



Tadqiqot.uz



**“ХХI АСРДА ИЛМ-ФАН ТАРАҚҚИЁТИНИНГ
РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ ВА УЛАРДА
ИННОВАЦИЯЛарНИНГ ТУТГАН ЎРНИ” МАВЗУСИДАГИ
РЕСПУБЛИКА ИЛМИЙ 8-ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЯСИ
МАТЕРИАЛЛАРИ**

2019 30 СЕНТЯБРЬ
ЎЗБЕКИСТОН

Google
scholar

Crossref

ORCID
Connecting Research
and Researchers

doi

**“XXI АСРДА ИЛМ-ФАН ТАРАҚҚИЁТИНИНГ РИВОЖЛАНИШ
ИСТИҚБОЛЛАРИ ВА УЛАРДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ
ТУТГАН ЎРНИ” МАВЗУСИДАГИ РЕСПУБЛИКА ИЛМИЙ-
ONLINE КОНФЕРЕНЦИЯСИ МАТЕРИАЛЛАРИ**

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ПРОГРЕССА В XXI
ВЕКЕ И РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ЭТОМ ПРОЦЕССЕ**

**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF SCIENTIFIC
PROGRESS IN THE TWENTY-FIRST CENTURY AND THE
ROLE OF INNOVATION IN THIS PROCESS**

1-ҚИСМ / PART 1 / 1-ЧАСТЬ

Тошкент-2019

К 323(575.1)(063)

КБК 66.3(5Ў)я43
й-18

"XXI асрда илм -фан тараққиётининг ривожланиш истиқболлари ва уларда инновацияларнинг тутган ўрни" [Тошкент; 2019]

"XXI асрда илм -фан тараққиётининг ривожланиш истиқболлари ва уларда инновацияларнинг тутган ўрни" мавзусидаги Республика-илмий онлайн конференция материаллари тўплами, 30 сентябрь 2019 йил. - Тошкент: Tadqiqot, 2019. - 254 б.

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

Ушбу тўпламга Республика Олий таъым муассасаларида меҳнат килиб келаётган профессор - ўқитувчилар томонидан тайёрланган илмий мақолалар киритилган бўлиб, унда олий таълим тизимида илгор педагогик ва замонавий АКТнинг ўқув жараёнига тадбиқ этилишидаги ютуклар, натижалар, муаммолар, ечимини кутаётган вазифалар ва илм-фан тараққиётининг истиқболдаги режалари таҳлил қилинган.

Маъсул мухаррир: Файзиев Шоҳруд Фармонович, ю.ф.д., доцент.

1.Хуқуқий тадқиқотлар йўналиши-

Профессор в.б., ю.ф.н. Юсувалиева Раҳима (Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия универсиети)

2.Биомедицина ва амалиёт соҳасидаги илмий изланишлар-

Т.Ф.д., доцент Маматова Нодира Мұхтаровна (Тошкент давлат стоматология институти)

3.Иқтисодиётда инновацияларнинг тутган ўрни-

Phd Воҳидова Меҳри Ҳасанова (Тошкент давлат шарқшунослик институти)

4.Филология фанларини ривожлантириш йўлидаги тадқиқотлар-

Тошбоева Барнохон Одилжоновна (Андижон давлат университети)

5.Фалсафа ва ҳаёт соҳасидаги қарашлар-

Доцент Норматова Дилдора Эсоналиевна (Фарғона давлат университети)

6.Педагогика ва психология соҳаларидаги инновациялар-

PhD Абдумажидова Дилдора Раҳматуллаевна (Тошкент Молия институти)

7.Тарих саҳифаларидаги изланишлар-

Доцент Чариров Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

8.Социология ва политологиянинг жамиятимизда тутган ўрни-

Доцент Уринбоев Хошимжон Бунатович (Наманган мухандислик-қурилиш институти)

9.Техника ва технология соҳасидаги инновациялар-

Доцент Нормирзаев Абдуқаюм Раҳимбердиевич (Наманган мухандислик-қурилиш институти)

