид туғдириши;

– ёш мутахассислар турли соҳаларда ўзларининг ҳаётий эҳтиёжларини қондириш учун давлат муассасаларида ишлаган ҳолда, тадбиркорлик фаолияти билан ҳам шуғулланиш истаклари;

– ёшларнинг ўқиш тури, иш ўрнига, истеъмол товарлари, хизматларга бўлган талаб ва таклифлари мамлакатда таркибий ўзгаришларни амалга ошириш ҳамда аҳоли бандлигини таъминлаш дастурини ишлаб чиқиш учун ижтимоий-иқтисодий ривожланиш стратегиясини белгилаб бериши;

– ёшларнинг дам олиш, динга муносабатлари ва бошқалар жамият ривожланишининг асосларини ташкил этиши.

Юқоридаги тенденцияларни эътиборга олган ҳолда, бевосита социологик тадқиқотларни ташкил этиш, жойларда ўқувчи ва талабалар билан фокус-группаларни ўтказиш орқали мавжуд муаммоларни чуқурроқ ўрганиш, ёшларнинг истак ва

талабларидан келиб чиққан ҳолда, узоқ муддатли стратегия, ўрта муддатли давлат дастурлари ҳамда ҳаракатлари йўлини ишлаб чиқиш, ёшлар сиёсатини амалга оширишда ягона тизимни шакллантириш, барча давлат, нодавлат идора ва ташкилотларнинг мулк муносабатларидан қатъий назар ёшларни тарбиялаш, таълим бериш, шунингдек, келажак иштакларини амалга оширишда бевосита уларнинг иштирокини таъминлаш мақсадга мувофиқдир.

Жамиятнинг ижтимоий табақаланишини тартибга солиш давлат ижтимоий сиёсатининг муҳим йўналишларидан ҳисобланади. Жамиятнинг ижтимоий табақаланишини тартибга солиш механизмлари қуйидагилардан иборат: 1. Қонуний-ҳуқуқий. 2. Ташкилий. 3. Иқтисодий.

Ёшлар ижтимоий табақаланиши билан жамият ижтимоий барқарорлиги ва давлат хавфсизлиги масалалари узвий боғлиқ. Ёшлар ижтимоий табақаланиш даражаси динамикасини тизимли мониторинг қилиниши мақсадга мувофиқдир. БМТ маълумотларига кўра, 130 мамлакатда махсус ёшларни ҳимоя қилишга қаратилган меъёрий ҳужжатлар қабул қилинган бўлиб, замонавий ёшлар сиёсатининг асосида ёшларнинг ўзларини намоён этишларига кўмаклашиш ётади.

Шу мақсадда биз томонимиздан тайёрланган мактаб битирувчилари ва нофаол (уюлмаган) ёшларни ўрганишга қаратилган саволномалар ёшларнинг иштаклари асосида чора-тадбирлар ишлаб чиқишга қаратилган.

Ўзбекистонда умумий ўрта таълим мактаблари битирувчи ўқувчиларнинг иштаклари, ҳаётий қадри-

ятлари етарли даражада ўрганилмаган. Зеро, чет эл олимлари фикрига кўра олий таълим битирувчиларига нисбатан мактаб ўқувчиларига қилинадиган инвестиция келажакда бир неча марта кўпроқ самара беради. Шундай экан, ўқувчи ёшларнинг ҳаётий қадриятларини, таълим даражасидан қониқишлари, мактабни битиргач, ҳаёт йўлларини белгилаш мўлжаллари, иш танлаш ва унга таъсир этувчи омилларни ўрганиш бугунги иқтисодий модернизациялаш шароитида долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

Кўпгина чет эл давлатларида ёшлар сиёсатини олиб бориш ва уларнинг табақаланишини тартибга солиш механизмлари сифатида норматив ҳужжатлар ишлаб чиқиш ҳамда уларни такомиллаштиришга эътибор берилади.

Хориж тажрибасидан келиб чиқиб, Ўзбекистонда ёшлар ўзларини намоён этишларига кўмаклашувчи, бугунги коронавирус пандемияси шароитида турли ижтимоий-иқтисодий табақадаги ёшларнинг муаммоларини ҳал этишга эътибор қаратувчи, рақамли технология ютуқларидан фойдаланувчи қонунлар қабул қилиш, мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш стратегиясида арзон ишчи кучи мавжуд мамлакатимизга чет эл инвестициясини кiritиб, қўшма корхоналар ташкил этиш ҳамда ёшларнинг иш билан бандлигини таъминлаш, махсулот экспортини ошириш, кичик бизнесга имкониятлар яратиш, банк тизимини такомиллаштириш мақсадга мувофиқдир. Меъёрий, ташкилий, иқтисодий механизмларнинг уйғунлиги ёшларнинг ижтимоий табақалашувини тартибга солади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 30 июндаги “Ўзбекистон Республикаси ёшлар ишлари агентлиги фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги қарори.
2. Мирзиёев Ш. Определены ключевые направления обеспечения стабильности экономики / совещание 9 июня 2020 г. <https://president.uz/ru/lists/view/3639>
3. Рабочие места и профессиональные навыки для молодежи: обзор политики в области содействия занятости молодежи в Российской Федерации / Группа технической поддержки по вопросам достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии. – Женева: МОТ, 2015. -145 с.
4. Расширение прав и возможностей молодежи, устойчивое будущее / Молодежная стратегия ПРООН на 2014-2017 годы.
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р
6. <https://www.scienceforum.ru/2017/2448/27665>
7. Куръони Карим. Ўзбек тилида изоҳли. Алоуддин Мансур таржимаси. –Тошкент: Ўзбекистон Республикаси Президенти маҳкамасининг ишлар бошқармаси ҳузуридаги “Шарқ” нашриёт матбаа концерни, 1992 й. -494 б. (-110 б.) Аъроф сураси 7. 172-173-оятлар.
8. <https://www.zakon.kz/4856334-kazahstanskaya-molodezh-pragmatichnaya.htm>

УЎТ: 631.15:633

Инновацион иқтисодиёт шароитида қишлоқ хўжалиги корхоналарини техника воситалари билан таъминлаш механизмларини такомиллаштириш йўллари Пути совершенствования механизмов обеспечения техническими средствами сельскохозяйственных предприятий в условиях инновационной экономики Ways of improving mechanisms for provision of technical means for agricultural enterprises in the conditions of innovative economy

Зулунжон ЮСУПОВ,
Тошкент Давлат аграр университети
мустақил изланувчиси.

Аннотация

Мақолада қишлоқ хўжалиги корхоналарини лизинг, тижорат банклари кредитлари ва хўжаликларнинг ўз маблағлари ҳисобига техника воситалари билан таъминлашнинг ҳозирги ҳолати таҳлил қилинган ҳамда келгусида аграр соҳанинг техник салоҳиятини янада ошириш йўллари бўйича тавсиялар келтирилган.

В статье изложено современное состояние обеспечения техническими средствами сельскохозяйственных предприятий на основе лизинга, кредитов коммерческих банков и собственных средств хозяйств, а также даны рекомендации по дальнейшему повышению технического потенциала аграрного сектора.

The article outlines the current state of technical equipment for agricultural enterprises on the basis of leasing, loans from commercial banks and own funds of farms, as well as recommendations for further improving the technical potential of the agricultural sector.

Ўзбекистон Республикаси қишлоқ хўжалигини инновацион асосда ривожлантириш жараёни саноат ва қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ўрта-сидаги баҳо номуносивлиги шароитида ҳамда шунга мос равишда ялпи инвестициялар таркибида аграр тармоқ ҳиссаси ва кириб келаётган янги техника воситалари миқдорининг камайиши шароитида амалга ошмоқда. Қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқаришни мунтазам янгилаб, модернизация қилиб бориш зарурияти уни техника воситалари билан таъминлаш тизимини ҳам тўла бозор тамойиллари асосида ривожланишини тақозо этади. Фермер хўжаликларида бирламчи қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқариш жа-

раёнига юқори унумли, сифатли иш бажарувчи, ҳосилни кам исроф қилувчи янги техникаларни ҳамда ресурсларни тежовчи самарали технологияларни жорий этишга республика ҳукумати катта эътибор қаратмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-фармони билан тасдиқланган “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”нинг қишлоқ хўжалигини модернизация қилиш ва жадал ривожлантиришга бағишланган 3.3.-бандида “.....қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариш соҳасига интенсив усулларни, энг аввало, сув ва ресурслар-

Калит сўзлар: қишлоқ хўжалигини модернизациялаш, техника воситалари, лизинг, кредит, хўжаликларнинг ўз маблағлари, ресурстежамкор технологиялар, фермер хўжаликлари, самарадорлик, ташкилий-иқтисодий муносабатлар.

ни тежайдиган замонавий агротехнологияларни жорий этиш, унумдорлиги юқори бўлган қишлоқ хўжалиги техникасидан фойдаланиш” масаласи муҳим вазифалар қаторида белгилаб қўйилди.

Бугунги кунда фаолият юритаётган фермер хўжаликларининг асосий қисми агротехник чора-тадбирларни ўз вақтида ва самарали ўтказиш учун зарур бўлган барча турдаги техника воситаларига эга эмас, соҳада ханузгача монополь корхоналар таъсири сақланиб қолган, соғлом рақобат муҳити етарлича шаклланимаган. Бу эса техника воситалари билан таъминлаш бўйича эркин бозорнинг ривожланишига асосий тўсиқ бўлмоқда.

Юқоридагиларни ҳисобга олган ҳолда иқтисодиётни модернизациялаш шароитида қишлоқ хўжалигида устувор хўжалик юритиш шакли бўлган фермер хўжаликларини техника воситалари билан таъминлаш, уларда янги технологияларни жорий этишга бўлган қизиқишларини рағбатлантириш механизмларини такомиллаштириш бўйича илмий асосланган таклифлар ва амалий тавсиялар ишлаб чиқиш ҳозирги куннинг энг долзарб масалаларидан биридир.

Кейинги йилларда қишлоқ хўжалиги корхоналарини турли манбалар орқали, яъни лизинг, кредит ва ўз маблағлари ҳисобига техника сотиб олиш ҳолатининг таҳлили шуни кўрсатдики, фермер хўжаликлари томонидан лизинг асосида техника воситаларини сотиб олиш ҳажмлари 14-15 фоизга камайган бўлиб, тижорат банклари кредити ҳисобига эса аксинча 12-13 фоизга ва фермер хўжаликларнинг ўз маблағи ҳисобига сотиб олиш ҳажмлари ҳам 1-1,5 фоизга ортиб борган. Демак, фермерлар томонидан техника воситаларини лизинг асосида сотиб олиш суръати охириги йилларда пасайиб бормоқда ҳамда банк кредити ва ўз маблағлари ҳисобига сотиб олиш салмоғи ортиб борган. Буни фермер хўжаликларининг молиявий ҳолати яхшиланиб бораётганлиги билан, яъни ижобий ҳолат сифатида изоҳлаш мумкин, бироқ бошқа томондан эса лизинг муассасалари томонидан лизинг шартлари қониқтирмаслиги, асосан мамлакатимизда ишлаб чиқарилган техника воситалари ҳамда кўп ҳолатларда лизингга фақат трактор ва прицеплар берилаётганлиги, бошқа турдаги техника воситалари, жумладан, қишлоқ хўжалик машиналари тўлиғича кредит ҳисобига ёки хўжаликларнинг ўз маблағларига сотиб олинаётганлигини таъкидлаш лозим. Шу боис, республикада қишлоқ хўжалиги техникаларини лизингга бериш

амалиётини янада ривожлантириш, бунда биринчи навбатда лизингга бериладиган лизинг предметлари ассортиментини кенгайтириш, бунда трактор ва машиналар билан биргаликда тармоқда кўп қўлланиладиган қишлоқ хўжалик машиналарини, айниқса хориж техникаларини лизингга бериш амалиётини кенг жорий қилиш, лизинг шартномаларини бажарилиши устидан қатъий назоратни ўрнатиш, лизинг соҳасида соғлом рақобат муҳитини яратиш, бунда нодавлат сектори шакллантиришни рағбатлантириш ҳамда бошқа шу каби бир қатор ташкилий-ҳуқуқий ва иқтисодий чора-тадбирлар мажмуини амалга ошириш талаб этилади.

Лизинг асосида таъминлашда фермер хўжаликлари учун асосий қийинчилик бошланғич тўловни тўлаш, шунингдек, дастлабки уч йил мобайнида техниканинг тўлиқ қийматини тўлаб бериш жараёнларида содир бўлмоқда, бу эса сунъий равишда маҳсулот таннархининг ошиб кетишига олиб келмоқда. Аксарият хўжаликлар дастлабки, аванс тўловини тўлаш имконига эга бўлмаяпти. Тўловларни ўз вақтида амалга ошириш борасида ҳам бир қатор қийинчиликлар вужудга келмоқда. Натижада эса лизингга берувчилар фаолиятининг ривожланишида ҳам сезиларли силжишлар рўй бермаяпти, лизинг тизимининг самараси пастлигича қолмоқда. Демак, бугунги кунда қишлоқ хўжалигининг асосий тармоқларидан бири ҳисобланган пахтачилик ва ғаллачилик тармоқларини техника воситалари ҳамда илғор технологиялар билан таъминланиш талаб даражасидан пастлигича қолмоқда, натижада ишлаб чиқариш жараёнларини механизациялашганлик даражаси ҳам пастлигича қолмоқда. Бунга боғлиқ ҳолда пахтачилик хўжаликларини энергетик қувватлар ва фондлар билан таъминланиш ҳамда улардан фойдаланиш самарадорлиги ҳам талабга жавоб бермаяпти, хўжаликларни техника воситалари билан таъминлашнинг турли манбалари, хусусан, кредит ва лизинг муассасалари ҳам суст ривожланмоқда, бунга эса кўп жиҳатдан хўжаликлар молиявий ҳолатининг ёмонлашиб бориши, техника воситалари нархи ва унумининг юқорилиги, хўжаликлар ер майдонларининг майдалашуви, саноат ва қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари нархлари ўртасидаги номутаносиблик ва бошқа омиллар ўз таъсирини кўрсатмоқда. Шуларни ҳисобга олган ҳолда таъкидлаш жоизки, техника воситалари билан таъминлаш ва улардан фойдаланишнинг янги усулларини, хусусан, техникадан биргаликда фойдаланиш, ижара, прокат

ва уюшма каби механизмларини кенг жорий қилиш яхши натижа бериши мумкин.

Қуйидаги 1-жадвалда қишлоқ хўжалигини замонавий техника воситалари билан таъминлашда тижорат банклари томонидан кредитлаш, лизинг асосда таъминлаш ва фермер хўжаликларининг ўз маблағлари ҳисобига сотиб олиш механизмлари бўйича тавсиялар келтирилган.

Қишлоқ хўжалиги корхоналари фаолиятининг

иқтисодий самарадорлиги нафақат юқори унумли техникалар ва машиналар сони, илғор технологиялар, ишлаб чиқариш комплекс механизациялаш ҳамда автоматлаштириш, илмий-техник тараққиётнинг бошқа омиллари билан белгиланади, шунингдек, ушбу жараёнда ишлаб чиқаришнинг ижтимоий-иқтисодий шароитлари ҳам муҳим ўрин тутади. Буларга моддий рағбатлантириш шакллари тақомиллаштириш орқали инсон

1-жадвал.

Қишлоқ хўжалиги корхоналарини техника воситалари билан таъминлаш даражасини яхшилаш йўллари

Молиялаштириш тури	Чора-тадбирлар мазмуни	Қўтилаётган натижа
Тижорат банклари томонидан кредитлаш	– фермер хўжаликларини техника воситаларини сотиб олишлари учун узоқ муддатли (15-20 йил) мақсадли кредит ажратиш механизмни ишлаб чиқиш; – ушбу кредитларни паст фоизда ва имтиёзли давр (1-2 йил) билан ажратиш механизмни йўлга қўйиш; – қишлоқ хўжалигида лизинг хизматлари тизимини янада тақомиллаштириш, яъни лизинг муддатларини узайтириш ва бошқалар.	Фермер хўжаликларининг моддий-техника базаси мустақамланади ва маҳсулот ҳажми, тури ва сифати ортиб боради
Лизинг асосида таъминлаш	– қишлоқ хўжалигида лизинг хизматлари тизимини янада тақомиллаштириш, яъни лизинг муддатларини узайтириш; – қишлоқ хўжалигида лизинг кенг жорий этиш учун қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қабул қилиб олувчи ва қайта ишловчи корхоналар маблағларини жалб этиш; – лизингга бериладиган техникалар ассортиментини кенгайтириш, бунда трактор ва машиналар билан биргаликда тармоқда кўп қўлланиладиган қишлоқ хўжалик машиналарини ҳам киритиш; – хориж техникаларини лизингга бериш амалиётини кенг жорий қилиш; – лизинг шартномаларини бажарилиши устидан қатъий назоратни ўрнатиш; – лизинг соҳасида соғлом рақобат муҳитини яратиш, бунда нодавлат секторни шакллантиришни рағбатлантириш ва бошқа шу каби бир қатор ташкилий-ҳуқуқий ва иқтисодий чора-тадбирлар мажмуини амалга ошириш.	Фермер хўжаликларини молиявий барқарорлиги яхшиланади ва даромадлари кўпаяди, уларнинг жадал ривожланишга бўлган рағбати ортади
Хўжаликларнинг ўз маблағлари ҳисобидан молиялаштириш	– қишлоқ хўжалиги корхоналарига техник ва технологик қайта қуроланиш учун олиб келинаётган машина ва бошқа воситаларни, ўз вақтида ўрнатиш шarti билан божхона ва мулк солиқлари тўловидан беш йилга озод этиш; – ҳудудларда техника воситалари билан меъёр даражасида таъминлаш ва технологияларни кенг жорий этилишига эришиш мақсадида таъминотнинг турли усуллари (кредит, ижара, прокат, лизинг ва ҳ.к) кенгроқ фойдаланиш; – техника воситаларидан кооперациялашган усулда фойдаланиш механизмни ишлаб чиқиш, ҳуқуқий асосларини тақомиллаштириш ва амалиётга кенг жорий қилиш; – техника ва технологиялардан самарали фойдаланишни рағбатлантирувчи иқтисодий чора-тадбирлар мажмуини ишлаб чиқиш, амалиётга жорий этиш ва бошқалар.	Фермер хўжаликларининг барқарор ривожланишига олиб келади

Манба: муаллифнинг тадқиқотлари асосида тузилган.

омилини фаоллаштириш, кадрлар малакаси ва уларнинг маънавий-техник савиясини ошириш, техника билан таъминлаш ва механизация даражасини ошириш натижасида тармоқда банд бўлганларни қисқартириш, ноқишлоқ хўжалик соҳасида бандликни ва даромадларни ошириш каби омил-

лар кириб, ушбу омиллар ишлаб чиқаришнинг ижтимоий йўналтирилганлиги орқали қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришни ҳамда техникалардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш имкониятларини кенгроқ очиб беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. “Лизинг тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. Т.: 1999 й., 14 апрель.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисидаги”ги фармони (www.lex.uz).
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 4 апрелдаги “Аграр секторни қишлоқ хўжалиги техникалари билан ўз вақтида таъминлашга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори (www.lex.uz).
4. Гаффоров А. Агросаноат комплекси ва қишлоқ хўжалигини химиялаштириш. Т. Ўзбекистон. 1988 й., 38-бет.
5. Чориев К.А. “Формирование и совершенствование механизма эффективного использования ресурсного потенциала сельского хозяйства (на примере Республики Узбекистан)” мавзусидаги докторлик диссертацияси. Тошкент-1992 й.
6. Хусанов Р.Х., Ҳамдамов А. Н, Рафиқов И.Э. Қишлоқ хўжалигида сервис хизмати. Муқобил машина-трактор паркларини ривожлантириш муаммолари. Тошкент – 2001 й.
7. <http://textbook.ru/catalogue/book>:
8. <http://web.book.ru/cgi-bin/book.plpage4&book88899>

УЎТ: 336:6П9(575.1)

Тўқимачилик корхоналари молиявий барқарорлиги ва хавфсизлигини таъминлашнинг меъёрий-ҳуқуқий асослари

Нормативно-правовые основы обеспечения финансовой стабильности и безопасности текстильных предприятий

Regulatory bases of ensuring financial stability and security of textile enterprises

Бобир ТУРСУНОВ,
ТДИУ тадқиқотчиси.

Аннотация

Мақолада бугунги кунда корхоналарнинг молиявий маблағлар хавфсизлигини таъминлашнинг меъёрий-ҳуқуқий асослари ёритилган. Муаллиф томонидан молиявий хавфсизлик тушунчасига таъриф келтирилиб, корхонада бюджетни режалаштириш, молия-хўжалик фаолиятини бухгалтерия ҳисоби ва счётлар режасига тааллуқли бўлган меъёрий-ҳужжатлар таҳлил қилиниб, илмий хулосалар шакллантирилган.

В данной статье изложены правовые основы обеспечения финансовой безопасности предприятий сегодня. Автор определяет понятие финансового обеспечения, анализирует нормативные документы, связанные с бюджетным планированием, финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, бухгалтерским учетом и планом счетов, а также делает научные выводы.

This article sets out the legal framework for ensuring the financial security of enterprises today. The author defines the concept of financial support, analyzes regulatory documents related to budget planning, financial and economic activities of the enterprise, accounting and chart of accounts, and also draws scientific conclusions.

Ҳозирги шиддат билан ривожланаётган ҳамда мунтазам янгиланаётган, тезкор техникавий ва технологик ўзгаришлар асрида менежер, иқтисодчи, маркетинг, бухгалтер ва бошқа мутахассислар учун ишончли ахборотнинг ўз вақтида, керакли кесимда, шунингдек, зарур муддатда етказиб берилишининг аҳамияти кескин ортмоқда. Бу масалага эътиборнинг ошиши иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида кенгроқ намоён бўлмоқда. Бу эса, ислохотларни чуқурлаштириш, иқтисодиётни модернизациялаш, инновацион фаолият кенгаёётган шароитида барча хўжалик юритувчи субъектлар учун молиявий барқарорликни ҳамда уларни хавфсизлигини таъминлаш муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакатимизда бугунги кунда корхоналарнинг

молиявий маблағлар хавфсизлигини таъминлашнинг меъёрий-ҳуқуқий асослари яратилган бўлиб, улар 3 йўналишда тартибга солинади:

1. Бухгалтерия ҳисобининг тартибга солишнинг меъёрий-ҳуқуқий асослари.
2. Солиқ маъмурчилиги.
3. Ҳисоб юритиш сиёсати.

Бухгалтерия ҳисобининг ҳуқуқий-меъёрий база-си бўлиб:

– Қонунлар, Кодекслар, Президент фармонлари, Ҳукумат қарорлари.

– Молия вазирлиги томонидан ишлаб чиқилган БҲМСлари, Низомлар ва йўриқномалар, Давлат солиқ қўмитаси томонидан чиқарилган йўриқномалар, тартиблар ҳамда тушунтириш хатлари.

Калит сўзлар: молиявий хавфсизлик, молия-хўжалик фаолияти, бухгалтерия ҳисоби, солиқ сиёсати, бюджетни режалаштириш.

– бошқа вазирликлар ва давлат идоралари томонидан ишлаб чиқарилган йўриқномалар, услубий кўрсатмалар, тушунтириш хатлари.

– корхоналар ҳисоб сиёсатини ифодаловчи ички меъёрий ҳужжатлар ҳисобланади.

Асосий меъёрий-ҳуқуқий база бўлиб 1996 йил 30 августда биринчи марта қабул қилинган ва 13.04.2016 йилда ўзгартиришлар киритилиб янгидан қабул қилинган “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги Қонун киради.

Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодекси, 1999 йилда қабул қилинган “Маҳсулот (иш, хизмат)ларни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисидаги Низом”, бухгалтерия ҳисоби ва ҳисоботини тартибга солувчи қонуний ҳужжатлар ва Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари киради.

“Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги Қонун бухгалтерия ҳисоби ислоҳотининг асосий элементи бўлиб, турли мулк шаклидаги барча корхоналар, муассаса ва ташкилотларда ягона тартибда ҳисоб юритишни белгилайди, бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартларига талаблар қўяди ҳамда Ўзбекистон Республикасида бухгалтерия ҳисоби тизимининг асосий тамойилларини назарда тутди. Ушбу Қонуннинг мақсади бухгалтерия ҳисобини ташкил этиш, юритиш ва ҳисоботни тузиш соҳасидаги муносабатларни тартибга солишдан иборат.

Янги таҳрида қабул қилинган “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги Қонун 32-моддани ўз ичига олади. Жумладан, “Бухгалтерия ҳисоби барча хўжалик операцияларини яхлит, узлуксиз, ҳужжатлар асосида ҳисобга олиш йўли билан бухгалтерия ахборотини йиғиш, қайд этиш ва умумлаштиришнинг тартибга солинган тизимидан, шунингдек, унинг асосида молиявий ва бошқа ҳисоботни тузишдан иборатдир.

Бухгалтерия ҳисоби хўжалик операциясини бухгалтерия ҳисобининг камида иккита счётида бир вақтда ва ўзаро боғлиқ ҳолда пулда баҳолаб акс этириш йўли билан икки ёқлама ёзув усулида юритилади” [1].

Ўзбекистонда бухгалтерия ҳисобини тартибга солувчи яна бир меъёрий ҳужжатлардан бири – бу бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартларидир. Бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартлари бухгалтерия ҳисобини ташкил этиш, юритиш ва молиявий ҳисоботни тузишга доир махсус талабларни белгилайди.

“Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги Қонуннинг

кўрсатмалари ва моддалари бухгалтерия ҳисобининг Миллий Стандартларида (БХМС) ўз ривожини топди ва шу кунгача 1-24 БХМСлар тасдиқланган.

Ҳар бир стандарт қоидаларнинг ўзига хос рўйхати бўлиб, хўжалик юритувчи субъектларда бухгалтерия ҳисобини юритиш тартибини белгилайди ва Ўзбекистон Республикасида бухгалтерия ҳисобини меъёрий тартибга солувчи тизимнинг элементи ҳисобланади.

Бу даражадаги ҳужжатларнинг энг асосийлари қаторига Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг 2002 йил 9 сентябрдаги 103-сонли буйруғи билан тасдиқланган ва Адлия вазирлигида 2002 йил 23 октябрда 1181-сон билан рўйхатга олинган 21-сон Ўзбекистон Республикаси бухгалтерия ҳисобининг миллий стандарти (БХМС) “Хўжалик юритувчи субъектлар молия-хўжалик фаолиятининг бухгалтерия ҳисоби счётлар режаси ва уни қўллаш бўйича йўриқнома” киради.

Кейинги меъёрий ҳужжат – бу Молия Вазирлиги, Марказий банк ва Ўзбекистон Республикасининг бошқа марказий давлат органлари томонидан тақдим этилган услубий характерга эга бўлган турли буйруқлар, хатлар ва кўрсатмалардир.

Республикада кейинги йилларда солиқ сиёсатини ислоҳ этиш борасида муайян ишлар амалга оширилмоқда. Жумладан, солиқ сиёсатини такомиллаштириш концепцияси ва стратегияси ишлаб чиқилди ҳамда амалиётга жорий этилди. Стратегиянинг асосий йўналишлари этиб солиқ сиёсатини такомиллаштириш ва иқтисодиётда хуфийна айланма даражасини қисқартириш; хизмат кўрсатишга йўналтирилган солиқ хизматларини ривожлантириш; солиқ таваккалчиликларини баҳолаш тизимини жорий қилиш ҳамда солиқ ҳисобини такомиллаштириш; давлат солиқ хизмати органлари фаолиятини янада такомиллаштириш; давлат солиқ хизмати органларида коррупцияга қарши курашиш механизмларини ривожлантириш белгиланди.

Бухгалтерия ҳисобини ислоҳ қилиш натижасида Ўзбекистон Республикаси Молия Вазирлиги томонидан молия-хўжалик фаолиятини бухгалтерия ҳисоби ва счётлар режаси ҳамда уни қўллаш бўйича йўриқнома ишлаб чиқилган, улар 21-сон бухгалтерия ҳисоби миллий стандарти сифатида тасдиқланган ва рўйхатдан ўтказилган. 2004 йил 1 январдан бошлаб барча хўжалик юритувчи субъектлар мазкур стандартга тўлиқ амал қилиб келмоқдалар.

“Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги Қонуннинг 7-моддасига биноан корхоналарнинг бухгалтерия

ҳисоби ва ҳисоботини корхона раҳбари ҳамда бош бухгалтери ташкил қилиши керак. Бухгалтерия ҳисобини юритиш усуллариға ҳўжалик фаолияти далилларини гуруҳлаш ва баҳолаш, активлар қийматини сўндириш, ҳўжатлар айланмасини ташкил этиш, инвентаризация, бухгалтерия ҳисоби сўтларини қўллаш усуллари, ҳисоб регистрларини юритиш ҳамда уларда ҳисобға олинган маълумотларға асосан корхонани молиявий ҳисоботини тузишдан иборат. Корхонанинг ҳисоб сиёсати унинг бухгалтерияси томонидан тайёрланади ва бошлиқ томонидан тегишли ташкилий-буйруқ ҳўжжати билан расмийлаштирилади.

Шу билан бирға ҳўжалик юритувчи субъектларнинг молиявий барқарорлигини ва хавфсизлигини таъминлашда мамлакатимизда амалға оширилаётган солиқ сиёсати ҳам муҳим роль ўйнайди. Кейинги йилларда солиқ сиёсатига доир бир қанча меъёрий-ҳўқуқий ҳўжатлар қабул қилинмоқда. Жумладан, янги таҳрирдаги Солиқ кодекси қабул қилинди ва бугунги кунда солиқ солиш сиёсатининг муҳим дастаги бўлиб хизмат қилмоқда. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 10 июлдаги “Солиқ маъмуриятчилигини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4389-сонли қарори, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 18 июлдаги “Солиқ маъмуриятчилигини тубдан такомиллаштириш, солиқлар ва бошқа мажбурий тўловларнинг йиғилувчанлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5116-сонли фармони, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 26 июндаги “Давлат солиқ хизмати органлари фаолиятини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори ва бошқа ҳўжатлар бугунги кунда ҳам давлатнинг солиқ сиёсатини амалға ошириш ҳам корхоналарда молиявий фаолиятини тартибға солишда муҳим аҳамият касб этмоқда. Ушбу қабул қилинаётган ҳўжатларнинг мақсади корхона ва солиқ органлари ўртасида боғлиқликни таъминлаш, хусусан, бухгалтерия ҳисобини юритишда юзага келадиган муаммоларни олдини олишға ҳамда солиқ сиёсати ва бухгалтерия ҳисоб сиёсатини умумий яхлитлигини таъминлашға қаратилгандир.

Бу эса корхоналар томонидан ишлаб чиқилган ҳисоб сиёсатининг мукамал бўлишини тақозо этади. Сўнгги йилларда ҳисоб сиёсатининг долзарблиги хориждаги тадқиқотларда сезиларли ўрин эгалламоқда [2]. Дарҳақиқат, ҳисоб сиёсати ҳар бир ҳўжалик юритувчи субъект бўйича бухгалтерия ҳисоби-

ни юритиш қоидаларини ойдинлаштиради.

Ниҳоят охирида, фақат маълум бир ҳўжалик юритувчи субъектға тегишли бўлган бухгалтерия ҳисобининг корхонада иш юритишига тегишли бўлган ички меъёрий ҳўжатлари киритилиши керак. Бу бухгалтерия ҳисобини ташкил этишнинг ҳўқуқий асосларидан бири бўлган ҳўжалик юритувчи субъектнинг ҳисоб сиёсатидир. Ўзбекистон Республикаси бухгалтерия ҳисобининг 1-сонли миллий стандарти “Ҳисоб юритиш сиёсати ва молиявий ҳисобот” бухгалтерия ҳисобини меъёрий тартибға солиш тизимининг элементи ҳисобланади. Корхона ҳисоб сиёсати ҳисобот йили бошида бош бухгалтер томонидан ишлаб чиқилади ва раҳбар томонидан тасдиқланади ҳамда у бутун ҳисобот йили давомида ўзгартириш киритилмасдан татбиқ этилиши лозим.

Ушбу стандартда ҳисоб сиёсати деганда, ҳўжалик юритувчи субъектнинг раҳбари бухгалтерия ҳисобини юритиш, молиявий ҳисобот тузиш учун қабул қиладиган усулларнинг йиғмаси тушунилади, молиявий ҳисобот шу усулларға мувофиқ ҳамда уларнинг қоидалари ва асосларига мувофиқ равишда тузилади [3].

Бухгалтерия ҳисобини гуруҳларға ажратиш ва ҳўжалик фаолияти фактларига баҳо бериш, активлар қийматини тўлаш, ҳўжатлар айланмасини, мол-мулкни рўйхатға олишни ташкил этиш усуллари, бухгалтерия ҳисобида ҳисоботларни қўлланиш усуллари, ҳисоб регистрлари тизими, ахборотларни ишлаб чиқиш ҳамда ўзға тегишли усуллар, услуга-лар бухгалтерия ҳисобини юритиш усуллариға киради [4;5]. Бош бухгалтер ёки бухгалтерия ҳисоби ва молиявий бошқариш вазибаларини амалға оширувчи бошқа мансабдор шахс бухгалтерия ҳисоби хизматининг раҳбаридир. Бухгалтерия ҳисоби хизматининг раҳбари бевосита бухгалтерия ҳисоби субъектининг раҳбарига бўйсунди.

Бухгалтерия ҳисоби хизмати раҳбарининг ҳўжалик операцияларини ҳўжатлар асосида расмийлаштириш ва уларни бухгалтерия ҳисоби хизматига тақдим этиш бўйича талаблари бухгалтерия ҳисоби субъектининг барча ходимлари учун мажбурийдир.

1-БҲМС Ўзбекистон Республикасининг “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги Қонуни асосида ишлаб чиқилган бўлиб, Ўзбекистон Республикасида бухгалтерия ҳисобини меъёрий асосда бошқариш тизимининг унсури ҳисобланади. Ушбу стандарт бошқа БҲМСлар билан биргаликда қўлланилади [6].

Бухгалтерия ҳисобини ташкил этишнинг ҳўқуқий асосларидан бири – бу ҳўжалик юритувчи субъект-

нинг ҳисоб сиёсатидир. Ўзбекистон Республикаси бухгалтерия ҳисобининг 1-сонли миллий стандарти “Ҳисоб юритиш сиёсати ва молиявий ҳисобот” бухгалтерия ҳисобини меъёрий тартибга солиш тизимининг элементи ҳисобланади.

Бошқарув ҳисоби алоҳида фаолият турларини ҳисобга олиш, назорат ва таҳлил қилиш масалаларини корхона ички хўжалик бўлинмалари миқёсида мунтазам ўрганишни таъминлайди. Бошқарув ҳисоби молиявий, моддий ва меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланиш механизмининг барпо этишда боғловчи бўгин бўлиб ҳисобланади.

Бошқарув ҳисоби тарихан ишлаб чиқариш ва бошқарувнинг объектив аҳтиёжлари ҳамда йирик индустрия талабларига жавобан вужудга келди. Унинг ибтидоси Тейлор тизимига, харажатларни ҳисобга олишнинг “стандарт-кост” услубига, бюджетлаштириш ва эгилувчан сметалар тизимига, “Дискрет-кост” услубига бориб тақалади. Бошқарув ҳисобида асосан маҳсулот ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш ҳамда таннарх шаклланиши билан боғлиқ жараёнлар акс эттирилади. Бу билан бухгалтерлик ҳисоби тизими ташкилий ҳамда услубий жиҳатдан иккита ҳисоб соҳа: молиявий ва бошқарув ҳисоби йўналишларига таснифланган.

Кейинги пайтларда хориж адабиётларида бошқарув ҳисоби алоҳида қаралаётгани ҳам диққатга сазовор [7]. Бу адабиётларда субъектлар учун бошқарув ҳисоби бошқарув салоҳиятини янги босқичга кўтариш омили сифатида қаралади. Айнан бошқарув ҳисобида мужассамлашган ахборот тизимининг оқилона қарор қабул қилиш ва уни жорий этиш самарадорлигига таъсири юқори баҳоланган.

Тўқимачилик корхоналарида режалаштириш, биринчи навбатда, молиялаш манбаларини аниқлаш, мавжуд молиявий ресурсларини энг мақбулларида фойдаланиш ҳамда ўзини-ўзи молиялаш манбаларини оқилона фойдаланиш билан боғлиқдир.

Ўзини-ўзи молиялаш манбаларини, яъни даромад олишга қаратилган фаолиятни ташкил этиш тўқимачилик саноатларининг фойда олмасликликлари тамойилини бузмайди. Тўқимачилик корхоналарини фойда олиш учун махсус йўналтирилмаганлиги тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишларига тақиқни билдирмайди, балки олинган фойдани таъсисчилар ёки ходимлар манфаатларида тақсимлаш кераклигини билдиради. Самарали фаолиятни таъминлаш учун нафақат тўқимачилик корхоналарининг узоқ муддатли стратегияси даражасида, балки, улар амалга ошираётган дастурлар мажмуаси ҳамда

ҳар бир дастур бўйича алоҳида кундалик масалалар даражасида ҳам режалаштириш керак. Молиявий режани шакллантириш бўйича ишларнинг мантиқий давоми бюджетлаштиришдир.

Мавжуд шароитларда кўпчилик тўқимачилик корхоналари кейинги йил учун қанча молиялаш ҳажмлари олишлари мумкинлигини аниқ билишлари қийин. Шунинг учун уч хил бюджетни тузиш талаб этилади:

– минимал бюджет тузиш, унда корхоналарнинг барқарор фаолият кўрсатиш учун зарур бўлган минимал харажатларга асосланган ҳисоб-китобдир. Минимал бюджет қоплаш учун маблағлар одатда ўз манбаларидан келиб тушади.

– кафолатланган бюджетни тузиш, унда молияланишни етарли даражада эҳтимол билан кафолатланган харажатларни ўз ичига олади. Худди мана шу бюджетни раҳбарият тасдиқлаш учун тақдим қилиши лозим. У келгуси йил учун молиявий бошқаришнинг асосий воситаси бўлади.

– оптимал бюджет тузиш, бунда ҳали молиялаштирилмаган ҳамма фаолият турларини ўз ичига олади ва маблағларни йиғиш бўйича таклифларни тайёрлашда фойдаланилади.

Бюджетнинг модалари асосан даромад ва харажатлар қисмларига бўлинади.

Даромадлар қисмида молиялаш манбаларидан келиши назарда тутилаётган даромадлар кўрсатилади, бунда ташқи ва ўзини ўзи молиялаш манбаларини ажратиш мақсадга мувофиқдир.

Бюджетнинг харажатлар қисми кундалик харажатлар ва капитал қўйилмаларга бўлинади.

Анъанавий бюджет қуйидаги харажатларни ўз ичига олади:

- ходимларнинг иш ҳақи ва ижтимоий ажратмалари;
- хизмат сафарлари харажатлари;
- моддий харажатлар;
- ахборот таъминоти ва алоқа учун харажатлар;
- амортизация ажратмалари;
- ташқи хўжаликларининг хизматлари;
- бошқа харажатлар.

Бюджет баъзида даромадлар ва харажатларнинг сметаси деб ҳам аталади. Лекин “бюджет” тушунчаси даромадлар қисмининг ноаниқлик шароитларида фаолиятни режалаштиришнинг истиқболдаги харажат ва даромадларининг характерида мос келади.

Агар, бюджет қисмларини жадвал кўринишида тасвирланса, у анъанавий корхона баланси билан ўхшашлигини кўрамиз. Худди шу жадвалнинг ўзи ба-

ланс даромадлар ва харажатлар балансидир.

Тўқимачилик корхоналарининг йиллик бюджетини тузиш молиявий йил бошланмасидан икки ой олдин бошланади ва йил бошлангунга қадар тасдиқланган бўлиши лозим.

Тўқимачилик корхоналарининг бюджетини тузиш жараёни уч босқичда бўлади:

1. Ўтган йиллар натижаларини таҳлил қилиш.

2. Жорий йил бюджетининг бажарилишини таҳлил қилиш.

3. Кейинги бюджет йили учун режалаштириш.

Ўтган йиллар натижаларини таҳлил қилиш тўқимачилик корхоналари фаолиятининг амалдаги кўрсаткичлари кутилаётганидан паст ёки юқори бўлган бўлимларни аниқлашдан иборат. Агар ўтган йил бюджетининг рақамлари ҳақиқатга яқин бўлса, ўтган йил яқунланган, жорий йил учун тўлиқ бўлмаган маълумотларга эга бўламиз. Ўтган бир неча йиллар учун таҳлил келгуси йилда бюджетда мавжуд бўлиши кутилмаётган тасодифий характерга эга бўлган омиларни аниқлаш ва мос равишда башоратга тузатишлар киритиш имконини беради.

Бюджет тузишнинг ушбу босқичида корхона келгуси йилда кўзда тутилаётган молиялаш манбалари, лойиҳаланаётган дастурлар ва уларни амалга ошириш билан боғлиқ бўлган харажатлар тўғрисидаги маълумотларга эга бўлиши мумкин.

Режалаштириш назорат билан бир қаторда бошқарувнинг энг муҳим вазифаларидан бири бўлиб, келажақда бажарилиши лозим бўлган ҳаракатларни аниқлаш жараёнидир.

Бюджетни режалаштириш – бу жараённинг энг

батафсил даражаси бўлиб, корхонанинг таркибий бўлинмалари бўйича ёки фаолият турлари бўйича раҳбарият тасдиқлаган дастурлар асосида ишлаб чиқилган алоҳида бюджетни тайёрлаш жараёнидир. Баъзан бу атама қабул қилинган стратегия доирасида корхона даражасида режалаштиришнинг тактик мақсадларини танлашнинг яхлит тизими, корхонанинг келгусидаги операциялари режасини (харажатлар ва даромадлар сметасини) ишлаб чиқиш ва шу режалар бажарилишини назорат қилиш, яъни моҳиятан эътибор билан ички молиявий бошқариш тизими сифатида талқин қилинади.

Шуларни ҳисобга олганда корхонанинг молиявий хавфсизлиги – корхонанинг молиявий ҳолатини баҳолашга ажратилган кўрсаткичлари асосида ички ҳамда ташқи таҳдид, хавфлардан хавфсизликни таъминловчи ривожланиш стратегияси ва уни амалга ошириш учун шарт-шароитларни таъминловчи ўзaro таъсир этувчи элементлар мажмуасини ўз ичига олувчи тизим деб эътироф этиш мумкин.

Юқорида қайд этиб ўтилганларда кўришимиз мумкинки, бугунги кунда мамлакатимизда корхоналар молиявий маблағлар хавфсизлигини таъминлаш, уларнинг барқарор ривожланиши йўлида амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар ўзининг самарасини бермоқда. Шу билан бирга молиявий мустаҳкамлигини таъминлашда тармоқ корхоналарининг фаолиятини тартибга солиш, уларни молиявий қўллаб-қувватлаш ҳамда берилаётган имтиёзлар натижасида молиявий маблағлари мустаҳкамлиги барқарорлашиб, уларнинг хавфсизлиги тўлалигича таъминланмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикасининг “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида”ги Қонуни (янги таҳрир). –Т.: 2016 й. 13 апрель. 4-модда.
2. Касьянова Г.Ю. Учетная политика: бухгалтерская и налоговая. – М.: АБАК, 2010 г. – 160 с.
3. Куликова Л.И. Учетная политика организации: новое решение. – М.: Бухгалтерский учет, 2010 г. – 336 с.
4. Медведев М.Ю. Учетная политика организации на 2010 год: практическое пособие. – М.: КНОРУС, 2010 г.
5. Травин В.В., Магура М.И., Курбатова М.Б. Развитие управленческого потенциала: Модуль I: учеб. практ. пособ. 3-е изд., перер. –М.: Дело, 2007 г.-128 с.
6. БҲМС 1-стандарт 26.07.1998 йили 17-17/86-рақам билан Ўзбекистон Республикаси молия вазирлиги томонидан тасдиқланган ва 14.08.1998 йили 474-рақам билан Ўзбекистон Республикаси адлия вазирлиги томонидан рўйхатга олинган.
7. Гришкина С.Н., Родионова О.А. Бухгалтерский (управленческий) учет. Учебно-методический комплекс предназначен для студентов, обучающихся по специальности “Налоги и налогообложение”. – М.: Бухгалтерский учет, 2010 г. – 222 с.

Олий таълим сифатини оширишда бошқарув самарадорлигини баҳолаш усулини такомиллаштириш

Совершенствование методологии оценки эффективности менеджмента в повышении качества высшего образования

Improving the methodology of assessing management efficiency for better quality of higher education

Ғулом ХАКИМОВ,
Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги
хузуридаги Бош илмий методик маркази мустақил изланувчиси.

Аннотация

Мақолада олий таълим сифатини оширишда бошқарув самарадорлигини баҳолаш усулини такомиллаштириш масаласи ўрганилган.

В статье исследуется вопрос совершенствования методики оценки эффективности менеджмента в повышении качества высшего образования.

The article examines the issue of improving the methodology for assessing the effectiveness of management in improving the quality of higher education.

Иқтисодий ва модернизациялаш шароитида ҳар бир тизим самарадорлигини оширишда мавжуд барча ресурслардан оқилона фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади. Ушбу жараёнда бошқарув механизмини такомиллаштириш муҳим омиллардан бири ҳисобланади. Бошқарув фаолиятини такомиллаштириш бўйича тадбирларнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш масаласи мунозарали тавсифга эга бўлиб, бу борада кўплаб илмий-тадқиқот ишлари олиб борилган [1].

Олий таълим тараққиётининг бугунги ҳолати, интеграциялашган глобал иқтисодий маконнинг узвий бир қисми бўлган республикамизда таълим тизими фаолиятини ҳам жаҳон стандартлари даражасида ташкил қилишни, халқаро таълим тизимига интеграциялаштириш, кадрлар тайёрлаш тизимини замонавий халқаро меҳнат бозори талаби даражасида йўлга қўйишни талаб этмоқда. Бу эса, республика олий таълим муассасаларини халқаро сифат менежменти талабларидан келиб чиққан ҳолда сертификатлаштиришни тақозо қилмоқда.

Самарадорликни баҳолаш мураккаб жараён ҳисоб-

ланиб, ушбу жараёни баҳолаш учун ҳозирда мавжуд услубий ёндашувлар барчаси ҳам амалий ишлар учун қўллашга лойиқ эмас. Шу билан биргаликда “самара”, “самарадор”, “самарадорлик” каби атамалар мазмунининг ҳам бир-биридан фарқланиши баҳолашни бир қадар қийинлаштиради.

Умуман, “самарадорлик” тушунчасини фанга биринчи марта итальян олими Вильфредо Парето (1848-1923) киритган, у чегараланган ресурслар бозорида товарлар ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатишда ишлаб чиқариш самарадорлигини ўрганишга алоҳида эътибор қаратган. Изланишлар натижасида у “самарадорлик – бу, бозордаги шундай вазиятки, унда бирор киши бозордаги ўз ҳолатини бошқага ҳалақит бермасдан ўзгартира олмайди”, – деган хулосага келди. Шу тариқа бу самарадорлик “Парето самарадорлиги” деб аталди [2, 115-6.].

К.Р. Макконнелл, С.Л. Брюлар эса самарадорликни камёб ресурслардан оқилона фойдаланиб, инсонлар эҳтиёжини қондириш, деб тушунтирадilar [3].

С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензилар самарадор-

Калит сўзлар: таълим, олий таълим, таълим сифати, бошқарув самарадорлиги, усул.

ликни талқин қилишда ишлаб чиқариш самарадорлигини имкониятлар чизиги билан боғлашган. Улар агар ишлаб чиқариш вариантлари шу имкониятлар чегарасида бўлса, ишлаб чиқариш ресурсларидан самарасиз фойдаланилмоқда, деган хулоса чиқаришади [4].

Самарадорлик масалаларига Ўзбекистонлик олимлар Шарифхўжаев М., Абдуллаев Ё. [5], Ўлмасов А., Ваҳобов А.В. [6], Пардаев М.Қ., Абдукаримов А. [7], Абдурахмонов К.Х. [8], Ғуломов С.С.лар [9] ишлаб чиқаришдан олинган натижани ресурс сарфлари билан боғлаган ҳолда ўз фикрларини билдирган.

Таълимнинг иқтисодий самаралилиги – миллий даромад ўсишида таълимнинг аҳамиятини ифода этувчи тушунча. Таълимга кетадиган молиявий сарфлар бутун ҳажмини моддий неъматлар ишлаб чиқариш соҳаси ходимлари маълумот ва малака даражасини ошириш туфайли олинадиган миллий даромад ўсиши улушига нисбати сифатида тушунилади [10]. Амалиётда ташқи муҳитнинг самарадорликка таъсири ўрганилмаган. Шу сабабли Ш.Н. Зайнутдинов ва А.О. Очиловлар бошқариш самарадорлигини баҳолашда олинган натижалар (муассасанинг ташқи ва ички муҳити)ни зарурий (лойиҳада белгиланмаган) фойда орқали ўлчаш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблайди [11]. Чунки, бу орқали ташкилий тузилмани лойиҳалашда алоқаларнинг мустақамлигини баҳолаш мумкин. Бу ўринда мустақамлик бошқариш тизими алоқадорлик фаолиятининг узлуқсизлигини таъминлашни англатади. Бу кўрсаткич орқали сифат ёки бошқариш тизимининг самарадорлиги тўғрисида фикр юритиш мумкин. Бошқаришни тақомиллаштириш бўйича бир қатор масалалар миқдор кўрсаткичи орқали ифодаланади.

Биз томондан ишлаб чиқилган олий таълим муассасаларининг фаолиятини инновацион бошқарув самарадорлигини баҳолаш услубига кўра ушбу тизим қуйидаги қисмларга ажратилади:

- фаолиятни бошқариш (ФБ);
- вазифаларни бошқариш (ВФ);
- натижаларни бошқариш (НБ).

Фаолиятни бошқариш – бу олий таълим муассасаларида юқори малакага эга бўлган олий таълим муассасаси (ОТМ)нинг юқори малакали, рақобатбардош мутахассисларни тайёрлашдаги фаолияти давлат таълим стандартлари талаблари ҳамда истеъмолчилари талабларига биноан аниқланади. Таҳлил натижалари шуни кўрсатадики, олий таълим муассасасига фақат давлат таълим стандартлари талабларини қондириш уларнинг бозор муносабатларида рақобат муҳитида самарали фаолият олиб боришига имкон бермайди. Олий таълим

учун бутунги кунда рақобатнинг юқори даражадалиги ҳамда ОТМнинг инновацион тавсифадаги ривожланиши юқори малакали мутахассисларни тайёрлашни талаб этади.

Олий таълим муассасаларини бошқариш самарадорлигини баҳолаш ва уни ошириш йўналишларини аниқлашда қадамли, яъни босқичма-босқич услубидан фойдаланишни лозим топдик (1-чизма).

I ҚАДАМДА ОТМни бошқариш самарадорлиги ҳолатини таҳлил қилиш ва зарурий маълумотларни йиғиш амалга оширилади. Ушбу вазифа ишнинг иккинчи бобида амалга оширилади.

II ҚАДАМ. ОТМ фаолиятини бошқариш самарадорлигини баҳолаш услубини ишлаб чиқиш.

Мутахассисларни тайёрлашда ОТМ раҳбариятининг ушбу жараёни бошқаришдаги ташаббускорлиги, янгиликлари жорий этишга интилиши, шунингдек, ташқи омиллар таъсирига мосланувчанликни таъминлаш мақсадидаги юқори малакали профессор-ўқитувчилар билан таъминланганлик, моддий-техника таъминоти каби фаолиятларни бошқариш жараёнларидир.

Олий таълим муассасасида аниқ бир фаолият кесмида бошқарув жараёнлари вазифаларни бошқаришда ўз аксини топади.

Натижани бошқариш – бу олий таълим муассасаси томонидан амалга оширилган барча фаолият натижаларини бошқариш, яъни натижавий кўрсаткичларни таҳлил қилишни ўз ичига олади.

Шундай қилиб, ОТМ бошқарув самарадорлигини учта даражадаги (параметрлардаги) бошқарув самарадорлиги тарзида қараш мумкин:

$$\mathcal{E}_b = f(\mathcal{E}_{\Phi B}, \mathcal{E}_{ВБ}, \mathcal{E}_{НБ}),$$

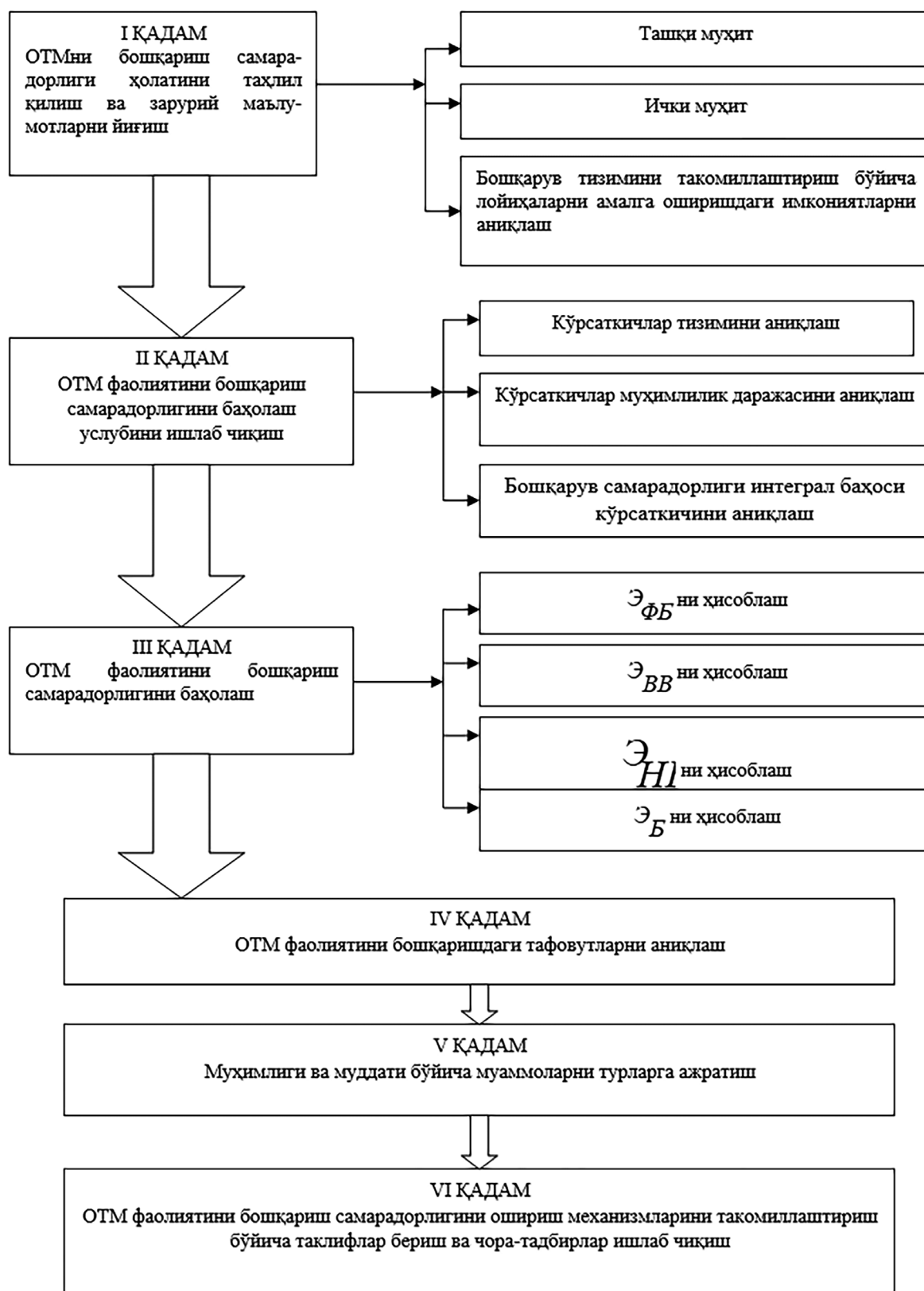
бу ерда, $\mathcal{E}_b$ – ОТМни бошқариш умумий самарадорлиги;

$\mathcal{E}_{\Phi B}$ – фаолиятни бошқариш самарадорлиги;

$\mathcal{E}_{ВБ}$ – вазифаларни бошқариш самарадорлиги;

$\mathcal{E}_{НБ}$ – натижаларни бошқариш самарадорлиги.

Ҳар бир ташкил этувчи таъсир доирасини аниқлаш учун кўрсаткичлар тизимидан фойдаланилади. Локал кўрсаткичларни ҳисоблаш қуйидагича амалга оширилади:



1-чизма. ОТМ фаолиятини инновацион бошқариш эвристик модели ¹.

¹ Муаллиф ишланмаси.

$$\mathcal{E}_{ij} = \sum V_{ij} \cdot P_{ij}$$

бу ерда, $\mathcal{E}_{ij}$ – ташкил этувчининг j – кўрсаткичлар бўйича қиймати;

V_{ij} – i – ташкил этувчидаги j – кўрсаткич вазни;

P_{ij} – i – ташкил этувчидаги j – кўрсаткич хусусий қиймати.

Ҳар бир ташкил этувчи таркибидаги интеграл кўрсаткичларнинг самарадорлиги даражаси ўрнатилган самарадорлик шкаласи бўйича қуйидагича аниқланади:

– юқори сифатли мутахассислар тайёрлашда мақсадли истеъмолчилар талабанинг максимал ёки унга яқин даражада қондирилганлигини тавсифлайдиган “самарали” фаолият (7-10 балл);

– “қониқарли” фаолият “самарали” фаолиятдан етарли даражада тафовутга эга бўлган ҳамда салбий ҳолатларни тезликда бартараф этишни талаб этадиган ҳолат (4-6 балл);

– “қониқарсиз” фаолият истеъмолчилар ва меҳнат бозори талабларига умуман мос келмайдиган мутахассисларни тайёрлашдаги ҳолатни тавсифлайди. Фаолиятнинг қониқарсизлигини бартараф этиш ташқаридан ёрдам бериши ва мавжуд ресурслардан интенсив тарзда фойдаланишни талаб этади (0-3 балл).

Ҳар бир хусусий кўрсаткич қийматини баҳолашда 10 балли тизим қўлланилади.

Ҳар бир кўрсаткичнинг баллардаги баҳоси ҳисобланганидан сўнг ОТМнинг мутахассислари тайёрлаш бўйича бошқарув фаолияти интеграл кўрсаткичи аниқланди.

Биз ўз тадқиқотларимизда асосий объект сифатида Ўзбекистон Миллий университетини олганмиз. Таққослашни амалга ошириш мақсадида ушбу инсти-тутга яқин ҳудудда жойлашган Тошкент давлат техника университети ҳамда Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институтининг маълумотларидан фойдаландик.

Танлаб олинган фаолиятни бошқариш самарадорлиги бўйича 7 та, вазифаларни бошқариш самарадорлиги бўйича 9 та, натижаларни бошқариш бўйича 4 та, жами 20 та кўрсаткичнинг муҳимлилик даражасини аниқлашда экспертлар баҳоси усули қўлланилди. Экспертлар сифатида олий таълим тизимининг етакчи профессор-ўқитувчилари, ишлаб чиқариш корхоналарининг мутахассислари иштирок этди.

Таълим жараёнини ташкил этишда натижаларни бошқариш самарадорлиги интеграл кўрсаткичи бир қадар юқори бўлиб, у Ўзбекистон Миллий университети бўйича – 0,688 га; Тошкент давлат техника университети бўйича 0,693 га; Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти бўйича – 0,601 га тенг бўлган.

Шундай қилиб, ОТМ лар фаолиятини бошқариш самарадорлигини интеграл баҳолаш натижалари шуни кўрсатадики, ўрганилаётган Ўзбекистон Миллий университетида юқори малакали бозор талабига мос мутахассисларни тайёрлашда бошқарув механизмини такомиллаштириш талаб этилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Экономический анализ. – М.: Финансы и статистика, 2003 г. – 656 с.
2. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. – М: ИНФРА-М, 2005 г. – 724 с.
3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. В 2 т. / Пер. с англ. Т. 1 – Таллинн, 1993 г. – 400 с.
4. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело Лтд., 1993 г. – 829 с.
5. Шарифхўжаев М., Абдуллаев Ё. Менежмент: Дарслик. – Т.: Шарқ, 2002 й. – 704-б.
6. Ўлмасов А., Ваҳобов А.В. Иқтисодиёт назарияси: Дарслик. – Т.: “Шарқ” нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси Бош таҳририяти, 2014 й. – 480-б.
7. Пардаев М.Қ., Абдукаримов А. Корхонанинг иқтисодий салоҳияти таҳлили. – Сам. ИСИ, 2007 й. – 154-б.
8. Абдурахмонов К.Х. Меҳнат иқтисоди ва социологияси. – Т., 2004 й. – 215-б.
9. Ғуломов С.С. ва бошқ. Иқтисодиёт назарияси. – Т.: Молия, 2002 й. – 224-б.
10. Олий таълим (луғат-маълумотнома) / Саидов М.Х., Перегудов Л.В., Тоҳиров З.Т. – Т.: Молия, 2003 й. – 313-б.
11. Зайнутдинов Ш.Н., Очилов А.О. Олий таълим муассасаларини бошқариш самарадорлигини баҳолаш // Иқтисодиёт ва таълим, 2010 й. - №2. – 112-117-б.

Пахта тозалаш корхоналари ходимлари компетентлиги даражасини баҳолаш усулини такомиллаштириш Совершенствование метода оценки уровня компетентности сотрудников хлопкоочистительных предприятий Improvement of methods for assessing the level of competence of employees of cotton ginning plants

Насиба ОМОНОВА,
“Пахтасаноат илмий маркази” АЖ
мустақил изланувчиси.

Аннотация

Мақолада пахта тозалаш корхоналари ходимлари компетентлиги даражасини баҳолаш усулини такомиллаштириш масаласи ўрганилган.

В статье рассматривается вопрос совершенствования методики оценки уровня компетентности работников хлопкоочистительных заводов.

The article discusses the issue of improving the methodology for assessing the level of competence of workers in cotton ginning factories.

Инсон ресурсларини бошқаришни ривожлантиришнинг ҳозирги босқичида ходимларни бошқаришга компетентликка асосланган ёндашув асосан истиқболли ҳисобланади. 1970 йиллардан бошлаб ходимларни бошқариш амалиётида бу ёндашув самарали усул сифатида ходимларни танлаш, рағбатлантириш, ўқитиш ва ривожлантириш, баҳолаш жараёнларида қўлланилиб келинмоқда. 1959 йилда Р. Уайт томонидан яхши ишлаш билан чамбарчас боғлиқ бўлган қобилиятларни аниқлаш, таълимни ҳисобга олиш ва уни амалга ошириш учун ўқув жараёнида юқори мотивацияни шакллантириш учун “компетенция” атамаси амалиётга киритилган. Р. Уайт компетентликни “... шахснинг атроф-муҳит билан самарали алоқаси...” деб ҳисоблаган [1] ва “компетентлик мотивацияси” зарурлигини эътироф этган. “Компетентлик мотивацияси” ғояси Д. Макклелланд [2, 3] асарларида давом эттирилади. Унинг нуқтаи назаридан ақл эмас, компетентлик самарали ишлаш учун асосдир.

“Замонавий жамиятда компетентлик” асарида Ж. Равен “компетентлик” тушунчасини ташкил топган ҳодиса сифатида батафсил тушунтириб беради: “...кўпгина таркибий қисмлардан иборат ҳодисалар бир-биридан нисбатан мустақил, айрим таркибий қисмлари эса анча когнитив, бошқалари эса – эмоционал, бу компонентлар бир-бирини самарали хулқ-атвор компонентлари сифатида алмаштириши мумкин” [2,3,4].

“Компетентлик” тушунчаси инсон ва унинг салоҳиятидан кўра кўпроқ иш ва унинг натижаларига ишора қилади. Инсон ресурсларини бошқариш самарадорлигини ошириш учун ходимнинг қобилиятларини унинг таркибига киритиш жуда муҳимдир. Компетентликдан фарқи ўлароқ, “қобилият” тушунчаси энди ишлаш учун эмас, балки инсонга нисбатан қўлланилади.

Бу ерда касбий стандартлар муҳим роль ўйнайди – меҳнат фаолиятининг айрим турларини бажариш учун зарур бўлган малакаларга қўйиладиган талаб-

Калит сўзлар: пахта тозлаш корхонаси, ходим, компетентлик, компетентлик даражасини баҳолаш, такомиллаштириш.

лар ҳақида тизимли равишда долзарб маълумот берувчи ҳужжатларнинг янги тури [5].

Иш жараёнини самарали ташкил этиш учун касбий стандартлар иш стандартлари сифатида эмас, балки иш жараёни мақсадига эришишни таъминлайдиган меҳнат вазифалари рўйхати ва тавсифини ўз ичига олган касбий фаолият стандартлари сифатида ишлаб чиқиши керак. Бундай ёндашув касбий стандартда баён этилган меҳнат вазифаларидан мутахассиснинг иш вазифаларини “тўплаш” имконини беради. Шунингдек, малака ошириш ва касб-ҳунар ривожлантиришни режалаштириш, таълим кадрларини тайёрлаш ва малакасини ошириш, тегишли амалиётга йўналтирилган дастурларни ишлаб чиқиш ва малака ошириш вазифаларини ҳал этиш янада қулайдир.

Компетентлик ёндашуви соҳасидаги тадқиқотлар шуни кўрсатдики, компетентлик моделлари ва шу пайтгача қўлланилган малака баҳолаш моделлари бир-бирига зид келиши мумкин, демак, алоҳида ходимларни иш билан таъминлашга таҳдидлар ортиб бормоқда.

Компетентлик ёндашувининг Франция моделлари Америка ва Буюк Британияда ишлатиладиган моделлар ўртасида деган фикрни келтириб чиқаради, чунки, улар вазифавий ва хулқ-атвор малакаларининг аналогларидан фойдаланадилар. Француз модели қуйидаги тузилишга эга: тажриба, билим ва хулқ-атвор хусусиятлари.

Пахта тозалаш технологияси бўйича мутахассислар компетентлигининг даражаси алоҳида баҳоланмасада, аммо мутахассисларни ишга қабул қилиш, уларни аттестациядан ўтказишда ходимлар малакасини баҳолаш учун сўров тузилган интервью ва ишчи гуруҳлар усулидан фойдаланишади.

Тузилган интервью усулида суҳбатнинг мақсади ходимларнинг асосий ишлаш кўрсаткичлари доирасини аниқлаш ва кейинчалик турли даражадаги компетентларга эга бўлган ходимларни ажратиш тарафидан хулқ-атвор хусусиятларини таҳлил қилишдир. Тузилган интервью усулидаги асосий саволлар самарали ишлашга олиб келиши ёки келмаслиги мумкин бўлган хатти-ҳаракатларнинг ижобий ва салбий кўрсаткичлари билан боғлиқ. Таҳлил қилиниши мумкин бўлган хулқ-атвор кўрсаткичлари рўйхати: билим алмашиш истаги, мослаштириш ва ўзгаришлар билан енгиш учун қобилияти, ахборот

узатиш қобилияти, шахслараро муносабатлар ва натижаларга таъсир каби саволларни қамраб олади.

Ишчи гуруҳлар – зарур билимга ва тажрибага эга бўлган кишилардан ташкил топади. Ишчи гуруҳнинг мақсади ташкилотдаги компетентларнинг асосий жиҳатларини таҳлил қилиш, сўнгра ходимларнинг ўз ишларида бажарадиган асосий ҳаракатларини кўриб чиқишдан иборат. Сўнгра ишчи гуруҳ бошқа шахслар ёрдамида рўйхатни таҳлил қилади ва ундан ҳақиқий хулқ-атвор бўйича белгиланган бир қатор компетентлар рўйхатини тузади.

Ушбу ёндашувларнинг камчиликлари шундан иборатки, у экспертнинг ва ишчи гуруҳнинг ходимлардан ахборот олиш қобилиятига таянади, бу субъектив фикрга сабаб бўлиши мумкин.

Шунинг учун биз пахта тозалаш корхоналари ходимлари компетентлиги даражасини баҳолаш учун замонавий усуллардан бири саналган – “Ассисмент-марказ” усулини таклиф этамиз.

“Ассисмент-марказ” – касбий фаолиятда салоҳиятли муваффақиятни диагностика қилишнинг мураккаб усули, жумладан, турли хусусий усуллар мажмуи бўлиб, унинг асосини кузатувчилар (экспертлар) гуруҳи иштирокчиларининг хатти-ҳаракатларини баҳолаш ташкил этади.

“Ассисмент-марказ” усулининг ўзига хос хусусиятлари: салоҳиятли муваффақиятни баҳолаш; компетентлигига кўра баҳолаш (хулқ-атвор кўрсаткичларининг мавжудлиги); унинг намуналари мажмуи билан хулқ-атворларни қиёсий баҳолаш; хусусий усуллари мавжудлиги (машқларни моделлаштириш, интервью, малака тестлари, анкеталар); ҳар бир компетентликни баҳолаш камида икки экспертлар материалларига асосланган бўлиши керак; якуний баҳолаш экспертлар гуруҳи билан келишилган ёки ўртача статистик тартиби ёрдамида олинган бўлиши керак (интеграл кўрсаткични ҳисоблаш).

Пахта тозалаш корхонасидаги “Ассисмент-марказ” усулини тадқиқ қилиш жараёнида менежмент самарадорлиги матрицаси олинди. Касбий фаолият диагностикаси натижалари бўйича маълумотлар 1-чизмада келтирилган.

Натижалар шуни кўрсатадики, респондентларнинг 23,4 фоиз (квадрат А) юқори даражадаги бошқарув самарадорлиги ва ривожланиш салоҳиятига эга.

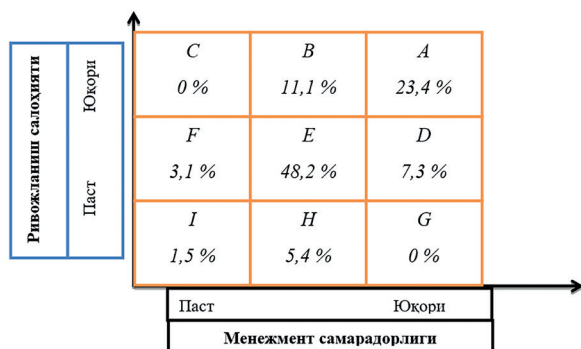
В квадрант ривожланишнинг юқори салоҳияти ва ўз-ўзини ривожлантириш истаги билан ажралиб туради. Бу менежерлар ва мутахассисларнинг тоифаси бўлиб, улар биринчи навбатда уларнинг марта-

ба ўсишини таъминлаш ва режалаштиришга йўналтирилиши керак.

Респондентларнинг катта қисми Е квадрантда (48,2 %) бўлиб, уларнинг эгаллаган лавозими ҳозирги ҳолатига мос келишини кўрсатади.

Н квадранти (5,4%) “бу ерда ва ҳозир” тамойили билан респондентлар тоифасини кўрсатади; улар ўзларининг ривожланиш учун қўшимча саъй-ҳаракатларни амалга оширмайдилар.

Бошқарув фаолиятининг паст даражаси ва ривожланиш салоҳиятига эга бўлмаган I квадрантдаги баҳолаш қатнашчиларига алоҳида эътибор бериш керак. Бундай респондентлар муайян бошқарув ёки касбий компетентликка эга бўлмаса, ўзларини муваффақиятли менежер ёки мутахассис сифатида тушунишини қийинлаштиради.



1-чизма. Раҳбар ва мутахассислар учун самардорлик матрицаси.

Манба: муаллиф ишланмаси.

Менежерларни баҳолаш бўйича “ассисмент-мар-

1-жадвал.

Компетентликни баҳолаш натижалари

Компетентлик	Компетентлик бўйича ўртача балл	Ривожланиш салоҳияти
Ривожланиш қобилияти	1,28	1,26
Натижаларга мақсадни қаратиш	1,25	
		Менежер самардорлиги
Иш жараёнини ташкил этиш	1,22	1,20
Етакчилик бошқарув услуби сифатида	1,12	
Тизимлари фикрлаш	1,17	
Ходимларни ривожлантириш	1,23	
Корхонада жамоавий ишлашни таъминлаш	1,28	
Умумий ўртача балл	1,23	

Манба: муаллиф томонидан ҳисобланган.

каз” усулидан фойдаланиш бошқарув компетентларининг ташкилот, унинг мақсадлари, стратегияси ва корпоратив маданият талабларига мувофиқлиги даражасини аниқлаш имконини берди (1-жадвал).

Шундай қилиб, таълим ва касбий стандартларни ишлаб чиқишда компетентликка асосланган ёндашувга ўтиш ўз вақтидаги зарур иш саналади, чунки иш жойининг мувофиқлиги сифатини комплекс баҳолаш фақат танланган касбий фаолият соҳасидаги мутахассиснинг компетентлигини аниқлаш орқали амалга оширилиши мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. White, R.W. Motivation reconsidered: The concept of competence [Text] / R.W. White // Psychological review. – 1959. – № 66. – P. 297-333.
2. Чуланова О.Л. Эволюция развития компетентностного подхода в управлении персоналом / О.Л. Чуланова // Современные проблемы социального и экономического управления : сб. науч. тр. – Вып. 5 / Сургут. гос. ун-т ХМАО – Югры. – Сургут : ИЦ СурГУ, 2012 г. – С. 192–206.
3. Чуланова О. Л. Формирование и развитие компетентностного подхода в работе с персоналом: теория, методология, практика : дисс. ... на соиск. уч. ст. д-ра эконом. наук : 08.00.05 / Чуланова Оксана Леонидовна. – М., 2014 г. – 339 с.
4. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация / Дж. Равен; пер. с англ. – М. : Когито-Центр, 2002 г. – 396 с.
5. Профессиональный стандарт. Специалист по логистике на транспорте: приказ Минсоцзащиты РФ от 08.09.2014 г. № 616н. Режим доступа: <http://base.garant.ru/70753334>.

Пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизмини такомиллаштириш Совершенствование экономических механизмов реализации стратегии роста хлопкоочистительных предприятий Improvement of economic mechanisms of implementation of the growth strategy of cotton-cleaning enterprises

Шерзод МАРДОНОВ,
“Пахтасаноат илмий маркази” АЖ
мустақил изланувчиси.

Аннотация

Мақолада пахта тозалаш корхоналарининг келгусида ўсиш маркетинг стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштириш масаласи ўрганилган.

В статье рассматривается вопрос совершенствования экономических механизмов реализации перспективных маркетинговых стратегий роста хлопкоочистительных предприятий.

The article considers the issue of improving economic mechanisms for the implementation of promising marketing strategies for the growth of ginning enterprises.

Маркетингнинг асосий вазифаларидан бири – бу корхоналарнинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва уни амалаётга татбиқ этиш тактик масалаларини муваффақиятли ҳал этиш йўллари излаб топиш саналади.

Маркетинг стратегияси масаласи хорижлик ва республикамиз олимлари томонидан кенг тарзда ўрганилган [1]. Хусусан, маркетинг соҳасидаги йирик олимлардан бири Ф. Котлер “мақсадлар – ривожланиш йўналишлари бўлиб, улар маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёнида ифодаланади, стратегия эса уларга эришиш режасидир”, деб ҳисоблайди [2]. Д.Ж. Скалли “маркетинг стратегияси – барқарор рақобатли устунликларни эгаллашга қаратилган ва мувофиқлаштирилган ҳаракатлардир” деб ҳисоблайди [3]. Хоффер ва Шенделларнинг фикрича эса, “стратегия – бу корхонанинг ўз олдига қўйган мақсадлари ва вазифалари ўртасидаги асосий алоқадир” [4].

Иқтисодчи олимларимиздан М.Р. Болтабоев маркетинг стратегиясининг таърифига узоқ муддатли мақсадларини ифодалаш ва мавжуд ресурсларини очилиётган

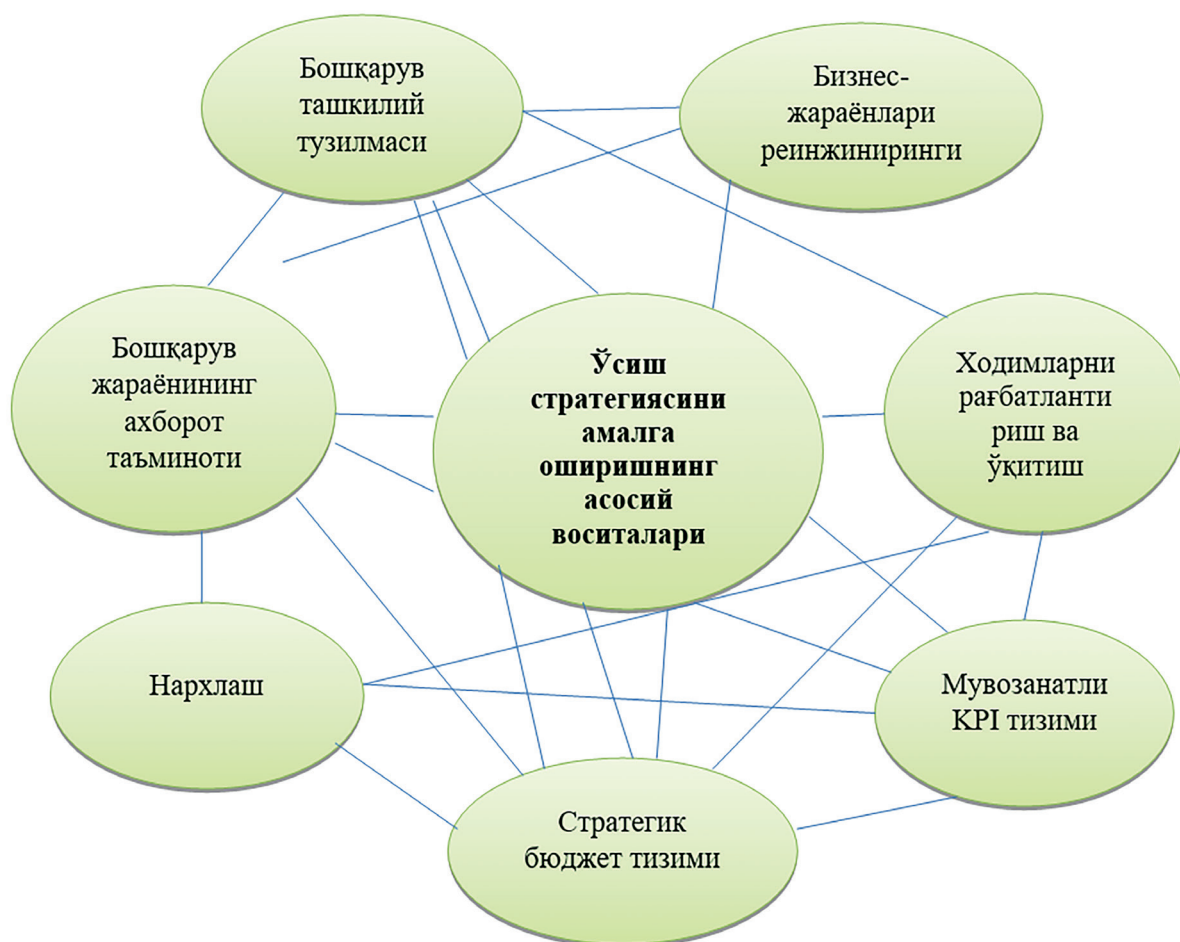
имкониятлар билан таққослаб кўриш йўли билан ишлаб чиқаришни стратегик режалаштириш жараёни сифатида ёндашади [5].

Шуни ҳам таъкидлаш лозимки, иқтисодий адабиётларда пахта тозалаш тармоғи фаолиятини ташкил этиш учун у ёки бу бошқарув концепцияларини қўллаш зарурлигини асослаш ҳақидаги тадқиқот натижалари етарлича баён этилмаган. Пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш самарадорлиги ва натижадорлигига таъсир этувчи барча муҳим омилларни ҳисобга оладиган услубий қоидалар етарли даражада ишлаб чиқилмаган.

Пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш учун ички корхона иқтисодий механизмини шакллантириш услуби тизимли-интеграллашган бошқариш концепциясига, шунингдек, уларнинг инвестиция салоҳиятини чеклаш республикамиз пахта тозалаш корхоналари стратегик бошқарув амалиёти муаммоларининг таҳлил натижаларига асосланган.

Пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизмини шакллантириш қуйидаги илмий муаммоларни ҳал этишни талаб

Калит сўзлар: маркетинг, маркетинг стратегияси, ўсиш стратегияси, иқтисодий механизм.



1-чизма. Пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш учун иқтисодий механизмнинг таянч таркибий қисмлари муносабатлари.

Манба: муаллиф ишланмаси.

қилади:

- 1) стратегияни амалга оширишнинг асосий воситаларини аниқлаш;
- 2) корхонанинг бошқарув тизимида уларнинг ўзаро боғлиқ мувозанатли тарзда фойдаланишини таъминлаш;
- 3) ўсиш стратегияси мақсадларига эришишга уларнинг қаратилганлигини таъминлаш.

Пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишни бошқаришнинг ички иқтисодий механизми асосини пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш учун улардан фойдаланиш мезонларига кўра танланган унинг таркибий қисмлари – аналитик бошқарув воситалари муносабатлари ташкил этади.

Биз ўз тадқиқотларимизда “7С” модели асосида пахта тозалаш корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизми воситаларини табақалаштириш ва танлаш усули такомиллаштирдик.

Иқтисодий механизми услубий воситалари “7С” модели асосида қуйидаги ўзаро боғлиқ элементлар кўринишида

бир-биридан фарқланади (1-чизма):

- баланслаштирилган кўрсаткичлар тизими;
- стратегик бюджет тизими;
- корхона бошқарувида жараён ёндашуви;
- бошқарувнинг “товар-бозор” ташкилий тузилмаси;
- бошқарув қарорларини қабул қилиш учун ахборотни қўллаб-қувватлаш тизими;
- нархлаш учун маржинал-иқтисодий ёндашув;
- корхона ходимларида стратегик мақсадларга эришиш даражасини баҳолаш, ўқитиш ва стратегик фикрлашни шакллантириш кўрсаткичларига асосланган кадрлар мотивацияси тизими.

Белгилар: КРІ – фаолият таянч кўрсаткичлари (Инглизча Key Performance Indicators иборасидан таржима қилинган).

Фикримизча, ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизми бошқарувнинг оператив даражасида мақсадларнинг (сотиш ҳажми, фойда, инвестицион салоҳиятни рўёбга чиқариш, ўсиш активларини яратиш ва

бошқаларни) амалиётда намоён бўлишини таъминлайди ва уларнинг эришилганлик даражасини назорат қилади. Ушбу механизмнинг самарали узлуксиз ишлашини таъминлаш ва ўсиш стратегиясини амалга ошириш муаммосини ҳал қилишнинг энг яхши усули бу борада янги стратегик аҳамиятга эга бўлган иқтисодий қўшилган қиймат (EVA) кўрсаткичидир.

Таққиқот давомида ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизми тузилиши шакллантирилди. Механизмнинг таъсири объекта – пахта тозалаш корхонасининг ўсиш омилларига, таъсир усуллари эса бошқарув воситалари – механизмнинг таркибий қисмларига йўналтирилади.

Иқтисодий механизмнинг ҳаракати менежерлар (ёки қарор қабул қилувчи шахс) томонидан бошқарувга таъсир кўрсатади. Улар, ўз навбатида, бу жараёнда ахборот оқимлари асосида ҳисобот шаклидаги маълумотлардан фойдаланиб, муайян мезонлар бўйича – асосий таянч кўрсаткичларнинг мақсадли қийматлари – уларнинг мотивациясини аниқлайдиган ўсиш драйверлари (KPI)га таянади. Стратегик бюджетлаштириш тўрт стратегик истиқболлари бўйича шакллантирилган баланслаштирилган кўрсаткичлар тизими доирасида муайян KPIнинг аниқ қийматлари ва тактик ҳамда кундалик бошқарув даражаларига, мониторинг олиб бориш, тафовутларни таҳлил қилиш ва ўсиш стратегиясини амалга ошириш жараёнига зарур ўзгаришлар қилишга имконият яратади. Бу жараён стратегик мақсадларга эришилгунга қадар такрорланиб туради.

Тақдим этилган иқтисодий механизм корхонанинг инвестицион салоҳиятини шакллантириш ва ундан фойдаланиш даражасини ошириш ҳамда пахта тозалаш корхонасининг самарали иқтисодий ўсишини таъминлаш имконини тақдим этади.

Биз томондан қийматларни максималлаштиришга асосланган менежментга амалий ёндашувларни ишлаб чиқиш мақсадида пахта тозалаш корхонасининг бошқарув тизимида ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизмининг амалга оширишнинг услубий қоидалари ишлаб чиқилди. Юқорида қайд этилган вазибаларнинг ҳар бир блок тузилиши тартиблаштирилиши, муаммони аниқлаш, уни ҳал қилиш йўллари (“йўл харитаси”, яъни ҳозирги кундан бошлаб чора-тадбирларни амалга ошириш йўли билан

келажакни кўришгача) ва натижалар аниқланган бўлиши лозим. Бундай ёндашув билан ташкилотнинг самарали ривожланиши, биринчи навбатда, мунтазам мониторингнинг амалга ошириш, натижаларни баҳолаш, эришилган натижаларни таҳлил қилиш ва стратегияни ўзгартириш орқали амалга оширилади.

Таққиқот жараёнида пахтачилик маҳсулотлари бозорининг муайян улушини таъминлаш учун зарур бўлган савдо ҳажмини ошириш стратегик мақсадига эришиш учун пахта тозалаш корхонаси учта соҳада концентрик ўсиш маркетинг стратегиясини амалга ошириши лозимлиги аниқланди:

а) бозор мавқеини мустаҳкамлаш (бир хил маҳсулот билан бир хил бозор): пахта тозалаш корхонасининг мавжуд бозордаги рақобатбардошлигини ошириш, янги мижозларни қидириш ва жалб қилиш;

б) бозорни ривожлантириш (шу маҳсулот учун янги бозор): республикамиз ва хорижда маҳсулотни сотиш географиясини кенгайтириш;

в) маҳсулот ишлаб чиқиш (шу бозорда янги маҳсулот): диверсификация сиёсатини амалга ошириш орқали яқин вақт оралиғида нотўқима мато ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш ва кичик тикувчилик цехини ташкил этиш.

Кўп вариантли ҳисоб-китоблар натижаларига асосланиб, пахта тозалаш корхонасининг иқтисодий ўсишини молиялаштиришнинг ўз ички манбаларидан (қайта инвестицияланган соф фойда ва амортизация), шунингдек, ўз ва қарз маблағларини жалб қилиш ва “эришиш мумкин бўлган” иқтисодий ўсиш моделини танлаш мақсадга мувофиқдир.

Таққиқот доирасида пахта тозалаш корхоналари ривож ўсиш маркетинг стратегиясини амалга оширишнинг якуний босқичда ички ходимларни ўқитиш тадбирлари амалга оширилди. Пахта тозалаш корхонаси ходимлари ўртасида стратегик фикрлашни шакллантириш мақсадида, корхонанинг барча бошқарув даражаларидаги менежерлари ва асосий ходимлари учун пахта тозалаш корхонаси фаолиятида ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизмининг жорий этиш бўйича семинар-тренинг ташкил этилди. Бу эса корхона бошқарув тизимида ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг кўриб чиқилган иқтисодий механизмининг амалга ошириш самарадорлигини ошириш имконини берди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Shalender, K., Yadav, R.K. Strategic Flexibility, Manager Personality, and Firm Performance: The Case of Indian Automobile Industry // Global Journal of Flexible Systems Management, 2019. - № 20(1), с. 77-90.
2. Основы маркетинга / Филип Котлер и др.; Гл. ред. С.Н. Тригуб; Пер. с англ. 4-е европ. изд. – М.[и др.]: «Вильямс», 2007 г. – 332 с.
3. Инновационный менеджмент: учебник / Под ред. Проф. А.И.Чулока. – М.: УРАО, 2000 г. – 534 с.
4. Hoffer C.W. and Shendel D. Strategy Formulation: Analytical Concepts. St. Paul, MN: West Publishing Company, 1978.
5. Болтабоев М.Р. Тўқимачилик саноатида маркетинг стратегияси. Монография. – Т.: ФАН, 2004 г. – 223 б.

Тўқимачилик корхоналарида маркетинг бошқарувининг самарадорлигини баҳолаш усулини такомиллаштириш Совершенствование метода оценки эффективности маркетингового управления на текстильных предприятиях Improvement of the method for estimating the efficiency of marketing management at textile enterprises

Музаффаржон АКБАРОВ,
Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти
мустақил изланувчиси.

Аннотация

Мақолада Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати корхоналарида маркетинг бошқаруви самарадорлигини баҳолаш усулини такомиллаштириш масаласи ўрганилган.

В статье рассматривается вопрос совершенствования методики оценки эффективности маркетингового управления на предприятиях текстильной промышленности Республики Узбекистан.

The article examines the issue of improving the method of assessing the effectiveness of marketing management in the textile industry of the Republic of Uzbekistan.

Тўқимачилик корхоналари маркетинг фаолияти натижадорлигини баҳолаш натижасида ушбу фаолиятни яхшилаш натижасида корхона пировард мақсадларига эришишидаги фойдаланилмаётган имкониятларни излаб топиш мумкин бўлади. Шуни таъкидлаш лозимки, маркетинг фаолияти натижадорлигининг оширишида тўқимачилик корхонасидаги мавжуд бошқарув тизимида маркетинг бошқарувининг самарали ташкил этилганлиги, ушбу фаолиятнинг танланган стратегик мақсадларни амалга оширишга мослиги, ташкилий тузилманинг такомиллашганлиги, ушбу ташкилий тузилмада маркетинг хизматининг мавқеи масаласи кабилар муҳим роль эгаллайди.