10.Архитектура ва дизайн йўналиши ривожланиши-

Бобохонов Олтибой Раҳмонович (Сурхандарё вилояти техника филиали)

11.Агропроцессинг ривожланиш йўналишлари -

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

12.Физика-математика фанлари ютуклари-

Доцент Соҳадалиев Абдурашид Мамадалиев (Наманган мухандислик-технология институти)

13.Геология-минерология соҳасидаги инновациялар-

Phd, Доцент Қаххоров Ўқтам Абдурахимович (Тошкент ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш мухандислари институти)

14.Кимё фанлари ютуклари-

Рахмонова Доно Қаххоровна (Навоий вилояти табиий фанлар методисти)

15.Маданият ва санъат соҳаларини ривожланиши-

Тоштемиров Отабек Абидович (Фарғона политехника институти)

16.Биология ва экология соҳасидаги инновациялар-

Йўлдошев Лазиз Толибович (Бuxoro давлат университети)

Тўпламга киритилган мақолалардаги маълумотларнинг хаққонийлиги ва иқтибосларнинг тўғрилигига муаллифлар масъуллар.

© Муаллифлар жамоаси

© Tadqiqot.uz

МУНДАРИЖА / СОДЕРЖАНИЕ

1-ҚИСМ / PART 1 / 1-ЧАСТЬ

ХУҚУҚИЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЙЎНАЛИШИ

THE FORMATION OF LEGAL CULTURE AMONG YOUTH IS THE GUARANTEE OF SUPPORTING THE RIGHTS AND THE LIBERTIES OF THE YOUTH OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Jumayev Sarvarbek, Yaxshiboyev Ahrorbek

О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СМАРТ-КОНТРАКТОВ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Журабаев Бекзод

О'ЗБЕКИСТОНДА ИJРО ETUVCHI НOKIMIYATNING HUQUQIY ASOSLARI

Tursunboyeva Maqsuda

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УГОЛОВНО-ПРАВОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПРЕСТУПЛЕНИЯ СОВЕРШЕННЫХ В СОСТОЯНИИ АФФЕКТА (СИЛЬНОГО ДУШЕВНОГО ВОЛНЕНИЯ)

Комил Хакимов

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЯ СУДЕБНО-ПРАВОВОЙ СИСТЕМЫ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КАРАКАЛПАКСТАН

Бердимуратова Гулназ Мурат қызы.

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНинг КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШ БЎЙИЧА МИЛЛИЙ ҚОНУНЧИЛИК САМАРАДОРЛИГИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Абдубаннаев Умиджон

ХАЛҚ ҶАБУЛХОНАЛАРИ ИНСТИТУТИНИНГ ШАКЛЛАНИШ ТАМАДДУНИ

Ибадуллаева Гулҳаё

XALQ BILAN SAMARALI MULOQOT MEXANIZMLARINI JORIY QILISH – KELAJAGIMIZ KAFOLATI

Ibadullayeva Gulhayo

ТЕЗКОР-ҚИДИРУВ ФАОЛИЯТИДА МИЛЛИЙ ВА ХОРИЖИЙ ТАЖРИБА

Султанов Миркобил Мирвалиевич

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ҲУҚУҚБУЗАРЛИКЛАР ПРОФИЛАКТИКАСИ ТИЗИМИНИНГ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ

Рахимов Сарвар Матякуб ўғли

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ҲУҚУҚБУЗАРЛИКЛАРНИНГ ВИКТИМОЛОГИК АСОСЛАРИ

Рахимов Сарвар Матякуб ўғли

БИОМЕДИЦИНА ВА АМАЛИЁТ СОҲАСИДАГИ ИЛМИЙ ИЗЛАНИШЛАР

МИОКАРД ИНФАРКТНИ АНИҚЛАШ УЧУН CNN АРХИТЕКТУРАСИ

Насимов Рашид, Гадойбоева Нигора, Абдуқодиров Шукрулло

ОПТИМИЗАЦИЯ МЕДИКАМЕНТОЗНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ У БОЛЬНЫХ ПРИ ЭКСТРАКЦИИ КАТАРАКТЫ

Ахраров Абдусамад Ахрарович, Эрматов Шухрат Гуломович

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ДИАГНОСТИКИ И ЛЕЧЕНИЯ БОЛЬНЫХ ГЕРПЕС-ВИРУСНЫМИ ИНФЕКЦИЯМИ

Элбобоев Б.А., Лапасов О.А.