Корхоналарда маркетинг бошқаруви самарадорлигини баҳолашда олимлар томонидан бир қанча йўналишда тадқиқотлар олиб борилган [1,2]. Хусусан, тўқимачилик корхоналарида маркетинг бошқаруви масаласи Н. Турсунов

томонидан амалга оширилган. Муаллиф ҳамда Б.А. Соловьев томонидан ишлаб чиқилган ва В. Похомов ҳамда И. Пономаренко томонидан такомиллаштирилган услубга кўра тўқимачилик корхоналари маркетинг фаолиятини бошқариш самарадорлиги баҳоланган. Шунингдек, А. Тиллаходжаев томонидан ҳам тўқимачилик корхоналари рақобатбардошлигини ошириш масаласини ўрганиш жараёнида тўқимачилик корхоналарида маркетинг бошқаруви ҳолати ўрганилган.

Маркетинг самарадорлиги омилларини тавсифлашга энг комплексли ёндашув Б.А. Соловьев томонидан таклиф этилган корхоналар маркетингини бошқариш тизими концепциясида мавжуд [3].

Ушбу концепцияга мувофиқ маркетинг бошқаруви самарадорлигини маркетинг бошқаруви учта даражаси (кўрсаткичи) самарадорлиги сифатида кўриб чиқиш зарур:

Калит сўзлар: маркетинг, маркетинг бошқаруви, самарадорлик, баҳолаш.

$$\mathcal{E}(\mathcal{BC}) = f(\mathcal{E}(\mathcal{FB}), \mathcal{E}(\mathcal{BB}), \mathcal{E}(\mathcal{TB})) \quad (1)$$

Бизнингча, Б.А. Соловьев маркетинг бошқаруви тизимининг таркибий тузилмасини етарли даражада тўлиқ тавсифлаб, шу билан бир пайтда уни узи-кечил таркиблантирмаган ва унинг самарадорлигини баҳолаш услубиятини таклиф этмаган. Саноат корхонаси маркетинг бошқаруви тизими самарадорлигини баҳолаш услубияти В. Похабов ва И. Пономаренко томонидан юқорида баён қилинган таркиб асосида ишлаб чиқилган. Шу боисдан, биз томондан тўқимачилик корхоналарида маркетинг бошқариш самарадорлигини баҳолаш учун ишлаб чиқилган маркетинг натижадорлиги интеграл кўрсаткичини ушбу услуб таркибига киритишни лозим топдик. У ҳолда тўқимачилик корхоналарида маркетинг бошқариш самарадорлиги қуйидаги тўрт даража (кўрсаткич)ли самарадор сифатида баҳоланади (1-жадвал).

$$\mathcal{E}(\mathcal{BC}) = f(\mathcal{E}(\mathcal{FB}), \mathcal{E}(\mathcal{BB}), \mathcal{E}(\mathcal{TB}), \mathcal{E}(\mathcal{MH})) \quad (2)$$

Ушбу корхоналарда маркетинг бошқаруви самарадорлигини баҳолаш экспертлар сўрови асосида амалга оширилган ва натижалар 3-жадвалда келтирилган.

Маркетинг бошқаруви тизимини баҳолаш тўртта тўқимачилик корхоналари – “Fargona ipak silk” МЧЖ, “Nurli tong silk” МЧЖ, “Yodgorlik” ХК, “Fer. Silk texnoteks” МЧЖда ўтказилди.

“Yodgorlik” ХК ва “Fer. Silk texnoteks” МЧЖ тўқимачилик корхоналари шу билан фарқланадики, маркетинг тадқиқотлари асосида улар маркетинг муҳитининг амалда барча омилларини, систематик равишда ўрганадилар. Мос равишда, бу корхоналарнинг товар, нарх, сотув ва коммуникация сиёсати бозор талаблари, харидорлар талаблари асосида шаклланади.

Шу сабабли, тўқимачилик корхоналарида функцияни бошқариш самарадорлиги максимал бўлади. “Fargona ipak silk” МЧЖ ва “Nurli tong silk” МЧЖ корхоналари маркетинг тадқиқотлари тизимини баҳолаш ўртача кўрсаткичига эга, чунки, улар маркетинг таҳлилининг барча соҳа-

1-жадвал.

Корхоналарда маркетинг бошқаруви самарадорлигини аниқлашнинг тўрт омилли модели

Маркетинг самарадорлигини бошқариш															
Фаолиятни бошқариш самарадорлиги				Функцияни бошқариш самарадорлиги				Талабни бошқариш самарадорлиги				Натижадорликни бошқариш самарадорлиги			
$\mathcal{E}(\mathcal{P}_v)$	$\mathcal{E}(\mathcal{P}_n)$	$\mathcal{E}(\mathcal{B})$	$\mathcal{E}(\mathcal{C}_o)$	$\mathcal{E}(\mathcal{P})$	$\mathcal{E}(\mathcal{O})$	$\mathcal{E}(\mathcal{M})$	$\mathcal{E}(\mathcal{K})$	$\mathcal{E}(\mathcal{Y}_t)$	$\mathcal{E}(\mathcal{Y}_{cb})$	$\mathcal{E}(\mathcal{Y}_c)$	$\mathcal{E}(\mathcal{Y}_k)$	$\mathcal{E}(\mathcal{Y}_t)$	$\mathcal{E}(\mathcal{Y}_k)$	$\mathcal{E}(\mathcal{Y}_n)$	$\mathcal{E}(\mathcal{Y}_{nn})$

Манба: муаллиф ишланмаси.

Тадқиқот ишида маркетинг бошқаруви самарадорлигини ўрганишнинг омилли усули Ўзбекистон тўқимачилик саноати қатор корхоналарида маркетинг бошқаруви даражасини баҳолашга асос қилиб олинган. Бунда таҳлил маркетинг бошқаруви тизимининг ҳар бир таркибий қисми бўйича амалга оширилган (2-жадвал).

“Ўзтўқимачиликсаноат” уюшмаси корхоналарида товарларни бошқаришни турли хизматлар, хусусан: инвестициялар бўлими ва ташқи алоқалар бўлими, сотув ҳамда экспорт бўлими, молиявий режалаштириш бўлими ва маркетинг хизматлари амалга оширади. Ушбу бўлимлар ходимлари мунтазам асосда чиқарилаётган маҳсулот экспорти, унинг сифат кўрсаткичларини яхшилаш, ассортимент ва номенклатуранинг кенгайтириш имкониятларини таҳлил қилади.

ларини қамраб олмайди ва тизимли характерга эга эмас. Амалда янги ва самаралироқ сотув каналларини излаб топиш тизими мавжуд эмас. Нарх шакллантириш усулини танлаш бозор талабига боғлиқ, бироқ бунда рақобатчилар олдидаги устунлик ва камчиликлар ҳисобга олинмайди.

Амалда янги ва самаралироқ сотув каналларини излаб топиш тизими мавжуд эмас. Нарх шакллантириш усулини танлаш бозор талабига боғлиқ, бироқ бунда рақобатчилар олдидаги на устунлик ва на камчиликлар ҳисобга олинмайди. Принципиал равишда коммуникация сиёсати маркетинг йўналишига эга.

Бизнингча, мазкур услубият бир қатор масалаларни ҳал этишга имкон беради: биринчидан, тўқимачилик корхонасини бошқариш жараёнининг маркетинг таркибий қисмини ўрганиш;

Тўқимачилик корхоналарида маркетингни бошқариш самарадорлигини баҳолаш тизими

Фаолиятни бошқариш самарадорлиги	Раҳбариятнинг бозорга йўналганлиги	– раҳбариятнинг истеъмолчилар эҳтиёжларига йўналганлиги; – раҳбариятнинг ҳаракатлик ва маълумот даражаси; – раҳбариятнинг рискни қабул қилиш даражаси.
	Персоналнинг бозорга йўналганлиги	– номаркетинг бўлинмаларининг маркетингга муносабати; – жамоадаги ўзгаришларга тайёрлик; – “Корпоратив руҳ” мавжудлиги.
	Раҳбарият ва персоналнинг ўзаро алоқалари	Бошқарув ишларининг нобошқарув ишларидан узоқлик даражаси; ваколатларни бериш; қарорлар қабул қилиш жараёни.
	Бошқарув тизимининг ташқи муҳит учун очиқлик даражаси	“Ишлаб чиқариш-истеъмол” занжиридаги устуворликларнинг тақсимланиши
Функцияни бошқариш самарадорлиги	Режалаштириш	– стратегик режалаштириш тизимининг мавжудлиги; – маркетинг тадқиқотлари йўналишлари; – маркетинг тадқиқотлари ўтказиш тезлиги; – маркетингни режалаштиришда комплексли ёндашувдан фойдаланиш; – маркетинг ахборот тизимининг фаолият кўрсатиши.
	Ташкил қилиш	– маркетинг хизмати расмий структураси; – психологик муҳит; – маркетинг хизмати ходимларининг сифат таркиби; – маркетинг хизматида ишларни мувофиқлаштириш; – маркетинг хизматининг бошқа бўлинмалар билан алоқалари.
	Мотивация	– маркетинг хизмати ходимларини рағбатлантириш даражаси; – ташкилот қадриятлари ва ходимларнинг шахсий қадриятлари бир-бирига мувофиқлиги.
	Назорат	– маркетинг фаолияти самарадорлиги мезонларининг аниқлиги; – назоратни амалга оширишнинг мунтазамлиги.
Талабни бошқариш самарадорлиги	Товарни бошқариш	– янги товарлар ишлаб чиқариш; – ассортиментни шакллантириш.
	Сотувни бошқариш	Янги сотув каналлари излаб топиш тизимининг мавжудлиги.
	Нархни бошқариш	Нарх шакллантириш усуллари; нархларни рангларга ажратиш.
	Коммуникацияларни бошқариш	Фойдаланиладиган коммуникация усуллари; коммуникациялар мақсадлари.
Маркетинг натижадорлигини бошқариш самарадорлиги	Молиявий фаолият натижасини бошқариш	Молиявий барқарорлик коэффициенти: – 0-0,3 бўлганда; – 0,31-0,55 бўлганда; – 0,56 ва ундан юқори бўлганда.
	Персонални бошқариш	– маркетинг бўлими ходимларининг малака ошириш даражаси; – маркетинг бўлими ходимларининг компетентлик даражаси.
	Корхонанинг динамик ривожланишини баҳолаш	Сотиш рентабеллиги кўрсаткичининг ўсиш даражаси: – бўлмаганда; – 3-4 фоиз бўлганда; – 4,1 фоиздан юқори бўлганда.
	Ички бизнес-жараёнлар ўзгаришига маркетинг тузилмаси мослигини ўрганиш	– мавжуд ички бизнес-жараёнларига маркетинг хизмати мослиги; – ички бизнес-жараёнлари ўзгаришига маркетинг хизмати мослиги.

Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

иккинчидан, тармоқ, минтақа ва ҳ.к.да тенденцияларни комплексли ўрганишда маркетинг бошқаруви ҳолатини аниқлаш; учинчидан, рақобатбардошлик ва маркетинг бошқарувида ҳал

этилиши лозим бўлган муаммоларни аниқ ажратиш ҳамда ифодалаш; тўртинчидан, бутун тўқимачилик корхоналари персонали тушуниши учун очиқ бўлган натижалар бериш. Тадқиқот

Тўқимачилик корхоналари бўйича маркетинг бошқарув тизими самарадорлиги кўрсаткичлари

Кўрсаткич номи		Fargona ipak silk	Nurli tong silk	Yodgorlik	Fer. Silk texnoteks
Э (ФБ)	Балл	3,7	4,8	5,4	6,8
	Коэффициент	0,41	0,53	0,60	0,76
Э (ВБ)	Балл	1,6	3,4	8,1	9,25
	Коэффициент	0,16	0,31	0,74	0,84
Э (ТБ)	Балл	1,5	2,4	3,1	3,2
	Коэффициент	0,38	0,60	0,78	0,80
Э (МН)	Балл	1,6	1,8	2,7	3,6
	Коэффициент	0,40	0,45	0,68	0,90
Э (БС)	Балл	10,8	12,4	19,3	22,85
	Коэффициент	0,39	0,44	0,69	0,82

Манба: муаллиф томонидан амалга оширилган ҳисоб-китоблар асосида тузилган.

ишида маркетинг бошқаруви самарадорлигини ўрганишнинг омилли усули Ўзбекистон тўқимачилик саноати қатор корхоналарида маркетинг бошқаруви даражасини баҳолашга асос қилиб

олинган. Бунда таҳлил маркетинг бошқаруви тизимининг ҳар бир таркибий қисми бўйича амалга оширилган.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Drucker P, Management: Tasks, Responsibilitices, Practices. New York: Harper & Row. 1973. PP. 64-65.
2. Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: учеб. для магистров. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012 г.
3. Соловьев Б.А. Управление маркетингом: 17-модульная программа для менеджеров “Управление развитием организации”. Модуль 13. - М.: ИНФРА-М, 1999 г. - с. 8.

Тўқимачилик корхоналари фаолияти самарадорлигини бошқариш технологиясини такомиллаштириш Совершенствование технологии управления эффективностью деятельности текстильных предприятий Improvement of technology of management of efficiency of activity of textile enterprises

Феруза АЗИМОВА,
Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат
институтини мустақил изланувчиси.

Аннотация

Мақолада бошқарувнинг замонавий технологияларини қўллаш асосида тўқимачилик корхоналари фаолияти самарадорлигини бошқаришни такомиллаштириш масалалари ўрганилган.

В статье рассматриваются вопросы совершенствования управления эффективностью текстильных предприятий на основе использования современных технологий управления.

The article considers the issues of improving the efficiency management of textile enterprises based on the use of modern management technologies.

Кўплаб илмий тадқиқот ишларида бошқарув масаласи атрофлича ўрганилган. Америкалик олимлар М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурилар бошқарувга вазилавий хусусиятлардан келиб чиқиб, қуйидагича таъриф берадилар: “Бошқариш – бу ташкилот мақсадини аниқлаш ва унга эришиш учун зарур жараёнларни режалаштириш, такомиллаштириш, фаоллаштириш ва назоратдир”, “Бошқариш – мақсадга эришишни таъминлашга йўналтирилган режалаштириш, ташкил этиш, раҳбарлик қилиш, ташкилот ходимларини назорат қилиш жараёндир” [1].

П.Ф. Друкер менежмент соҳасида бир қанча муҳим ғояларни илгари суриб, унинг таърифига кўра: “Бошқариш – бу тармоқ жамоа фаолиятини мақсадли йўналтириш ва гуруҳ меҳнатининг унумли бўлишига эришишдир. Бошқариш ижтимоий ўзгаришларни рағбатлантирувчи элемент ва нуфузли ижтимоий ўзгаришлар намунасидир” [2].

Бу соҳадаги олиб борилган илмий-тадқиқот ишлари натижаларига таянсақ, бошқарув – бу корхона фаолиятини доимий равишда изга солиб туриш, уни келгусида ривожлантириш борасига оид қарорлар қабул қилиш ва уларнинг ижросини назорат қилишни амалга оширувчи бўгин ҳисобланади.

Бошқариш эса, корхона фаолиятининг алоҳида йўналишлари (ишлаб чиқариш, сотиш, ривожлантириш)да самарадорликни таъминлаш борасидаги услуб ва воситалари йиғиндисидир.

Бугунги кунда менежментда энг илғор ғоя – фаолият самарадорлигини бошқариш Performance Management (PM) саналади. PMнинг асосий ғояси – компанияни бутунлича бошқариш қобилиятидир. PMнинг асосий элементлари – мақсадларнинг “дарахти”ни қуриш, масъулиятни белгилаш ва қилинган ҳаракатларни эмас, балки эришилган натижаларни баҳолаш саналади.

Фаолият самарадорлигини бошқариш (инглизча

Калит сўзлар: бошқариш, самарадорлик, бошқариш самарадорлиги, фаолият, технология, менежмент.

CRM, BPM, EPM) – бизнес стратегик мақсадларини аниқлаш, баҳолаш ва мавжуд ресурслардан муқобил фойдаланиш пайтида ўз мақсадларига эришиш учун фаолиятни бошқариш имконини берувчи бошқарув жараёнлари (режалаштириш, амалга ошириш, мониторинг ва таҳлил қилиш) мажмуидир. Бу бизнес қийматини бошқариш тамойилларига асосланган бошқарув тизими саналади.

Ҳозирда бизнес эгалари топ-менежерларни назорат қилишга интилади, лекин улар касбий маҳоратга, вақтга ва истакка эга эмас. Ўз навбатида, топ-менежерлар менежерлар фаолиятини ҳамда вазиятни назорат қилишга интиладилар, аммо, уларда ҳам вақт ва хоҳиш йўқ. Шу билан бирга, ҳар бир иш, ҳар бир ишлаб чиқариш, ҳар бир корхона ўсиш самарадорлигининг муҳим яширин захираларга эга.

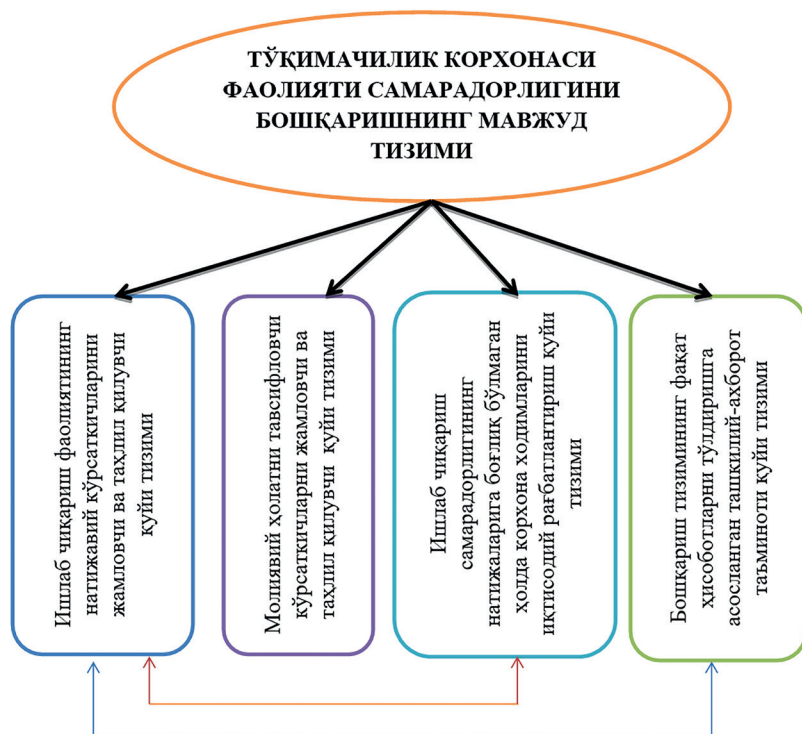
Бизнес фаолиятини такомиллаштириш – бу фақат бир назария бўлиб, реал тарзда корхона, компания ҳамда жамиятга ёрдам бермайди, – деган нотўғри ишонч пайдо бўлган ва у бизнес оламига кенг тарқалган. Бундан ташқари, ривожланаётган муаммоларни ички ҳамда ташқи ҳал қилишнинг технологик усуллари ва йўллари йўқ, деган фикр ҳам мавжуд.

Корхона фаолиятининг самарадорлигини бошқариш тизими (ЕРМ) юқорида таъкидланганидек, янги турдаги шаффоф ва назорат технология бўлиб, у дунёдаги менежментнинг йирик намоёндалари Г. Алтшуллер Р. Каплан, П. Сэнге, М. Портер ҳамда уларнинг ҳамкасблари ва издошлари И.А. Викентиев, П.Е. Фадеевларнинг фундаментал назариялар асосида яратилган [3,4,5].

Тўқимачилик корхоналари фаолияти самарадорлигини бошқариш технологияси самарадорлик матричасига асосланган бўлиб, корхонанинг фақат ички захираларини сафарбар қилишни ўз ичига олади ва таъминлайди. Ушбу чора-тадбирлар пахта тозалаш корхонасининг фаолияти самарадорлигига таъсир қилувчи ташқи ва ички омилларга асосланган шаффофлик ҳамда назоратни ошириш, рентабелликни ошириш ва рискларни камайтириш, шунингдек, компаниянинг ҳар бир ривожланиш босқичида муаммоларни башорат қилиш учун муқобил бошқарув қарорларини қабул қилиш учун амалга оширилади. Тўқимачилик корхонаси фаолияти самарадорлигини бошқариш технологиясининг асосий элементларидан бири корхонанинг бошқарув таркибий тузилмаси таркибига самарадорликни бошқариш блокларини киритиш ва унинг бошқа бўлинмалар билан интеграциялашуви таъминлаш саналади.

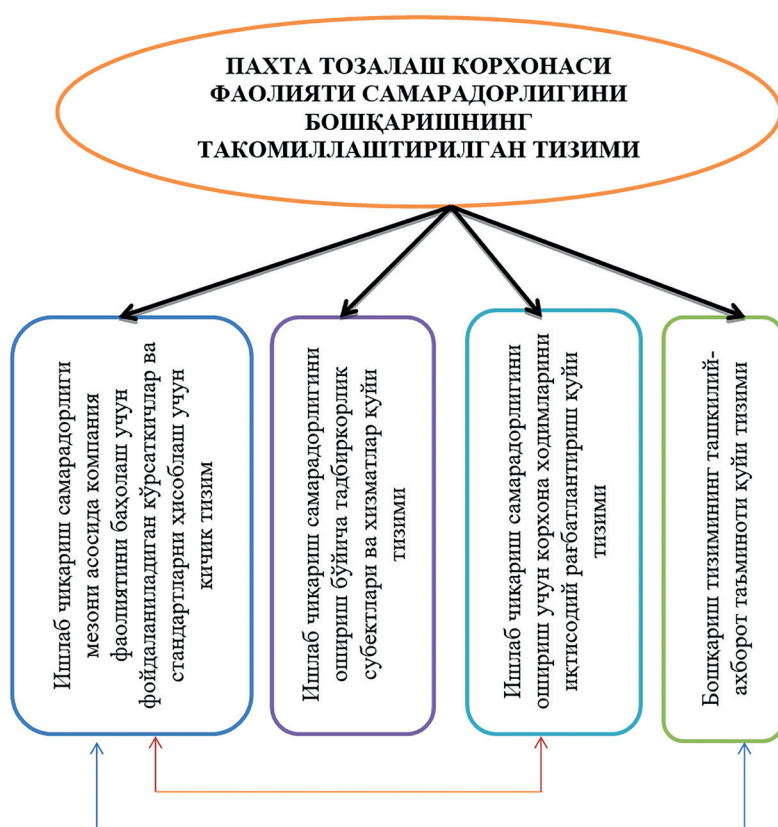
Ҳозирда тўқимачилик корхоналари фаолияти самарадорлигини бошқариш технологияси асосан, ишлаб чиқариш ва молиявий фаолиятлар натижаларини тавсифловчи иқтисодий кўрсаткичларни йиғиш ҳамда уларни таҳлил қилишга асослангандир (1-чизма).

Корхоналар ривожланаётган ҳозирги вақтда кўпроқ янги бошқарув тизимлари ва иш усуллари пайдо бўлмоқда. Бу жараён, асосан, иқтисодиётнинг глобаллашуви шароитида интеграция жараёнларининг кучайиши натижасида рақобатнинг кескинлашишига боғлиқ бўлиб қолмоқда. Шу боисдан, ҳар бир ишлаб чиқариш тузилмаси кенг миқёсда бозор тадқиқотларини олиб бо-



1-чизма. Тўқимачилик корхонаси фаолиятини бошқаришнинг мавжуд тизими.

Манба: муаллиф ишланмаси.



2-чизма. Тўқимачилик корхонаси фаолият самарадорлигини бошқаришнинг такомиллаштирилган тизими.

Манба: муаллиф ишланмаси.

риш натижаларига асосланган ҳолда истеъмоқчиларнинг талабларини тўлароқ қондириш мақсадида мавжуд имкониятларидан самарали фойдаланиши, янги имкониятларни излаб топиши талаб этилади.

Тадқиқот жараёнида тўқимачилик корхоналари фаолияти самарадорлигини бошқаришга тизимли ёндашувни амалга оширган ҳолда замонавий бошқарув усул ва технологияларидан фойдаланиш тавсия этилади. Тўқимачилик корхоналари фаолиятини самарали бошқаришнинг таклиф этилаётган

тизими бир қанча тизим ости элементларидан ташкил топган бўлиб, у 2-чизмада акс эттирилган.

Тадқиқотнинг кейинги босқичида тўқимачилик корхоналари фаолиятини бошқариш технологиясини такомиллаштириш мақсадида баланслаштирилган кўрсаткичлар тизими (BSC) бошқарув дастаги сифатида танланди ва бошқарувнинг қуйидаги замонавий концепцияларига асосланган технологияларини қўллаш таклиф этилди:

- CPM (Corporate Performance Management);
- BPM (Business Performance Management);
- EPM (Enterprise Performance Management).

Таклиф этилган замонавий бошқарув технологияларининг моҳиятан ҳамда тадқиқот мавзусидан келиб чиққан ҳолда пахта тозалаш корхоналари фаолияти самарадорлигини бошқаришда ҳар учта технологиядан интеграциялашган ҳолда фойдаланиш мумкин бўлади. Аммо, тадқиқот корхона миқёсида

амалга оширилаётганлигини инобатга олган ҳолда кўпроқ корхона фаолиятини бошқариш технологияси (EPM)га эътиборни қаратдик. Ушбу бошқарув технологиясини амалиётга қўллаш бир қадар қийинчиликларни келтириб чиқарсада, аммо тўқимачилик корхоналари фаолияти самарадорлигини бошқаришда айнан ички ишлаб чиқариш жараёнларни бошқаришнинг ҳолатига эътибор бериш зарур бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Мескон М.Х., Майкл Х. Основы менеджмента: 3-е изд. Пер. с англ. - М.: ООО И.Д.Вильямс, 2008 г. – 672 с.
2. Drucker P. Technology Manajement and Society. – L., 1070. P.35.
3. Альтшуллер Игорь. Стратегия и маркетинг: две стороны одной медали, или Просто – о сложном. – М.: Дело, 2010 г. – 542 с.
4. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004 г. – 416 с.
5. Портер М. Конкуренции. Исправленное издание. - М: Изд. дом «Вильямс», 2005 г. – 257 с.

УЎТ: 336.63

Кредит ва қарзлар, уларнинг молия-хўжалик фаолиятидаги ўрни Кредиты и займы, их роль в финансово-хозяйственной деятельности Loans and borrowings, their role in financial activities of business entities

Зийнатдин ТАЖЕКЕЕВ,

Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети
мустақил изланувчиси.

Аннотация

Мақолада кредит, қарз ва кредит операциялари тушунчаларининг қўлланилиши ҳамда уларнинг молия-хўжалик фаолиятидаги аҳамияти очиб берилган. Шунунгдек, кредит ва қарз тушунчаларининг туркум шакллари иқтисодий моҳияти, бухгалтерия ҳамда солиқ ҳисоби, қарз бўйича харажатларнинг тан олиниши, шунингдек, ҳуқуқий жиҳатлари бўйича асослаб берилган. Пировардида қарз амалиёти маълум унсурлари ва мансублиги бўйича бир тизмга келтирилиб кредит операциясининг элементлари сифатида намоён бўлиши исботланган.

В данной статье рассматриваются понятия кредита, займа и кредитных операций и их значение в финансово-хозяйственной деятельности, экономическая сущность форм кредита и займов, бухгалтерского и налогового учёта, обоснованы признание и правовые аспекты займов, а также по другим аспектам. В конечном счёте практика займа систематизирована и доказана по элементам и принадлежности в качестве компонентов кредитных операций.

This article discusses the concepts of credit, loan and credit operations and their importance in financial and economic activities. Moreover, various forms of credit and loan are justified by economic values, accounting and tax accounting, recognition of borrowing costs and legal and other aspects. Ultimately, the practice of debt is systematized and proven by elements and affiliations as components of credit operations.

Замонавий иқтисодий ва молиявий муносабатларнинг жадаллашиши ҳамда корхоналарнинг молиявий ресурсларга эҳтиёжи тобора кучайиб бориши, шунингдек, корхоналар молия-хўжалик фаолиятларини тезкор диверсификациялаш ва модернизациялаш жараёнларига дуч келиши ички имкониятлар чегараланганлиги боис ташқи молиявий манбаларга заруратини оширмоқда. Айниқса, банклар ва бошқа қарз берувчи боғлиқ томонлар мазкур талабни қондириш мақсадида қулай иқтисодий ҳамда ҳуқуқий воситалардан ифода қилган ҳолда ҳар хил

кредит ва қарз манбаларини таклиф этишмоқда. Албатта, бу жараёнда иккала томон (учала томон) ўзаро манфаатли бўлган битим ва келишувлар тузишади.

Ҳеч бир бизнес ресурсларсиз фаолият юрита олишмайди. Ресурслар бизнес учун ёқилги ҳисобланади, худди автомобиллар учун ёқилги каби. Агар бизнес етарсиз ресурсга эга бўлса ёки қулай бўлмаган ресурслар аралашмаси бўлса, худди машина ёмон ёки мос келмайдиган ёқилгида ишлаётгандек ёмон фаолият олиб боради. Илмий адабиётларда бизнес жараёнларнинг асосий тўртта

Калит сўзлар: қарз, кредит, қарз операцияси, қарз олиш, банк, тижорат қарзи, қарз бўйича харажат, ижара, молиявий инструментлар.

унсурсга таяниши таъкидланган. Улар инсон, моддий, молиявий ва ахборт ресурсларидир [1]. Ҳақиқатдан ҳам, корхоналар ресурсларга доимо эҳтиёж сезиб келган. Ресурсларнинг ичида молиявий ресурслар алоҳида аҳамият касб этади. Чунки, ҳозирги пайтда унинг шакли ва тамойили турли хил кўринишларга эга. Ташқи молиявий ресурсларни кредит сўзи билан боғлаш тарихан маълум.

“Кредит” сўзи ўрта француз, қадимги италян “*credito*” сўзидан, лотинча “*creditum*” бошқа бировга ишониб топширилган нарсга, қарз, *creditus* сўзининг нейтрал шакли, “*credere*” ишониш (ишонмоқ) сўзининг ўтган замон феъл шакли бўлиб “ишониш” деган маънони англатади [2]. О.Ю. Рашидов ва бошқалар, кредит сўзига, кредит – вақтинча бўш турган пул маблағларини маълум муддатга, ҳақ тўлаш шарти билан қарзга олиш ва қайтариб бериш юзасидан келиб чиққан иқтисодий муносабатлар йиғиндисидир [3], деб таъриф беради. Мазкур тушунчага яна бошқа иқтисодчи олимлар А. Ўлмасов ва А. Ваҳобовлар, кредит бу пулнинг эгаси билан уни ҳақ тўлаш шарти билан қарзга олиб ишлатувчи ҳамда улар ўртасида турган воситачиларнинг иқтисодий муносабатларидир [4], дея бироз фарқли ва кенгроқ таъриф берганлигини кўриш мумкин.

Маълум бўлганидек, ҳозирги замонавий иқтисодий ва молиявий муносабатларда кредит операциялари ибораси қарз олиш (бериш), қарзланиш иши ёки қарз олиш муолажаси маъноларини билдиришини англадик. Таъкидлаш жоизки, кредит операциялари кўпроқ банк амалиётида, банк иши ва молияга алоқадор адабиётларда кўп учрайди. Профессор Ш.З. Абдуллаева мазкур тушунчага “кредит операциялари деганда, маълум шартлар асосида, яъни, қайтаришлик, муддатлилик, ва тўловлилик шартлари асосида маълум бир миқдордаги мулкни (ёки товарни) қарзга бериш жараёнларини амалга ошириш тушунилади” [5], деб таъриф беради. А. Омонов ва Т. Қоралиевлар эса “кредит операциялари банкларнинг рискли актив операциялари таркибига кириб, банклар ушбу операциялар ҳисобидан даромад шакллантиради” [6], дея мазкур амалиёт банкнинг асосий рискли фаолияти ва даромад манбаси сифатида изоҳ беришган.

Кредит операцияси билан боғлиқ бўлган тушунчалардан бири – бу тижорат кредитидир. Тижорат кредити – кредитнинг бошқа турига нисбатан та-

рихан жуда қадимда пайдо бўлган. Унинг вужудга келиши бевосита товарларни ишлаб чиқариш ва уларнинг реализацияси билан чамбарчас боғлиқдир. Тижорат кредити объекти бўлиб – савдо капитали ҳисобланади [7]. Мазкур таърифда тижорат кредитнинг товарга ёки ишлаб чиқаришга боғлиқ ҳолда тушуниш кераклиги баён этилган. Кредитнинг асосий шакли унинг пул билан берилиши ҳисобланади, бироқ товар кредити ҳам қўлланилади. Бу, ўз навбатида, коммерция кредити ва лизингга бўлинади. Коммерция кредити юз берганда товарлар нақдга эмас, балки насияга сотилади, яъни қарзга берилади. Товарни қарз оловчи қарздорлик гувоҳномага – векселни товар сотувчига беради. Вақти келганда қарз тўланади ва вексел ўз эгасига қайтарилади [8]. Фикримизча, бу ерда тижорат кредити тушунчасига маълум даражада тўлоқанли изоҳ берилган, чунки, товар қарзга берилганда асосий олди-сотди шартномадан фарқи вексел ҳисобланади. Векселлар товар ёки бошқа активларни сотиб олиш учун чиқарилади. Векселлар аввалроқ пайдо бўлган кредиторга тўланадиган қарзни таъминлаш учун чиқарилиши ҳам мумкин [9]. Шунингдек, қарз муносабатларида облигация ҳам иштирок этиши мумкин, облигация даврли фоиз тўловларини талаб қиладиган вақти келганда кўрсатилган сумма қайтариладиган фоизли қимматли қоғоз ҳисобланади [9]. Тарафларнинг келишувига мувофиқ қарз оловчи вексель берган бўлиб, бу вексель уни берувчининг (оддий вексель) ёки векселда кўрсатилган бошқа тўловчининг (ўтказма вексель) векселда назарда тутилган муддат келгач, қарзга олинган пул суммаларини тўлаш ҳақидаги ҳеч қандай шарт билан боғланмаган мажбуриятини тасдиқласа, тарафларнинг вексель бўйича муносабатлари қонун ҳужжатлари билан тартибга солинади [10]. Демак, қарз ёки кредит олиш операцияси аини пайтда ҳуқуқий манбаларда қимматли қоғозларда расмийлаштирилиши белгилаб қўйилганлигини кўриш мумкин. Шунингдек, лизинг (молиявий ижара) ҳам қарз олишнинг турига мансублиги тўғрисида айтиб ўтилган. Кредитнинг товар шаклига оддий кредит шакли сифатида ҳисоблаб, кредит билан боғлиқ дастлабки муносабатлар айнан ушбу шакл доирасида ривожланган [11].

Кредитнинг яна бир тури – инвестициявий кредитидир. Инвестицион кредит – бу фаолият юритаётган корхоналарда лойиҳа ёки дастурлар амалга оширишга йўналтирилган узоқ муддатли кредит (кредит лойиҳаси) шаклидир [12]. Кредитнинг энг замонавий шакли инвестициявий кредит ҳисобла-

нади. Мазкур кредит тури мамлакатнинг ривожланишида катта ҳисса қўшади. Чунки, инвестицион кредитлар иқтисодийни модернизациялаш, диверсификациялаш ва янги лойиҳаларни ҳаётга татбиқ қилишда қўл келади.

Шунингдек, қарз амалиётида, лизинг (молиявий ижара) ижара муносабатларининг алоҳида тури бўлиб, унда лизинг берувчи лизингга олувчининг топшириғига биноан учинчи тарафдан (сотувчидан) лизинг шартномасида шартлашилган мол-мулкни (лизинг объектини) мулк қилиб сотиб олади ва уни шу шартномада белгиланган шартларда ҳақ эвазига эгалик қилиш ҳамда фойдаланиш учун лизингга олувчига ўн икки ойдан ортиқ муддатга беради [13], деб таърифланган. Ижара (лизинг) ҳам қарз олишнинг ўзига хос тури ҳисобланади. Лизинг юз берганда товарлар кейинчалик сотиб олиш шarti билан бериб турилади. Бунда уларни ижарага олиб ишлатиш пайдо бўлади [15].

Демак, кредит операциялари қарз олиш (бериш), қарзланиш амалиёти ёки ташқи манбалардан ресурс жалб этиш ҳисобланар экан. Меъёрий ва иқтисодий-молиявий ахборот манбаларидан ўрганишлар шуни кўрсатадики, кредит операцияларига кредит (тижорат, товар), қарз, ссуда, ижара (лизинг, молиявий ва оператив) ва молиявий инструментлар (қимматли қоғозлар) воситалари билан қарзланиш амалиётларини киритиш мумкин экан.

Кредит билан бирга кўп ишлатиладиган қарз сўзи тилимизга араб тилидан кириб келган сўз бўлиб, маълум муддат ўтгандан кейин қайтариш шarti билан берилган ёки олинган нарса (пул, буюм, галла ва ш.к.) [16]

Қарз тўғрисида Фуқаролик кодекси (ФК)нинг 732-739-моддаларида қарзнинг айрим хусусиятларигагина ҳуқуқий талқин берилган. ФКда мазкур тушунчанинг қатнашчилари, мажбуриятлари ёки ҳуқуқий оқибатларига батафсил изоҳ берилмаган. Қарзга алоқадор бўлган “ссуда” тушунчасининг айрим жиҳатлари ФКнинг 617-630-моддаларида очиқ берилган.

Қарз сўзига аниқса, қарши томон билан шартномалар бўлган ҳолда бир қанча қарз муносабатларининг предмети пул ҳисобланади. Баъзи шартномаларда қарз предмети айнан пул ҳисобланади [17], дея таъриф ҳам берилган.

Рус адабиётларида қарзнинг яна бир тури ссуда бўлиб, мазкур сўз қадимий рус сьсудити – “ссудить” сўзидан келиб чиққанлиги айtilса [18], бошқа бир

манбада эса қайтариш шarti билан қарзга олиш [19], деган маънони билдиради дейилган. “Ссуда” сўзи моддий бойликлар гарови ҳисобига фоиз олиш шarti билан муайян муддатга берилган қарз [20]. Мазкур тушунчага пул ёки моддий қийматликларнинг қарз шартномаси қатнашчиларининг бир томонидан қайтариш ва одатда фоиз тўлаш шarti билан иккинчи томонга топширишдир [21], дея таъриф беришади.

“Қарз” ва “Ссуда” категорияларининг аниқроқ тарихи А.С. Замуруев томонидан ёзилган илмий мақолада батафсил ёритилган: Тарихан қарз Россиянинг энг қадим фуқаролик мажбурияти институти ҳисобланиб, унда турли хил терминлар ифода қилинган: бериш, қарз (купа) сотиш, саховат, айланиш. Қарз ва ссуда XV –XVI асрларда Қонунлар йиғиндиси (Судебник) пайдо бўлиши билан меъёрий айланмага ушбу тушунчалар кирган. Бу ерда қарз хоҳлаган бошқанинг мулкани ҳақ тўлаш (устама) эвазига ва қайтариш шarti билан олиш тушунилади [22], дея эътироф этган.

Демак, кредит операцияларининг турли хил иқтисодий шакллари мавжуд экан уларни бир тизимга келтириш мумкин экан. Турли хил адабиётларда ва илмий мақолаларда ёндашишларда бир хилликни ҳамда айна пайтда баъзи тафовутларни ҳам пайқаш мумкин. Миллий ҳуқуқий-меърий ҳужжатларни ўрганиш ва тадқиқ этиш асносида кредит операцияларининг кредит тушунчасига банк кредити, микро кредит, инвестиция кредити, тушунчалари жамланса, қарз тушунчаси жумласига ссуда, қарз ва тижорат кредити кирар экан. Шунингдек, қарз олиш операцияларига (қарзланиш) молиявий инструментлар ва молиявий ижара (лизинг) асосида ҳам молиявий ёки ашёвий ресурс олиш мумкинлигини кўрдик. Юқорида таъкидланган тезисларни маълум бир тасниф орқали жадвал шаклида тавсифлашга ҳаракат қилдик. Жадвални ишлаб чиқишда ҳозирги замонавий иқтисодий ўзгаришлар ҳамда халқаро ҳисоб стандартларига ўтиш жараёни ва тенденциялар инобатга олинди. Мазкур жадвалда кредит операцияларининг турли хил жиҳатлари бўйича шакллари, ўхшашликлари ва тафовутларини кўриш мумкин (1-жадвал).

Кредитнинг турлари бўйича ҳам бир қанча мулоҳазали фикрлар мавжуд. Россиялик айрим иқтисодчилар кредитни туркумлашда уларни: фирмалар ўртасидаги (хўжалик) кредити, банк, фуқаролик, давлат, халқаро ва исьтемом кредитлари [25], мав-

Кредит операцияларининг турлари ва таснифи (тавсия)

Ресурс манбалари	Кредит унсурли		Қарз унсурли			Молиявий унсурли	
Қарз турлари тушунчалар	Кредит	Тижорат кредити	Қарз	Ссуда	Оператив ижара	Молиявий воситалар	Молиявий ижара (лизинг)
Ҳуқуқий асоси	Банклар ва банк фаолияти тўғрисидаги қонун, Микрокредитлаш тўғрисидаги қонун, ФК, банк кредит сиёсати	ФК 747, 748 моддалар	ФК 732-473 м., Микрокредитлаш тўғрисидаги қонун БХМС 24, БХХС 23	ФК 617-630 моддалар	Бухгалтерия ҳисобида ижара операцияларини акс эттириш тартиби тўғрисидаги низомни Ўз.Р. Молия вазирининг Буйруғи, БХМС 6, БХХС 17 535-616	Ўз.Р. қимматли қозғалар бозори тўғрисидаги қонуни, ФК 740-741 м., БХМС 12, БХХС 9	Бухгалтерия ҳисобида ижара операцияларини акс эттириш тартиби тўғрисидаги низомни, Ўз.Р. Молия вазирининг Буйруғи, Микрокредитлаш тўғрисидаги қонун, БХМС 6, БХХС 17 535-616
Берувчи субъекти	Банк, кредит ташкилотлари	Бизнес субъекти	Банк, бизнес субъекти, жисмоний шахслар				
Ресурс шакли	пул	пул, ашё		ашё		пул, ашё	ашё
Эгалик ҳуқуқи	Субъектга қайтарилади		Субъектга қайтариш/қайтармаслиги мумкин	Субъектга қайтарилади		Субъектга ёки бошқа шахсга қайтарилади	Маълум шартлар асосида ўтади
Қарз бўйича харажат	Фоиз (давр харажати ёки капиталлашади)			фоизсиз		Фоиз (давр харажати ёки капиталлашади)	
Бухгалтерия ҳисобида (асосий счёталари) акс эттириш	6810,7810	6010, 7010, 6020, 7020, 6840	6820,7820, 009	011	6910, 001	6830, 6840, 7020, 7830, 7840	7910,0310,6920
Бошқа шахсга ўтказиш	Мумкин эмас	Мумкин				Мумкин (маълум шартларда)	Мумкин эмас
Турлари	Кредит, микрокредит [23]	Товар кредити	Қарз, Микроқарз [23]	–	Сублизинг	Вексель, облигация	Микролизинг [23]
Солиқ оқибатлари	Фоизлар фойда солиғи базасидан чегирилади (пеня, жарималар мустасно) [24]			Солиқ кодекси асосан солиқ базасига қўшилади [24]	Тўловлар солиқ базасидан чегирилади [24]		
Молиявий ёки ашёвий ресурсдан фойдаланиш	Мақсадли	Мақсадли, ўз фаолияти доирасида		Мақсадли		Мақсадли, ўз фаолияти доирасида	Мақсадли

Жадвал муаллиф томонидан меъёрий манбалар ва адабиётларни ўрганиш асосида ишлаб чиқилган.

жудлигини таъкидлашади. Кредитнинг шакллари бўйича профессор Лаврушин таърири остида тайёрланган дарсликда кредитнинг банк кредити, хўжалик (тижорат) кредити, давлат кредити, халқаро

кредит, ишлаб чиқариш ва истеъмол кредитлари [26], мавжудлигини кўрсатиб ўтишади. Ҳолбуки, мазкур таърифда кредитнинг ишлаб чиқариш тури кўпроқ товар кредити ёки айланма маблағни таъ-

минловчи кредитга тўғри келса керак. Профессор Ш. Абдуллаева кредитнинг банк, тижорат, истеъмол, давлат, халқаро ва судхўрлик турлари [27] мавжулигини таъкидлаб, кредит турларини батафсил кўрсатиб беришга ҳаракат қилган. Кредитларни ғарб иқтисодчи олимлари уч тоифага бўлиб, кўрсатган: истеъмол кредити, ипотека ва бизнес қарзи (кредит) [28], дея эътироф этишган.

Шундай қилиб, кредит операциялари қарз олиш (бериш) амалиётини ўзида жамлаган иқтисодий тушунча сифатида қўлланилмоқда. Кредит операциялари намоён бўлиши жиҳатидан қарз, кредит, лизинг (ижара) молиявий инструментлар шаклида корхоналарнинг замонавий молия-хўжалик фаолиятида кенг муомалада қўлланилмоқда ва ривожланмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Fred L. Fry, Charles R. Stoner, Richard E. Hattwick. Business: an integrative framework. IrwinMcGraw-Hill. –P 368.
2. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/credit>
3. Рашидов О.Ю. ва бошқалар. Пул, кредит в банклар, Чўлпон номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи. 2011 й. – 328-б.
4. Ўлмасов А., Ваҳобов А. Иқтисодиёт назарияси, “ИҚТИСОД-МОЛИЯ”. 2014 й. –Б 456.
5. Абдуллаева Ш.З. Кредит ва кредитлаш амалиёти. Монография. – Т.: “ИҚТИСОД-МОЛИЯ”, 2017 й. – 368-б.
6. Омонов А.А., Қоралиев Т.М. Банкларда бухгалтерия ҳисоби .Т.: “Иқтисод ва молия” 2014 й. – 241-б.
7. Омонов А.А., Қоралиев Т.М. Пул кредит ва банклар .Т.: “Иқтисод ва молия” 2012 й. –324-б.
8. Ўлмасов А. Ваҳобов А. Иқтисодиёт назарияси. Т.: “Иқтисод ва молия” 2014 й. – 456-б.
9. Carl S.Warren, James M. Jeeve, Jonathan E. Duchac. Accounting, 27 e. USA.: Cengage Learning. 2018 –P 1312.
10. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодекси. 740-модда.
11. Иванова В.В., Соколов Б.И. Деньги, кредит и банки. 2-изд. М.: ТК Велби, изд. Проспект. 2008 г. -С 517.
12. Элмирзаев С. Корпоратив молия. “Иқтисод ва молия”. 2019 й. – 364-б.
13. БҲМС №6, норма 2017 й.
14. Элмирзаев С. Корпоратив молия. “Иқтисод ва молия”. 2019 й. – 364-б.
15. Ўлмасов А., Ваҳобов А. Иқтисодиёт назарияси. Т.: “Иқтисод ва молия” 2014 й. – 456-б.
16. Ўзбек тилининг изоҳли лугати, Ўзбекистон миллий энциклопедияси. Давлат илмий нашриёти, 2006 й. – 247-б.
17. Eren, Fikret: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 14.B.Ankara 2012, -S.970; Reisoğlu, Sefa: Türk Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 23.B.İstanbul 2012, -S.302.
18. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка в 4 томах, том 4. М.: Рус. Яз.. 1999 г. –С 148.
19. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. 2-е изд. Стер. –М.: 1986 г. –С 278.
20. Абулқосимов Х.П., Абулқосимов М.Х. Иқтисодиётга оид атама ва тушунчаларнинг изоҳли лугати Т.: “ABU MATBUOT-KONSALT”, 2017 й., – 628-б.
21. Гафуров Ш.Р., Гутгин В.И., Амонов С.Н. Язык бизнеса. Том подг. Под ред. Д.э.н. Чжена В.А. Шарқ. 1995 г. –Б 730.
22. Замуруев А.С. Кредит и ссуда: терминологический анализ, классификация и определения форм. Деньги и кредит. 1999 г. 4 –С32.
23. Микрокредитлаш тўғрисидаги Қонун. ЗРУ-50, 2006 й. 15 сентябрь. Манба: lex.uz
24. Солиқ кодекси, 2019 й. 30 декабрь, lex.uz
25. Иванова В.В., Соколов Б.И. Деньги, кредит и банки. 2-изд. М.: ТК Велби, изд. Проспект. 2008 г. -С 517.
26. Деньги, кредит и банки. Учебник // коллективно. авт. Под ред. засл. деятел. науки РФ, д.э.н. проф О.И. Лаврушина 5-е изд –М. КНОРУС. 2007 г. –С205-263.
27. Абдуллаева Ш.З. Пул, кредит ва банклар. Т.: “Иқтисод-молия” 2007 й., – 192-б.
28. Michael G. Hadjimichalakis, Какма G. Hadjimichalakis. Contemporary money, banking and financial markets (theory and practice). University of Washington. Richard D. IRWIN, INC 1995 y. USA

Корпоратив молиявий бошқарув жараёнида блокчейн технологиясини қўллаш истиқболлари

Перспективы применения блокчейн-технологий в корпоративном финансовом управлении

Prospects for application of blockchain technologies in corporate financial management

Элнорахон МУМИНОВА,
ФарПИ Иқтисодиёт кафедраси мудири, и.ф.н.

Аннотация

Мақолада рақамлаштирилган миллий иқтисодиёт истиқболларини ишлаб чиқишда блокчейн технологияси, рақамлаштириш натижасида эришиладиган самарадорлик, шунингдек, молиявий соҳага блокчейн технологиясини қўллаш, унинг ишлаш принциплари ҳамда турлари кўрсатилган. Шунингдек, блокчейн технологиясини иқтисодиётнинг бошқа тармоқ ва соҳаларида қўллаш тартиби баён этилган.

В статье анализируются технологии блокчейна в развитии перспектив цифровой экономики страны, эффективности цифровизации и применения технологии блокчейна в финансовом секторе, принципы и виды технологии блокчейна. Также рассматривается применение технологии блокчейна в других секторах и отраслях экономики.

The article analyzes blockchain technologies in developing the prospects of the country's digital economy, the effectiveness of digitalization and the application of blockchain technology in the financial sector, the principles and types of blockchain technology. The application of blockchain technology in other sectors and sectors of the economy is also considered.

Бугунги кунда миллий иқтисодиётни ривожлантириш, макроиқтисодий барқарорликни мустаҳкамлаш, хорижий инвестицияларни жалб қилиш, саноатни модернизациялаш ҳамда замонавий юқори технологияли ишлаб чиқаришни барпо этиш мақсадида қатор чора-тадбирлар амалга оширилиб келинмоқда. 2008 йилдан 2019 йилгача бўлган давр иқтисодиётнинг кўплаб соҳаларида, жумладан, молиявий соҳада бурилиш даври бўлди. Мазкур вақт ичида банкирлар, иқтисодчилар ва оддий одамлар онгида илгари маълум бўлмаган иккита тушунча — “криптовалюта” ва “блокчейн” мустаҳкам ўрнашиб қолди. Қуйидаги 3 та асосий омил: фирибгарликдан ҳимоя қилиш; корхонанинг мустақиллиги; аноним фойдаланиш имкониятлари, янги рақамли валютани доимий равишда оммалаштириш белаи

беради ва молиявий соҳани ривожлантиришнинг устувор йўналишларини тушунтиришда муҳим омил бўлади.

Молиявий бозорда криптовалюта билан боғлиқ бўлган блокчейн технологияси тушунчаси ҳам пайдо бўлди. Блокчейн технологияси молиявий операцияларни тез, арзон, самарали ва хавфсиз юритиш, корхоналар учун зарур бўлган маълумотларни сақлаш, шунингдек, махсулот етказиб беришни занжирли кузатиш орқали харидорлар билан ишлаш самарадорлигини ошириш имконини тақдим этади [1].

Айни вақтда блокчейн технологиясини молиявий соҳада қўллаш тобора жадаллашиб бормоқда. IBM C-Suite Study 2017 маълумотларига кўра, сўров ўтказилган корхоналарнинг 30 фоиздан

Калит сўзлар: корпоратив молиявий бошқарув, консорсиум ва хусусий блокчейн, иқтисодиётни рақамлаштириш, молия бозори, банкинг, соғлиқни сақлаш, суғурта.

кўпроги молиявий сектога тегишли бўлиб, блокчейн технологияларини қўллашга қизиқиш билдирмоқда. Блокчейн технологиясини кенг қамровда жорий этиш банклар фаолиятига, тўлов тизимларига, брокерлик фирмаларига ва иқтисодиётнинг бошқа тармоқларида фаолият олиб бораётган корхоналарнинг молиявий фаолиятига самарали таъсир кўрсатади. Ўз фаолияти давомида блокчейн технологиясидан фойдаланаётган тармоқларнинг тузилишини 1-чизмада кўришимиз мумкин.



1-чизма. Иқтисодиётнинг турли тармоқ ва соҳаларида блокчейн технологиясини қўллаш.

Чизмадан кўриниб турганидек, блокчейн технологиясини қўллаётган корхоналарнинг энг катта қисми молиявий секторга тўғри келмоқда. Мазкур корхоналар аллақачон молиявий харажатларни камайтириш ва самарадорликни оширишда блокчейн технологиясини қўлламоқда. Кейинги ўринда оммавий ахборот ва телекоммуникация соҳаси бўлиб унда блокчейн катта миқдордаги ахборот оқимларини тез ҳамда хавфсиз тарзда узатишга имкон яратади. Шунингдек, 14 фоиз кўрсаткич билан 3 ўрин-

да ишлаб чиқариш соҳаси бўлиб, унда блокчейн технологияси алоҳида индивидуал цехлар ўртасида маълумот узатишни оптимallasштириш ва назоратни соддалаштириш имконини беради. Кўриниб турибдики, блокчейн технологияси турли хил соҳаларда алоҳида хусусиятларга эга. Айни вақтда блокчейн технологияси молиявий соҳада жумладан, банк тизимида кенг жорий этилмоқда. Шу билан бир қаторда мазкур технология муваффақиятининг асосий сабаби нима эканлигини ва технологиянинг асосий тамойилларни аниқлаб олиш керак. Блокчейн технологиясини жорий этишнинг асосий сабабалари молиявий соҳада мавжуд бўлган айрим камчиликларини бартараф этиш бўлган. Асосий камчиликлар кўпроқ воситачиларга боғлиқ бўлиб, транзакцияларга юқори харажат ва хакерларнинг ҳужумларидир. Ушбу муаммоларни ҳал қилиш молия секторини рақамлаштиришга асос бўлди. Блокчейн технологияси айрим муаммоларни ҳал қилишга хизмат қилади. Технология транзакция хавфсизлигини ва зарурат туғилганда уларнинг анонимлигини кафолатлайдиган глобал экотизм яратди [2]. 1-жадвалда блокчейн тамойиллари кўрсатилган.

Жадвал маълумотларидан кўриниб турганидек, блокчейн тизимининг ривожланиши жисмоний ва юридик шахслар ўртасида тезкор ҳамда самарали операцияларни амалга оширишга имкон берадиган ёпиқ ва тўлиқ хавфсиз тузилма сифатида кўпгина мамлакатлар молиявий тизимини замонавий инновацион ривожланишининг асосий шартларидан бирига айланди.

1-жадвал.

Блокчейн тизимини ишлаш принциплари

Ишлаш тамойиллари	Изоҳ	Муаммони ҳал қилиниши
Воситачиларнинг йўқлиги	Транзакцияларни амалга оширишда учинчи шахс иштирокисиз блокчейн технологияси концептуал протоколи, шунингдек, алгоритмлардан фойдаланилади.	Транзакция ва маълумот алмашинуви тезлигини ошириш
Махфийлик ва маълумотларни ҳимоя қилишнинг юқори даражасига эга янги янги тизим	Блокчейн технологияси контролларга транзакция ва барча керакли маълумотларни автоматик равишда тез алмашиши имконини беради.	Хатоликларни олдини олиш, шунингдек, томонларнинг бирини фирибгарлик қилишига йўл қўймайди.
Хакерлар билан курашиш	Блокчейн занжири бўйича маълумотларни тақсимлаш, шунингдек, криптографик шифрлаш ёрдамида қўшимча ҳимоялаш.	Транзакция ҳимоясини кучайтиради молия тизимида мавжуд бўлган заифликни камайтиради.

Блокчейн технологиясининг молиявий секторда қўлланилиши

Корпоратив молиявий бошқарув жараёнига блокчейн технологиясини жорий этишдан олдин мазкур технологияни амалда ишлаш механизми таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир. Блокчейн технологиясининг корхона бошқарувининг барча жабҳаларига татбиқ этиш учун технологиянинг амал қилиш шарт-шароитлари, тартиби ҳамда ўзига хос жиҳатларини ўрганиш талаб этилади. Корхона бошқарувига жорий этилиши мумкин бўлган блокчейн технологиясини шартли равишда оммавий, консорциум ва хусусий турларига ажратиш мумкин.

Оммавий блокчейн – бу жараёнда иштирок этаётган ҳар бир контрагент ўз транзакциясини текшириши, амалга ошириладиган операцияларда бевосита иштирок этиши ҳамда мазкур операцияларни тўлиқ кузатган ҳолда назоратини таъминлаш имкониятига эга бўлади. Масалан, блокчейн занжирда 100 та шахс иштирок этган транзакция бўлсин, 99 та иштирокчининг компьютерлари ўчиқ бўлган ҳолатда ҳам ишлайди ва маълумотларни кўриш учун очик ҳисобланади. Корпоратив молиявий бошқарув жараёнида консорциум блокчейнни қўллаш амалиётда кенг қўлланилмоқда. Консорциум блокчейн технологиясини қўллаш жараёнида иштирок этаётган барча контрагентлар орасидан махсус ваколатларга эга бўлганлар танлаб олиниб, уларнинг

ҳуқуқ ва мажбуриятлари олдиндан белгилаб олинishi мумкин. Мазкур жараёни тузилмавий кўринишида махсус тугуналарни олдиндан танлаш мумкинлиги билан ифодаланади. Бундан ташқари блокчейн технологиясини қўллаш мумкин бўлган бошқа соҳаларни 2-жадвал маълумотларидан кўриш мумкин.

Молиявий соҳага блокчейн технологиясини қўллаш маълумот алмашиш тизимини соддалаштириш, молиявий ва бошқа операцияларнинг шаффофлигини, шунингдек, уларнинг хавфсизлигини оширишга имкон беради. Шунингдек, технологиянинг ўзи иқтисодиётни рақамлаштириш жараёнини тезлатишга ёрдам беради. Блокчейн технологиясининг юқоридаги соҳаларда қўлланилиши давлат бошқарувини мустаҳкамлашга, фуқароларнинг ҳукуматга бўлган ишончини янада оширишга ва шу билан мамлакатда инвестиция фаоллигини бевосита оширишга ёрдам беради.

Бугунги кун амалиёт юзасидан амалга оширилган таҳлиллар комплекс ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш бўйича вазифаларнинг самарали бажарилишига, мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотларга ғов бўлаётган муаммоларни вақтида аниқлаш ва бартараф этиш лозимлигини талаб этмоқда. Жумладан, бунда давлат аҳамиятига молик йирик молиявий лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш жараёнини сифатли ташкил этиш, мувофиқлаштириш, мониторинг ҳамда назорат қилишни таъминловчи лойиҳа бошқару-

2-жадвал.

Блокчейн технологиясини қўллаш мумкин бўлган тармоқлар

Қўллаш соҳаси	Қўллаш тартиби
Молия бозорлари	Блокчейн технологияси қимматли қоғозларни чиқариш ва айланишини қўллаб-қувватлайдиган янги инфратузилмани яратишга имкон беради
Банкинг	Блокчейн тўловларни соддалаштириш ва кузатишга ёрдам беради
Ишлаб чиқариш	Тезкор маълумот алмашиниш эвазига хом ашёни тез етказиб бериш ва бошқа сервис хизматларини яхшилаш.
Давлат бошқаруви	Коррупцияни олдини олиш мақсадида шаффоф давлат рақамли реестрларини жорий этиш.
Соғлиқни сақлаш	Блокчейн тиббий маълумотларни сақлаш ва алмашиш, клиник тажрибаларни бошқариш, дори-дармонлар хатловини соддалаштиради.
Суғурта	Блокчейн умумий суғурта фондларини яратишга, суғурта қилинган мулк реестрини юритишга, хатарларни ҳар томонлама қоплашни таъминлайди.
Логистика	Шаффофликни таъминлаш мақсадида маълумотлар алмашишни рақамлаштириш маҳсулот етказиб беришни кузатиш, пудратчилар билан тез ишлаш имконини беради.

вининг ягона тизими мавжуд эмаслиги, мазкур лойиҳаларни амалга ошириш суръати ва самарадорлигини тезкор кузатиш имконини берувчи илғор ахборот-коммуникация технологияларининг бошқарув жараёнига етарлича жорий этилмаганлиги ҳамда давлат ва ҳудудий дастурларни, инвестиция лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва амалга оширишда шаффофлик даражасининг пастлиги бу борада молиявий маблағлар мақсадсиз ҳамда самарасиз сарфланиши, турли хил суиистеъмолчиликни келтириб чиқараётганлигини гувоҳи бўлмоқдамиз [3,4]. Шунингдек, давлат харидларини амалга ошириш жараёни шаффофлигини таъминловчи давлат органлари, хўжалик юритувчи субъектлар, давлат корхоналари

ва ташкилотларининг маълумотлар базалари билан интеграция қилинган ягона ахборот платформасининг мавжуд эмаслиги бугунги кунда иқтисодиётга блокчейн технологияларини татбиқ этишни бош масала сифатида қўймоқда [5]. Айнан блокчейн технологияси миллий иқтисодиётнинг барча тармоқларига жорий этиш натижасида амалга оширилаётган барча молиявий инвестицион лойиҳаларининг мақсадга мувофиқлиги, асослантирилганлиги ва рентабеллигини таҳлил қилиш ҳамда баҳолаш, уларнинг қийматини ошириб кўрсатиш ва бошқа суиистеъмолчиликлар аломатларини аниқлаш бўйича амалга оширилаётган ишлар самарадорлигини кучайтиришга хизмат қилган бўлар эди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Консалтинговая компания “Делоитте”. Международное исследование, посвященное внедрению блокчейна, за 2018 год.
2. Пехтерева Е.А. Инновации в финансовой сфере и практика их применения: технология блокчейн и криптовалюта в России. Научная статья. 2018 год. 19 с.
3. Арипов А.Н. Ахборот коммуникациялар соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш муаммолари. Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. -Тошкент, 2004 й. – 24-б.
4. Ходиев Б.Ю., Мусалиев А.А., Бегалов Б.А, Алимов Қ. Менеджмент информационных систем. -Т.: Фан, 2007 г. - 342 с.
6. Э.А.Муминова. Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантиришда “блокчейн” технологияларининг ўрни ва аҳамияти. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журналы. № 2, март-апрель, 2019 йил.

Чарм-пойабзал корхоналарига сифат менежментини татбиқ этишнинг замонавий ёндашувлари Современные подходы к внедрению менеджмента качества на кожевенно-обувных предприятиях Modern approaches to the implementation of quality management in leather footwear enterprises

Дилмурод ОРИПОВ,
ФарПИ мустақил изланувчиси.

Аннотация

Мақолада сифат менежментининг вужудга келиши, бугунги кундаги замонавий ёндашувлари ҳамда принциплари тадқиқ этилган, шунингдек, чарм-пойабзал корхоналарини халқаро сифат стандартлари асосида ташкил этиши бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

В данной статье исследуется появление менеджмента качества, современные подходы и принципы сегодняшнего дня, а также разрабатываются предложения и рекомендации по организации кожевенно-обувных предприятий на основе международных стандартов качества.

In this article, the emergence of quality management, modern approaches and principles of today are investigated, as well as proposals and recommendations are developed for the organization of leather and footwear enterprises on the basis of international quality standards.

Сифат менежменти замонавий бошқарувнинг муҳим фалсафаларидан бири ҳисобланган бошқарув концепцияси ҳисобланади. Сифат менежменти корхона миқёсида ташкил этиладиган ва харидорларнинг эҳтиёжини қондирадиган даражада маҳсулот ишлаб чиқарилишини таъминлайдиган жараёнлар ҳамда ҳаракатлар мажмуидан иборат. Мазкур бошқарув шакли корхоналарда ишлаб чиқариш хусусияти ва шаклидан келиб чиқиб турлича қўлланилиши билан унинг асосий ҳамда туб фалсафаси ўзгармайди. Ҳар бир ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сотилаётган бозор жойлашган ҳудуднинг стандартларига ва ўша жойдаги сотиб олаётган харидорларнинг қизиқиши ҳамда хоҳишларига мос бўлиши зарур.

Сифатни бошқаришнинг замонавий назариясида, сифатни бошқариш бўйича фаолият маҳсулот ишлаб чиқарилгандан кейин самарали эмас, балки

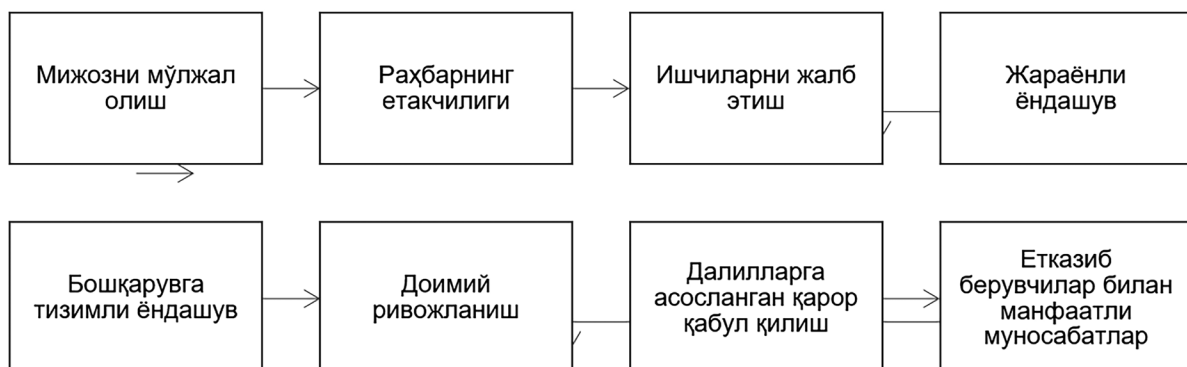
бу фаолият маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнида амалга оширилиши лозим деб ҳисобланади. Чунки, маҳсулот ишлаб чиқарилганидан сўнг унинг сифатини таъминлаш билан боғлиқ операцияларга ҳам яқун ясалади ва натижада унинг янгиланиши корхона учун ортиқча харажатларни вужудга келтиради. Шундан кўринадики, сифатни таъминлаш корхонада фақат ишлаб чиқариш жараёнида амалга оширилади [1]. Ҳар бир корхона сифатни таъминлашдаги барча ҳаракатларни ишлаб чиқариш жараёнига қадар тайёрлашга ҳаракат қилади.

Сифат менежментининг ривожланиши корхоналарда аниқ стандарт асосида маҳсулот ишлаб чиқаришга ҳамда жаҳон бозорида умумбелгиланган стандартларни амал қилишига имкон берди.

Сифат менежментини ишлаб чиқаришга, амалиётга татбиқ этишнинг жуда ҳам кўплаб принциплари мавжуд. Сифат бошқарувидаги барча

Калит сўзлар: сифат менежменти, маҳсулот сифати, сифатнинг беш юлдузи, ISO, сифат менежменти принциплари, мажмуавий сифат менежменти.

тамойиллар 1946 йилда ташкил топган Халқаро Стандартлаштириш ташкоти(ISO)нинг стандартлари асосида ишлаб келмоқда. Хусусан, Россиялик олимлар В.М. Мишин [2], М.М. Кане, Б.В. Иванов, В.И. Корешков, А.Г. Схиртладзе [3] ва Т.А. Салимова [4]лар сифат бошқарувидаги асосий принципларни қуйидаги шакллари кўрсатиб ўтганлар:



1-чизма. ISO талабларига асосан сифат менежменти принциплари [5].

1-чизмадан кўринадики, сифат менежментининг умум қабул қилинган принциплари ISO талабларига асосланади ҳамда қуйидагича мазмун касб этган:

1. Мижозни мўлжал олиш – корхона ва ташкилотлар ўзининг истеъмолчиларига тобе бўлади, шунинг учун уларнинг жорий ҳамда келгусидаги эҳтиёжларини ўрганиши, уларнинг талабларини бажариши ва кутганидан ҳам ортиқ товар етказиб беришга эришиши лозим.

2. Раҳбарнинг етакчилиги – раҳбарлар корхона мақсади ва фаолият йўналишларининг ягоналигини таъминлайди, шунингдек, корхона олдида қўйилган вазифаларни бажаришда ходимларни самарали йўналтири олиши ҳамда бошқариши лозим.

3. Ишчиларни жалб этиш – корхонадаги барча ходимларни ишга тўлиқ жалб этиш, уларнинг қобилиятларидан унумли фойдаланиш учун ишчанлик муҳитини шакллантириш керак.

4. Жараёнли ёндашув – кутилатган натижага қачонки фаолиятни ва зарурий ресурсларни жараён сифатида бошқарилганида эришилади.

5. Тизимли ёндашув – тизим сифатида ўзаро боғлиқ жараёнларнинг аниқланиши ва самарали бошқарувини йўлга қўйиш корхона самарасига ҳисса қўшади.

6. Доимий ривожланиш – корхона фаолиятини доимий яхшилаш асосий мақсад, деб қаралиши лозим.

зим.

7. Далилларга асосланган қарор қабул қилиш – қарорларни қабул қилишда муайян асосга эга бўлган ахборотлардан фойдаланиш, таҳлил этиш талаб этилади.

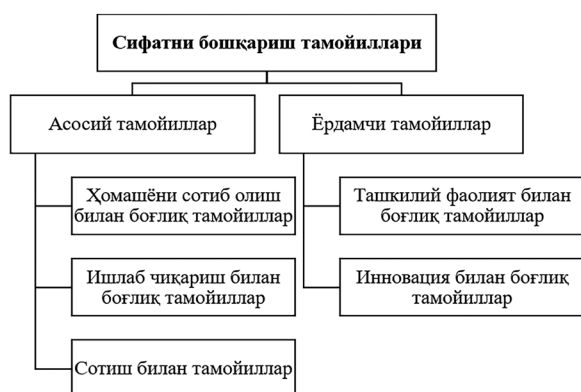
8. Етказиб берувчилар билан манфаатли муносабатлар – корхоналар ва уларнинг етказиб берувчилари ўзаро бир-бири билан боғлиқ равишда

фаолият юритади. Бундай ҳолатда ўзаро манфаатли муносабатларни йўлга қўйиш иккала томоннинг моддий бойлик яратиш имкониятларини оширади [4].

Сифатни бошқариш принципларини сифат механизмининг таркибий қисмларидан бири сифатида ҳам изоҳлаш мумкин. Ўзбек олимларидан Ж. Камбаров сифатни бошқариш механизминини қуйидагича таърифлайди: сифатни бошқариш механизми деганда, маҳсулот ҳаётий циклининг исталган босқичида сифатни бошқариш даражасидаги жами объект ва субъектлар, бошқарув усуллари ҳамда функциялари, фойдаланилатган принциплар тушунилади. Улар сифат бошқарувини корхонадаги тўлақонли ҳаракатини таъминлаб беради [6].

Фикримизча, сифатни бошқариш тамойилларини асосий ва ёрдамчи каби икки турга бўлиш мумкин. Биринчи турдаги тамойиллар гуруҳига хомашёни сотиб олиш, ишлаб чиқариш ва сотишга тааллуқли бўлса, иккинчи турдаги тамойилларга маҳсулотни тайёрлаш билан боғлиқ ташкилий, инновацион тамойиллар киради. Ушбу нуқтаи назардан олиб қараганда сифат менежментини қуйидаги тамойиллар гуруҳи орқали ишлаб чиқаришга татбиқ этилиши товарни бозорда айланиш тезлигини оширади:

1. Хом ашёни сотиб олиш билан боғлиқ сифат менежменти тамойиллари:



2-чизма. Сифат менежменти тамойиллари.

*Транзакция харажатларини оптималлаштириш. Ишлаб чиқариш корхоналари янги хомашё таъминоти манбааларини топиш билан шуғулланиб транзакция харажатларини ортиб кетганига эътибор қаратмайдилар. Бу ҳолат, ишлаб чиқариш таннарини ўсишига олиб келади;

*Таъминотчига аниқ талаблар тизимини ишлаб чиқиш. Таъминотчига аниқ талабларнинг қўйилиши истеъмолга тайёрладиган товар учун мезон бўлиб хизмат қилади. Айнан шу талаб натижасида товарнинг сифат кўрсаткичлари яхшиланади. Таъминотчи учун талабларнинг тизимлаштирилиши янги шартномалар тузишда, самарали ҳамкорлик алоқаларини ўрнатишда сифат менежменти талабларини тўғри бажарилишига олиб келади. Шунингдек, талабларни ишлаб чиқишда таъминотчи айби билан ишлаб чиқаришда тўхталишлар вужудга келиш ҳолати бўйича аниқ келишувларни йўлга қўйиш;

*Ҳужжатлаштириш. Ушбу тамойил орқали, сотиб олинаётган хомашё ва материаллар бухгалтерия ҳисоби, сифат тизими ва бошқа йўналишлар бўйича белгиланган барча ҳужжатларни расмийлаштириш назарда тутилади.

2. Ишлаб чиқариш билан боғлиқ сифат менежменти тамойиллари:

*Тартиб-интизом. Тартиб-интизом барча бошқарув жараёнлари учун асосий талаб саналади. Сифат менежментида ҳам тартиб-интизом ва топшириқларни ўз вақтида бажариш долзарб ҳисобланади. Хатоликлар ишлаб чиқаришда тартиб-интизомга риоя қилинмаслиги оқибатида келиб чиқади.

*Технологик жараёнларга ўзгартириш киритмаслик. Корхонанинг барча даражадаги технологик жараёнларига ўзбошимчалик қилиб ўзгартириш киритишга йўл қўйилмайди. Барча даражадаги технологик жараёнларга аниқ ҳисоб-китоблар қили-

ниб, натижа бериши аниқ бўлганида техник Кенгаш орқали масалани тасдиқлатилганидан сўнг ўзгартириш киритишга йўл қўйилиши мақсадга мувофиқ.

*Йўриқнома бўйича ишлаш. Ҳар бир лавозим учун алоҳида тартибда ишлаб чиқилган йўриқнома бўйича ишчиларни ишлаши талаб этилиши, меҳнат унумдорлигини ортишига замин яратади.

3. Сотиш билан боғлиқ сифат менежменти тамойиллари:

*Маҳсулотни бозор, гигиеник ва институционал талаблар асосида тўғри қадоқланишини йўлга қўйиш.

*Товарнинг нафлилиги ва қиймат хусусиятларини мувофиқлаштириш асосида оптимал нарх белгилаш.

*Ҳужжатлаштириш.

*Чиқиш назорати.

*Шартномага асосан, истеъмолчиларга ўз вақтида етказиб бериш.

4. Ташкилий фаолият билан боғлиқ сифат менежменти тамойиллари:

*Ишчилар учун йўриқномалар ишлаб чиқиш.

*Иш жойига қўйиладиган талаблар бўйича ҳужжатлар ишлаб чиқиш ва ишчиларга тарғиб қилиш.

*Сифат тўғарақлари фаолиятини ташкил этиш.

*Сифат билан боғлиқ барча ҳужжатлар учун бланкаларни тайёрлаш.

*Ёрдамчи ҳўжалик фаолиятини самарали бошқариш.

*Самарали мотивация тизимини жорий этиш.

5. Инновация билан боғлиқ сифат менежменти тамойиллари:

*Англикларни тез ўзлаштириш механизмини ишлаб чиқиш.

*Сифат ва инновацион тўғарақларни ташкил этиш.

*Корхонада илмий муҳитни қўллаб-қувватлаш.

*Олимлар, илмий-тадқиқот ва таълим муассасалари билан фаол ҳамкорликни шакллантириш.

*Самарали лойиҳаларни биринчи ўринда молиялаштириш.

*Юқорида таклиф этилган тамойиллар орқали сифат бошқарувини корхонада ташкил этиш ишлаб чиқаришнинг юқори самарадорлигини таъминлайди ва корхонанинг рақобатбардошлигини оширади.

Умуман олганда, кўриб чиқилган омиллар маҳсулот сифатини оширишни энг асосий йўналишлари ҳисобланади. Корхоналарда маҳсулот сифатини оширишда қуйидаги таклифлар асосида иш юрити-

лиши муҳим аҳамият касб этади:

- халқаро стандартлар асосида ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этиш ҳамда замонавий дастурий таъминотлардан самарали фойдаланиш;
- ишлаб чиқариш жараёнида учрайдиган яроқсиз маҳсулот ва дефектларни камайтириш бўйича технологик жараёнларни такомиллаштириш;
- ходимларни замонавий тажрибалар асосида ўқитиш мақсадида чарм-пойабзал саноати ривожланган мамлакатларга стажировкага юбориш ҳамда меҳнат салоҳиятини турли малака ошириш

институтлари ёрдамида доимий равишда ошириш;

- сифатни мажмуавий бошқариш мақсадида корхонани бир организм сифатида ишлашини таъминлаш;
- маҳсулот сифатини назорат қилиш ва таҳлил қилишнинг янги прогрессив усуллари доимий равишда ишлаб чиқиш ва қўллаш;
- ходимларни маҳсулот сифатини оширишга қизиқшини уйғотишда рағбатлантириш усуллари самарали фойдаланиш зарур.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Мазур И.И. Управление качеством: Учебное пособие для студентов вузов. - М.: Омега-Л, 2012 г. - 216 с. 113 б.
2. Мишин Виктор Михайлович. Управление качеством: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности “Менеджмент организации” / В.М. Мишин – 2-е изд. перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 г. - 64 с.
3. Кане М.М., Иванов Б.В., Корешков В.Н., Схиртладзе А.Г. Системы, методы и инструменты менеджмента качества: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008 г. – 67 с.
4. Салимова Татьяна Анатольевна. Управление качеством: учеб. по специальности «Менеджмент организации» / Т.А. Салимова. – 2_е изд., стер. – М.: Издательство «Омега_Л», 2008 г. – 43 с.
5. <https://www.iso.org/publication/PUB100080.html> - International Organization for Standardization ISO расмий сайти.
6. Камбаров Ж.Х., Шокирова Ю.С. Сифат менежментини такомиллаштириш: Монография. Т.: “Наврўз”, 2018 й. – 61-б.

Саноат корхоналарини иқтисодий бошқариш моделларини такомиллаштириш йўллари Пути совершенствования моделей экономического управления промышленными предприятиями Ways to improve models of economic management at industrial enterprises

Феруза АБУЛЧАЕВА,
Фаргона политехника институти таянч докторанти.

Аннотация

Мақолада иқтисодий бошқариш моделларининг аҳамияти, саноат корхоналарининг иқтисодий самарадорлигига таъсири, моделларни ишлаб чиқиш бўйича талаб этиладиган мезонлар ёритилган ҳамда корхоналарга татбиқ этиш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

В данной статье освещена важность моделей экономического управления, их влияние на экономическую эффективность промышленных предприятий, критерии, необходимые для разработки модели, разработаны предложения и рекомендации для внедрения на предприятиях.

This article highlights the importance of economic management models, their impact on the economic efficiency of industrial enterprises, the criteria necessary for developing a model, proposals and recommendations for implementation at enterprises are developed.

Юртимизда фаолият юритаётган саноат корхоналарининг рақобатбардошлигини таъминлаш, қўшимча қийматли маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш, бошқарув тизимини замонавий тамойиллар асосида ташкил этиш тобора муҳим аҳамият касб этиб бормоқда. Ҳудудларда саноат тармоқларини ривожлантириш мақсадида кластерлар, эркин иқтисодий зоналар, кичик саноат зоналари ташкил этилиб, уларнинг таркибида инновацион марказлар фаолияти йўлга қўйилмоқда.

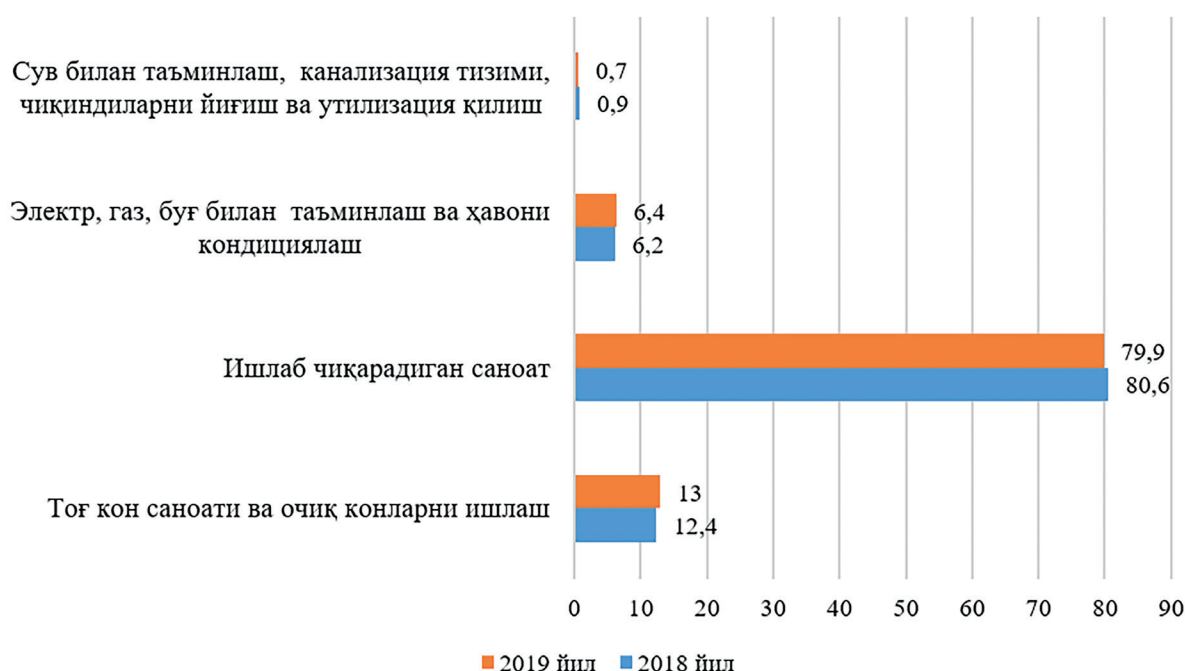
Саноат тармоқларида корхоналар сонининг ортиши тармоқ ичидаги рақобат муҳитини юзага келтиради, бундай шароитда корхона самарадорлигини таъминловчи омилларга эътибор қаратиш талаб этилади. Шу боис 2017–2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида юқори технологияли қайта ишлаш тармоқларини, энг аввало, маҳаллий хомашё ре-

сурсларини чуқур қайта ишлаш асосида юқори қўшимча қийматли тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришни жадал ривожлантиришга қаратилган сифат жиҳатидан янги босқичга ўтказиш орқали саноатни янада модернизация ва диверсификация қилиш [1] муҳим вазифа этиб белгиланган.

Устувор вазифаларнинг самарали ижросини таъминлаш бўйича зарур чора-тадбирлар ишлаб чиқилиб амалиётга татбиқ этилмоқда. Натижада саноат тармоқларининг рақобатбардошлиги ортиб, иқтисодий самарадорликка эришилмоқда.

Ўтган 2019 йилда юртимиз корхоналари томонидан 331,0 трлн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлиб, 2018 йилга нисбатан саноат ишлаб чиқаришнинг физик ҳажм индекси 106,6 фоизни ташкил этди. Саноат ишлаб чиқариш таркибида энг катта улуш ишлаб чиқарадиган саноат ҳиссасига тўғри келиб, унинг жами саноат ишлаб чиқаришдаги улуши 79,9 фо-

Калит сўзлар: модель, иқтисодий бошқариш моделлари, иқтисодий самарадорлик, молиявий натижалар, бошқарув тизими, корхона фойдаси, инвестицион жозибадорлик.



1-чизма. Асосий иқтисодий фаолият турлари бўйича саноат ишлаб чиқариш таркиби, фоизда [2].

изни ташкил этди (1-чизма).

2018 йилга нисбатан, 2019 йилда тоғ кон саноати ва очик конларни ишлаш, электр, газ, буғ билан таъминлаш ҳамда ҳавони кондициялаш соҳаларини умумий саноатдаги улуши ортган. Саноат соҳаларининг иқтисодий самарадорлигини таъминлашда ишлаб чиқариш корхоналарида ташкил этилган бошқарув тизимининг ўрни муҳим аҳамият касб этмоқда.

Самарали бошқарув тизимини ташкил этиш орқали корхонада маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг ортишига, ресурслардан оқилона фойдаланиш имкониятларига, ишлаб чиқариш жараёнини узлуксизлигини таъминлашга эришилади.

Корхоналарнинг иқтисодий самарадорлигини таъминлаш омиллари юзасидан кўплаб тадқиқотчилар ўз ёндашувларини таклиф этган. Украиналик тадқиқотчи Алексей Квилински корхона иқтисодий самарадорлигига эришишда ахборотнинг ролини оширишни таклиф этган, ахборотни ишлаб чиқаришнинг энг муҳим омилига ҳамда ишлаб чиқариш қудратига айлантириш, корхона фаолиятини режалаштиришда, инсон капитали ролини оширишда, ишчилар ўртасидаги ўзаро муносабатларни мустаҳкамлашда, корхонанинг бозорга мослашувчанлигини таъминлашда, мол етказиб берувчилар билан муносабатларда, истеъмолчилар ва маҳаллий аҳоли билан ўзаро алоқа жараёналарида коммуникацион муҳитни яратиш [3] энг асосий омиллигини таъкидлайди.

Албатта корхоналар самарадорлигини таъминлашда ахборот ва коммуникациянинг ўрни муҳим ҳисобланади, шу билан бирга, иқтисодий самарадорликка бевосита таъсир этувчи омилар сифатида маҳсулот таннарихи, ишлаб чиқариш қуввати, операцион харажатлар, ресурслар таъминоти, инновацион фаолият, бошқарув тизимини ҳам киритиш мумкин. Корхона самарадорлигига таъсир этувчи омиллари тўғри йўналтириш, уларнинг таъсир даражасини мувофиқлаштириш бевосита корхонанинг бошқарув тизимига боғлиқдир.

Ишлаб чиқариш корхоналарининг бошқарув тизимини самарали йўлга қўйиш орқали кўплаб корхоналар юқори иқтисодий самарадорликка эришмоқда. Бунда бошқарув тизимини муайян модель асосида ташкил этиш тузилма фаолиятининг самарали ишлашига кучли таъсир кўрсатади.

Иқтисодий бошқарув модели корхонанинг самарадорлигини таъминлашга хизмат қилувчи омиллари фундаментал муносабатларини акс эттиради. Иқтисодий модель энг муҳим масалаларни қисқача, ихчам кўринишда кўрсатиш имконини берувчи иқтисодий воқеликни соддалаштирилган кўриниши ҳисобланади. Иқтисодий модель ўзгарувчан ташқи муҳит омилларига тез реакция беради, бу эса, ўз навбатида, корхона фаолиятини ўзгарувчан шароитларга мослашувчанлигини таъминлашга имкон беради.

Корхонанинг иқтисодий бошқарув моделини ишлаб чиқишда асосий эътиборни иқтисодий самара-



2-чизма. Корхоналарни иқтисодий бошқариш модели.

дорликни оширишга йўналтирилган тузилмани ишлаб чиқишга қаратиш талаб этилади. Шу нуқтаи назардан корхона иқтисодий моделини ишлаб чиқишда қуйидаги талабларга мувофиқ жараёнларни ташкил этиш лозим:

- корхонанинг тўлиқ иқтисодий моделини яратиш;
- корхонанинг кўп йиллик молиявий ҳолати бўйича прогноз тузиш;
- моддий ва молиявий оқимларни тезкор бошқариш;
- даромадлар ва харажатлар бюджетини асослаш;
- корхона ривожланишини стратегик режалаштириш воситасини яратиш;
- энг яхши инвестиция стратегиясини танлаш;
- фонд бозорида акцияларнинг инвестицион жозибадорлигини ошириш имкониятларини топиш;
- корхонанинг юқори раҳбарияти, инвесторлар ва акциядорлар ўртасидаги қарама-қаршиликларни олдиндан аниқлаш ҳамда ҳал қилиш йўналишларини белгилаш ҳисобланади.

Иқтисодий жараёнларни бошқариш анча мураккаб цикл бўлиб, унинг иштирокчиларидан кўникма ва

маҳорат талаб этади (2-чизма).

Ушбу модель корхоналарни режалаштириш ва бошқаришни автоматлаштириш учун асосий восита бўлиб хизмат қилади. Корхоналарнинг барча бизнес-жараёнларини ягона молиявий ва ишлаб чиқариш тизимига бирлаштириш зарур.

Умуман олганда саноат корхоналарининг иқтисодий бошқарув моделларини ишлаб чиқиш ва такомиллаштириш бўйича қуйидаги таклифлар тадқиқ этилди:

- саноат корхоналари муайян иқтисодий бошқарув модели асосида фаолият кўрсатиши мақсадга мувофиқ бўлиб, бунда корхона томонидан аниқ стратегик дастурлар ишлаб чиқилиши зарур;
- иқтисодий модель асосан молиявий маблағларни орттиришга хизмат қилувчи тузилма ишлаб чиқилишини талаб этади, шу нуқтаи назардан барча тузилмалар фаолияти натижасини иқтисодий самарадорлик даражасини баҳолаш лозим;
- корхонанинг иқтисодий бошқарув модели кучли рақобат муҳитига мослашувчан, иқтисодий инқирозларни олдини олишга йўналтирилган бўлиши зарур.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармони. // www.lex.uz.
2. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида тайёрланган // www.stat.uz.
3. Aleksy Kwilinski. Development of industrial enterprise in the conditions of formation of information economics. «Thai Science Review», Autumn-2017, <https://www.researchgate.net/publication/32703488> pp 85-90.