ОПЕРАЦИЯДАН КЕЙИНГИ ДАВРДА ИНФУЛГАН (ПАРАЦЕТАМОЛ) НИНГ ОҒРИҚ ҚОЛДИРИШДА ХАВФСИЗЛИГИ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ

Эшпуплатов Шарифжон Абдунаибовиҷ, Газиев Зоир Тоирович

“ESTIMATING THE CLINIC LABORATORY EFFECTIVENESS OF PHOTODYNAMIC THERAPY IN COMPLEX HEALING OF EYE INJURY DISEASES”

Nazirova S.X., Khodjayeva.Z.A.

ВЛИЯНИЯ КОНТАКТНЫХ ЛИНЗ НА ТОПОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОГОВИЦЫ И ЕЕ ОПТИЧЕСКИЕ АБЕРРАЦИИ

Жуманиязов Шахруз

УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ПАЦИЕНТОВ С НЕПРОЛИФЕРАТИВНОЙ ДИАБЕТИЧЕСКОЙ РЕТИНОПАТИЕЙ У БОЛЬНЫХ С САХАРНЫМ ДИАБЕТОМ II ТИПА

Саматов Мадаминжон Улугбек ўғли, Ахраров Абдусамад Ахрарович

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА СХЕМ ЛЕЧЕНИЯ ПАЦИЕНТОВ С ИНОРОДНЫМИ ТЕЛАМИ РОГОВИЦЫ

Холбеков Ахлидин Валижон ўғли, Закирходжаев Рустам Асралович

ОПТИМИЗАЦИЯ НЕЙРОПРОТЕКТОРНОЙ ТЕРАПИИ ЧАСТИЧНОЙ АТРОФИИ ЗРИТЕЛЬНОГО НЕРВА
РАЗЛИЧНОГО ГЕНЕЗА

Очилдиев Мухиддин Баҳодир ўғли, Закирходжаев Рустам Асралович

YURAK-QON TOMIR TIZIMLARIDAGI FUNKSIONAL O'ZGARISHLAR SABAB YUZAGA KELADIGAN
KASALLIKLAR

Gadoyboyeva Nigora

«КЛИНИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МИДОТРОПА В ОФТАЛЬМОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ»

Нарзикулова К.И., Закирходжаев Р.А., Хайруллаева М.И.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ АНТИСЕПТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ПРИ ХРОНИЧЕСКИХ
БАКТЕРИАЛЬНЫХ КОНЬЮНКТИВИТАХ

Назирова С.Х., Ибрагимова С. А.

ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

ИННОВАЦИЯЛАР МАМЛАКАТИМИЗНИ ЯНГИ ДАВР, ЯНГИ ФИКР, ЯНГИ ФОЯГА ТАМОН БОШЛАЙДИ

З.И.Равшанов, О.Ш.Жұмақұлов

TASHQI IQTISODIY FAOLIYAT STATISTIKASI

Xusanova Zulfiya, Abdurashidova Sanobar

INSON MA'NAVİYATI VA MA'RİFATINI YUKSALISHIDA IX-XII ASRLARDAGI SHARQ UYG'ONISHNING
AHAMİYATI

Ruhsora Ro'ziyeva, Oynisa Muhammadiyeva, Dildora Normatovaga

THE ROLE OF INNOVATION IN THE ECONOMY

Rustamov Dostonbek Jamshid o'g'li, Bahromov Farhod Qobil o'g'li, Choriyev Dostonjon Rustamjon o'g'li

IQTISODIYOTDA INNOVATSIYALARING TUTGAN O'RNI

Xaytqulova Zulayho, Yuldasheva Inoyat

СҮФУРТА КОМПАНИЯЛАРИ МОЛИЯВИЙ БАРҚАРОРЛИГИНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Носиров Жасур Турсунпулотович

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ДАВLAT ТОМОНИДАН ТАРТИБГА СОЛИШ ВА ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШ
МЕХАНИЗМЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

К.Б.Суюнова

ИЖТИМОИЙ ТАЪМИНОТ СОҲАСИДАГИ ДАВLAT СИЁСАТИНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Маматқұлова Яйра

HARAKATLAR STRATEGIYASINI AMALGA OSHIRISH SHAROITIDA AHOLINI IJTIMOIY MUHOFAZA
QILISHNING TASHKILIY-HUQUQIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Mamatqulova Yayra

ЎТИШ ДАВРИДА БЎЛГАН ДАВЛАТЛАР УЧУН ЗОНАЛ СИЁСАТИНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИГИ

Хамроев X.Р.

МЕХМОНХОНА XIZMATLARI SIFATINI OSHIRISH RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASHNING BOSH
MEZONI

Djabbarov I.G.

МЕХМОНХОНА BIZNESIDA KADRLAR BOSHQARUVINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY
XUSUSIYATLARI

Maxmudova N.O'.

ТУРОПЕРЕЙТИНГ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Халилов Б.Б.

РАЗВИТИЕ ЗИЁРАТ-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Зиявитдинов X.X.

ТАДБИРКОРЛИК ИНСОН КАПИТАЛИНИНГ РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧИ СИФАТИДА

Навруз-Зода Л.Б.

TURISTIK HUDUDLARDA VEB-SAYTLAR YORDAMI ORQALI SAYOHATNING YASHASH SIKLI
BOSQICHLARINI O'TISH

Djafarova N.A.

QISHLOQ JOYLARDA МЕХМОНХОНА XIZMATLARINING RIVOJLANISHINI (BUXORO VILOYATI
MISOLIDA)

Tadjieva S.U.

CHO'L VA YAYLOV TURIZMINI TASHKIL ETISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Xidirova G.R., Zohirov F., Farmonov S.

VILOYATDA CHO'L YAYLOV TURISTIK OBYEKTLARNI TASHKIL ETISH IMKONIYATLARI

Xidirova G.R., Rustamov J.R.

BUXORO TURIZM INFRATUZILMASINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI (YEVROPA SHAHRLARI
MISOLIDA)

Farmanov E.A.

INCREASING EFFICIENCY INNOVATIVE SERVICES OF DEVELOPING CARRIER AND ITS ROLE OF IN
TOURISM AND ECONOMY

Davronov I.O.

ЗИЁРАТ ТУРИЗМИ ВА УНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИГИ

Шарифова Ш.Ш.

ESSENCE AND FEATURES OF INNOVATIVE ACTIVITY

Saidova F.K., Bobomurodova Maftuna

БИЛИМ ИҚТИСОДИЁТИ МАЗМУН МОХИЯТИ

Жўраева З. Т.

QISHLOQ AHOLISINING DAROMADLARINI OSHIRISH OMILLARI

Xodjaeva D.X.

FEATURES OF INCREASING INTERNATIONAL TOURISTS IN UZBEKISTAN

Jurayev A.T.

PROSPECT OF E-MAIL MARKETING OPPORTUNITIES IN TOURISM

Khurramov O.K.

IMPRESSIVE WAYS TO ATTRACT CUSTOMERS TO THE HOTEL

Dilmonov K.B.

THE EFFECT OF INTERNET MARKETING CONVENIENCE AND VALUABLE USE IN THE HOTEL

Khurramov O.K., Boboqulov A.A.

THE MAIN DIRECTIONS OF HOTEL ENHANCEMENT

Saidova F.K.

MAIN ASPECTS OF CREATING TOUR PRODUCTS IN UZBEKISTAN

Farmanov E.A., Norov B.N.

KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKDA MARKETING TADBIRLARINING AHAMIYATI

Fayziyeva S.A., Imamkulov Aziz

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Навруз-Зода Б.Н.