Суғурта компаниялари молиявий ресурсларини шакллантириш асослари

Основы формирования финансовых ресурсов страховых компаний

Bases of formation of financial resources of insurance companies

Наргиза БАБАЕВА,
Тошкент Молия институти
мустақил тадқиқотчиси, и.ф.н., доцент.

Аннотация

Мақолада суғурта компанияларининг давлат молия тизимидаги, жамият ва давлат ривожланишидаги ўрни баён этилган. Суғурта компанияларининг замонавий иқтисодиёт шароити молиявий ресурсларини шакллантиришга қўйиладиган асосий талаблар, шакллантириш усуллари ва шакллантириш натижаларини баҳолаш кўрсаткичлари таснифи ёритилган.

В данной статье описывается роль страховых компаний в финансовой системе страны, развитии государства и общества. Рассматриваются основные требования к формированию финансовых ресурсов, методы формирования и классификация показателей оценки результатов формирования финансовых ресурсов страховых компаний в современных экономических условиях.

This article describes the role of insurance companies in the financial system of the country, the development of the state and society. The basic requirements for the formation of financial resources, the methods of formation and classification of indicators for assessing the results of the formation of financial resources of insurance companies in modern economic conditions are considered.

Жаҳон иқтисодиётида суғурта компаниялари йирик жамоавий сармоядорлар қаторига киради ва фаол инвестиция позициясини эгаллайди. Ушбу турдаги фаолият туғридан-туғри суғурта бозори динамикасига боғлиқ. Агар ушбу динамика ижобий бўлса, суғурта хизматлари сегментида салмоқли маблағлар тўпланиб, суғурталовчиларнинг инвестицион фаолияти давлат бюджетига юкни камайтиради ва суғурталовчиларни узоқ муддатли манбалар манбаини ташкил қилади.

Жаҳон амалиётида инвестицион фаолият суғурта ташкилотларнинг суғурталашдан кейинги энг муҳим даромад манбаи ҳисобланади. Мамлакатимизда ҳам суғурта соҳаси бошқа соҳалар сингари кенг ривожланмоқда. Миллий суғурта компаниялари томонидан ўз молиявий ресурсларини инвести-

цион фаолиятга йўналтиришга эътибор қаратила бошланди.

Суғурта компанияларининг молиявий ресурслари шартномалар тузилган вақтдан бошлаб суғурта ўловлари кўринишидаги мажбуриятларнинг бажарилишига, шунингдек, суғурта шартномаларини сақлаб турилишини таъминлайдиган инвестиция ва бошқа харажатлар, суғурта ва қайта суғурта операциялари учун ишлатиладиган пул даромадлари ва тушумларини англатади ва суғурта хизматлари сифатини яхшилашга қаратилади.

Суғурта ташкилотининг молиявий ресурслари ўз маблағлари ва жалб қилинган молиявий маблағлардан иборат.

Суғурта ташкилотининг молиявий ресурслари ҳажми ва таркиби суғурта учун қабул қилинган ха-

Калит сўзлар: молия, суғурта компанияси молияси, молиявий пул оқимлари, молиявий ресурслар, инвестиция, суғурта мукофоти, суғурта захира, суғурта фонди, устав фонди.

тарларнинг даражаси ҳамда таркибига мос келиши керак.

Суғурта компанияларининг ўз молиявий ресурсларни шакллантиришда қўйиладиган талаблар қуйидагиларни ўз ичига қамраб олади:

1. *Устав капиталини шакллантиришга қўйиладиган талаблар.* Устав капиталини шакллантириш тартиби ва энг кам миқдорлари амалдаги қонун ҳужжатларида (суғурта фаолиятига таълуқли қонунчилик ҳужжатлари) ва суғурта компаниясининг таъсис ҳужжатларида белгиланади. Масалан: 2018 йил 1 июлдан бошлаб миллий суғурта компаниялари учун устав капиталларининг энг кам миқдорлари умумий суғурталаш тармоғида – 7,5 миллиард сўм. Ҳаётни суғурталаш тармоғида – 10 миллиард сўм, мажбурий суғурталаш бўйича – 15 миллиард сўм ва фаолияти фақат қайта суғурталаш бўладиган бўлса – 30 миллиард сўмни ташкил этади [7].

Шунингдек, 2020 йил 1 июлдан бошлаб уларнинг миқдорлари қуйидагиларга оширилди: умумий суғурта ёки ҳаётни суғурта қилиш тармоғида ихтиёрий суғуртани амалга ошириш учун – 15 миллиард сўм, умумий суғурта ёки ҳаётни суғурта қилиш тармоғида мажбурий суғуртани амалга ошириш учун – 25 миллиард сўм, фаолияти фақат қайта суғурта бўладиган бўлса – 35 миллиард сўмни ташкил этиши белгилаб қўйилди [8].

2. *Қўшимча капитални шакллантиришга қўйиладиган талаблар.* Қонунчилик талабларига мувофиқ, қўшимча капитал асосий воситаларни қайта баҳолаш натижасида олинган маблағлар, акцияларни эмиссия, жойлаштиришдан олинган даромадлар ва бошқа ташкилотлардан бепул олинган маблағлар ҳисобидан шакллантирилади.

3. *Захира капиталини шакллантиришга қўйиладиган талаблар.* Захира капиталини шакллантириш методологияси худди қўшимча капитални шакллантиришга ўхшаш тармоқ (соҳа) хусусиятларига эга эмас ва ҳўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини ташкил этишнинг умумий тамойилларига мос келади. Захира капитали компаниянинг молиявий мажбуриятларни қоплаш учун шакллантирилмайди, балки устав капиталига қўшимча сифатида шаклланади. Захира капиталини шакллантириш учун маблағлар амалдаги қонун ҳужжатларида белгиланган миқдорда, суғурта компанияси таъсисчиларининг қарорига биноан соф фойда натижалари бўйича тақсимлашда ажратилади.

4. *Фойда ва махсус фондларни шакллантиришга*

қўйиладиган талаблар. Суғурта компаниясининг фойдаси компания фаолиятининг якуний молиявий натижасини англатади ва суғурталовчининг капиталидаги ўзгаришлар тўғрисидаги ҳисоботни тузиш бўйича тартибга солинадиган талабларга мувофиқ тақсимланмаган даромад ҳаёт ва ҳаётдан ташқари алоҳида суғурта турлари бўйича ҳосил бўладиган соф фойда (зарар)ни ўз ичига олади. Шу билан бирга суғурта компаниясининг ҳисоб сиёсатида бухгалтерия ва солиқ ҳисоби учун даромадлар ҳамда харажатларни шакллантириш талаби белгилаб қўйилиши мумкин.

Суғурта иштирокчилари ўртасидаги муносабатларнинг эквивалентлиги тамойилларига риоя қилиш учун суғурта компанияси жорий операциялардан келадиган даромадларни оширишга интимаслиги керак. Шунга қарамай, суғурта операциялари жуда катта фойда келтириши мумкин, аммо уни олиш суғурта компаниясининг асосий мақсадига айланиши керак эмас. Суғурта компаниясининг ижтимоий самарадорлиги муҳим аҳамият касб этади.

Фойда туфайли, суғурта компаниясининг ички ҳужжатларига мувофиқ, турли хил жамғарма ва истеъмол фондлари ташкил этилиши мумкин бўлади.

5. *Соф активларни шакллантиришга қўйиладиган талаблар.* Молиявий ҳисоботларни тузиш жараёни суғурта компаниялари мажбурий тартибда мажбуриятлардан озод қилинган соф активлар қийматини ҳисоблаб чиқади. Соф активлар қиймати, ҳажми суғурта компаниясининг кредиторлари олдидаги мажбуриятларини бажариш кафолатининг даражасини кўрсатади. Шу билан бирга, соф активларга қўйиладиган талаблар ва уларнинг қиймати суғурта компаниясининг устав капиталидан кам бўлмаслиги керак.

6. *Суғурта компанияси ўз маблағларининг етарлик даражасига талаблар.* Ўз маблағларининг миқдори давлатнинг талабларига ва суғурта компаниясининг эҳтиёжлари боғлиқ бўлади. Бу молиявий ҳафсизликни кафолатлаш учун етарли бўлиши керак, шунинг учун уни режалаштириш ва назорат қилиш лозим. Шу билан бирга, капиталнинг етарлилик миқдори сифатида қуйидаги икки кўрсаткичнинг каттаси қабул қилинади, булар ички ва ташқи капиталнинг етарлилик даражаси.

Шундай қилиб, ўз молиявий ресурсларнинг ҳажми суғурта компанияси фаолиятининг дастлабки босқичида муҳимдир, чунки, ушбу босқичда,

суғурта фонди ҳали етарлича шаклланмаган ва йирик зарарларни қоплаш имконига эга бўлмайди. Бу жараёнда суғурта компаниясининг устав капитали фаолият жараёнидаги молиявий рискларни бошқариш имконини беради. Шу билан бирга, ўз молиявий ресурслар суғурта компаниясининг молиявий барқарорлик омили сифатида хизмат қилади. Уларнинг ҳажми суғурта мажбуриятларини тўлиқ ва ўз вақтида бажариш учун етарли бўлиши керак. Бунда ўз маблағларининг етарлилиқ даражаси суғурта компаниясининг тўлов қобилиятига қўйиладиган ташқи ва ички талаблар билан белгиланади.

Баланс мажбуриятларини шакллантириш бўйи-

ча тартибга солинадиган талабларга мувофиқ суғурта компаниясининг мажбуриятлари заёмлар ва кредитлардан иборат бўлган қарз маблағлари ҳамда бошқа мажбуриятларни ўз ичига олади.

Қарзга олинган молиявий ресурслар таркибида ташқи, ички манбалардан қисқа ва узоқ муддат даврларга жалб қилинган маблағлар киради. Молиявий маблағларни шакллантиришда банк манбаидан фойдаланиш кенг мақсадли ва турли шаклларда амалга оширилиши жиҳатидан кенг қиррали ҳисобланади. Қарз олиш манбаларидан яна бири бу суғурта компаниясининг ўз қимматли қоғозларини чиқариш ҳисобланади ва улар компаниянинг

1-жадвал.

Суғурта компаниясининг молиявий ресурсларини шакллантириш усуллари

Усуллар	Ўз молиявий ресурслари	Қарзга олинган молиявий ресурслар	Жалб қилинган молиявий ресурслар
Ҳисоб-китоблар тизими	Таъсисчилар билан ҳисоб-китоблар	Қарз ва кредит шартномалари бўйича банклар ва нобанк ташкилотлар билан ҳисоб-китоблар	Суғурта, биргаликда суғурта, қайта суғурта ва бошқа хўжалик шартномалари бўйича ҳисоб-китоблар
Диверсификация усули	Чиқарилган акциялар ва улушлар бўйича диверсификация қилиш	Кредит портфелини диверсификация қилиш	Суғурта, биргаликда суғурта ва қайта суғурта портфелини диверсификация қилиш
Иқтисодий-статистик усули	Капиталнинг ўсиши учун захираларни топишнинг иқтисодий-статистик усуллар	Қарз ва кредитлаш рискларини иқтисодий-статистик баҳолаш усуллари	Суғурта ставкалари ва суғурта захираларини ҳисоблашнинг иқтисодий-статистик усуллари
Иқтисодий-математик усул	Ўз маблағларни баҳолашнинг иқтисодий-математик усуллари	Қарз маблағларини баҳолашнинг иқтисодий-математик усуллар	Суғурта ставкалари ва захираларини ҳисоблашнинг иқтисодий-математик усуллари
Эксперт баҳолаш усули	Ўз маблағларининг етарлилиқ даражасини эксперт баҳолаш	Суғурта компаниясининг кредитга лаёқатлилигини эксперт баҳолаш	Захиралар, огоҳлантириш чора-тадбирлари фонди ва суғурта тарифларининг етарлилиқ даражасини эксперт баҳолаш
Режалаштириш	Устав капитални кўпайтиришни режалаштириш. Жорий, инвестиция ва молиявий операциялардан, ҳаёт ва бошқа суғурта турлари бўйича фойдани режалаштириш	Қарз ва кредит маблағларини жалб қилишни режалаштириш	Суғурта тарифларини режалаштириш. Суғурта захиралари ва огоҳлантириш чора-тадбирлари фондини режалаштириш
Моделлаштириш	Ўз маблағларининг ўзгаришини моделлаштириш	Қарз ва кредит олиш рискларини моделлаштириш	Суғурта захиралари ва огоҳлантириш чора-тадбирлари фондларини моделлаштириш
Таҳлил	Ўз молиявий ресурсларни горизонтал, вертикал, қиёсий, омилли, трендли, коэффициентли таҳлил қилиш	Қарзга олинган молиявий ресурсларни горизонтал, вертикал, қиёсий, омилли, трендли, коэффициентли таҳлил қилиш	Жалб қилинган молиявий ресурсларни горизонтал, вертикал, қиёсий, омилли, трендли, коэффициентли таҳлил қилиш
Назорат	Ўз молиявий ресурсларни, қарзга олинган молиявий ресурсларни, жалб қилинган молиявий ресурсларни доимий назоратини олиб бориш		

Манба: тадқиқотлар натижасида муаллиф томонидан тайёрланди.

Суғурта компаниясининг молиявий ресурсларини шакллантириш натижаларини баҳолаш кўрсаткичлари

Кўрсаткич	Ўз молиявий ресурслари	Қарзга олинган молиявий ресурслар	Жалб қилинган молиявий ресурслар
Мутлоқ	Устав капиталнинг амалдаги ва норматив ҳажми. Захира капиталининг амалдаги ва норматив миқдори	Қарз ва кредитларнинг амалдаги ва норматив миқдорлари	Ҳаёт ва бошқа суғурта турлари учун суғурта захираларининг амалдаги ва режалаштирилган миқдорлари
	Соф активларнинг ҳақиқий ҳажми. Ҳаёт ва бошқа суғурта турларидан ҳақиқий ва режалаштирилган фойда. Ўз капиталининг умумий ҳажми	Қарзга олинган маблағларнинг умумий миқдори	Огоҳлантириш чора-тадбирлари фондининг амалдаги ва режалаштирилган ҳажми. Кредитор қарздорликнинг ҳақиқий ва режалаштирилган миқдори. Жалб қилинган маблағларнинг умумий ҳажми
Нисбий	Ўз маблағларининг амалдаги ва норматив етарлилик даражаси. Ўз маблағларининг айланиш ва рентабеллик кўрсаткичлари	Қарз маблағларнинг айланиш ва рентабеллик кўрсаткичлари	Суғурта захираларининг амалдаги ва норматив даражаси. Жалб қилинган маблағларнинг айланиш ва даромадлилик кўрсаткичлари
	Тўлов қобилияти ва молиявий барқарорлик кўрсаткичлари		

Манба: тадқиқотлар натижасида муаллиф томонидан тайёрланди.

стратегик ривожланишини молиялаштириш учун ишлатилади.

Қарзга олинган молиявий ресурслар суғурта компанияси томонидан қайтарилиши ва қатъий мақсадли равишда жалб қилинади (жорий активларнинг етишмаган қисмларини тўлдириш учун – қисқа муддатли даврга қарз олиш; инвестицияларнинг етишмаётган миқдорини шакллантириш учун – узоқ муддатли қарзлар ва бошқа вақтинчалик эҳтиёжлар учун), бу уларни кейинчалик ишлатиш шартларидан бири ҳисобланади.

Суғурта компаниясининг жалб қилинган молиявий ресурслари қуйдагилардан иборат:

- ҳаёт суғуртаси бўйича суғурта захиралари;
- ҳаёт суғуртасидан бошқа суғурта турлари бўйича суғурта захиралари;
- огоҳлантириш чора-тадбирлари бўйича захиралар;
- кредиторлик қарзлари;
- бошқа мажбуриятлар.

Суғурта ва огоҳлантириш чора-тадбирлар захиралари ташқи манбалар ҳисобидан суғурта мукофоти шаклида молиялаштирилади. Кредиторлик қарзлари ва бошқа мажбуриятлар ташқи (суғурта, биргаликда суғурта ва қайта суғурта шартномалари бўйича) ҳамда ички манбалардан (меҳнат ва хўжалик шартномалари бўйича) ҳисобидан ҳосил бўлади.

Суғурта компаниясининг ўз, қарзга олинган ва жалб қилинган молиявий маблағларини шаклланти-

риш билан боғлиқ бошқарув қарорларининг асосланиши ва назорати турли усуллари қўллашни ўз ичига олади (1-жадвал).

Суғурта компаниясининг молиявий ресурсларини шакллантириш натижаларини баҳолаш жараёни уларни такомиллаштириш воситалари бўлган мутлоқ ва нисбий молиявий кўрсаткичлар тўпламидан фойдаланишни ўз ичига олади (2-жадвал).

Молиявий ресурсларни жалб қилиш механизмида чиқувчи оқим бу суғурта компаниясининг жалб қилинган маблағлардан қониқишидир.

Шундай қилиб, суғурта компаниясининг бизнес жараёнларига (молиявий ресурсларни шакллантириш жараёни, усуллари, шаклланиш натижаларини баҳолаш жараёни) йўналтирилган, ўзлаштирилган, қарзга олинган ва жалб қилинган молиявий маблағларни шакллантиришда тизимли ёндашув суғурта компаниясининг бошқарув самарадорлигини бир неча маротаба ошириш мумкин бўлади.

Суғурта компаниясининг молиявий ресурслари – бу суғурта компаниясининг иқтисодий муомалада бўлган ва суғурта операцияларини, инвестиция фаолиятини амалга ошириш учун фойдаланадиган, ҳамда молиявий ресурслар таркибини шакллантирадиган вақтинча бўш пул маблағларининг йиғиндисидир. Суғурта компаниясининг молиявий ресурслари доимий равишда ҳаракатда бўлади ва маълум вақт оралиғида молиявий оқимларни ташкил қилади.

Суғурталашнинг моҳияти, таҳлили унинг нафақат иқтисодий ишлаб чиқариш тизимидаги янги

иқтисодий асосларини аниқлашга имкон берди, бу нафақат ишлаб чиқариш ва такрор ишлаб чиқаришнинг узлуксизлигини ҳамда барқарорликни таъминлаши, балки, суғурта компанияларининг суғурта фондларининг молиявий ресурсларидан фойдаланиш бюджетга тушадиган оғирликни камайитириши

мумкинлиги, муомаладаги ортиқча пулларни жалб қилиш орқали инфляцияга қарши таъсирга эга ва пул муомаласини барқарорлаштиришга ёрдам беради ҳамда давлат тўлов балансини шакллантиришда ижобий омил сифатида кўриб чиқиши керак.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Носырева Г.А. Управление финансами страхового предприятия. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001 г. С. 5.
2. Морозко Н.И. Методология управления финансами страховой системы: автореф. ... д-ра экон. наук. М.: 2007 г. С. 10.
3. Моляков Д.С., Шохин Е.И. Теория финансов предприятий: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2001 г. С. 85.
4. Герасимова Л.Н., Иванникова А.В. Особенности формирования финансовых ресурсов в страховых компаниях / Аудит и финансовый анализ. № 2'2014 г. 289-292 с.
5. Manes A. Versicherungswesen. 1924 г. С. 20-26.
6. Краснова И.А. Страховые фонды и финансово-кредитные отношения. 1993 г. С. 10-15.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 10 апрелдаги “Суғурта хизматлари бозорини янада ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори (Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 22-сон, 411-модда).
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 августдаги “Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. (Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 03.08.2019 й., 07/19/4412/3512-сон).

Минтақада саноатни ривожлантиришни эконометрик моделлар ёрдамида баҳолаш

Оценка развития промышленности региона с помощью эконометрических моделей

Econometric methods for predicting the development of industrial production

Тимур ТАДЖИЕВ
Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат
университети тадқиқотчиси.

Аннотация

Мақолада саноат ишлаб чиқариш ривожланишини эконометрик моделлар ёрдамида баҳолаш усуллари келтирилган ва саноатнинг ривожланиш жараёнлари таҳлил қилинган.

В статье рассматриваются методы оценки развития промышленного производства с помощью эконометрических моделей, проанализированы процессы промышленного развития.

The article discusses methods for assessing the development of industrial production using econometric models and analyzes the processes of industrial development.

Маълумки, саноатни ривожлантириш ҳар қандай мамлакат миллий иқтисодиётини барқарор суръатлар билан ривожланишига олиб келади. Мамлакат иқтисодиётининг ривожланишида унинг дунёдаги сиёсий ўрнини ва ижтимоий барқарорлигини белгилашда саноат мажмуаси тармоқлари муҳим роль ўйнайди. Саноат тармоқларида асосий воситаларнинг эскириши ва ислохотлар даврида ишлаб чиқариш жараёнидан чиқиб кетиши, асосан, жиддий молиявий қийинчиликлар туфайли янгиларининг тегишли равишда киритилиши билан бирга уларда ишловчилар сони, инвестицияларнинг жалб қилиниши каби жараёнларни чуқур таҳлил қилиш зарурати туғилмоқда. Бундай таҳлилларни амалга оширишда эконометрик моделлардан фойдаланиш самарали ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси

тўғрисида”ги ПФ-4947-фармонининг 1-илосида келтирилган “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”да “ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштиришни рағбатлантириш сиёсатини давом эттириш ҳамда, энг аввало, истеъмол товарлар ва бутловчи буюмлар импортининг ўрнини босиш, тармоқлараро саноат кооперациясини кенгайтириш”¹ вазифаси қўйилган.

Минтақалар илгари ишлаб чиқарилаётган фойдали маҳсулотлар ёки саноат тармоқлари билан технологик боғлиқ бўлган янги маҳсулотлар ёки соҳаларни ривожлантирса, муваффақиятга эришиш эҳтимоли кўпроқ, чунки, бу жараёни амалга оширишда талаб қилинадиган моддий ва номоддий ишлаб чиқариш активлари, масалан, меҳнат, билим, ресурслар ҳамда имкониятлар минтақада мавжуддир. Шу сабабли, янги саноат тармоқларида ташқи ҳамкорлик натижасида

Калит сўзлар: модель, саноат ишлаб чиқариши, ўртача меҳнат унумдорлик, меҳнатнинг капитал билан қуролланганлиги, эконометрик модель, технологик ривожланиш.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги 4947-фармонининг 1-илоси “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”. Lex.uz

турли хил билимларга эга бўлиш учун нисбатан пастроқ харажатлар бўлади².

Асосий гоё шундан иборатки, бозор иқтисодиёти тизими мукамал эмас ва ўзини ўзи тартибга солмайди, иш билан таъминлаш ва иқтисодий ўсишга фақат давлатнинг иқтисодиётга фаол аралашуви билан эришиш мумкин³. Р. Солоу ўзининг тадқиқотларида узоқ муддатда иқтисодий ўсиш суръатлари капитал қўйилмалар ошишига эмас, балки, технологик ривожланиш омилига боғлиқ эканлигини таъкидлайди⁴. Коб-Дуглас ишлаб чиқариш функциясидан фойдаланади, бунда омилар бўйича ишлаб чиқариш мослашувчанлиги омиларнинг йигиндиси бирликка тенг (шкала бўйича доимий самарадорлик):

$$Y_t = Y(K_t, L_t) = K_t^a L_t^{1-a} \quad (1)$$

Солоу модели талаб ва таклиф бир хил миқдорда ўзгаришини фарз қилади, бу ерда ялпи талаб мавжуд эмас.

Ишлаб чиқариш функцияси (1) қуйидагича ифодаланиши мумкин:

$$\frac{Y_t}{L_t} = \frac{K_t^a L_t^{1-a}}{L_t} = \left(\frac{K_t}{L_t}\right)^a$$

Буни қуйидагича белгилаймиз $Y_t / L_t = q_t$ ва $K_t / L_t = k_t$, $q_t = k_t^a$ (2)

бу ерда q_t – ўртача меҳнат унумдорлиги; k_t – бу меҳнатнинг ўртача капитал билан қуролланганлик нисбати.

Солоу моделида ўртача меҳнат унумдорлиги функционал равишда ўртача меҳнатнинг капитал билан қуролланганлик нисбатига боғлиқ.

(1) моделнинг яққол хусусиятларидан бири шундаки, мувозанат шароитида ишчи кучи ўртача капитал коэффициентининг ўзгариши амалда тегишли йилнинг ишчи кучига нисбатан капиталнинг ҳаддан ташқари кўп ишлаб чиқарилиши (ёки етишмаслиги) туфайли рўй беради. Шунинг учун, таҳлилнинг биринчи босқичида, моделдаги технологик тараққиёт ҳисобга олинмайди. Аслида, иқтисодий ўсиш ҳар доим технологик тараққиёт шароитида рўй беради ва унинг йўқлиги тахминлари шунчаки соддалик принципига асосланган иқтисодий ҳодисаларни кўриб чиқишга имкон берадиган аналитик усулдир. Солоу моделидаги иш кучи таклифи функцияси ўзгармас (стационар) шаклга эга:

$$L_t^S = L_0^S (1+n)^t \approx L_0^S e^{nt} \quad (3)$$

бу ерда e – натурал логарифмларнинг асоси; n – аҳолининг йиллик ўсиш суръати ва ишчи кучи.

Йиллик ишлаб чиқариш ва товарлар таклифи қуйидаги функция орқали ифодаланиши мумкин:

$$Y_t = Y(K_t, L_0 e^{nt}) \quad (4)$$

Ҳар бир даврда ишлатилган капитал ҳажми ишчилар сони бўйича капитал-меҳнат нисбати маҳсулотига тенгдир:

$$K_t = k_t L_0 e^{nt}$$

Вақти-вақти билан иш билан бандлар сони ҳам, капитал билан қуролланганлик нисбати ҳам ўзгаради. Бунинг учун зарур бўлган қўшимча капитал миқдори қуйидаги тенгликдан аниқланади:

$$\frac{dK_t}{dt} = \frac{dk_t}{dt} L_0 e^{nt} + nk_t L_0 e^{nt} \quad (5)$$

Капиталнинг ўсиши соф инвестициялар ҳисобига таъминланади:

$$dK/dt = I_t \quad (6)$$

бу мувозанат ўсиши шароитида даромадларни жамғариш миқдори тенг бўлиши керак:

$$I_t = S_t = sY_t \quad (7)$$

бу ерда S_t – т давридаги даромадларни жамғариш суммаси; S – даромадни жамғариш даражаси Y_t .

Шунга кўра $Y_t = C_t + S_t$, бу ерда C_t – миллий даромадни истеъмол қилиш ҳажми.

(5) – (7) тенгликлардан келиб чиқадики, мувозанат ўсишини таъминлаш учун тенглик зарур:

$$\frac{dk_t}{dt} L_0 e^{nt} + nk_t L_0 e^{nt} = sY(K_t, L_0 e^{nt}) \quad (8)$$

Солоу моделидаги ишлаб чиқариш функцияси шкала бўйича доимий қайтишга эга бўлгани учун:

$$Y(K_t, L_0 e^{nt}) = L_0 e^{nt} Y(k, 1) \quad (9)$$

$$\frac{dk_t}{dt} + nk_t = sY(k_t, 1) \quad (10)$$

Иқтисодий нуқтаи назардан $Y(k_t, 1) = q_t$. Шунинг учун (10) ифода қуйидагича ифодаланиши мумкин:

$$\frac{dk_t}{dt} = sq_t - nk_t \quad (11)$$

(Шунинг учун, $sq_t = nk_t$ тенглик капитал билан қуролланганлик ва доимий меҳнат унумдорлиги бир хил ўсишини кўрсатади. Агар $sq_t > nk_t$, бўлса,

² Chaoran Hu, Yi Zhou, Canfei He "Regional industrial development in a dual-core industry space in China: The role of the missing service". Habitat International Volume 94, December 2019, 102072

³ Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос АРВ, 1999 г. – 352 с.

⁴ Solow R.A. Contribution to the theory of Economic Growth // Quarterly journal of Economics/ 1956-Vol.70. (Feb.). –P.65-94.

таклиф қилинаётган соф инвестициялар ҳажми, ишчиларни қуроолантириш k_t , яъни, ишчи кучини капитал билан базавий даражада қуроолантириш учун талаб қилинадиган меъёрдан ошганлигини билдиради. Бундай ҳолда, $I_t = S_t$ нинг тенглигини таъминлаш учун кўпроқ янги замонавий технологияларга ўтишимиз керак, яъни, ишчи кучининг капитал билан қуроолланганлик коэффициенти k_t ни ошириш керак.

Агар, $s q_t < n k_t$ бўлганда, мувозанатни сақлаш ва тўлиқ бандликни таъминлаш учун ишчи кучини капитал билан қуроолланганлик нисбатларини камайтириш керак.

Неоклассик концепцияда мувозанат ўсиши учун зарур бўлган ишчи кучи капитал билан қуроолланганлик нисбати ўзгариши ишлаб чиқариш омиллари нархларининг мослашувчанлиги туфайли юзага келади. Иш ҳажмини тўлиқ жиҳозлаш учун капитал етишмаслиги билан ишчи кучи нисбатан ортиқча бўлиб, унинг нархи пасаяди. Солоу моделидаги омилларнинг техник алмашинуви ва нархларнинг мослашувчанлигини ҳисобга олган ҳолда, барқарор иқтисодий ўсиш таъминланади.

Солоу моделидаги барқарор ўсиш суръати $s q_t = n k_t$ тенгликдан аниқланиши мумкин, яъни:

$$n = s \frac{q_t}{k_t} = s \frac{Y_t L_t}{L_t K_t} = s \frac{Y_t}{K_t} = s \sigma_t \quad (12)$$

бу ерда σ_t – капиталнинг ўртача маҳсулдорлиги.

Техник тараққиёт йўқ бўлганда бундай ўсиш меҳнат ва капитал ўртасида даромадларни тақсимла-нишининг ўзгармас нисбати билан ифодаланади, яъни

$$\frac{L_t w}{K_t r} = const.$$

Юқоридаги моделлардан фойдаланиб Қорақалпоғистон Республикасида саноат ишлаб чиқаришини таҳлил қиламиз.

1-жадвал маълумотларидан фойдаланиб k , n , q , s ларни топамиз. $k=0,322$; $n=1,068$; $q=0,299$; $s=3,815$.

$s q_t = 1,139$, $n k_t = 0,319$ бундан, $1,139 > 0,319$

1-жадвал.

Қорақалпоғистон Республикасида саноат ишлаб чиқариши таҳлили

Йиллар	Саноат ишлаб чиқариш ҳажми, млрд. сўм	Асосий фондлар саноат-да, млрд. сўм	Саноатга қилинган инвестициялар ҳажми, млрд. сўм	Саноатда ишлов-чилар сони, минг киши
2010	406,7	537,1	1084,7	8771
2011	532,4	696,2	5672,9	8975
2012	657,0	525,8	7565,8	8988
2013	1005,7	869,2	5592,2	9449
2014	1333,3	1245,0	3007,7	9247
2015	2115,1	1572,7	6398,9	10410
2016	4320,3	1287,5	5531,8	10799
2017	6669,0	9866,9	1926,4	15781
2018	10563,1	12368,8	3493,6	13526
2019	10911,9	14321,4	6171,2	14532

Манба: Қорақалпоғистон Республикасида статистика қўмитаси маълумотлари.

эканлигини кўрамиз. Бутенгликдан хулоса шуки, тезроқ янги замонавий технологияларга ўтишимиз керак, яъни, ишчи кучини капитал билан қуроолланганлик коэффициенти k_t ни ошириш лозим бўлар экан. Шундай қилиб, (12) формуладан келиб чиқадики, бандликнинг ўсиши миллий даромаднинг мувозанатли ўсиш суръатларини оширади. Агар бир вақтнинг ўзида жамғарма даражаси олдинги даражада қолиб кетса, унда капитал билан қуроолланганлик ва меҳнат унумдорлиги пасаяди. Капиталнинг етишмаслиги унинг нархини кўтаради ва тадбиркорлар арзон технологияларга ўтадилар. Арзон технологияларнинг ўз навбатида, замонавий талабларни қондиришда орқада қолиш эҳтимоли катта бўлади. Шунинг учун инвестициялар жалб қилиш ҳажмини кўпайтириш зарур. Яъни, саноат ишлаб чиқаришни ривожлантиришда давлатнинг доимий ва кафолатли қўллаб-қувватлаши мамлакатимизда саноатни янада жадал ривожланишига кенг имкониятлар яратади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Введение в эконометрику: учебное пособие / Л.П. Яновский, А.Г. Буховец. – М.: КНОРУС, 2009 г. – 256 с.
2. Калужный В. Усовершенствованные и новые методы измерения влияния капитала, труда и производительности на рост ВВП // Экономика Украины 2003 г. –№6. –С.42-48.
3. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос АРВ, 1999 г. с.352.
4. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. Тошкент, Ўзбекистон 2017 й.102-б.
5. Solow R.A. Contribution to the theory of Economic Growth // Quarterly journal of Economics/ 1956-Vol.70. (Feb.). –P.65-94.
6. www.stat.uz(<http://stat.uz>)

УЎТ: 671.1:5

Тикув-трикотаж корхоналарида брендинг стратегиясини ишлаб чиқиш методологияси Методология разработки брендовой стратегии на швейно- трикотажных предприятиях Methodology of development of branding strategy in sewing and knitting enterprises

Алишер ОҚБОЕВ,
НамМТИ тадқиқотчиси.

Аннотация

Мақолада брендинг стратегиясини ишлаб чиқишнинг илмий-назарий жиҳатлари ўрганилган. Тикув-трикотаж корхоналарида бренд стратегиясини ишлаб чиқишнинг долзарблиги асосланган ҳамда уни ишлаб чиқишнинг замонавий концепцияси таклиф этилган. Шунингдек, замонавий концепцияга мос ҳолда тикув-трикотаж корхоналарида брендни бошқаришнинг ташиқий-иқтисодий механизми таклиф этилган.

В статье изучены научно-теоретические аспекты разработки стратегии брендинга. Он основан на актуальности разработки стратегии бренда в швейно-трикотажной промышленности. Предложена современная концепция развития стратегии бренда. В соответствии с современной концепцией предложен внешнеэкономический механизм управления брендом на швейных и трикотажных предприятиях.

The article explores the scientific and theoretical aspects of branding strategy development. It is based on the relevance of developing a brand strategy in the clothing industry. A modern concept of brand strategy development has been proposed. In accordance with the modern concept, the external and economic mechanism of brand management in sewing and knitting enterprises is proposed.

Ўзбекистон тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноати иқтисодиётининг реал секторида юқори улушга эга бўлган ва ишлаб чиқариш занжирига тўлиқ қамраб олган ягона саноат соҳаси ҳисобланади.

Кейинги йиллар мобайнида саноатда амалга оширилган изчил ислохотлар натижасида тўқимачилик, тикув-трикотаж саноатини ривожланишида кескин ўзгаришлар рўй берди ва натижада ушбу тармоқ стратегик жиҳатдан муҳим бўлган соҳалардан бирига айланди.

Ўзбекистон шароитида миллий бренд яратишнинг ўзига хос жиҳатларини аниқлаш, маҳаллий брендларнинг шаклланишини ўлчаш ва баҳолаш бўйича нафақат мамлакатимизда балки жаҳон

олимаари томонидан ҳам бир тўхтамга келинмаган. Фикримизча, бренд яратишнинг асосий йўналиши корхона активларини кўпайтиришга эмас, балки, доимий мижозлар сонини оширишга, инвестицияларни йўналтиришга аҳамият қаратишдир.

Истеъмолчилар билан муносабатлар ўрнатиш ва маҳаллий тикув-трикотаж корхоналари томонидан амалга оширилаётган бренд яратиш амалиёти ананавий кўринишга эга ҳисобланиб, ривожланаётган брендлар асосан дизайнерлик йўналишларига хосдир. Ушбу жиҳатларни инобатга олганда тикув-трикотаж корхоналарининг самарали бозор фаолияти учун бренд стратегиясини ишлаб чиқиш масаласи ўта долзарб ҳисобланади.

Калит сўзлар: бренд, брендинг, брендни бошқариш, бренд қуриш, бренд стратегиялари, ривожланиш, резонанс ва қиймат модели, тикув-трикотаж саноати.

Брендинг стратегиясини ишлаб чиқиш – бу менежерлар, маркетинглоглар, PR бўйича мутахассислар, дизайнерлар ва реклама берувчилар ишлайдиган мураккаб босқичма-босқич жараёндир. Уларнинг самарали ўзаро таъсири натижаси корхона ўз имиджини ривожлантиришга, шунингдек, истеъмолчиларда ижобий тасаввурни шакллантиришга эришилади. Корхонанинг бренд стратегияси, брендларни бозорда жойлаштириш стратегиясига асосланади. Бренд стратегиясининг ҳар бир элементи умумий позициялаш стратегиясини акс эттириши учун ушбу брендга тегишли маҳсулотлар бозорда ўзининг энг ноёб хусусиятларини кўрсата олиши лозим. Шунинг учун аввало брендни жойлаштиришга бўлган ёндашувни аниқлаш, сўнгра бозорда позициялашни аниқлаш концепциясини ишлаб чиқиш лозим, бунинг асосида брендни ривожлантириш стратегияси амалга оширилади.

Брендни бошқаришнинг стратегик жараёни бренд нимани аниқлаш ва уни рақобатчиларга нисбатан қандай жойлаштириш кераклигини аниқ тушунишдан бошланади. Брендни режалаштириш бир-бирига боғланган учта моделдан фойдаланади:

- брендни **ривожланиш модели** рақобатда устунликларни максимал даражада ошириш учун интеграциялашган маркетингга қандай фойдаланиш кераклигини тавсифлайди;
- брендининг **резонанс модели** мижозлар билан фаол ва содиқ муносабатларни қандай яратишга қаратилган ҳаракатларни ўз ичига олади;
- брендининг **қиймат яратиш модели** бренд самарадорлигини оширишга қаратилган маркетинг харажатлари ва инвестицияларининг иқтисодий самарадорлигини аниқлашга қаратилган ҳаракатларни ўз ичига олади.

Брендни бошқариш дастурини ишлаб чиқиш ва амалга оширишдаги асосий йўналиш брендининг ўзига хос хусусиятларини мижозлар онгида тўғри жойлаштириш ва иложи борица резонансга эришишни талаб қилади. Умуман олганда, бренд бошқариш дастурини шакллантириш жараёни учта омилга боғлиқ бўлади:

- брендни ташкил этувчи барча элементлари танлови ва уларнинг самарали бирлаштирилиши;
- қўллаб-қувватловчи маркетинг дастурлари ва брендингга улардан самарали фойдаланиш усули;
- бошқа бирлашмалар брендни бошқа бирон

бир корхона (масалан, компания, келиб чиққан мамлакат, тарқатиш канали ёки бошқа товар белгиси) билан боғлаш натижасида ишлатилган воситаларга.

Брендшунос олимларнинг фикрича, брендни актив сифатида кўриш ва бошқариш билан бир қаторда ҳар қандай стратегик ва инвестициявий қарорларни қабул қилиш учун қўллаб-қувватлаш жаҳон амалиётида тобора кучайиб бормоқда¹. Бугунги кунда бренд стратегиясининг энг муҳим учта стратегияси мавжуд бўлиб, улар мижозларнинг сadoқатини ошириш, рақобатдан ажралиб чиқиш ва бозорда етакчилиكنи ўрнатиш ҳисобланади. Ушбу нуқтаи назарни қабул қилиш учун корхона ўзининг брендинг стратегияси асосида ривожлантириш учун бренд менежменти тизимини корхонанинг ҳар қандай функционал вазифаларини ўз ичига олиши лозим.

Анъанавий бренд менежментини замонавий моделга ўтишда брендингни ташкил этишнинг функцияларини ҳам ўзгаритириш талаб этилади. 1-чизмада кўрсатилгандек, товар активларини бошқариш жараёни тўрт фазани ва ўн бир босқични ўз ичига олади.

Биринчи фаза – бу бир босқичдан иборат бўлган брендни ривожлантириш, яъни брендни бошқаришга ёндашувларни ривожлантиришдир. Ушбу қадамнинг асосий мақсади стратегик мақсадларга эришиш учун брендининг саъй-ҳаракатларини аниқ кўрсатиб беришдир.

Иккинчи фаза – бу “брендни ташкил этувчилар”ни истеъмолчилар рақобатчилардан брендни ажрата олиш имконини берувчи ташкилий элементларни яратишни назарда тутувчи босқичдир. Ушбу фаза уч босқичдан иборат ҳаракатларни ўз ичига олади: бренд имиджини яратиш, бренд шартномасини тузиш (мижозда бренд ваъда қилаётган барча хусусиятлар ва воситалар ҳақидаги тасаввурлари рўйхати) ва брендига асосланган мижозлар моделини яратиш (истеъмолчилар қандай ҳаракат қилишлари ва фикрлашлари ҳамда нима учун улар сотиб олиш тўғрисида қарор қабул қилишини назарда тутувчи элементни танлаш).

Учинчи фаза – бренд қарашларига мувофиқ мақсадларга эришиш учун тўғри стратегияларни аниқлаш ва брендни бошқариш стратегиясини ишлаб чиқиш босқичидир. Ушбу босқич беш босқичдан иборат бўлиб, улар қуйидагилар: бренд

¹ Davis, Scott M. va Michael dunn (2002), Building the Brand-Driven Business: Operationalize Your Brand to Drive Profitable Growth, San Francisco, Josey Bass.

вазияти, брендни кенгайтириш, брендинг вазияти бўйича алоқалар, бренддан фойдаланиш ва брендинг қийматини белгилаш.

Ва ниҳоят, тўртинчи фаза – брендни бошқариш маданиятини қўллаб-қувватлаш. Якуний фаза икки босқичдан иборат: брендинг инвестициявий қайтимини баҳолаш ва брендга асосланган маданиятни шакллантириш.



1-чизма. Бренд капитални замонавий бошқарув модели.

Бредшунос олим Капферер брендни шакллантириш истеъмолчилар онгидаги тўрт омилини баҳолаш талаб этиши бўйича ўзининг методолоик ёндашувини тавсия этади, ушбу омилар: брендинг хабардорлиги; рақобатчиларга нисбатан қабул қилинадиган сифат даражаси; ишонч даражаси, аҳамияти, ҳамдардлик, ёқтириш даражаси ва бренд томонидан бириктирилган хусусиятларнинг кўплиги ҳамда унинг жозибadorлиги каби омилар ўрганилиши лозимлигини таъкидлайди².

Ўзбекистонда тикув-трикотаж саноати корхоналари учун бренд стратегияларини танлашнинг дастлабки босқичи бўлганлиги сабабли асосий методолоик ёндашув сифатида брендни шакллантириш бўйича стратегик йўналишлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Брендни шакллантириш жараёнида бошқарувнинг асосий вазифаси бренд имиджининг қийматини оширишга қаратилган бўлиб, рақобатчиларга нисбатан устунлиги аниқланиши ёки уларни бо-

зордан сиқиб чиқаришни назарда тутати. Рақобат муҳити ривожланган сари тикув кийимларига истеъмолчиларнинг брендни идрок қилишида бир қатор ўзгаришлар юз беради. Чунки, рақобатчилар сонининг кўпайиши билан истеъмолчиларда брендинг мавқеини акс эттирувчи хусусиятларни фарқлаш қобилияти пасайиб боради. Бундан ташқари, янада яхши маҳсулотга бўлган истак (айниқса, аниқ фойдаланиш ҳолатларида) турли омилар таъсирида истеъмолчилар эҳтиёжларининг ўзгаришини юзага чиқаради ва бу жараёнда брендинг қийматини ошириш учун корхона бошқарувида янада самарали стратегияларни танлашни талаб қилиши мумкин.

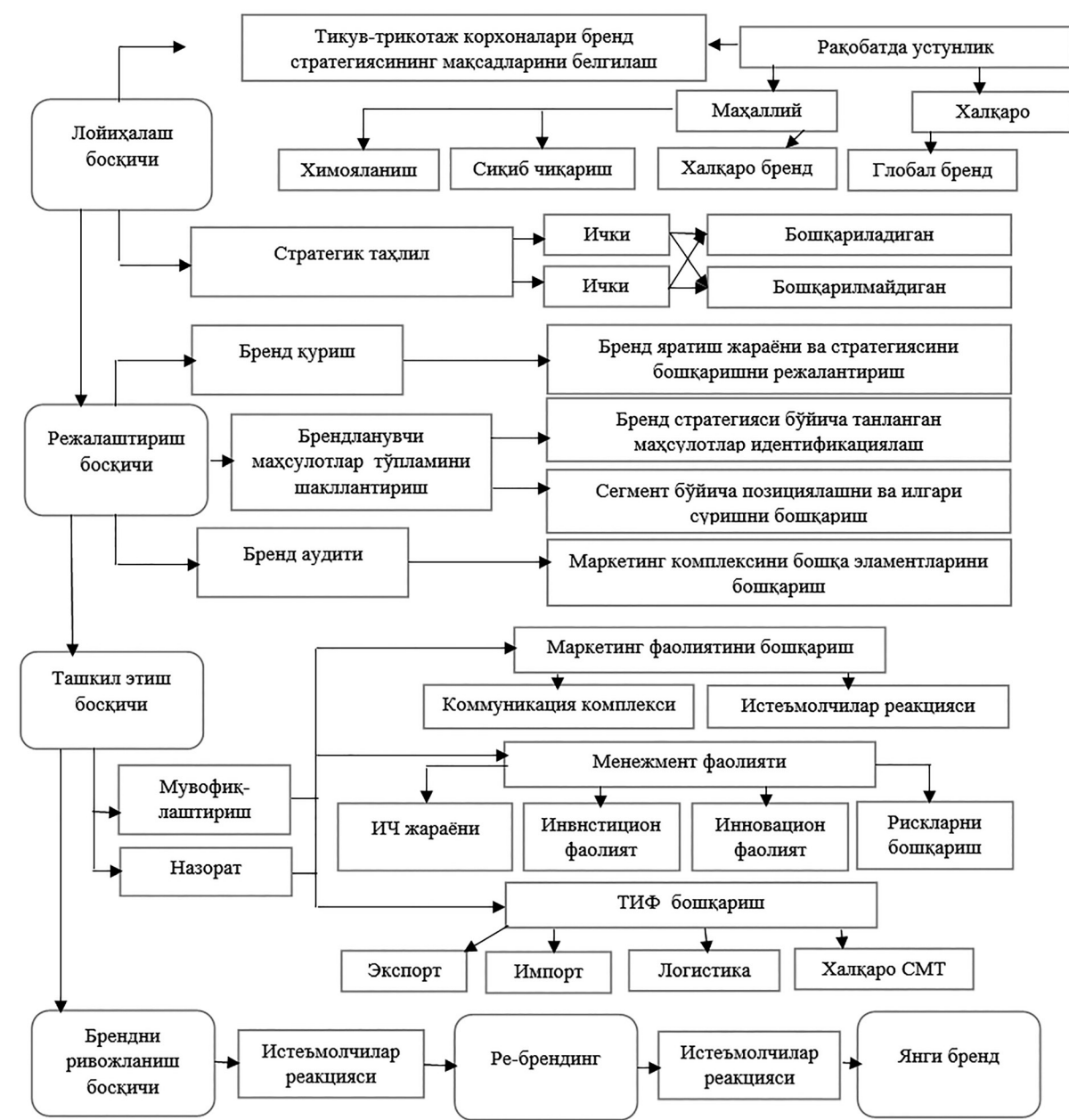
Ишлаб чиқиш босқичида амалга оширилган жойлашувни аниқлаш стратегиялари маркетинг аралаш таркибий қисмларини ўзгартиришни талаб қилиши мумкин. Шу билан бирга, ушбу босқичда жойлашувни аниқлаш стратегиялари одатий қайта жойлаштириш стратегиясидан икки муҳим жиҳатдан фарқ қилади.

Тикув-трикотаж корхоналарида брендни бошқариш бозордаги ҳаракат мақсадларидан келиб чиққан ҳолда белгиланади. Ўзбекистонда тикув-трикотаж корхоналарининг асосий мақсади ички бозорда брендлар нуфузини ошириш ва халқаро брендларни сиқиб чиқаришга йўналтиришдир. Маҳаллий корхоналар брендларини глобал брендларга айлантиришдаги асосий йўналиш ички ва ташқи бозорларда самарали ҳаракатини таъминловчи стратегияларни шакллантиришдир. Бироқ бошланғич босқичда асосий эътибор ички бозорда миллий брендлар нуфузини ошириш асосий мақсадлар сифатида белгиланиши лозим. Ушбу ҳолатлардан келиб чиққанда тикув-трикотаж корхоналарида брендни бошқаришнинг ташқилий-иқтисодий механизми 2-чизмага кўра таклиф этилади.

Таклиф этилган механизм ташқи ва ички ишбилармонлик муҳитини ўрганиш олиб бориладиган тайёргарлик босқичи, уни маҳаллий бозорда ва минтақаларга олиб чиқиш учун янги брендни тайёрлашда имкониятлар ҳамда таҳдидларни тушуниш, шунингдек, бренд стратегиясини танлаш ёки ишлаб чиқаришни назарда тутати.

Режалаштириш босқичи – брендни қуришдир. Брендни қуриш – бу товарни бренд сифатида тушунишни таъминлаш, яъни аслида товарни (савдо маркасини) брендга айлантириш жараёнларидир.

² Kapferer, Jean-Noël (1997), Strategic Brand Management, Great Britain, Kogan Page.



2-чизма. Тикув-трикотаж корхоналарида брендни бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизми³.

Манба: муаллиф ишланмаси.

Ушбу жараён кетма-кет олти босқични ўз ичига олади: брендни стратегик таҳлил қилиш; брендни бошқариш стратегиясини режалаштириш; товар тушунчаси ва жойлашишни аниқлаш; маркетинг аралаш дизайни; (шуни таъкидлаш керакки, ушбу босқич брендни бошқариш учун модель ҳамда методологияни қуриш билан параллел равишда амалга оширилади); синов ва бозорга кириш.

Ташкил этиш босқичи. Босқич брендни бошқариш ва брендининг ҳозирги ҳолатини таҳлил қилишни ўз ичига олади (товар аудити). Брендни бошқариш – маълум бир товар белгиси билан боғлиқ бўлган компаниянинг маркетинг фаолиятини режалаштириш ва умумий мувофиқлаштириш.

Товар менежментини бренд менежменти ҳам дейиш мумкин, аммо фақат инглиз тилидан сўзма-

³ Муаллиф ишланмаси

сўз таржима қилиш керак. Бироқ, ушбу схемада брендни бошқариш янги брендни яратиш, ундан олдин тадқиқот олиб бориш бўйича ишларни ўз ичига олмайдиган ва буни брендлаш жараёни, яъни брендни бошқаришнинг бир қисми сифатида кўриб чиқилади.

Корхоналарнинг брендни бошқаришда менежерлари қуйидагиларни ўз олдига асосий йўналиш сифатида белгилаб олиш лозим:

Хабардорлик. Ҳар бир ходим брендининг мақсадини билиши ва тўғри талқин қила олиши зарур.

Тушунганлик. Ҳар бир ходим ҳам, команда ҳам брендининг бозордаги мақсадлари, кўриниши ва позициясини тушуниши керак.

Қамраб олинганлик. Компаниянинг ҳар бир ходимини қамраб олиши лозим.

Илҳом олиш. Бутунлай қамраб олинган илҳом бағишлаши керак, маркани харидор кўзи билан кўра олиш зарур.

Йўналтирилганлик. Команда брендининг пози-

циясини белгиловчи стандарт ва ахлоқий нормаларга эга бўлиши даркор.

Эгилувчанлик. Брендининг бозордаги позицияси эволюцияси брендга нисбатан фирма ичидаги муносабат ривожини талаб қилади.

Истеъмомчининг талабларига мос келувчи тўғри ички йўналишини танлаш – ташқи ютуғининг гаровидир.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки, менежментнинг асосий вазифаси инсон фаолиятини бошқаришга юқори урғу берганлиги сабабли бренд атамасини компания ва истеъмомчи нуқтаи назаридан кўриб чиқилиши мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Менежмент нуқтаи назаридан брендни тушунишда корхонанинг стратегик даражаси сифатида қараш лозим. Бу шунчаки уни аниқлайдиган ва қўшимча қадриятларни ўз ичига оладиган маҳсулотга “ижодий” қўшимча эмас, балки қайсидир маънода “бизнеснинг ўзига хос усули”, унинг мазмунини бойитувчи фалсафа сифатида қараш ўринлидир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Davis, Scott M. ва Michael dunn (2002), Building the Brand-Driven Business: Operationalize Your Brand to Drive Profitable Growth, San Francisco, Josey Bass.
2. Kapferer, Jean-Noël (1997), Strategic Brand Management, Great Britain, Kogan Page.
3. Старов С.А., Алканова О.Н., Молчанов Н.Н. Бренд, товарный знак и коммерческий символ как объекты управления компанией. Вестник СПбГУ. Серия “Менеджмент”. 2012. Выпуск 2. С. 33–54.
4. Hur, Won-Moo; Ahn, Kwang-Ho; Kim, Minsung (2011-08-02). «Building brand loyalty through managing brand community commitment». Management Decision. 49 (7): 1194–1213. doi:10.1108/00251741111151217. ISSN 0025-1747.
5. Fournier, S., & Yao, J. L. (1997). Reviving brand loyalty: A reconceptualization within the framework of consumer-brand relationships. international Journal of Research in Marketing, 14(5), 451-472.
6. Baldinger, A. L., & Robinson, J. (1996). Brand loyalty: the link between attitude and behavior. Journal of advertising research, 36(6), 22-35.
7. Oladele, P.O., Akeke, N.I. (2012), Effect of customer satisfaction on customer loyalty among selected bank customers in Ado-Ekiti metropolis, Nigeria. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 3(11), 228-236.

Ўзбекистонда фермер хўжаликларининг барқарор иқтисодий ривожланиши ҳолати Статус устойчивого экономического развития хозяйств в Узбекистане Status of sustainable economic development of farms in Uzbekistan

Мирзохид БЕКМИРЗАЕВ,
НамМТИ тадқиқотчиси.

Аннотация

Мақолада қишлоқ хўжалиги иқтисодиётининг ривожланиши, шунингдек, бугунги кунда аграр соҳада олиб борилаётган ислохотлар, фермер хўжаликлари фаолиятининг иқтисодий ҳолати ҳамда қишлоқ хўжалигини ривожлантириш бўйича таклиф ва тавсиялар баён этилган.

В статье описывается развитие аграрной экономики, текущие реформы в аграрной сфере, экономическое состояние аграрного бизнеса, а также даны рекомендации по развитию сельского хозяйства.

The article outlines the development of the agricultural economy, the ongoing reforms in the agrarian sphere, the economic status of the farming business, and recommendations for the development of agriculture.

Ўзбекистон Республикаси мустақиллигининг дастлабки йиллариданоқ ижтимоий-иқтисодий тараққиётининг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб минтақалар потенциалига мос келадиган саноат тармоқларини барқарор ривожлантиришга киришилди. Улар ичида қишлоқ хўжалиги хом ашёсини қайта ишлаш корхоналари муҳим аҳамиятга эга. Қишлоқ хўжалиги Ўзбекистон иқтисодиётининг етакчи тармоғи, саноатнинг кўплаб тармоқлари учун асосий хом ашё манбаи ҳисобланиб, уларни қайта ишлаш натижасида қўшимча қийматлар яратилади. Қишлоқ хўжалиги ички озиқ-овқат ишлаб чиқаришнинг 90 фоизини ва товар айланмасининг 70 фоизини таъминлайди.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси [1]-ни амалга ошириш шароитида фермер хўжаликлари фаолиятининг иқтисодий барқарорлигини таъминлаш ва уларда иқтисодий ресурслардан унумли

фойдаланиш самарадорлигини баҳолаш учун баҳолашнинг услубий асосларини ишлаб чиқиш ҳамда такомиллаштириш муҳим аҳамият касб этади. Фермер хўжалиги ривожланган мамлакатларнинг узок даврли тажрибасида ўзининг самарадорлиги, рақобатбардошлиги, бозор конъюнктурасига тез мослаша олиши каби хусусиятларини намоён эта олди. Шунга кўра, Ўзбекистонда ҳам фермер хўжаликларининг ривожланишига алоҳида эътибор қаратилиб, улар фаолиятининг зарур иқтисодий шарт-шароитлари яратилди, меъёрий-ҳуқуқий асослари ишлаб чиқилди.

Ўзбекистонда бозор муносабатларига ўтиш шароитида фермер хўжаликларининг ташкил топиши аграр ислохотларнинг асосий мазмунини ташкил этиб, фермер хўжаликларининг ташкил этилиши босқичма-босқич ва изчиллик асосида олиб борилди. Умумий ҳолда, фермер хўжаликларининг ташкил этилиши ва ривожланишини 4 босқичга бўлиш мумкин (1-чизма)¹.

Калит сўзлар: ҳаракатлар стратегияси, қишлоқ хўжалиги, фермер хўжалиги, таркибий ўзгаришлар, ҳосилдорлик, самарадорлик.

¹ Тадқиқот натижасидан келиб чиққан ҳолда муаллиф томонидан ишлаб чиқилди.



1-чизма. Ўзбекистонда фермер хўжалиқларининг ташкил этилиши ва ривожланиши.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёев таъкидлаганидек: “Қишлоқ хўжалигини ислоҳ қилиш ва озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш масалалари, ҳеч шубҳасиз биз учун энг муҳим вазифалардан бири бўлиб қолади. Энг аввало, агросаноат комплекси ва унинг локомотиви, яъни ҳаракатга келтирувчи кучи бўлган кўп тармоқли фермер хўжалиқларини изчил ривожлантиришга катта эътибор қаратилади” [1].

Қишлоқ хўжалиғида ислохотларни амалга ошириш жараёнида кўп тармоқли фермер хўжалиқларининг ташкил этилиши қишлоқда хусусий мулкдорлар синфининг шаклланишида, қишлоқ хўжалик маҳсулотларининг асосий ишлаб чиқарувчисига ва бу маҳсулотларни қайта ишлаш билан боғлиқ бўлган бошқа тармоқларни ҳамда ишлаб чиқарувчиларни янада ривожлантириш, шунингдек, аҳоли турмуш даражаси ва сифатини ошириш учун масъулиятни ўз зиммасига олишга қодир бўлган қудратли ижтимоий-сиёсий кучга айланиб бормоқда.

Бугунги кунда аграр соҳада олиб борилаётган ислохотларнинг энг муҳим масаласи бу мамлакатимиз аҳолисининг ҳаётий асоси бўлган ердан унумли ва тўғри фойдаланишдир. Бундай масъулиятли вазифани албатта ҳозирги кун иқтисодий ислохот-

ларни изчиллик билан амалга ошириш жараёнида фермерлар зиммасига юклатилмоқда. Дастлабки маълумотларга кўра, 2018 йилнинг январь-декабрь ойларида қишлоқ, ўрмон ва балиқ хўжалиғи маҳсулот (хизмат)ларининг умумий ҳажми 199 537,4 млрд. сўмни ёки 2017 йилнинг мос даврига нисбатан 100,3 фоизни, шу жумладан, деҳқончилик ва чорвачилик, овчилик ва ушбу соҳаларда кўрсатилган хизматлар – 193 703,3 млрд. сўмни (100,2 фоиз), ўрмон хўжалиғида – 4 757,5 млрд. сўмни (103,1 фоиз), балиқ хўжалиғида – 1 076,6 млрд. сўмни (113,8 фоиз) ташкил қилди. Хўжалиқлар тоифалари бўйича таҳлиллар, қишлоқ хўжалиғи маҳсулотлари умумий ҳажмининг 70,0 фоиз – деҳқон (шахсий ёрдамчи) хўжалиқларига, 27,3 фоиз – фермер хўжалиқларига, 2,7 фоиз – қишлоқ хўжалиғи фаолиятини амалга оширувчи ташкилотларга тўғри келишини кўрсатмоқда [2].

Жадвал маълумотларидан кўринадик, 2014 йилда фермер хўжалиқлари томонидан деҳқончиликда 8454,7 млрд. сўм ва чорвачиликда 5103,4 млрд. сўмлик маҳсулот ишлаб чиқарилган бўлиб, бу вақтда фермер хўжалиқлари 3113,9 минг гектар ер майдонига эгалик қилганлар. 2018 йилга келиб деҳқончиликдан 27982,5 млрд. сўм ва чорвачиликда

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқаришда фермер хўжаликларинининг иқтисодий кўрсаткичлари

Кўрсаткичлар	2010 йил	2015 йил	2016 йил	2017 йил	2018 йил
Дехқончилик, млрд. сўм	5038,9	10266	12013,5	16271	27982,5
Чорвачилик, млрд. сўм	3615,4	5771,6	6178,1	7313,5	26226,4
Экин майдони, минг га	3113,9	3129,1	3137,8	2911,4	2277,6

26226,4 млрд. сўмга тенг бўлиб 2014 йилга нисбатан мос равишда 3,31 м.б. ва 5,14 м.б. ортган бўлиб, бу авваламбор, аҳолининг тўлов қобилиятини оширилганлиги ҳамда турмуш фаровонлигини яхшиланганлигидан деб қараш мақсадга мувофиқдир.

Тадқиқотлардан келиб чиққан ҳолда, келгусида қишлоқ хўжалиги иқтисодиётини ривожлантириш учун бажарилиши керак бўлган вазифалар сифатида қуйидагиларни кўрсатиш мумкин:

- фермерларнинг қишлоқ хўжалиги соҳасидаги билимини ошириш;
- Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 19 сентябрдаги “Пахта тўқимачилик маҳсулотини янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори билан пахта тўқимачилари кластерини қишлоқ хўжалигининг барча соҳаларига татбиқ этиш;
- қишлоқ хўжалиги ерларининг балл бонитетини, ҳар бир дала контури бўйича сув танқислиги ва шўрланиши юқори бўлган ерларни аниқ ҳисобини олиш ва ҳосилдорлигини ошириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш;

– фермер, деҳқон хўжаликлари ва томорқа ер эгалари кенгаши ҳамда қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари етиштирувчилар ўртасида ўзаро ҳамкорликни ўрнатиш;

– туманлар ҳудудларини мос маҳсулот турларини ишлаб чиқаришга ихтисослаштириш ва уларни қайта ишлаш корхоналарини ташкил этиш;

– қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришини ислоҳ қилишни диверсификациялаш;

– замонавий юқори самарали технологияларни жорий этиш, хўжаликларнинг моддий-техника базасини мустаҳкамлаш бўйича чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш лозим.

Хулоса ўрнида шуни таъкидлаш лозимки, мамлакат қишлоқ хўжалиги тармоғига маҳаллий ишлаб чиқарувчиларни ҳимоя қилиш тадбирларини олиб бориш, шунингдек, унинг етакчи бўғини ҳисобланган фермер хўжаликларини ривожлантириб бориш, ушбу хўжаликлар ривожланишини таъминловчи турли кўринишдаги корхоналарни ҳам ривожлантириш давлат томонидан амалга оширилиши зарур.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожланиш йили”да амалга оширишга оид Давлат дастури тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. <http://lex.uz/docs/4168749/>
2. Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий-иқтисодий ҳолати. <https://stat.uz/uploads/doklad/2018/yanvar-dekabr/uz/4.pdf>
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармони. // “Халқ сўзи”, 2017 йил 8 февраль. 28 (6722)-сон.

УЎТ: 65.014.1

Ўзбекистонда уй-жой коммунал хўжалиги фаолиятининг ҳозирги ҳолати ва унинг ўзгаришлари таҳлили Анализ и изменения современного состояния жилищно- коммунальной деятельности в Узбекистане Analysis of the current state of housing-communal activities and its changes in Uzbekistan

Нодирахон ЖЎРАЕВА,
Фарғона политехника институти тадқиқотчиси.

Аннотация

Мақолада мамлакатимиз уй-жой коммунал хўжалиги фаолиятининг ҳозирги ҳолати ва уни бошқариш хусусиятлари ўрганилган. Шунингдек, уй-жой коммунал соҳаси ва унга таъсир этувчи омилларнинг 2020–2024 йилларда ўзгариш прогност кўрсаткичлари таҳлил қилинган.

В статье анализируются современное состояние деятельности жилищно-коммунального хозяйства страны и особенности его управления, а также прогнозные показатели изменений в жилищно-коммунальном хозяйстве и факторы, влияющие на него в 2020-2024 годах.

The article analyzes the current state of the activity of the country's housing and communal services and the features of its management, as well as the forecast indicators of changes in the housing and communal sector and the factors affecting it in 2020-2024.

Аҳолига уй-жой коммунал хизматлари кўрсатиш соҳасининг ривожланиш ҳолати жамият аъзоларининг энг муҳим ижтимоий эҳтиёжларини қондириш асосида уларнинг меҳнат қилиш қобилиятини тиклаш билан бирга мамлакат иқтисодиётида ялпи ички маҳсулотнинг сезиларли қисмини яратувчи соҳа ҳисобланганлиги, шу билан бирга соҳа миллий иқтисодиёт энергия ресурсларининг сезиларли қисмини истеъмол қилаётганлиги туфайли жамият тараққиётининг бугунги босқичида ушбу соҳани ривожлантириш долзарб аҳамият касб этмоқда.

Бугунги кунда жаҳонда аҳоли сонининг ортиб боришига мутаносиб равишда уй-жой фонди ҳам кенгайиб бормоқда. Хусусан, уй-жой фонди 2017 йилда ривожланган мамлакатлардан, Америка Қўшма Штатларида 136,6 млн.тага, Буюк Британияда

23,9 млн.тага, Германияда 41,7 млн.тага, Францияда 35,4 млн.тага ва Канадада 133,7 млн.тага етди¹. Ушбу мамлакатларда уй-жой фондининг кенгайиб боришида юзага келган уй-жой коммунал хизматлари ҳажми ва сифатига бўлган талабнинг ортиши билан боғлиқ муаммоларни ҳал этишга ўтган асрнинг 90-йилларида илмий асосда ёндашилиши натижа-сида ҳозирда бу мамлакатларда уй-жой коммунал хизматлари бозор муносабатлари асосида фаолият кўрсатувчи яхлит тизим сифатида шаклланди ва самарали фаолият кўрсатмоқда. Жаҳон мамлакатлари тараққиёти таҳлили кўпчилик ривожланаётган мамлакатлар иқтисодиётининг иқтисодий ўсиш кўрсаткичларида хизмат кўрсатиш соҳалари ва тармоқларининг улуши тез суръатлар билан ўсиб бораётганлигини кўрсатмоқда[1].

Калит сўзлар: уй-жой фонди, уй-жой коммунал хизматлари, уй-жой коммунал хўжалиги, уй-жой хизматлари бозори, регрессия, корреляцион-регрессион таҳлил.

1 <https://www.statista.com/statistics/240267/number-of-housing-units>

Ўзбекистон Республикасида уй (хонадон)лар сонининг ўзгариши²

Т/р	Кўрсаткичлар	Йиллар							2019 йилда 2013 йилга нисбатан ўсиш (камайиш), %
		2013 йил	2014 йил	2015 йил	2016 йил	2017 йил	2018 йил	2019 йил	
1	Жами уй (хонадон)лар сони, минг бирлик	5718,2	5804,1	5796,9	5940,5	5924,3	6074,6	6337,7	110,8
2	Шундан: хусусий мулк бўлган уй (хонадонлар сони), минг бирлик	5694,1	5780,3	5773,1	5916,0	5897,2	6047,8	6121,6	107,5
	Жами уй (хонадонлар) сонидаги улуши, %	99,6	99,6	99,6	99,6	99,5	99,6	96,6	3
3	Оммавий мулк бўлган уй (хонадонлар сони), минг бирлик	24,1	23,8	23,8	24,5	27,1	26,8	27,4	113,7
	Жами уй (хонадонлар) сонидаги улуши, %	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	-

2013 йилда мамлакатимиз бўйича жами уй (хонадон)лар сони 5718,2 минг бирликни ташкил этиб, унинг 5694,1 минг бирлиги ёки 99,6 фоизини хусусий мулк бўлган уй (хонадон)лар, қолган 24,1 минг бирликни ёки умумий миқдорнинг 0,4 фоизини оммавий мулк бўлган уй (хонадон)лар ташкил этган.

2019 йилга келиб жами уй (хонадон)лар сони 6337,7 минг бирликка етиб (ўсиш 10,8 фоиз), унинг 6121,6 минг бирлиги (ўсиш 7,5 фоиз) ёки 96,6 фоизини хусусий мулк бўлган уй (хонадон)лар, қолган 27,4 минг бирликни (ўсиш 13,7 фоиз) ёки умумий миқдорнинг 0,4 фоизини оммавий мулк бўлган уй (хонадон)лар ташкил этган.

Республика бўйича уй (хонадон)лар сонининг ўзгариш ҳолатининг ҳудудлар кесимидаги таҳлили мамлакатимизнинг қайси ҳудудларида уй (хонадон)лар сони жадал суръатларда ўсиб бораётганлиги, қайси ҳудудларда ўзгариш суръатлари паст даражада эканлиги ва қайси ҳудудларда мавжуд кўрсаткичлар қисқариб бораётганлигини аниқлаш имконини беради.

Жадвал маълумотлари таҳлили ўтган етти йил давомида республиканинг Қашқадарё (137,8 фоиз), Қорақалпоғистон Республикаси (135,3 фоиз), Бухоро (135,6 фоиз), ва Хоразм (134,0 фоиз) вилоятларида уй (хонадон)лар сони жадал суръатлар билан ўсиб бораётганлигини, Наманган, Фарғона вилоятлари ва Тошкент шаҳрида пасайиб бораётганлигини, қолган вилоятларда эса пастроқ

кўрсаткичларда бўлсада ўсиш мавжудлигини кўриш мумкин.

Ушбу ўзгаришларнинг асосий сабаби сифатида мамлакат ҳудудлари бўйича ҳудудий бирликларнинг қайта ташкил этилиши ҳамда аҳолининг мамлакат ичидаги миграциясини кўрсатиш мумкин.

Мамлакатимизда уй-жой фонди майдонининг кенгайиб бориши билан боғлиқ равишда уй-жой коммунал хизматлари соҳаси томонидан кўрсатилаётган хизматлар ҳажми ҳам ортиб бормоқда.

Уй-жой коммунал хизматлари соҳаси билан боғлиқ статистик маълумотлар кўринишидаги кўрсаткичларнинг бир-бири билан боғланиш даражасини ҳисобга олган ҳолда мамлакатимизда соҳада амалга оширилаётган жараёнларни эконометрик моделлар ёрдамида трендлар кўринишига келтириш мумкин ва бу трендлар жараёнларнинг келгуси давр учун йўналишлари ҳамда прогнозларини аниқлаш имконини тақдим этади [2].

Кўрилаётган соҳа бўйича мавжуд статистик маълумотлар таҳлили қуйидаги 5 та кўрсаткични бир-бири билан ўзаро боғлаш мумкинлигини ва бу боғланишларда корреляция мавжудлигини кўрсатади.

Эконометрик таҳлил учун 2013-2019 йиллар (7 йил) давомидаги кўрсаткичларнинг вақтли қатори олинди, чунки, расмий статистик кўрсаткичлар тизимида таҳлил этилаётган кўрсаткичларнинг ушбу давр оралиғидаги кўрсаткичлари тўлиқ ҳолатда мавжуд.

² Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

2-жадвал.

Яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар ҳажми ва унинг ўзгаришига таъсир этувчи омил кўрсаткичлари³ (млрд.сўм)

Йиллар	Яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар ҳажми, млрд. сўм (Y)	Кўчмас мулкка киритилган инвестициялар ҳажми, млрд. сўм (X_1)	Уй-жой фонднинг умумий майдони, млн. м ² (X_2)	Аҳоли жон бошига тўғри келадиган реал умумий даромадлар ҳажми, минг сўм (X_3)	Аҳоли жон бошига ўртача тўғри келадиган хизматлар ҳажми, минг сўм (X_4)
2013	590,1	211,1	457,9	3142,1	1847,4
2014	729,1	268,1	466,2	3601,3	2211,9
2015	890,6	204,6	477,1	3998,1	2509,0
2016	3038,7	416,1	490,8	5503,5	3047,3
2017	3649,6	1356,8	507,5	6227,8	3668,3
2018	4673,3	1132,8	533,3	7300,2	4578,5
2019	5933,6	1597,3	536,8	8963,7	5768,2

Яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар ҳажми-ни вектор функциясининг юқори чўққиси, яъни, натижавий омил сифатида танлаб олган ҳолда, унга таъсир этувчи омил кўрсаткичларини Иқтисодий тараққиёт ва камбағалликни қисқартириш вазирлиги Фарғона вилояти бошқармасининг етакчи экспертлари хулосаси асосида танланган қуйидаги кўрсаткичлар танланди:

X_1 – кўчмас мулкка киритилган инвестициялар ҳажми;

X_2 – уй-жой фондининг умумий майдони;

X_3 – аҳоли жон бошига тўғри келувчи реал умумий даромадлар ҳажми;

X_4 – аҳоли жон бошига ўртача тўғри келадиган

хизматлар ҳажми.

Ажратиб олинган асосий эндоген ва экзоген омилларнинг боғланиши асосида юз бераётган ўзгариш трендларини аниқлаш мақсадида юқоридаги вақтли қатор кўринишидаги маълумотларни EVIEWS10 дастуридан фойдаланган ҳолда таҳлил қилинди[3,4].

Дастурий пакет асосида амалга оширилган таҳлил натижавий омилнинг таъсир этувчи омиллар билан кўпликадаги корреляцияси $r=0,9977$ га, детерминация коэффициенти $R^2=0,9955$ га тенг эканлигини кўрсатмоқда. Бу эса таъсир этувчи омиллар билан натижавий омилнинг юқори зичликда корреляцияга эга эканлигини ва ҳисобланган кўрсат-

3-жадвал.

Уй-жой коммунал соҳаси ва унга таъсир этувчи омил кўрсаткичларининг 2020-2024 йилларда ўзгариш прогноз кўрсаткичлари⁴

Кўрсаткич номи	Модель	Йиллар				
		2020	2021	2022	2023	2024
Яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар ҳажми, млрд. сўм	$y = 0,16 \cdot x_1 + 6,597 \cdot x_2 + 1,636 \cdot x_3 - 1,199 \cdot x_4 - 560$	6634,6	7596,3	8558,1	9519,8	10481,5
Кўчмас мулкка киритилган инвестициялар ҳажми, млрд. сўм	$x_1 = 251,436 \cdot t - 264,771$	1746,7	1998,2	2249,6	2501,0	2752,5
Уй-жой фондининг умумий майдони, млн. м ²	$x_2 = 14,332 \cdot t + 438,329$	553,0	567,3	581,6	596,0	610,3
Аҳоли жон бошига ўртача тўғри келадиган реал умумий даромадлар ҳажми, минг сўм	$x_3 = 967,582 \cdot t + 1663,486$	9404,1	10371,7	11339,3	12306,9	13274,5
Аҳоли жон бошига ўртача тўғри келадиган хизматлар ҳажми, минг сўм	$x_4 = 630,532 \cdot t + 853,671$	5897,9	6528,5	7159,0	7789,5	8420,1

³ Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқишган.

⁴ Тадқиқот натижалари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқишган.

кичлар билан реал кўрсаткичлар орасидаги фарқ сифатидаги қолдиқларнинг ҳам зич боғланганлигини кўрсатади[4].

Аниқланган маълумотлардан фойдаланган ҳолда уй-жой коммунал ва овқатланиш хизматлари соҳасида яратилган хизматлар ҳажми унга таъсир этувчи омиллар таъсирида ўзгаришини кўп омилли эконометрик модели тузилди. Унга кўра ушбу жараёнини ифодаловчи

$$y = 0,16 \cdot x_1 + 6,597 \cdot x_2 + 1,636 \cdot x_3 - 1,199 \cdot x_4 - 5606,493 \quad (1)$$

(1)-регрессия тенгламаси тузилди.

Дастурий пакетдан фойдаланган ҳолда аниқлан-

ган тренд моделлари асосида 2020-2024 йилларда уй-жой коммунал хизматлари соҳаси ривожланишининг истиқболдаги кўрсаткичлари ҳамда уларни ҳисоблаш учун энг қулай моделлар рўйхати келтирилди (3-жадвал).

Уй-жой коммунал хизматлар соҳасида фаолият самарадорлигининг таъминланиши жараёнларни ташкил этилиши кетма-кетлиги ҳамда жараёнда иштирок этувчи субъектлар ўртасидаги муносабатларнинг тўғри ташкил этилишига кўп жиҳатдан боғлиқ.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ханкелдиева Г.Ш. Особенности корпоративного управления в акционерных обществах с государственным участием // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2017. №11 (24). С. 357-363. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/honkeldiyeva>
2. Mirzaev, A.T (2018) «The level of use of tourist attractions in the regions and the factors affecting them,» *Economics and Innovative Technologies*: Vol. 2018: No.3,Article19.Available at: <https://uzjournals.edu.uz/iqtisodiyot/vol2018/iss3/19>.
3. Ханкелдиева Г. Ш. Перспективы развития электроэнергетической отрасли Республики Узбекистан в условиях модернизации экономических отношений // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2017. №12 (25). С. 293-299. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/honkeldiyeva-g>.
4. Мирзаев А.Т. Совершенствование интегральной оценки механизма рекреационно-туристических объектов // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №2. С. 127-134. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/39/17>.
5. Мирзаев А.Т. Оценка использования рекреационных возможностей на рынке туристических услуг // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17, № 5. – С. 990 – 1002. <https://doi.org/10.24891/re>.

УЎТ: 657.9(575.1)

Қурилиш машина-механизмлари бухгалтерия ҳисоби
вазифалари ва қайта баҳоланишини бухгалтерия балансида акс
этиришнинг хусусиятлари

Классификация машина-механизмов как объекты учета
в строительных организациях и задачи учета их работа
деятельности

Classification of machines and mechanisms in construction
organizations and their functions

Озод ХОЛИҚУЛОВ,
СамИСИ докторанти.
Мафтуна ИСЛОМОВА,

Ўзбекистон Республикаси Монополияга қарши курашиш
қўмитаси Самарқанд вилояти ҳудудий бошқармаси мутахассиси.

Аннотация

Мақолада қурилиш ташкилотларида машина-механизмларининг қайта баҳоланишини бухгалтерия балансида акс этириш хусусияти ёритиб берилган.

В данной статье описывается отражение переоборудования машин в строительных организациях на балансе.

This article describes the reflection of the revolation of machinery in construction organizations on the balance sheet.

Мамлакатимизда рақамли иқтисодиёт ривожланиб бораётган бир даврда бевосита туб бозор ислохотларининг амалга оширилаётгани, хусусий мулкка кенг йўл очиб бериш, қурилиш соҳасида ҳал қилувчи кучга айланиб бораётган қурилиш машина-механизмларининг замонавий ҳолатини ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар, имтиёзлар яратиш, хусусий мулк ва мулкдорлар учун муҳим аҳамият касб этади.

Республикаимизнинг ҳозирги кунда самарали муносабатларга асосланган рақамли иқтисодиётга йўл тутиши, рақамли иқтисодиётнинг тўлиқ ислоҳ қилиниши, албатта, бухгалтерия ҳисоби ва аудит соҳаларини ҳам четлаб ўтмади. Қурилиш соҳасидаги ўзгаришлар ўтган даврга, яъни 28 йил ичида қурилиш тизимига керакли мавжуд машина-механизмларига

бўлган талаб бевосита ошиб кетганлиги ҳаммамизга маълумдир.

Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятида бухгалтерия ҳисобининг ижобий юритилиши бевосита самарали ишлашига йўл тутди. Бухгалтерия ҳисобининг қурилиш ва ишлаб чиқариш соҳаларида самарали юритилишини таъминлаш бу унинг бошқарувига катта ижобий таъсир кўрсатади. Айниқса, бу соҳанинг қурилиш соҳаси билан алоқасини алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим. Қурилиш соҳасида иш (хизмат)ларни бажариш учун зарур бўлган меҳнат ресурслари ва мутахассисларга эга бўлишлари асосий талаблардан биридир¹. Айтиш жоизки, қурилиш ва ишлаб чиқариш соҳасида машина-механизмлардан тўғри фойдаланиш, уларнинг таъмирланишини ўз вақтида олиб бориш муҳим

Калит сўзлар: баланс, молиявий ҳисобот, бухгалтерия ҳисоби, амортизация, бошланғич қиймат, қайта баҳолаш, жамланган эскириш, қолдиқ қиймат, машина-механизмлар.

¹ Уразов К.Б. "Бухгалтерия тармоқларда бухгалтерия ҳисобининг хусусиятлари". Дарслик.-Т.: 2019 й.

аҳамият касб этади. Қурилиш ва ишлаб чиқаришдаги барча жараёнлар асосан машина-механизмлар орқали амалга оширилади. Шу аснода таъкидлаб ўтиш жоизки, қурилиш машина-механизмлари бухгалтерия ҳисобида мақсад ва вазифалари муҳим ўринга эгадир.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январда Олий Мажлисга йўллаган Мурожаатномасида таъкидлаб ўтганидек: Биз кейинги 3 йилда йўл қурилишига – 9,8 триллион сўм, сув тармоқларига – 4,6 триллион сўм, электр тармоқларига – 18,2 триллион сўм, табиий газ таъминотига – 1,2 триллион сўм маблағ ажратдик. Бу рақамлар ушбу тармоқлар учун сўнгги 10 йилда сарфланган маблағлардан бир неча баробар кўпдир².

Мамлакатимиз равнақида унинг ҳар бир тармоғи ва соҳаси ўз ўрнига эга. Чунончи, республикамызда 2018 йилда яратилган 407,5 трлн. сўмлик ялпи ички маҳсулот (ҲИМ)нинг 5,7 фоизи қурилишга тўғри келди. 2018 йилда республикамызда ҲИМнинг йиллик ўсиш суръати 2017 йилга нисбатан 5,1 фоизни ташкил этди, ҳисобот йилида саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш 10,6 фоизга, қурилиш 9,9 фоизга, қишлоқ хўжалиги ва ўрмон ҳамда балиқчилик хўжаликлари 0,3 фоизга, хизмат кўрсатиш соҳаси ўртача 5,4 фоизга ошди³.

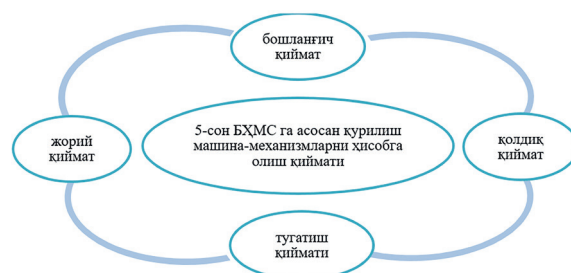
Қурилиш машина-механизмлари ҳисобининг асосий мақсади бўлиб, фойдаланувчиларни қурилиш машина-механизмлар ҳолати, ҳаракати ва улар эскириши бўйича тўғри ҳамда реал маълумотлар билан таъминлаш ҳисобланади. Ушбу асосли мақсаддан келиб чиқиб қурилиш машина-механизмлар ҳолати, ҳаракати ва эскириш ҳисобининг олдига қуйидаги бухгалтерия ҳисоби вазифалар қўйилади:

- қурилиш машина-механизмлар ҳолати ва ҳаракатини тўғри, ўз вақтида тегишли бухгалтерия ҳисобининг бошланғич ҳужжатлари билан расмийлаштириш ва ҳисобга олиш;
- қурилиш машина-механизмлар жамланган амортизацияси (эскириши)ни белгиланган усул ва меъёрлар бўйича тўғри ҳисоблаш;
- қурилиш машина-механизмларни Республикамызда амалдаги Солиқ Кодексига мувофиқ солиққа тортилишини таъминлаш;
- қурилиш машина-механизмларнинг бутлигини таъминлаш, бунинг учун уларни белгиланган муддатларда қайта рўйхатдан ўтказиш (инвентаризация

қилиш), унинг натижаларини тўғри аниқлаш ҳамда ҳисобга олиш;

- қурилиш машина-механизмлардан унумли фойдаланиш, бунинг учун уларни ишсиз туриб қолишларига йўл қўймаслик, кераксиз қурилиш машина-механизмларни ижарага бериш, ликвидация қилиш, бепул бериш ёки сотиш натижаларини тўғри ҳисобга олиш;
- қурилиш машина-механизмларга қилинган қўшимча ҳаражатларни (капитал қўйилмаларни, жорий ва капитал таъмирлаш ҳаражатларини) тўғри ҳисобга олиш, уларни ўз вақтида мақсадига қараб қурилиш машина-механизмларнинг қийматига ёки корхона ҳаражатларига киритиш;
- қурилиш машина-механизмлар бўйича молиявий ва оператив лизинг операцияларини тўғри расмийлаштириш ва ҳисобга олиш;
- қурилиш машина-механизмлар ҳолати, ҳаракати ва эскириш ҳисоби бўйича бухгалтерия ҳисоби маълумотларини ички ва ташқи фойдаланувчиларга тўғри ҳамда ўз вақтида тақдим этиш;
- қурилиш машина-механизмлар ҳолати ва ҳаракати тўғрисидаги ҳисоботни тўғри тузиш ва тегишли органларга ўз вақтида тақдим этиш.

Қурилиш машина-механизмлар ҳолати, ҳаракати ва эскириши тўғрисидаги ҳисоботни тўғри тузиш ҳамда уларни ташқи ва ички маълумот фойдаланувчиларга реал ҳолатда ўз вақтида тақдим этишни тўғри ҳисобга олиш фақат уларни баҳолашнинг ягона тамойили бўлган шароитдагина амалга оширилиши мумкин. Молиявий ҳисоб ва ҳисоботда қурилиш машина-механизмлар турли қийматларда акс эттирилади (1-чизма⁴).



1-чизма. 5-сон “Асосий воситалар” номи бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартига мувофиқ қурилиш машина-механизмлар қийматини баҳолаш турлари⁵.

² Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 24.01.2020 й. www.lex.uz.

³ www.stat.uz - Статистика қўмитасининг ахборот хизмати.

⁴ Муаллиф О.Х.Холиқулов ишланмаси.

⁵ 5-сонли “Асосий воситалар” БҲМС. Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги томонидан 2003 йил 9 октябрда, 114-сон билан тасдиқланган.

Қурилиш ташкилотларида қурилиш машина-механизмларини ҳар йилги қайта баҳолаш бухгалтерия балансида акс эттириш муҳим аҳамият касб этади. Қуйидаги қурилиш машина-механизмларни қайта баҳолашнинг бухгалтерия балансида қандай акс эттирилиши юзасидан тушунтириш олиб бориш мақсадга мувофиқдир. Қурилиш ташкилотларида қурилиш машина-механизмлари бевосита асосий воситалар таркибида эканлиги ҳаммамизга маълумдир.

Республикамызда мавжуд меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларга асосан 2019 йилнинг январь ойида амалга оширилган асосий воситалар, яъни қурилиш-машина механизмларни қайта баҳолаш натижалари 21-сон БҲМС “Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолиятининг бухгалтерия ҳисоби счётлари режаси ва уни қўллаш бўйича Йўриқнома”га мувофиқ бухгалтерия ҳисобида 0100, 0200, 0300, 0700, 0800 счётларида “8510” счётига боғланган ҳолда бухгалтерия ёзувлари орқали акс эттирилади⁶. Бошланғич қиймат ва ҳисобланган эскиришнинг қайта баҳоланган суммаси бухгалтерия балансида 2019 йилнинг 1 апрелидаги, 2019 йилнинг 1 июлидаги, 2019 йилнинг 1 октябридаги ҳолатига кўра ҳамда 2019 йилдаги балансда (2020 йилнинг 1 январь ҳолатига кўра) “Ҳисобот даври бошига” устунининг “010”, “011”, “090”, “100” сатрларида, қайта баҳолаш (сальдоси) қолдиғи эса тегишлича “430” сатрда акс эттирилади.

Айтайлик, “СУФАТ и Д” МЧЖ 2005 йилда ташкил этилган бўлиб, 2018 йилнинг 1 январь ҳолатига асосий воситалари, яъни қурилиш машина-механизмлари мавжуд бўлмаган. “СУФАТ и Д” МЧЖ 2018 йилнинг 16 февраль куни 760 000,0 сўмлик автобетоносмесителъ ZZ5257GJBN3847A-1 маркали, қурилиш машина-механизмларини харид қилди. Эскириш 2018 йилнинг 1 мартдан бошлаб ҳар ойда ҳисобланди ва 2018 йил учун 95 000,0 сўмни ташкил этди (760 000,0 х 15 фоиз⁷ / 12 х 10). Демак 2018 йил учун: 2019 йилнинг 1 январига бухгалтерия балансида, “Асосий воситалар” (қурилиш машина-механизмлар) активида:

– “010” сатр “бошланғич (қайта тиклаш) қиймати бўйича” 4-устун – 760 000,0;

– “011” сатр “эскириш суммаси” 4-устун – 95 000,0;

– “012” сатр 4-устун (010 – 011) – 665 000,0.

2019 йилнинг январь ойида 2019 йил 1 январдаги ҳолатига кўра ишлаб чиқариш ускунасини қайта баҳолаш индексларига мувофиқ қайта баҳолаш амалга оширилди⁸:

– бошланғич (қайта тиклаш) қиймати – 760 000,0 х 1,018 = 773 680,0;

– тўпланган эскириш суммаси – 95 000,0 х 1,018 = 96 710,0.

Дт 0130 Кт 8510 – 773 680,0;

Дт 8510 Кт 0230 – 96 710,0.

Қайта баҳолаш қолдиғи 2019 йилги баланс пасси-вида “430” сатрда акс эттирилади:

– (773 680,0 - 760 000,0) - (96 710,0 - 95 000,0) = 11 970,0

Бунда қурилиш машина-механизмлар қиймати-нинг оширилишига бухгалтерия ёзувлари қуйидаги кўринишга эга бўлади (сўмда):

Дт 0130 Кт 0230 – 1 710,0;

Дт 0130 Кт 8510⁹ – 11 970,0.

Демак 2019 йил учун: 2020 йилнинг 1 январига бухгалтерия балансида қурилиш машина-механизмларининг эскириши 2019 йил учун 116 052,0 сўм (773 680,0 х 15 фоиз¹⁰)ни ташкил этди¹⁰.

“Асосий воситалар” (қурилиш машина-механизмлар) активида:

– “010” сатр “бошланғич (қайта тиклаш) қиймати бўйича” 3 ва 4-устунлар – 773 680,0;

– “011” сатр “эскириш суммаси” 3-устун – 96 710,0 ва 4-устун – 212 762,0 (96 710,0 + 116 052,0);

– “012” сатр (010 – 011) 3-устун – 676 970,0 ва 4-устун – 560 918,0.

Таъкидлаб ўтиш жоизки, бухгалтерия балансининг 3-устунида одатда ҳисобот даври бошидаги маълумотлар, яъни аввалги ҳисобот давридаги баланснинг 4-устуни маълумотлари кўрсатилади. 2020 йилнинг 1 январига бухгалтерия балансининг “010”

⁶ Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг №21-сон БҲМС “Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолиятининг бухгалтерия ҳисоби счётлари режаси ва уни қўллаш бўйича Йўриқнома”. 09.09.2002 й.

⁷ Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси Махсус қисм. XII-бўлим.44-боб, 306-моддаси.(2020 йил 1 январь ҳолатига ўзгартириш ва қўшимчалар киритилган ҳолда, янги таҳрири). ЎзР.қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.31.12.2019 й.02/19/SK/4256-сон.

⁸ 2019 йил 1 январь ҳолати бўйича асосий фондлар, ўрнатиладиган ускуналар ва қурилиш тугалланмаган объектларни (уларни харид қилиш, тайёрлаш, қуриш давлари бўйича) ҚАЙТА БАҲОЛАШ ИНДЕКСЛАРИ*

⁹ Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг №21-сон БҲМС “Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолиятининг бухгалтерия ҳисоби счётлари режаси ва уни қўллаш бўйича Йўриқнома”. 09.09.2002 й.

¹⁰ “СУФАТ и Д” МЧЖнинг 2019 йиллик молиявий ҳисобот маълумотлари.

ва “011”, “090”, “100” сатрлари, шунингдек, 3-устун “430” сатрининг 2019 йилнинг 1 январидagi баланснинг 4-устуни тегишли сатрларига номувофиқлиги асосий фондлар (қурилиш машина-механизмлар)ни қайта баҳолаш натижасида келиб чиққан. Ушбу ҳолат албатта молиявий ҳисоботга илова қилинадиган тушунтириш хатида акс эттирилиши лозим.

Мамлакатимиз қонунчилигида кўрсатилганидек, агар асосий фондлар (қурилиш машина-механизм)-ларини қайта баҳолаш ҳисобот йилининг биринчи санаси ҳолатига ўтказилса, қайта баҳолаш натижаларининг кўрсаткичлари ҳисобот йилининг бошига шаклландиган молиявий ҳисоботга қабул қилинади. Бунда ўтган йилнинг охиридаги кўрсаткич ҳисобот

йилининг бошидаги кўрсаткичга мос келмаслиги, асосий воситаларни ҳисобот йилининг биринчи санасига ўтказилган қайта баҳолашнинг натижаси деб тушунилади ва жорий даврнинг молиявий ҳисоботидаги тушунтириш хатида тўлиқ баён этилади¹¹.

Бухгалтерия ҳисоби методлари асосийларидан бу молиявий ҳисобот шакллари ҳисобланади. Шу боис ҳам ҳар бир ҳисобчи хўжалик юритувчи субъектларни мулкка эгаллик қилиш ҳуқуқи, яъни молиявий ҳисобот шаклларида бухгалтерия балансини тўлдириши тартибига алоҳида эътибор қаратиш муҳим аҳамият касб этади. 1-шаклнинг ҳар бир сатрига алоҳида эътибор бериш қатъий талаб этилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси Махсус қисм. XII бўлим. 44-боб, 306-моддаси. (2020 йил 1 январь ҳолатига ўзгартириш ва қўшимчалар киритилган ҳолда, янги таҳрири). ЎЗР.қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.31.12.2019 й.02/19/SK/4256-сон.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-фармони. “Халқ сўзи”, 2017 йил 8 февраль.
3. 21-сон БҲМС “Хўжалик юритувчи субъектлар молиявий-хўжалик фаолиятининг бухгалтерия ҳисоби счётлари режаси ва уни қўллаш бўйича Йўриқнома” 23.10.2002 й. N 1181.
4. 5-сонли БҲМС “Асосий воситалар”. Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги томонидан 2003 йил 9 октябрда, 114-сон билан тасдиқланган.
5. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 24.01.2020 й.
6. Уразов К.Б. “Бухгалтерия тармоқларда бухгалтерия ҳисобининг хусусиятлари”. Дарслик.-Т.:2019.
7. <https://www.lex.uz>-Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.
8. <https://www.norma.uz> - Ўзбекистон республикаси ахборот-ҳуқуқий портали.
9. <https://www.stat.uz>-Ўзбекистон Республикасининг статистик ахборотномаси. Қурилиш бўлими.

¹¹ Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятида “Молиявий ҳисобот шакллари тўлдириш бўйича қоидалар”нинг 5-бандидан (рўйхат рақами 1209, 2003 йил 24 январь).

Хизматлар соҳасининг иқтисодий табиатига ёндашувлар таснифи ва уларнинг ўзаро алоқаси Классификация подходов к экономической природе сферы услуг и их взаимодействие Classification of approaches to the economic nature of the services industry and their interaction

Абдумалик ОРИПОВ,
Фаргона давлат университети тадқиқотчиси.

Аннотация

Мақолада ривожланаётган ижтимоий-иқтисодий тизимда хизматлар соҳасининг ўсиб бораётган аҳамияти, ресурслар чегараланган шароитда унинг барқарор мувозанатини таъминлашдаги зиддиятлар ва қарама-қаршиликларнинг моҳияти ўрганилган. Тадқиқотда “хизматлар соҳаси” категориясига ёндашувлар таҳлили асосида уларнинг таснифи ишлаб чиқилди, уларнинг ўзаро боғлиқлиги ҳамда хусусиятлари аниқланди. Шунингдек, хизматлар соҳаси иқтисодий табиатини ресурсли-интеграцион ёндашув асосидаги тавсифи таклиф этилган.

В статье рассматривается возрастающее значение сферы услуг в развивающейся социально-экономической системе, противоречия в обеспечении ее устойчивого баланса в условиях ограничения ресурсов и сущность ее зависимости. В ходе исследования на основе анализа подходов к категории “сфера услуг” была разработана их классификация, определена их взаимозависимость и характеристика. Наряду с вышеизложенным предлагается описание экономической природы сферы услуг на основе ресурсно-интеграционного подхода.

The article deals with the growing importance of the service sector in the developing socio-economic system, the contradictions in ensuring its sustainable balance in conditions of limited resources, and the essence of its dependence. In the research, based on the analysis of approaches to the category “service sphere”, developed their classification, determined interdependence and characteristics. Along with the above, proposed a description of the economic nature of the service sector based on the resource-integration approach.

Жаҳон миқёсида иқтисодий тараққиётнинг ҳозирги босқичида юз бераётган тенденциялар ушбу ўзгаришлардаги энг муҳим жиҳатларни алоҳида ёндашувлар асосида ўрганиб чиқишни иқтисодий фанлар олдида долзарб масала сифатида қўймоқда.

Тараққиётнинг замонавий босқичида юз берган энг муҳим ўзгаришлардан бири миллий иқтисодиётлар ҳамда жаҳон иқтисодиёти таркибидаги тармоқ ва соҳалар ичида хизматлар соҳасининг тез ривожланиб бораётганлиги ҳисобланади. Макроиқтисодий ҳамда тармоқлар таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, XX асрнинг

охирги ўн йиллигидан бошлаб жаҳон ижтимоий-иқтисодий тизимида реал секторнинг саноат, қишлоқ хўжалиги ва бошқа асосий тармоқларида яратилаётган маҳсулот ҳажми ортиб бораётган бўлсада, уларнинг ялпи маҳсулотдаги улуши қисқариб, ўсиш тенденцияси хизматлар соҳасига ўтиб бормоқда. Бу ўзгаришлар юз бераётган қонуниятларнинг моҳиятини кенгроқ ва чуқурроқ ўрганишни талаб этади [1, 2].

Тармоқлараро, субъектлараро ва шахслараро муносабатлар ўртасидаги боғлиқлик сифатида фаолият кўрсатувчи хизмат кўрсатиш соҳаси жамият ижти-

Калит сўзлар: хизматлар соҳаси, иқтисодий фаолият тури, “хизматлар соҳаси” тушунчасига ёндашувлар таснифи, ресурсли-интеграцион ёндашув, манфаатлар мувозанати, барқарор тараққиёт.

мой-иқтисодий ҳаётининг турли бўлимлари ва муносабатларнинг турли иштирокчиларига таъсир қилувчи ҳамда жамият ҳаётининг барча таркибий қисмларида ўзгаришларнинг табиатига таъсир қилувчи ўзгаришларга боғлиқ. Ушбу ўзгаришлар инновацион асосда тезлаштирилиши мумкин [3, 4].

Хизматларни бошқариш назарияси йўналишидаги илмий адабиётлар таҳлили шуни кўрсатадики, уларнинг аксарияти тармоқ хусусиятлари (транспорт, ижтимоий, уй-жой ва коммунал хизматлар, консалтинг, сугурта ва бошқалар) билан боғлиқ “хизматлар соҳаси” тушунчасини ўрганишга бағишланган. Илмий адабиётларда “хизматлар соҳаси” тушун-

часи билан бирга бир қаторда ноишлаб чиқариш соҳаси, ижтимоий соҳа, ижтимоий инфратузилма, ижтимоий-маданий соҳа, инфратузилма соҳаси, номоддий ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаси каби тушунчаларни кўриш мумкин [5-8].

Хизматлар соҳасининг терминологик аспектидаги илмий адабиётлар таҳлили “хизматлар соҳаси” тушунчаси мазмун таркибини белгилаб берувчи айрим ёндашувларни аниқлаш имконини берди (1-жадвал).

Бугунги кунда “хизматлар соҳаси” тушунчасининг мазмун-моҳиятини ўзида акс эттирган тадқиқотларни ўрганиш асосида тушунчани унга ёндашувларнинг асосий белгилари ва хусусиятлари асосида тас-

1-жадвал.

“Хизматлар соҳаси” тушунчаси асосий таърифларини иқтисодий фаолият тури сифатида тизимлаштириш

Муаллиф	Ёндашув мазмуни	Амалга ошириш доираси
Панкратьев Н.Н. (1998)	Хизматлар соҳаси – корхоналар, ташкилотлар ва жисмоний шахслар томонидан кўрсатиладиган турли хил хизматларни такрор ишлаб чиқаришни ўз ичига олган жамланма умумлаштирувчи категория.	Ишлаб чиқариш (хизмат кўрсатиш)
Стаханов В.Н. (2011)	Хизматлар соҳаси – турли хил хизматларни ишлаб чиқариш билан шуғулланувчи корхоналар, муассасалар, ташкилотлар ва тадбирлар мажмуаси.	Ташкилий
Азрилиян А.Н. (2010)	Хизматлар соҳаси – иқтисодиёт тармоқлари тизими бўлиб, фойдаланиш қиймати қулайликлар билан таъминлашда ўз ифодасини топади.	Тармоқ ва соҳалар
Токарева О.Е. (2005)	Хизматлар соҳаси – инсон капиталини такомиллаштириш асосида ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишни таъминловчи, инсон фаолиятини оқилона ташкил этиш учун шарт-шароитлар яратувчи мустақил соҳа.	Ташкилий
Кликич Л.М. (2004)	Хизматлар соҳаси – иқтисодиётнинг махсус, энг истиқболли соҳаси бўлиб, муайян субъектлар орасидаги муносабатлар ва ўзаро алоқаларга эга.	Инфратузил-мавий
Иванов Н.Н. (2007)	Хизматлар соҳаси – ижтимоий-иқтисодий тизим субъектларининг фаолият соҳаси бўлиб, унинг функционал мақсади жисмоний ва юридик шахсларнинг эҳтиёжларини қондириш, уларга зарур хизматларни кўрсатиш орқали амалга оширилади. Бу субъектлар хизмат кўрсатишга тўлиқ йўналтирилган тармоқлар ёки бошқа функционал мақсадга эга бўлган тармоқларда айрим хизмат турларини кўрсатувчи ташкилотлар бўлиши мумкин.	Маркетинг
Соловьева Л.В. (2005)	Хизматлар соҳаси – иқтисодий фаолиятнинг гетероген турлари тизими бўлиб, унда моддий ишлаб чиқариш соҳаси билан бирга ижтимоий маҳсулотни яратиш ва улардан фойдаланишнинг биргаликдаги жараёни мавжуд.	Жараён
Плешивцев А.В. (1992)	Хизматлар соҳаси – ижтимоий ишлаб чиқариш тизимида аҳолига хизмат кўрсатиш, моддий бўлмаган маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва сотишда ифодаланадиган функционал мақсади тармоқлар ва фаолият турлари мажмуи.	Такрор ишлаб чиқариш

нифлашга ҳаракат қилинди. Ҳар бир ёндашув ўзининг хусусияти ҳамда асосий белгиси билан бир-биридан фарқланади ва ушбу ўзига хос жиҳатларга таянган ҳолда “хизматлар соҳаси” тушунчасини кенгроқ ва аниқроқ тушуниш мумкин бўлади (2-жадвал).

Юқоридаги таснифда кўрсатилган ёндашувларнинг барчаси алоҳида ҳолатда тушунчанинг умумий моҳиятини етарли даражада ёритиб бера олмайди, яъни “хизматлар соҳаси” тушунчаси кўриб ўтилган таснифдаги ёндашувларнинг ўзаро боғлиқлиги ва алоқаси доирасидагина ўзи-

2-жадвал.

“Хизматлар соҳаси” тушунчасига ёндашувлар таснифи

Ёндашув номи	Хусусиятлари	Ёндашувнинг асосий белгиси
Жараёнали ёндашув	Хизматлар соҳасини узлуксиз хизмат кўрсатиш ва аҳоли эҳтиёжларини қондириш жараёнини амалга оширувчи бир-бирига боғлиқ иқтисодий, ижтимоий ва ишлаб чиқариш функциялари сифатида кўриб чиқишдан иборат.	Фаолиятнинг ўзаро боғлиқлигига эътибор қаратиш
Маркетинг ёндашуви	Хизматлар соҳасини истеъмолчи манфаатлари йўлида турли йўналишдаги шакланган хизматлар мажмуи деб ҳисоблайди.	Истеъмолчиларга эътибор қаратиш
Тармоқ ёндашуви	Хизматлар соҳасини турли тармоқлар ва фаолият соҳаларининг ўзига хос хусусиятларини акс эттирувчи хизматлар мажмуи сифатида кўриб чиқишга асосланади.	Фаолият турига эътибор қаратиш
Хулқ-атвор ёндашуви	Хизмат кўрсатиш соҳасини корхона ходимлари ва истеъмолчиларнинг билимлари, қобилиятлари ҳамда бошқа қизиқишларига қараб ўзгарадиган хизматлар мажмуи деб ҳисоблайди.	Инсон хулқатвори, фаолияти ва натижаларига эътибор қаратиш
Иқтисодий ёндашув	Хизматлар соҳасини тадбиркорлик ва истеъмолчилар манфаатлари билан боғлиқ иқтисодий мақсадлар амалга ошириладиган ва корхона фаолиятининг самарали натижасига эришладиган тизим сифатида қаралади.	Фойда олишга эътибор қаратиш
Ташкилий ёндашув	Хизматлар соҳасини муносабатларнинг аниқ белгиланган тартибига эга бўлган бошқарув бўлинмалари ўртасидаги муносабатлар тизими деб ҳисоблайди.	Муносабатлар иштирокчилари ўзаро алоқаларини мувофиқлаштиришга эътибор қаратиш
Вазиятли ёндашув	Хизматлар соҳасини корхонанинг бозордаги хатти-ҳаракатларини ва уни бошқариш хусусиятини аниқлайдиган ташқи ва ички омилларнинг ўзгаришига жавоб берадиган тизим сифатида кўриб чиқишга асосланган.	Бозорнинг ўзгариш шароитларига эътибор қаратиш
Инфратузил-мавий ёндашув	Хизматлар соҳасини субъектлар ва объектлардан иборат тизим деб ҳисоблайди, уларнинг нисбатлари ва муносабатларини ҳар бир аниқ ҳолатда акс эттиради, улар ичида ўзаро ҳамкорликнинг энг самарали шакллари танлаш масалалари ҳал этилади.	Мувозанат ва барқарорликка эътибор қаратиш
Ресурсли ёндашув	Хизматлар соҳасини корхоналар томонидан уларнинг барқарор ривожланиши манфаатлари йўлида ҳўжалик фаолиятини самарали олиб боришнинг шарт-шароитларини шакллантириш мақсадида ресурс таъминотининг ўзгарувчанлигига ва турли манбалардан тақчил бўлган ресурсларни тўлдириш заруратига мослаша оладиган тизим деб ҳисоблайди.	Ресурслардан самарали фойдаланишга эътибор қаратиш
Коммуникацион ёндашув	Хизматлар соҳасини самарали бизнес тузилмаларини куришда ваколатлар, функциялар ва имкониятлар асосида рационаллаштириш ва тизимлашни талаб қилувчи субъектлар ўртасидаги хилма-хил алоқаларга эга бўлган тизим деб ҳисоблайди.	Ўзаро алоқа ва муносабатларни йўлга қўйишга эътибор қаратиш
Мотивацион ёндашув	Хизматларни тизим сифатида ҳисобга олган ҳолда, субъектлар манфаатларининг табақаланиши, ресурс мавжудлиги, ходимларнинг хулқ-атворига мослашувчанлиги асосида бизнесни ривожлантириш стратегияси ва тактикасини бозор муаммоларини ҳал этиш ва ижтимоий-иқтисодий тизимда турли алоқалар ўртасидаги келишувларни тузиш, муайян мотивацион доминантликка мослашишга асосланади.	Манфаатлар ва зиддиятларни ҳал этишга эътибор қаратиш

УДК: 338.012

Влияние пандемии Covid-19 на развитие возобновляемой энергетики и меры по ее смягчению в Узбекистане Covid-19 pandemiasining qayta tiklanadigan energetika sanoati rivojlantirishiga ta'siri va Ўзбекистонда уни юмшатиш бўйича чора-тадбирлар The impact of the Covid-19 pandemic on renewable energy development and mitigation measures in Uzbekistan

Раъно НАЗАРОВА,
профессор,
Ёкутхон НИЯЗМЕТОВА,
базовый докторант
Ташкентского государственного экономического университета.

Аннотация

В статье рассмотрены основные негативные последствия пандемии COVID-19, влияющие на развитие альтернативной энергетики, приведены меры по их смягчению в Узбекистане.

Мақолада муқобил энергетика саноатининг ривожланишига таъсир қилувчи COVID-19 пандемиясининг салбий оқибатлари кўриб чиқилган, Ўзбекистонда уларни юмшатиш бўйича чора-тадбирлар келтирилган.

The article discusses the main negative consequences of the COVID-19 pandemic affecting the development of alternative energy, and presents measures to mitigate them in Uzbekistan.

В конце декабря 2019 г. в китайском Ухане была зафиксирована вспышка коронавируса COVID-19, которая привела к ухудшению экономической ситуации во всем мире. Этому способствовали меры по борьбе с распространением коронавирусной инфекции, в том числе путем введения ограничений на передвижение людей и приостановления деятельности предприятий. Это вызвало резкое сокращение объемов производства и потребления, нарушение глобальных производственных цепочек и торговых связей, снижение цен на сырьевые товары и ухудшение конъюнктуры на мировых финансовых рынках. Экономический спад, несомненно, повлияет и на ход «зеленой» энергетической трансформации, нацеленной на борьбу с глобальным потеплением.

Как мы знаем, причиной использования альтернативных источников энергии является в первую очередь охрана окружающей среды. Альтернативная энергетика – совокупность перспективных способов получения, передачи и использования энергии (зачастую – из возобновляемых источников), которые распространены не так широко, как традиционные, однако представляют интерес из-за выгоды их использования при, как правило, низком риске причинения вреда окружающей среде. Традиционные источники энергии при сгорании выделяют в атмосферу углекислый газ, способствующий росту парникового эффекта и глобальному потеплению.

По данным Центра исследований энергетики и чистого воздуха (CREA), в период с 3 февраля

Ключевые слова: пандемия COVID-19, альтернативная энергетика, возобновляемые источники энергии, антикризисный фонд.

по 1 марта выбросы CO₂ в Китае сократились как минимум на 25%, что связано с жесткими государственными мерами по борьбе с распространением вируса. Люди стали меньше пользоваться автомобилями, сократились объемы производства. По данным Министерства экологии и окружающей среды Китая, число дней с «хорошим качеством воздуха» выросло на 21,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Однако текущие изменения происходят не на системном уровне, а вызваны непредвиденными и довольно печальными обстоятельствами. В результате пандемии снижается глобальный спрос на нефть и происходит общий экономический спад. В долгосрочной перспективе это может значительно замедлить развитие отрасли «зеленых» технологий и возобновляемых источников энергии, которые должны способствовать решению проблемы изменения климата.

Итак, отметим ряд отрицательных сторон для развития «зелёной» энергетики:

- спад производства повлечёт за собой ограничения на рынке капитала, которые будут отрицательно влиять на финансирование производства солнечной, ветряной и других альтернативных видов энергии;

- снижение мировых цен на нефть будет снижать конкурентоспособность электромобилей;

- Китай является одним из основных производителей солнечных панелей, ветровых турбин и литий-ионных аккумуляторов, которые используются для электромобилей. Китайские компании уже столкнулись с нарушением цепочек поставок, что замедлило работу над некоторыми проектами по возобновляемым источникам энергии в других странах;

- экономический спад отвлекает экологов от экологических проблем, поскольку на передний план выйдут более насущные вопросы: здоровье, работа, пенсионные накопления и недвижимость.

Тем не менее энергия из альтернативных источников обязана выкупаться в первую очередь, в то время как электроэнергия, полученная из ископаемого топлива, приобретает по остаточному принципу, ведь эту генерацию можно регулировать. При этом традиционная генерация отвечает за поддержание достаточной мощности в энергосистеме. Шестьдесят процентов угольных станций в Китае работают с убытками. В том числе и

потому, что традиционная генерация несет на себе бремя поддержания мощности, а коэффициент использования установленной мощности тепловых станций снижается на фоне увеличившейся доли возобновляемой энергетики.

Если в Европе климатическая повестка, вероятно, сохранит планы по развитию зеленой энергетики, то в развивающихся странах эта проблема пока все же на вторых ролях. Глобальные кризисные явления, вызванные пандемией COVID-19, охватившей почти весь земной шар, общеизвестны: во всем мире нарушены экономические и социальные коммуникации, многие виды бизнеса терпят значительные убытки. Не прошли эти явления и мимо нашей страны.

В данной кризисной для всего мира ситуации нужно, в первую очередь, принимать всевозможные меры по смягчению негативного влияния пандемии на мировую экономику и, в частности, на экономические сферы Узбекистана. Особое внимание необходимо уделить поддержке и обеспечению устойчивости таких быстроразвивающихся отраслей экономики республики, как туризм, транспорт, фармацевтическая и текстильная промышленность. Также нужно всячески поддерживать частный бизнес и предпринимательство, сделать условия их деятельности наиболее упрощенными с помощью налоговых льгот и других факторов. Нельзя забывать и о социально уязвимых слоях населения и выплачивать им дополнительные выплаты в связи с безработицей. Только после того, как экономика Узбекистана и всего мира обретёт сбалансированное состояние и устойчивые темпы роста, можно планировать широкое внедрение «зелёных» проектов во всём мире, в том числе и в нашей экономике.

В Узбекистане первым шагом на пути к этому стало создание Антикризисного фонда в 10 тран. сумов и решение относительно преобразования Министерства экономики и промышленности в Министерство экономического развития и сокращения бедности. Соответствующие шаги определены в Указе Президента Узбекистана «О первоочередных мерах по смягчению негативного воздействия на отрасли экономики коронавирусной пандемии и глобальных кризисных явлений».

Исходя из указа Президента, усиливается социальная поддержка населения с помощью пособий, налоговых льгот и дополнительных выплат, обеспечивается контроль продовольственных точек,

всячески поддерживается предпринимательство, экспорт и финансовая стабильность. В частности, поддержка бизнеса и частного предпринимательства путем смягчения уплаты налогов играет важную роль. Стимулирование частного бизнеса на создание новых рабочих мест путем уменьшения налогового бремени было бы весьма своевременным и действенным нововведением. С его помощью также можно снизить расходы бюджета на выплату пособий по безработице, понизить затраты на переобучение безработных и решить другие насущные социальные проблемы.

В частности, было установлено:

а) в период с 1 апреля до 1 октября 2020 года:

- для индивидуальных предпринимателей минимальная сумма социального налога снижается до 50 процентов базовой расчетной величины в месяц;

- размер отчисления предприятий оптовой торговли алкогольной продукцией снижается с 5 до 3 процентов;

- размеры сборов за право осуществления розничной торговли алкогольной продукцией для предприятий общественного питания снижаются на 25 процентов от установленных размеров;

б) в период с 1 апреля до 1 июля 2020 года приостанавливается начисление и уплата туристского (гостиничного) сбора;

в) ставки налога за пользование водными ресурсами по объемам, используемым для орошения сельскохозяйственных угодий, снижаются в 2020 году на 50 процентов от установленных ставок;

г) предоставление декларации о совокупном годовом доходе физических лиц за 2019 год продлевается до 1 августа 2020 года;

д) срок уплаты налога на имущество и земельного налога физических лиц продлевается до 15 октября 2020 года.

Также было определено, что на срок до

1 октября 2020 года:

- приостанавливается применение штрафных санкций в отношении хозяйствующих субъектов за просроченную дебиторскую задолженность по внешнеторговым операциям;

- налоговые органы приостанавливают начисление пени по налогу на имущество, земельному налогу и налогу за пользование водными ресурсами хозяйствующим субъектам, испытывающим временные трудности, а также не принимают меры принудительного взыскания налоговой задолженности и др.

Итак, путь по восстановлению экономики будет нелегким и не известно, сколько времени потребуется для этого, но в итоге мир выйдет из состояния глубокого кризиса и сделает выводы. Многие исследователи уже считают, что именно антропогенное вмешательство в природу является причиной распространения таких болезней, как Эбола, птичий грипп, SARS, а теперь COVID-19. Мы живем на очень тесной планете, где все взаимосвязано. Человечество только сейчас начинает осознавать свою ответственность за ее будущее. «Зеленые» технологии и экологическое сознание становятся частью нашей повседневной жизни.

Мировая экономика начинает медленно поворачиваться в сторону экологической повестки. Пока непонятно, сколько будут стоить необходимые изменения и сколько денег и ресурсов мы потеряем в будущем, если не предпримем что-то прямо сейчас. Но уже сейчас внимательное отношение к окружающей среде становится актуальным вопросом для многих корпораций. А «зеленая» экономика может стать лидирующей отраслью предстоящего десятилетия, куда будут притягиваться инвестиции, рождаться стартапы и происходить главные технологические открытия.

Список использованной литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева «О первоочередных мерах по смягчению негативного воздействия на отрасли экономики коронавирусной пандемии и глобальных кризисных явлений» от 20.03.2020 г.
2. Фолькер Куашнинг. Системы возобновляемых источников энергии. Технологии. Расчеты. Моделирование. Учебник. Издательство «Фолиант». 2013 год.
3. Алхасов А.Б. Возобновляемая энергетика. 2-е издание. – М.: Физматлит, 2012.
4. https://en.wikipedia.org/wiki/Renewable_energy
5. <https://www.forbes.com/sites/dominicdudley/2020/03/23/gulf-uzbekistan-renewable-energy>

Основные аспекты становления и развития цифровой экономики в Республике Узбекистан Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодиётнинг келиб чиқиши ва ривожланишининг асосий кўрсатмалари Basic aspects of the formation and development of the digital economy in the Republic of Uzbekistan

Гульчехра АЛЛАЕВА,
PhD, доцент кафедры
«Корпоративное управление» ТашГТУ.

Аннотация

В статье показаны основные аспекты становления и развития цифровой экономики в Республике Узбекистан. Рассмотрены такие понятия, как цифровая экономика, цифровизация, цифровые технологии. Исследованы перспективные направления развития национальной экономики в сфере ИКТ, рассмотрены актуальные задачи цифрового развития в республике. Представлены основные достижения во внедрении и использовании информационных технологий в государственном управлении и различных отраслях экономики.

Мақолада Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодиётнинг шаклланиши ва ривожланишининг асосий жиҳатлари кўрсатилган. Рақамли иқтисодиёт, рақамлаштириш, рақамли технологиялар каби тушунчалар кўриб чиқилади. АКТ соҳасидаги миллий иқтисодиётни ривожлантиришининг истиқболли йўналишлари ўрганилмоқда, республикада рақамли ривожланишининг долзарб вазифалари кўриб чиқилмоқда. Давлат бошқарувида ва иқтисодиётнинг турли соҳаларида ахборот технологияларини жорий этиш ва улардан фойдаланишининг асосий ютуқлари тақдим этилди.

The article shows the main aspects of the formation and development of the digital economy in the Republic of Uzbekistan. Such concepts as digital economy, digitalization, digital technologies are considered. The perspective directions of development of the national economy in the field of ICT are investigated, the urgent tasks of digital development in the republic are considered. The main achievements in the implementation and use of information technology in public administration and various sectors of the economy are presented.

В настоящее время уровень развития цифровых технологий, используемых во всех экономических, государственных и других сферах государства, определяет не только его экономическое и социальное развитие, но и многократно повышает конкурентоспособность страны на мировой арене. Разворачивается очередная волна трансформации моделей деятельности в бизнесе и социальной сфере, вызванная появлением цифровых технологий нового поколения, кото-

рые в силу масштабов и глубины влияния получили наименование «сквозных», – искусственного интеллекта, робототехники, интернета вещей, технологий беспроводной связи и ряда других. Их внедрение, по оценкам, способно повысить производительность труда в компаниях на 40%. В ближайшем будущем именно эффективное использование новых цифровых технологий будет определять международную конкурентоспособность как отдельных компаний, так и целых

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровые технологии, информационные технологии, экономическая эффективность, информационное общество, государственное управление, инновации.

стран¹, формирующих инфраструктуру и правовую среду для цифровизации.

В Послании к Олий Мажлису Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева 24 января 2020 года отмечены важные задачи, такие как «завершение и внедрение в двухмесячный срок разработки программы «Цифровой Узбекистан – 2030», которая предусматривает обновление всех секторов экономики на основе цифровых технологий; увеличение доли цифровой экономики в ВВП как минимум на 30%, тем самым сократив коррупцию, радикальное изменение цифровой экономики в текущем году; реализация проекта «1 миллион программистов» с нашими зарубежными партнерами в целях дальнейшего ускорения работ по развитию науки и цифровой экономики и подготовке высококвалифицированных специалистов в этой области».

Согласно определению Всемирного банка, под цифровой экономикой понимается система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании ИКТ. Однако это определение недостаточно полное, оно не учитывает ключевую роль создания «бесшовных» информационных систем, когда цифровой сигнал «пронизывает» все уровни производства и сбыта продукции, начиная от приобретения клиентом товара (услуги) и заканчивая системой формирования заказа на сырье и комплектующие для производства.

Экономика нового уклада – продукт развития информационного общества. За последние 30 лет она прошла три этапа:

- 1990-е гг. – возникновение и развитие интернета, с которым связывают качественные сдвиги в производстве и управлении, ставшие основой цифровой экономики;
- начало 2000-х гг. – когда цифровая экономика рассматривалась как деловая активность на базе интернета (электронная торговля, в том числе торговля цифровым контентом);
- 2010-е гг. – цифровая экономика стала рассматриваться в комплексе с развитием ИКТ и внедрением цифровых датчиков (интернет вещей), что создало предпосылки для изменений в бизнес-про-

цессах и хозяйственной системе предприятий.

Таким образом, можно сказать, что ускоренное внедрение цифровых технологий в экономику и социальную сферу – амбициозная цель, которая успешно реализуется лишь в очень немногих ведущих странах. Она достижима только при выполнении ряда существенных условий.

Во-первых, бизнес и социальная сфера должны быть готовы к цифровой трансформации, должны наметить и оформить стратегии развития, предполагающие коренное изменение способов организации и ведения деятельности за счет планируемого интенсивного внедрения цифровых технологий, востребованные организациями и сулящие стейкхолдерам отдачу от инвестирования собственных средств.

Во-вторых, в стране должен сложиться сравнительно зрелый сектор технологического предложения, который если и не претендует на международное лидерство, то по крайней мере способен на быстрый трансфер и адаптацию зарубежных технологических решений и на быстрое увеличение масштабов собственной деятельности.

В-третьих, должен постоянно расти спрос населения на цифровые технологии, поскольку именно потребности и возможности потребителей в конечном счете определяют адекватный им спрос на цифровые технологии со стороны организаций, прежде всего в сфере B2C.²

Отметим, что проводимые в последние годы в Республике Узбекистан процессы реформирования сопровождаются активным внедрением современных информационно-коммуникационных технологий, увеличивается доступность для населения услуг телекоммуникаций, также поэтапно переводятся в электронный вид различные виды государственных услуг, все чаще данный вид услуг предоставляется по принципу «одного окна». Отметим также, что позиции Узбекистана в рейтинге ООН по развитию электронного правительства последовательно укрепляются.

Рассмотрим текущее состояние в сфере цифровизации в нашей республике, а также предпосылки к его дальнейшему развитию.

В последние годы Республика Узбекистан до-

¹ Международная конкурентоспособность национальной экономики совокупность институтов, мер государственной политики и факторов, определяющих уровень производительности страны [WEF, 2016].

² Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение Ч-80 [Текст]: докл. к XX Апрель. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, А.М. Гохберг и др.; науч. ред. А.М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики».

стигла существенного прогресса во внедрении и использовании информационных технологий в государственном управлении и различных отраслях экономики, в том числе³:

- предоставление государственных услуг в электронной форме и посредством разветвленной инфраструктуры центров государственных услуг;
- формирование системы межведомственного электронного взаимодействия;
- создание базовых государственных информационных систем и ресурсов;
- регулирование отношений в области персональных данных;
- повсеместное использование электронных средств платежей;
- использование информационных технологий в реальном секторе экономики;
- начало реализации проектов «Умный город» и «Безопасный город».

Проложено более 25,6 тыс. км волоконно-оптических линий связи. Более 67 процентов (22,5 млн. пользователей) населения страны имеют доступ во всемирную информационную сеть Интернет (далее – сеть Интернет), при этом число пользователей мобильной связи третьего и четвертого поколений превысило более 16 млн. абонентов.

В то же время доля затрат на поддержку и развитие сферы информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) от общегосударственных расходов в 2019 году составила всего лишь порядка 1,5 процента (7,8 млн. долл. США), что является низким показателем для эффективной цифровизации республики как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Аналогичный минимальный показатель для развитых стран-лидеров (Великобритания, Финляндия, Дания, Нидерланды, Швеция, США, Франция, Норвегия, Япония) в данном направлении составляет более 12 процентов от всех государственных расходов.

Экспорт услуг в сфере телекоммуникационных и информационных технологий в 2018 году составил 154,5 млн. долл. (5,1 процентов от общего объема экспорта услуг), а импорт – 47,1 млн. долл. (2,1 процента от общего объема импорта услуг).

Доля специалистов в сфере ИКТ среди занятого населения в 2019 году составила 0,5 процента, что почти в 7 раз меньше, чем, к примеру, в среднем по странам Евросоюза (3,7 процента). При этом спрос на специалистов в сфере ИКТ в стране стремительно увеличивается, в связи с чем дефицит кадров в данной сфере может привести к негативным последствиям как для частного сектора, так и для эффективного государственного управления. Быстрорастущий спрос на квалифицированных специалистов, а также их нехватка приводят к росту уровня зарплат специалистов в сфере ИКТ, что, несомненно, обостряет проблему обеспеченности квалифицированными специалистами органов государственного управления.

Так, результаты проделанной за прошедшие годы работы в области развития и внедрения системы электронного правительства положительно отразились на позициях республики, в частности⁴:

- в «Индексе развития электронного правительства ООН 2018» – 81 место (0,6207 балла) среди 193 стран (рис.1);

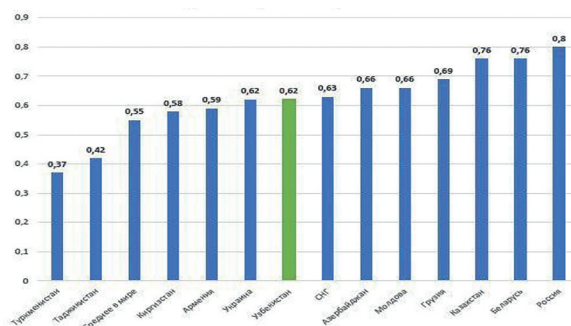


Рис.1. Индекс электронного правительства⁵.

- в «Индексе электронного участия 2018» – 59 место (0,7584 балла из 1,000). При этом Южная Корея и Дания оказались лидерами в данном рейтинге, набрав по 1,000 баллов каждая;

- в «Индексе человеческого развития Программы развития ООН 2018» – 105 место (0,710 балла) среди 198 стран, поднявшись на 2 позиции по сравнению с 2016 годом и войдя в группу стран с высоким индексом человеческого развития;

- в «Индексе развития информационно-ком-

³ Постановление Президента Республики Узбекистан «Об утверждении концепции национальной стратегии «Цифровой Узбекистан 2030» (Id-10574 ПРОЕКТ).

⁴ Постановление Президента Республики Узбекистан «Об утверждении концепции национальной стратегии «Цифровой Узбекистан 2030» (Id-10574 ПРОЕКТ).

⁵ Источник: UN E-Government knowledge base 2018

муникационных технологий 2019» (по данным Международного союза электросвязи) – 103 место среди 176 стран (рис. 2);

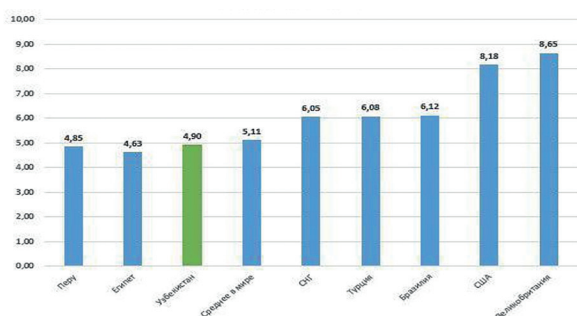


Рис. 2. Индекс развития информационно-коммуникационных технологий⁶.

– в «Рейтинге развития телекоммуникационной инфраструктуры 2018» – 114 место среди 193 стран (данный показатель учитывал наличие следующих основных компонентов: абоненты стационарной телефонной связи на 100 жителей – 10,85, абоненты мобильной связи на 100 жителей – 73,98, процент пользователей интернета – 46,79, абоненты услуги проводного доступа в сеть Интернет на 100 жителей – 8,73, абоненты услуги беспроводного мобильного доступа в сеть Интернет на 100 жителей – 53,47) (рис. 3);

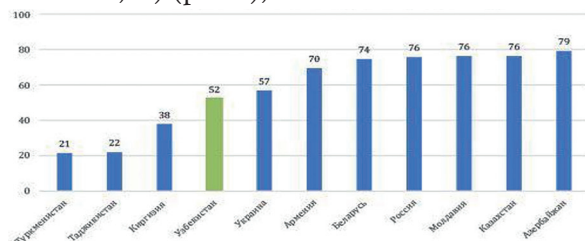


Рис. 3. Лица пользующиеся интернетом (% населения)⁷.

– в «Рейтинге стран по скорости Интернета» на 2019 год – 129 место среди 137 стран;

– в «Глобальном индексе кибербезопасности» Международного союза электросвязи республика поднялась на 41 позицию и заняла 52-е место, тем самым встав в один ряд с лидерами стран СНГ по укреплению кибербезопасности;

– в «Рейтинге по дешевизне мобильного интернета» – 69 место среди 230 стран.

Исходя из целей долгосрочного развития стра-

ны, приоритетными задачами развития цифровой инфраструктуры являются:

а) расширение сети телекоммуникаций, а также стимулирование использования инновационных технологий доступа с использованием текущей инфраструктуры;

б) создание дополнительных механизмов стимулирования инвестиционной активности операторов мобильной и спутниковой связи для расширения доступа в регионах республики путем изучения существующих барьеров развития отрасли;

в) стимулирование создания узкополосных сетей связи для сбора и обработки информации в целях эффективного развития технологии «Интернета вещей» путем обеспечения общего подхода к реализации, разработке единых протоколов передачи данных и правил по их управлению;

г) использование облачного подхода для цифровизации отраслей государственного управления и построения комплексных систем путем перевода аппарата государственного управления на сервисную модель потребления данных сервисов и услуг центров обработки данных, что позволит повысить стабильность функционирования информационных систем, безопасность содержащейся в информационных ресурсах информации и снизить затраты на развитие и модернизацию инфраструктуры;

д) обновление государственной политики в области предоставления свободной рыночной конкуренции, обеспечения прозрачности условий доступа в сфере развития цифровой инфраструктуры путем уменьшения степени своего присутствия в секторах экономики, с упором на гарантирование потребителям права выбора на получение по более низким ценам и высокого качества новых услуг, доступа в сеть Интернет, услуг телерадиовещания, а также обработки, хранения и передачи данных;

е) обеспечение стабильности сетей связи для непрерывной работы цифровых устройств путем применения инновационных технологий в бизнес-моделях и государственном секторе;

ж) последовательная реализация проектов «Умные» и «Безопасные» города в целях решения проблем, связанных с транспортной логистикой, технической и социальной городской инфраструктурой, качеством городской среды,

— М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 82, [2] с. — 250 экз. — ISBN 978-5-7598-1974-5 (в обл.). — ISBN 978-5-7598-1898-4 (e-book)

⁶ Источник: ITU data

⁷ Источник: World Bank

эффективностью управления развитием города, общественного, делового и жилого пространства путем внедрения цифровых технологий в управление инфраструктурой города⁸.

Таким образом, проведенный анализ существующей ситуации в сфере становления и развития цифровых технологий и процессов цифровизации национальной экономики, а также основных тенденций их развития позволил нам определить, что

цифровая экономика формируется на основе цифровизации и имеет свою специфику, определяемую характером создания добавленной стоимости путем наращивания и систематизации цифрового контента (предмета труда), роста интеллектуализации алгоритмов его обработки автоматически (без участия человека) и в зависимости от сигналов внешней среды.

Список использованной литературы:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан «Об утверждении концепции национальной стратегии «Цифровой Узбекистан 2030» (Id-10574 ПРОЕКТ).
2. Указ Президента Республики Узбекистан №УП-5598 от 13 декабря 2018 года «О дополнительных мерах по внедрению цифровой экономики, электронного правительства и информационных систем в государственном управлении Республики Узбекистан».
3. Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы.
4. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение. Докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; науч. ред. Л.М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – 82, [2] с. – 250 экз. – ISBN 978-5-7598-1974-5 (в обл.). – ISBN 978-5-7598-1898-4 (e-book)
5. Kaplan S. The Words of Risk Analysis // Risk Analysis. 1997. N17(4). P. 407–417.
6. Цифровая экономика: понятия и направления развития. Б. Панышин. «Наука и инновации». Научно-аналитический журнал. №3 (193). Март 2019 г.
7. Нейсбитт Дж., Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000. М., 1992.
8. Digital Transformation Initiative. In collaboration with Accenture. Unlocking \$100 Trillion for Business and Society from Digital Transformation. https://www.accenture.com/t20170116T084450_w_/us-en/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/WEF/PDF/Accenture-DTI-executive-summary.pdf
9. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики // <https://iorj.hse.ru/data/>
10. Смородинская Н.Ф. Усложнение организации экономических систем в условиях нелинейного развития. spkurdyumov.ru/uslozhnenieorganizacii-ekonomicheskix-sistem.

⁸ Постановление Президента Республики Узбекистан «Об утверждении концепции национальной стратегии «Цифровой Узбекистан 2030» (Id-10574 ПРОЕКТ).

УДК: 336.77.75 (575.1)

Финансирование оборотных средств предприятий Корхоналарнинг айланма маблағларини молиялаштириш Financing of working capital of enterprises

Айзада ТАСПАНОВА,
доцент (PhD), преподаватель
Каракалпакского государственного университета
имени Бердаха.
Бибсара ЕРЕЖЕПОВА,
преподаватель
Каракалпакского государственного университета
имени Бердаха.

Аннотация

В данной статье изучены научно-теоретические основы формирования и управления оборотными средствами предприятия и сформулированы соответствующие научные выводы.

Ушбу мақолада қархонанинг айланма маблағларини шакллантириши ҳамда бошқаришининг илмий ва назарий асослари ўрганилиб, тегишли илмий хулосалар келтирилган.

In this article, the scientific and theoretical foundations of the formation and management of working capital of the enterprise are studied and the corresponding scientific conclusions are proposed.

Одним из важных условий обеспечения непрерывности производственной деятельности предприятий является практика финансирования их оборотных средств. Поэтому в международной практике особое внимание уделяется обеспечению непрерывности финансирования оборотных средств предприятий. Хорошо налаженные договорные отношения между крупными промышленными предприятиями и малыми и средними предприятиями во Франции играют важную роль в обеспечении непрерывности финансирования оборотных средств малых и средних предприятий.

В США, Германии и Франции значительную роль в финансировании оборотных средств играет наличие хорошо развитого оборота коммерческих векселей и практики инкассирования дебиторской задолженности.

В Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан на 2017-2021 годы поставлена задача повышения конкурентоспособности национальной экономики за счет модерниза-

ции и диверсификации её ведущих отраслей. Это, в свою очередь, приводит к необходимости повышения финансовой стабильности и платежеспособности предприятий реального сектора экономики. В то же время с повышением финансовой стабильности и платежеспособности данных предприятий появляется необходимость повышения эффективности управления их оборотными средствами.

В настоящее время наблюдается наличие проблем, связанных с повышением эффективности управления оборотными средствами предприятий республики. Наиболее существенными проблемами являются большая сумма дебиторско-кредиторской задолженности между предприятиями, слабый денежный поток и низкий уровень пользования кредитами коммерческих банков на предприятиях.

Результаты исследования научных взглядов учёных-экономистов по формированию и финансированию оборотных средств предприятий показали, что:

– объем производства определяет совокуп-

Ключевые слова: оборотные средства, текущий капитал, развитие реального сектора, дебиторская задолженность, реализация продукции.

ный спрос, но для обеспечения бесперебойности производства необходимы достаточные денежные средства;

- необходимо повысить объем инвестиций путем поддержания низкого и стабильного уровня процентных ставок кредитов коммерческих банков и на этой основе обеспечить стабильный экономический рост;

- внедрение новых технологий в производственный процесс является обязательным условием повышения доли инновационных продуктов. А для этого необходимо стимулировать сбережения и инвестиции, а также усилить привлечение иностранных инвестиций;

- существует значительная корреляционная связь между развитием финансового и реального секторов экономики: чем выше уровень развития финансового сектора в стране, тем выше уровень развития реального сектора;

- процентная политика Центрального банка позволяет предотвратить «перегрев» экономики, а сокращение дефицита через бюджетную политику правительства имеет важное значение в обеспечении стабильности экономического роста;

- в нефтегазовой промышленности страны коэффициенты абсолютной и текущей ликвидности остаются ниже нормативного уровня. В частности, объем краткосрочных обязательств предприятий значительно больше, чем денежных средств и текущих активов в отдельные годы;

- обеспечение нормативных уровней показателей, характеризующих финансовую устойчивость хозяйствующих субъектов, занимает важное место в развитии их деятельности.

В результате увеличения объема оборотных средств предприятие будет иметь временно свободный текущий капитал и излишние расходы, связанные с финансированием. В результате чего, объем получаемой прибыли уменьшится.

Таким образом, стратегия и тактика управления оборотным капиталом должны обеспечивать соглашение между риском исчезновения ликвидности и эффективностью работы. В данном случае решаются две важные задачи:

1. Обеспечена платежеспособность. Данное условие не происходит, если предприятие не может погасить свои долги по счетам, не может выполнить свои обязательства и, возможно, объявит своё банкротство. Предприятие, которое не имеет

достаточного уровня оборотного капитала, может подвергаться риску неплатежеспособности.

2. Обеспечение приемлемой суммы, структуры и рентабельности активов. Различные уровни различных текущих активов могут по-разному влиять на прибыль. Например, высокие уровни производства и материальных запасов в равной степени требуют больших текущих затрат, поспособствуют увеличению объема реализации готовой продукции в широком ассортименте и увеличению дохода.

Одной из актуальных проблем является повышение эффективности управления оборотными средствами предприятий и значительная сумма дебиторско-кредиторской задолженности между предприятиями.

В целях совершенствования практики финансирования оборотных активов предприятий реального сектора экономики республики, мы считаем, необходимо принять следующие меры:

1. Увеличение доли денежных средств в объеме текущих активов путём ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности и товарных запасов в целях обеспечения финансовой устойчивости предприятий реального сектора экономики путём повышения стабильности их денежных потоков, увеличения этими предприятиями объемов краткосрочных финансовых вложений в высоколиквидные ценные бумаги, обеспечение относительной пропорции между текущими активами и текущими пассивами, исходя из наименьшего нормативного уровня коэффициента текущей ликвидности, в целях обеспечения финансовой устойчивости предприятий реального сектора путём повышения стабильности денежных потоков этих предприятий.

Ослабление операционного денежного потока может быть результатом роста остатков дебиторской задолженности и товарных запасов.

2. Необходимо повысить платежеспособность предприятий за счет обеспечения относительно высоких и стабильных уровней коэффициентов оборотных средств этих предприятий.

В свою очередь, повышение уровня платежеспособности предприятий даёт им возможность повысить уровень использования кредитов коммерческих банков. Повышение уровня использования кредитов коммерческих банков позволяет пополнить оборотные средства предприятия и увеличивает приток денежных средств.

3. Необходимо сократить дебиторскую задол-

женность между предприятиями посредством внедрения метода оценки денежного потока, основанного на сравнении прихода и расхода оборотных средств в целях обеспечения стабильного уровня коэффициентов оборачиваемости оборотных средств предприятий и совершенствования оценки эффективности использования оборотных средств промышленных предприятий.

В развитых странах для определения стабильности денежного потока используется метод оценки денежного потока. Здесь основное внимание уделяется оценке уровня общего денежного потока по отношению к общей задолженности предприятия. Общий денежный поток компании определяется как разница между притоком и оттоком денежных средств.

4. Необходимо наладить осуществление крупными промышленными предприятиями оплаты за реализованные малыми предприятиями товары по-

средством документальных аккредитивов.

В настоящее время основная часть безналичных платежей между предприятиями приходится на долю платежей с платежными поручениями. Это свидетельствует о том, что практика использования форм безналичных расчетов с документальными аккредитивами является несовершенной.

Несвоевременная поставка товаров приведет к снижению реальной стоимости депонированных средств. Здесь учитывается изменение уровней инфляции и девальвации.

5. В целях совершенствования оценки эффективности оборотных средств вышеуказанных предприятий для выявления точки безубыточности деятельности предприятий и реальной оценки оборотных коэффициентов необходимо дать объявление о среднеотраслевых показателях этих коэффициентов.

Список использованной литературы:

1. Chanel-Reynaud G., Bloy E. La Banque et le risqué PME. – Presses Universitaires de Lyon, 2001. – P. 39-40.
2. Тироль Ж. Теория корпоративных финансов. Пер. с англ. – М.: Дело, 2017 г. – С. 132-133.
3. Мирзиёев Ш.М. Критический анализ, строгая дисциплина и личная ответственность должны быть ежедневным правилом деятельности каждого лидера. – Ташкент: Узбекистан, 2017 г. – С. 26.
4. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Пер. с англ. – М.: Гелиос АРВ, 2012 г. – 352 с.
5. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики. 4-е изд. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009 г. – С. 201.

Методические основы повышения эффективности управления банковскими рисками Банк рискларини бошқариш самарадорлигини оширишнинг методологик асослари Methodological foundations of increasing the effectiveness of risk-management in banks

Гулноза ТАШМУХАМЕДОВА,
соискатель Ташкентского экономического университета, PhD,
начальник отдела маркетинга Trans Advertisement.

Аннотация

Проблема оценки эффективности деятельности банка, повышения эффективности управления банковскими рисками требует подробного изучения и выработки научной концепции, методик и предложений. А важным фактором будет построение Системы менеджмента качества (СМК) в банковской деятельности как фундамент для внедрения методик управления банковскими рисками.

Банк самарадорлигини баҳолаш, банк рискларини бошқариш самарадорлигини ошириш муаммоси илмий концепция, усул ва таклифларни батафсил ўрганишни ҳамда ишлаб чиқишни талаб қилади. Банкда рискларни бошқариш техникасини жорий этиш учун асос сифатида сифат менежменти тизимини қуриш муҳим омил бўлади.

The problem of assessing the effectiveness of the bank, improving the efficiency of banking risk management requires a detailed study and development of a scientific concept, methods and proposals. And an important factor will be the construction of a Quality Management System (QMS) in banking as a foundation for the implementation of banking risk management techniques.

Вступление

В настоящее время ускорение экономического развития страны является невозможным без повышения роли банковского сектора в экономике в целом. В основном причинами провала большинства коммерческих банков вследствие финансовых кризисов можно считать неэффективность и низкое качество управления банковскими процессами. Данная проблема возникает из-за недостаточного уровня методического обеспечения деятельности коммерческих банков со стороны Центрального банка, недооценки возрастающей степени и роли банковских рисков, недостатка квалифицированных специалистов и отсутствия эффективного управления со стороны высшего руководства.

Бесспорно, что высокие стандарты качества являются обязательной предпосылкой долгосрочного и продолжительного успеха любой организации. В связи с этим в Республике Узбекистан уделяется большое внимание регулированию банковской деятельности и оптимизации управления рисками. Например, это отражено в законах «О Центральном банке Республики Узбекистан» от 6.11. 2019 г. и «О банках и банковской деятельности», в указе Президента от 09.01.2018 г. №УП-5296 «О мерах по коренному совершенствованию деятельности Центрального банка Республики Узбекистан», где отмечается, что в стране не полностью задействована денежно-кредитная политика и банковское регулирование.

Ключевые слова: система менеджмента качества, СМК, система управления качеством, процессный подход, риск-менеджмент, PDCA, эффективность, результативность, интеграция, модель.

О понятии эффективности управления

Если в работе изучается эффективность управления банковскими рисками, то дополнительно можно рассмотреть современную научную литературу трактовки понятия «эффективности».

которая подразумевает обеспечение качества процессов и жесткий контроль. В данном случае нам в помощь придет система менеджмента качества для банковской сферы как фундамент для создания условий для эффективного управления банковскими

рисками.

Операционные риски в банках

Риск деятельности субъектов хозяйствования – неотъемлемая часть рыночной экономики. Нестабильная экономическая среда, характерная для наших регионов, предполагает острую необходимость систематического анализа риска развития территории, что делает проблему риска ключевой в экономическом развитии региона.

Понятие риск-менеджмента очень обширное и сложное, в связи с этим в процессе изучения, вероятно, будут раскрыты наиболее эффективные и

практичные методы оценки рисков в банковской деятельности. По этой причине в ходе исследования рисков в банковской деятельности особое внимание будет направлено именно на операционные риски, поддающиеся управлению, что при грамотном подходе может повлечь за собой повышение эффективности и конкурентоспособности банков.

Очевидно, что среди всех банковских рисков серьезную роль играет операционный риск. Растущий интерес к системам управления операционным риском в банках связан как с усилением внимания к факторам влияния операционного риска на финансовую стабильность кредитной организации, так и с ухудшением финансовой среды по причине кризиса. Это делает проблему управления операционным риском одной из наиболее обсуждаемых в банковской сфере различных стран. Растущие потери вместе с усложнениями банковско-финансовой среды делают очевидной необходимость управления операционным риском.

эффективность есть соотношение затрат ресурсов и результатов, полученных от их использования

эффективность есть социально-экономическая категория, показывающая влияние способов организации труда участников процесса на уровень достигнутых ими результатов

«Экономический результат» – конкретная форма результата и может определяться как итог функционирования экономической системы за конкретный временной интервал

ISO 9000:2000 определяют «результативность» как степень достижения поставленных результатов, а термин «эффективность» как соотношение между результатами, которые были достигнуты в процессе работы, и ресурсами, затраченными на достижение определенных целей, на разработку и внедрение

Рис. 1. Трактовки понятия эффективности.

Получается, что результативность и есть оценка достижений поставленных организацией целей и отражает уровень реализации разработанной стратегии, а эффективность является оценкой использования материальных и временных затрат компании на процесс реализации данной стратегии. При этом сложность **оценки результативности системы менеджмента качества** и анализа эффективности в большинстве случаев связана с их многоаспектностью¹.

Показателями эффективности управления банковскими рисками может быть отработанная система управления банковскими рисками, которая обеспечивает четкую структуру и методику управления рисками.

Соответственно эффективность деятельности банка – это не только результаты его деятельности, но и эффективная система управления банковскими рисками, стратегический менеджмент и использование современной системы управления банком,

¹ Интеркансалт, 2018, СМК в банковской сфере – правильное построение. Доступно: <http://www.iksystems.ru/a178/>

² Цакаев А.Х. Управление рисками в кредитной организации: учеб. пособие. М.: Экон-информ, 2011.

Таким образом, операционный риск на данном этапе развития банковской системы становится одним из основных и важных видов рисков, с учетом уровня квалификации служащих, внешних и внутренних факторов, организационных изменений и применяемых технологий³. Вкратце, операционный риск определяется как «*риск убытков в результате неадекватности внутренних процедур или их несоблюдения, действий людей и систем либо внешних событий*»³.

Вторая редакция Базельского соглашения определяет операционный риск как «*риск возникновения убытков в результате допущенных со стороны сотрудников недостатков или ошибок в ходе осуществления внутренних процессов функциони-*

частично.

Возникновение операционного риска может быть обусловлено как внутренними, так и внешними причинами. Внутренними причинами возникновения операционного риска являются:

- Организационные недоработки структуры банка в части распределения полномочий подразделений и служащих, порядков и процедур совершения банковских операций и других сделок, их документирования и отражения в учете;
- Несоблюдение сотрудниками банка рекомендованных порядков и процедур;
- Несовершенство системы внутреннего контроля банка.
- Внешними причинами возникновения опера-



Рис. 2. Операционный риск в масштабе всего предприятия⁵.

рования информационных систем и технологий, а также вследствие внешних событий». Также в данном соглашении особо подчеркивается, что операционный риск включает в себя также юридический риск, но исключает стратегический и репутационный риски⁴.

Обычно операционные риски распространены по всему предприятию, как указано ниже, и операционный компонент имеется во всех видах риска в банках. Управление операционным риском дает возможность рассматривать предприятие в комплексе, выявлять детальную структуру риска и использовать ее для улучшения ведения бизнеса.

Как видно в графике выше, каждый процесс и подразделение подвержены операционному риску

ационного риска являются:

- Случайные или преднамеренные действия физических и/или юридических лиц, осуществленные против интересов банка;
- Сбои в функционировании ИТ-систем и оборудования, неподконтрольные банку;
- Неблагоприятные внешние обстоятельства, неподконтрольные банку.

В зависимости от фактора происхождения все события операционного риска можно разделить на четыре группы. Особо заострить внимание следует на таких факторах, как: внешний, человеческий и фактор систем и процессов⁶.

Исторически управление операционным риском осуществлялось еще до того, как он начал так

³ International Finance Corporation, World Bank Group, 2016, доступно: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/home

⁴ Якинина И.А. Анализ подверженности операционному риску коммерческих банков России // Финансы и кредит, 2010.

⁵ International Finance Corporation, World Bank Group, 2016 // https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/home

⁶ Ткаченко И.В. Операционный риск в коммерческом банке // Сибирский торгово-экономический журнал, 2011.

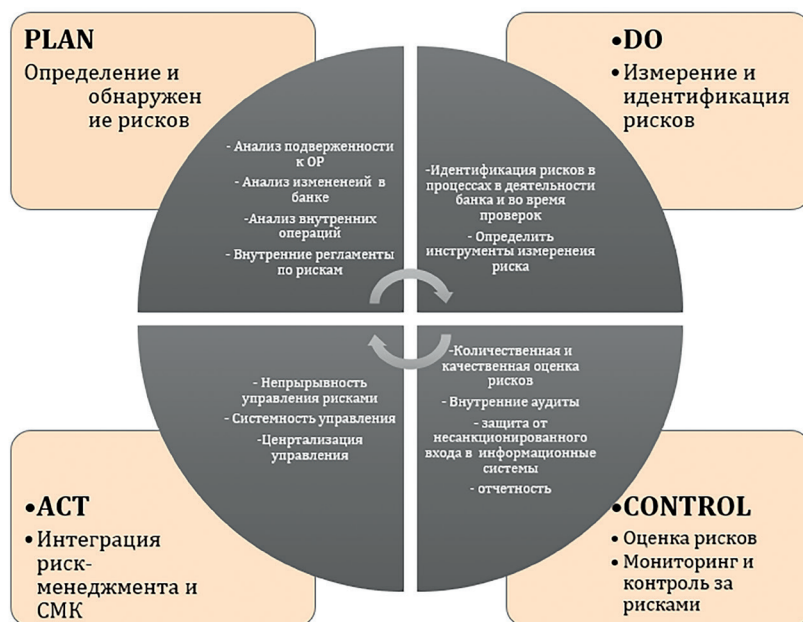


Рис. 3. PDCA модель управления операционными рисками

называться. При этом управление операционным риском было не полноценным интегрированным

помочь специализированные компании, которые занимаются внедрением в организации систем ме-



Рис. 4.

процессом, а скорее совокупностью фрагментированных действий, направленных на урегулирование широкого спектра разных рисков.

Система управления операционными рисками и СМК

Анализируя ситуацию в банковской сфере в настоящее время, можно назвать лишь несколько банков, внедривших СМК, при этом лишь часть из них сертифицирована по стандартам ISO 9001. Очень важно, чтобы система менеджмента качества в банковской сфере принесла реальную пользу, а все заложенные при разработке механизмы использовались эффективно. Для эффективного функционирования СМК необходимо иметь информацию о проверенных временем алгоритмах работы, поддержании ее эффективности и целостности. В этом могут

помочь специализированные компании, которые занимаются внедрением в организации систем менеджмента качества, а также проводят обучение персонала⁷. СМК может служить эффективным инструментом для снижения банковских рисков, что является актуальной проблемой в нашей стране. Поэтому система менеджмента качества в банковской сфере необходима для перспективы развития банковской системы⁸.

Один из важных моментов управления рисками – это знание составляющих фундаментов управления операционными рисками (УОР). Они являются фундаментом работы по рискам в любой организации и включают обнаружение

и измерение риска, непрерывный мониторинг, контроль, аудит, минимизацию и интегрированное управление. Для совершенствования деятельности организации нужно тщательно изучить все составляющие УОР и сделать анализ по всем пунктам.

⁷ Интеркансалт, 2018, СМК в банковской сфере – правильное построение, Доступно: <http://www.iksystems.ru/a178/>

⁸ Интеркансалт, 2018, СМК в банковской сфере – правильное построение, Доступно: <http://www.iksystems.ru/a178/>

Это и будет являться предложением для повышения эффективности управления банковскими рисками. УОР ведется системой, так как затрагивает все аспекты деятельности банка. Соответственно СМК может стать прекрасным и эффективным проводником для внедрения УОР и совершенствования рисков в организации.

Данные инструменты могут идеально гармонизировать с моделью СМК и давать возможность собирать данные и измерять операционные риски. Но нашему мнению, все инструменты по идентификации рисков можно с легкостью применять на предприятии, где имеется СМК, без лишних усилий и трудозатрат. В нашей работе мы сможем предложить инструменты идентификации таких рисков, как риск

и контрольная самооценка (RSCA) и ключевые показатели риска (KRI), как наиболее удобные и результативные. Так как для каждого инструмента необходим сбор данных, наличие стандартов ИСО 9001 может облегчить доступность данных, не создавая лишних процессов сбора данных. На рисунке также представлены методы сбора данных для инструментов УОР через СМК, где отображены источники сбора данных для инструментов УОР.

В итоге автором предлагается модель интеграции риск-менеджмента и СМК в



Разработано автором по данным статьи
Дмитрия Марцынковского⁹.

На рис. 3 представлена таблица с составляющими Управления операционными рисками (УОР) и детальным описанием компонентов. Учитывая действия, предложенные для управления операционными рисками в банковской деятельности можно интегрировать цикл PDCA и элементы УОР и разработать модель непрерывного улучшения риск-менеджмента в организации. Основная ценность данной модели – это то, что деятельность по планированию работы с рисками, предпринятые действия, контроль и внедрение не должны прекращаться. Таким способом можно взять контроль над рисками и постоянно держать систему в активном состоянии, избегая формальности.

Для правильной и точной идентификации рисков нужно сделать грамотный выбор инструментов по управлению оперативными рисками (УОР). Основные инструменты УОР, используемые на предприятиях, представлены на рис.4:

банковской деятельности, где все процессы координируются отделом риск-менеджмента и обеспечивается системность управления рисками благодаря функционированию СМК в банке. Главные направления интеграции риск-менеджмента в систему управления организацией и систему менеджмента качества представлены на рисунке ниже.

Как видно, при интеграции СМК и риск-менеджмента, процесс координируется риск-менеджментом и взаимодействует с наблюдательным советом. Важной составляющей является системность управления и охват всех бизнес-процессов и операций.

Выводы и рекомендации

Можно сделать вывод, что эффективное управление операционным риском банка возможно лишь в случае обращения к комплексному подходу, который подразумевает решение следующих задач:

формирование сильной культуры операционно-

⁹ Марцынковский Д. Обзор основных аспектов риск-менеджмента, 2011 // https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/main_meths.shtml

го риск-менеджмента или создание риск-культуры; наличие фундамента СМК в банковской деятельности;

создание интегрированной системы управления банковскими рисками и СМК;

получение оперативных и объективных сведений о состоянии и размере операционного риска;

качественное и количественное измерение операционного риска¹⁰.

Оптимальным решением видится использование практического опыта зарубежных банков, их фундаментальные исследования операционного риск-менеджмента, адаптация существующих моделей оценки риска к условиям узбекского рынка, а также разработка собственных методик оценки риска. Это позволит снизить финансовые потери и увеличить конкурентоспособность банков.

В целом управление операционным риском позволяет рассматривать предприятие в комплексе, определять детальную структуру риска и использовать его для улучшения управления бизнесом¹¹. Но выбор мониторинга и оценки рисков обычно бывает индивидуальным и зависит от многих факторов. Далее в процессе можно изучать возможные методы управления операционными рисками в бан-

ковской деятельности в Республике Узбекистан и предложить наиболее эффективную и удобную модель из предложенных выше. Самое важное, банкам нужно подготовить и создать надежный фундамент путем внедрения СМК, и после можно интегрировать адаптированную модель по работе с операционными рисками для повышения эффективности деятельности в банках.

В итоге методическими основами эффективного управления операционными рисками является в первую очередь создание благоприятной почвы в виде построения и внедрения СМК. После можно разработать и применять систему управления операционными рисками как методику для снижения операционных рисков. Краеугольным камнем станет создание риск-культуры, обеспечивающей осознанное отношение к рискам со стороны сотрудников, вовлеченность и активное участие в процессе минимизации рисков в банке. Очень важным моментом является то, что в процессе внедрения и интеграция двух систем они должны быть интегрированы и гармонизировать друг с другом. Банк, где грамотно объединяют две системы в одно целое, можно признать эффективным и перспективным.

Список использованной литературы:

1. Интерконсалт. Сущность системы менеджмента на производственных предприятиях, Интерконсалт, 2017 г.
2. Цакаев А.Х. Управление рисками в кредитной организации: учеб. пособие. М.: Экон-информ, 2011 г.
3. International Finance Corporation, World Bank Group, 2016, доступно: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/home
4. Якинина И.А. Анализ подверженности операционному риску коммерческих банков России // Финансы и кредит, 2010 г.
5. Ткаченко И.В. Операционный риск в коммерческом банке // Сибирский торгово-экономический журнал, 2011 г.
6. Марцынковский Д. Обзор основных аспектов риск-менеджмента, 2011 г. // https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/main_meths.shtml
7. Хорев А.И., Самогородская М.И. Методологические аспекты оценки экономической эффективности системы менеджмента качества субъектов хозяйствования, Вестник ВГУИТ, №4, 2016 г.
8. Кудайбергенов Б.К. Современное состояние системы риск-менеджмента в коммерческих банках КР. Вестник КРСУ. 2014 г. Том 14. No 8.

¹⁰ Якинина И.А. Анализ подверженности операционному риску коммерческих банков России // Финансы и кредит, 2010.

¹¹ International Finance Corporation, World Bank Group, 2016, доступно: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/home

Выявление влияния технологических шоков на коррупцию Технологик шокларнинг коррупцияга таъсирини аниқлаш Identifying the influence of technological shocks on corruption

Мафтуна АМАНОВА,
соискатель Национального университета Узбекистана.

Аннотация

В данном исследовании изучалась связь между показателями технологического развития и долгосрочными и краткосрочными последствиями использования интернета и расходами на исследования коррупции для 170 стран в период с 1996 по 2017 год. Результаты модели VAR противоречат ожидаемой модели долгосрочной реакции уровня коррупции между странами по основным независимым переменным. Тем не менее регрессии для исследования краткосрочного влияния показали, что увеличение количества пользователей интернета и расходов на исследования и развитие науки является толчком усиления контроля над коррупцией.

Ушбу тадқиқот 1996 йилдан 2017 йилгача 170 та мамлакатда технологик ривожланиш кўрсаткичлари ва интернетдан фойдаланиш ҳамда фан ривожланиши, илмий тадқиқотлар учун сарфланган пул миқдорининг коррупцияга нисбатан узоқ муддатли ва қисқа муддатли таъсири оқибатлари, улар ўртасидаги боғлиқликни ўрганиб чиқди. VAR моделининг натижалари асосий мустақил параметрларда мамлакатлар ўртасидаги коррупция даражасининг узоқ муддатли реакциясининг кутилатган моделига зид келди. Шунга қарамай, қисқа муддатли таъсирни ўрганишда юз берган шоклар интернетдан фойдаланувчилар сонининг кўпайиши ва фан ривожланиши ҳамда илмий тадқиқотлар харажатлари коррупция устидан назоратни кучайтириш учун туртки бўлганлигини кўрсатди.

This study examined the relationship between technological development indicators, especially the long-run and short-run effects of using the internet and R&D expenditure on corruption for 170 countries for the period 1996 to 2017. The results of the VAR model contradict the expected model of a long-run reaction of the level of corruption between countries for the main independent variables. Nevertheless, regressions for studying short-run influence showed that the increase in the number of internet users and R&D expenditure are an impetus for strengthening control over corruption.

На пути благочестивого становления и деятельности государственных учреждений и органов государственной службы в жизни граждан государства, их неотъемлемой роли в непосредственном сотрудничестве на благо экономики и благосостояния страны лежит скользкая и недвусмысленная проблема коррупции. Наиболее благоприятные условия для «процветания» этой проблемы возникают в странах, где процесс принятия окончательного решения в основном проводится государственными чиновниками и имеет высокие границы для бизнесменов и граждан. Другими словами, усиление контрольной функции

правительства подавляет регулирующую и исполнительную функции, что побуждает использование взяточничества для смягчения контрольной функции и ускорения исполнительной функции, тем самым устраняя установленные барьеры для достижения эффективных отношений между правительством и бизнесом (Штефан Шумах, 2017). Существует ряд мер для искоренения коррупции, которые получают свой позитивный отклик, такие как системы менеджмента противодействия коррупции Международного стандарта ISO 37001:2016, Конвенция ООН по борьбе с коррупцией 2003 г. и Указ Президента Республики

Ключевые слова: технологическое развитие, использование интернета, расходы на исследования и развитие науки, коррупция, контроль коррупции, эффективность правительства, электронное правительство, прозрачность.

Узбекистан №5729 от 27.05.2019 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы противодействия коррупции в Республике Узбекистан». Однако мы рассмотрим меры борьбы с коррупцией посредством доступности информации и технологического развития, такие, например, как доступ к интернету и внедрение электронного правительства (АГУ).

Долгосрочное и краткосрочное влияние независимых (количества пользователей интернета: *intuse* и расходов на исследования и развитие науки (РиИН: *techdev*) на зависимую переменную (контроль коррупции: *corrcont*) анализируем с помощью авторегрессионной модели (VAR). Модель VAR используется для выявления влияния технологических шоков на коррупцию в долгосрочной перспективе, и есть ли реакция коррупции на импульсы независимых в течение длительного периода времени.

$$CorrCont_t = \alpha_0 + \alpha_1 CorrCont_{t-1} + \alpha_2 CorrCont_{t-2} + \beta_1 IntUse_{t-1} + \beta_2 IntUse_{t-2} + e_t$$

$$CorrCont_t = \alpha_0 + \alpha_1 CorrCont_{t-1} + \alpha_2 CorrCont_{t-2} + \beta_1 techdev_{t-1} + \beta_2 techdev_{t-2} + e_t$$

На самом деле есть два типа моделей, которые можно использовать для проверки долгосрочного эффекта, – это модели векторной авторегрессии и векторной коррекции ошибок. Выбор между этими двумя моделями требует ряда тестов, таких как тест единичного корня, тесты на причинность и коинтеграцию и другие. В этом исследовании будет использоваться модель VAR, поскольку результаты тестов единичного корня на рисунке 1 показали, что зависимые переменные являются стационарными.

Рисунок 1. Тестирование единичного корня.

Im-Pesaran-Shin тест единичного корня для контроля коррупции				
Но: Все панели содержат единичные корни Кол-во панелей = 170				
На: Некоторые панели являются стационарными Сред. кол-во периодов = 21.77				
AR параметр: Панельно-специфический Ассимптоты: T,N -> Бесконечность				
Срд. знач. панелей: включено последовательно				
Тренд времени: не включено				
ADF регрессии: Лаги не включены				
Постоянный-N точные критические значения				
Статистика	p-значение	1%	5%	10%
t-столбец	2.0578 (не доступен)			
t-tilde-столбец	-1.7998			
Z-t-tilde-столбец	-6.6736*			

После этого запускается процесс выбора лагов (рисунок 2), чтобы определить оптимальное количество лагов, которое будет использоваться для оценки VAR.

ство лагов, которое будет использоваться для оценки VAR.

Рисунок 2. Выбор лагов.

Модель: Контроль коррупции – использование интернета

Запуск выборки порядка лагов VAR панели на оценочном образце

Критерии выбора запроса

Образец: 2000 - 2016 г. № обз. = 2605

Количество панелей = 170

Пр. № с T = 15,324

lag	CD	J	Jpvalue	MBIC	MAIC	MQIC
1	.9997129	22.00443	.0374702	-72.37783	-1.995574	-27.49429
2	.9996915	12.98669	.1123083	-49.93481	-3.013307	-20.01245
3	.999537	7.109817	.1301975	-24.35093	-.8901828	-9.389754

Модель: Контроль коррупции – расходы на РиИН:

Выбор порядка запаздывания VAR панели на оценочном образце

Критерии выбора запроса

Образец: 2000 - 2015 г. № обз. = 840

Количество панелей = 72

Пр. № T = 11,667

lag	CD	J	Jpvalue	MBIC	MAIC	MQIC
1	.9997774	20.04611	.0662187	-60.75471	-3.953886	-25.72382
2	.9997742	7.483891	.4854336	-46.38332	-8.516109	-23.0294
3	.9997869	6.278757	.1792752	-20.65485	-1.721243	-8.977887

Согласно Gujarati (2004), неправильно заданное количество лагов может привести к уменьшению степени свободы, что делает статистический анализ нестабильным и приводит к возникновению причинных переменных и проблемам ошибок неправильной спецификации. Эконометрические учебники, особенно в работе Wooldridge (2012), содержат рекомендуемое количество лагов для разных типов наборов данных временного ряда: годовой – 1 или 2 лага; ежеквартально – от 1 до 8 лагов; ежемесячно – 6, 12 или 24 лага. Во-первых, мы должны включить экспоненцированию зависимую, а затем оптимальное число лагов можно получить с помощью команды «rvarsoc» для всей модели и отдельно для каждой переменной, имеющейся в формуле для анализа. Затем мы должны запустить базовые регрессии VAR для набора данных панели. Следующие шаги включают в себя оценки причинности Грейнджера для стабильности модели и разложения дисперсии ошибки прогноза. Заключительным этапом является расчет и построение графиков функций импульсного отклика, чтобы увидеть будущее влияние независимых факторов

на зависимую переменную. И результаты таковы:

Рисунок 3. Результаты оценки модели VAR.

VAR model	(1)	(2)	(3)	(4)
VARIABLES	corrcont	intuse	corrcont	techdev
L.corrcont	0.827*** (0.0577)	15.25*** (2.050)	1.031*** (0.105)	-0.0369 (0.0558)
L.intuse	-0.000565** (0.000222)	0.941*** (0.00865)		
L.techdev			0.0187 (0.0490)	0.820*** (0.0462)
Observations	2,606	2,606	847	847

Стандартные ошибки в скобках: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

Результаты модели векторной авторегрессии показывают, что затраты на исследования и развитие науки не являются идеальным показателем для технологического развития в случае оценки VAR, поскольку нет никакой связи между контролем коррупции и независимой переменной techdev. Однако переменная использования интернета имеет высокий уровень значимости в модели (2) на рисунке 3, где значение p ниже 0,01, а в модели (1) $p < 0,05$. Однако коэффициент в первой модели является отрицательным (-0,000565), а во второй коэффициент представляет собой связь между переменными, где импульсная переменная является контролем искажения, в то время как нам необходимо сосредоточиться на переменной intuse в качестве импульсной переменной. Графики на следующих двух рисунках (4 и 5) изображают импульс-отклик на каждый технологический шок в рамках схемы долгосрочной идентификации. Определение линий на графиках intuse: corrcont и techdev: corrcont является косвенным показателем отсутствия долгосрочного влияния независимых переменных на зависимую переменную.

Рисунок 4. Использование IRF для модели corrcont-intuse.

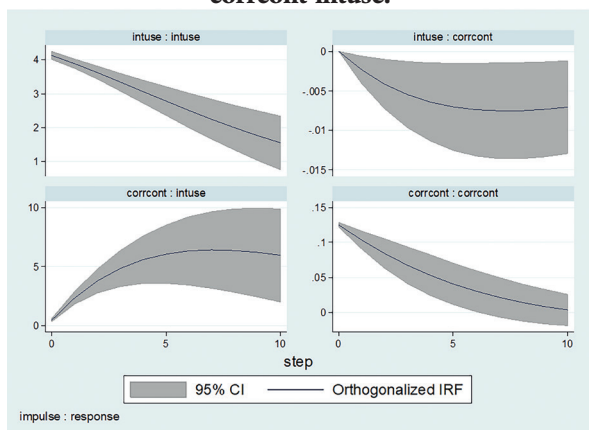
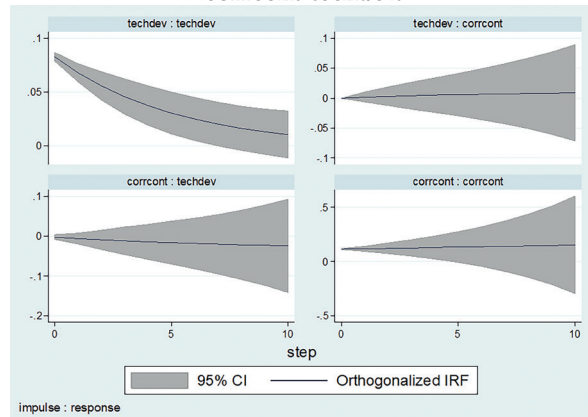


Рисунок 5. Использование IRF для модели corrcont-techdev.



В итоге по общей картине результатов, к сожалению, импульсы не однозначны, так как взятая зависимая переменная косвенна при распознавании уровня коррупции, и существует множество деталей и фактов, которые остаются неясными и трудно поддающимися оценке. Тем не менее, я попыталась вложить кусочек ясности в исследовании общей загадки, непознанного явления, коррупции.

Во-первых, уровень коррупции имеет положительную связь с количеством интернет-пользователей в каждой стране. Как правило, доступ в интернет является фактором, который увеличивает открытость, свободу средствам массовой информации и прозрачность для населения страны. Кроме того, существует построение информационной и коммуникационной инфраструктуры с точки зрения эффективности правительства путем внедрения электронного правительства и электронного контроля коррупции.

Во-вторых, сомнительно влияние технологического развития в стране, определяемое расходами для РиИН на коррупцию. Причина в том, что эта переменная является альтернативной переменной для технологического развития, а не измерением результата вклада в технологическое развитие и его реального уровня в странах. Чтобы получить более точные результаты оценки, следует использовать институциональный эффект при использовании входных данных или использовать другой прокси для фактора технологического развития, который дает реальный уровень развития и внедрения.

В заключение: в отношении краткосрочного и долгосрочного влияния процента использования интернета и расходов на РиИН на борьбу с коррупцией и индекс восприятия коррупции существует несколько предположений. Согласно результатам, по-

казатели технологического развития оказывают лишь краткосрочное влияние на уровень коррупции в 170 странах, во взятом времени (22 года). Несмотря на это, результаты оценки позволяют предположить, что доступ в интернет и прозрачность могут более эффективно способствовать борьбе с коррупцией. Важность изучения технологических факторов развития является маяком, который помог бы решить проблему коррупции с помощью прозрачности и вмешательства искусственного интеллекта.

Несколько неожиданных результатов и неопределенностей в этом исследовании являются следствиями ограничений. Прежде всего, в процессе сбора данных было сложно выбирать между компонентами технологического развития. Существовали некоторые источники, в которых количество продаж роботов и сумма расходов, рассчитанных на искусственный интеллект, использовались для ежегодных отчетов об уровне роботизации и оценке технологического роста. К сожалению, эти наборы данных не были доступными к загрузке или не включали все страны (как развитые, так

и развивающиеся). Однако в базе данных Всемирного банка есть раздел, озаглавленный «Наука и техника», в котором указано количество включенных наборов данных, из которых были выбраны расходы на исследования и разработки для этого исследования, но, возможно, сочетание других переменных может дать более эффективные результаты оценки. Вторым ограничением является то, что данные сфокусированы только на проценте населения интернет-пользователей и расходах на исследования и развитие науки, что означает, что влияние уровня технологического развития на коррупцию не полностью учтено. С учетом того, что были рассмотрены фактический уровень коррупции и более влиятельные факторы, необходимо разработать более усложненную модель с учетом всех нюансов, чтобы не только временно избежать коррупции, но и сократить рост факторов сейчас, чтобы прекратить стимулирование высокого уровня коррупции в будущем, а также и последствий проблемы, чтобы подчеркнуть ее разрушительное воздействие.

Список использованной литературы:

1. Статистические данные из Data.worldbank.org. World Bank Open Data | Data. *World Governance Indicators*. [онлайн] Доступен по: <https://data.worldbank.org/> [Дата обращения 17 Нояб. 2019].
2. Даниель Кауфман, Аарт Краай и Массимо Маструцци (2010). «The Worldwide Governance Indicators : A Summary of Methodology, Data and Analytical Issues». World Bank Policy Research Working Paper No. 5430 [онлайн] http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1682130 Доступен по: <https://info.worldbank.org/governance/wgi/> [Дата обращения 17 нояб. 2019].
3. Указ Президента Республики Узбекистан №5729 от 27.05.2019 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы противодействия коррупции в Республике Узбекистан».
4. Bardhan, P. (1997). Corruption and Development: A Review of Issues. *Journal of Economic Literature*, 35(4), pp.1320-1346.
5. Gujarati, D. (2004). *Basic econometrics*. 4th ed. New Delhi: Tata McGraw-Hill.
6. Wooldridge, J. (2012). *Introductory econometrics: A modern approach*. 5th ed. Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning.
7. Svensson, J. (2005). Eight Questions about Corruption. *Journal of Economic Perspectives*, 19(3), pp.19-42.
8. Lee, K., Choi, S., Kim, J. and Jung, M. (2018). A Study on the Factors Affecting Decrease in the Government Corruption and Mediating Effects of the Development of ICT and E-Government—A Cross-Country Analysis. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(3), p.41.
9. Enikolopov, R., Petrova, M. and Sonin, K. (2018). Social Media and Corruption. *American Economic Journal: Applied Economics*, 10(1), pp.150-174.
10. Elbahnasawy, N., G., (2014). E-Government, Internet Adoption, and Corruption: An Empirical Investigation. *World Development Journal*, 57, pp.114-126.

Biznes-Эксперт

ИҚТИСОДИЙ ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ОЙЛИК НАШР

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

2020 йил, 7 (151)-сон.
2008 йил январдан чоп этилмоқда.
Муассис: “Бизнес-Daily Медиа” Ноширлик уйи МЧЖ.

№ 7 (151), 2020 года.
Издается с января 2008 года.
Учредитель: ООО Издательский дом “Бизнес-Daily Медиа”.

Таҳририят:
Бош муҳаррир — А. Ибрагимов.
Мусахҳих — М. Мусулмонкулова.
Дизайнер-саҳифаловчи — А. Хатамов.

Редакция:
Главный редактор — А. Ибрагимов.
Корректор — М.Г. Супонова.
Дизайнер-верстальщик — А.Хатамов.

Таҳририят манзили:
100000, Тошкент ш., Амира Темура кўчаси, 6.
Тел.: (+998 71) 259-21-96.
Факс: (+998 71) 259-21-97, 259-22-06.
E-mail: info@biznes-daily.uz

Адрес редакции:
100000, г. Ташкент, ул. Амира Темура, 6.
Тел.: (+998 71) 259-21-96.
Факс: (+998 71) 259-21-97, 259-22-06.
E-mail: info@biznes-daily.uz

Журнал Ўзбекистон Республикаси Матбуот ва ахборот агентлигида 2013 йил 12 апрелда қайта рўйхатга олинган. 0507-сонли гувоҳнома.

Журнал перерегистрирован в Агентстве по печати и информации Республики Узбекистан 12 апреля 2013 года. Регистрационное свидетельство № 0507.

Журналнинг “Matbuot tarqatuvchi” АК
обуна каталогидаги юридик ва жисмоний
шахслар учун индекси — 1169.

Подписной индекс журнала в каталоге
АК “Matbuot tarqatuvchi” для юридических
и физических лиц — 1169.

Бичими 60X84 1/8 (4 б.т.). Адади 880.
Чоп этишга 30.07.2020 йилда рухсат этилди.
“VneshinvestProm» МЧЖ босмахонасида чоп этилди.
23-сонли буюртма. Манзил: Тошкент ш.,
Навоий кўчаси, 30-уй.

Формат 60X84 1/8 (усл. печ. лист 4). Тираж 880.
Подписано в печать 30.07.2020 г.
Отпечатано в типографии
ООО «VneshinvestProm».
Заказ 23. Адрес: г. Ташкент, ул. Навои, 30.

Бир ойда бир марта чиқади. Баҳоסי келишилган нархда.
“Biznes-Эксперт” журналидан кўчириб босиш фақат таҳри-
риятнинг ёзма розилиги билан амалга оширилади.

Выходит один раз в месяц. Цена договорная.

Таҳририят фикри муаллифлар фикрига мос келмаслиги
мумкин.

Перепечатка материалов “Biznes-Эксперт” допускается
только с письменного разрешения редакции.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Юборилган қўлёзмалар рецензия қилинмайди ва қайтариб
берилмайди.
Мақолалардаги факт ва рақамларнинг ҳаққонийлиги
муаллиф шахсан масъул.

Присланные рукописи не рецензируются и
не возвращаются.
Авторы несут персональную ответственность за
достоверность фактов, содержащихся в публикациях.

Реклама мазмунига реклама берувчи жавобгар.

Ответственность за содержание рекламы несет
рекламодатель.

Бу ерда сизнинг рекламангиз бўлиши мумкин



РАҲБАРЛАР, ИҚТИСОДЧИЛАР, ИШБИЛАРМОНЛАР ВА ЁШ ОЛИМЛАР ДИҚҚАТИГА!

“Biznes-Эксперт” журнаliga йил давомида обуна бўлиш мумкин.
Нашрга обунани расмийлаштирган,
Сиз ишончли эксперт ахборотига эга бўласиз.

Журналга “Ўзбекистон почтаси” АЖ, “Matbuot tarqatuvchi” АЖ
ва бошқа обуна агентликлари орқали обуна бўлиш мумкин.

Ундан ташқари Сиз обуна шартномасини тўғридан-тўғри
“Бизнес-Daily Медиа” Ноширлик уйи МЧЖ билан ҳам
расмийлаштиришингиз мумкин. Обуна индекси — 1169.

Қўшимча маълумотлар учун телефонлар: (99871) 259-21-96, 259-21-95.

Бу ерда сизнинг рекламангиз бўлиши мумкин



РАҲБАРЛАР, ИҚТИСОДЧИЛАР, ИШБИЛАРМОНЛАР ВА ЁШ ОЛИМЛАР ДИҚҚАТИГА!

“Biznes-Эксперт” журнаliga йил давомида обуна бўлиш мумкин.
Нашрга обунани расмийлаштиргач,
Сиз ишончли эксперт ахборотига эга бўласиз.

Журналга “Ўзбекистон почтаси” АЖ, “Matbuot tarqatuvchi” АЖ
ва бошқа обуна агентликлари орқали обуна бўлиш мумкин.

Ундан ташқари Сиз обуна шартномасини тўғридан-тўғри
“Бизнес-Daily Медиа” Ноширлик уйи МЧЖ билан ҳам
расмийлаштиришингиз мумкин. Обуна индекси — 1169.

Қўшимча маълумотлар учун телефонлар: (99871) 259-21-96, 259-21-95.