ROLE OF STATE-PRIVATE PARTNERSHIP IN QUALITY OF EDUCATION SERVICES

Tokhirov J.R.

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ – АКТУАЛНАЯ ЗАДАЧА СФЕРЫ ТУРИЗМА

Азимов О.Х.

ЕВРОПЕЙСКИЙ СЕРВИС В РЕСТОРАНЕ

Файзиева С.К.

XIZMATLAR SIFATINI BAHOLASH VOSITALARI

Qodirov A.A.

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

Арипова М.С.

КОРХОНА ИШ ФАОЛЛИГИНИНГ ИҚТИСОДИЙ МАЗМУНИ ВА ТАҲЛИЛ ҚИЛИШНИНГ АСОСИЙ
ЖИҲАТЛАРИ

Уракова М.Х., Негматов М.Ш.

ICHKI TURIZM SALOHIYATINI OSHIRISH YO'LIDA

Tairova M.M., Murotova N.U.

TURIZMDA INNOVATSIYALAR DAN FOYDALANISHNING O'ZIGA XOS JIHATLARI

Boltayeva M.Sh.

РЕСУРСЫ В ТУРИЗМЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА БУХАРСКОГО РЕГИОНА

Гиязова Н.Б., Каюмова З.А.

MARKETINGNING ZAMONAVIYLASHISHIGA INTERNET TEXNOLOGIYALARINING AHAMIYATI

Ergasheva A.F., Atamuradov Sh.Sh.

TURISTIK MAHSULOT SOTUVINI JADALLASHTIRISH OMILLARI

Shadiyev A.X.

BUXORO HUDUDIDA EKOTURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLLI YO'LLARI

O'rroqova D.B.

ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛИДАГИ ТАДҚИҚОТЛАР

THE DIFFERENCE BETWEEN A LITERARY AND A NONLITERARY TEXT

Khakimov Kh. I.

NATIONAL SPECIFICITY OF CONCEPTS

Khaydarov Z.Kh.

CORRELATION OF THE CATEGORY OF IMPLICITY WITH OTHER STYLISTIC DEVICES

Kushacova Barnokhon Yuldashevna

SPECIFIC PECULIARITIES OF IMPLICITY AS A TEXT CATEGORY

Doctor Madjidova R.U.

NEOLOGISM AS A RESULT OF THE NOMINATION PROCESS

Nishonov I.A.,

SPECIFIC PECULIARITIES OF LITERARY DISCOURSE IN LITERATURE REVIEW

Doctor Sultonova Sh.M.,

MAVSUM-MAROSIM QO'SHIQLARI

Abdurahmonova Saltanat

COMPLIMENT AS A SPEECH ACT: THEORETICAL VIEW

Abror Alisher o'g'li Hafizov

A SIGN AS A WORD IN THE INTERNET DISCOURSE

Javokhir Kozimjon ugli Komilov

THE ROLE OF TECHNOLOGY IN LEARNING FOREIGN LANGUAGE

Muxamatjonova Diyora Rustam qizi, Xoshimova D.R

LINGUISTIC PERSONALITY IN THE LIGHT OF MODERN ASSUMPTIONS OF LINGUOPERSONOLOGY

Shodiyev Shuhrat Karomatovich

THE CONCEPT OF USING FLIPPED CLASSROOM TO ENHANCE EFL LEARNING IN SECONDARY SCHOOLS

Shodiyev Shuhrat Karomatovich

PUBLITSISTIK MATNLAR SARLAVHALARINING FONOSTILISTIK(FONETIK) XUSUSIYATLARI

Sobirova Dilnoza

ШАРЬЙИ АТАМАЛАРНИНГ ЯСАЛИШИ

Юлдашев Тобашар

ИНГЛИЗ ВА ЎЗБЕК ТИЛЛАРИДА ШАРТ МУНОСАБАТ ИФОДАЛОВЧИ КОНСТРУКЦИЯЛАР “ВАЪДА БЕРИШ” НУТҚ АКТИ СИФАТИДА

Минниқулов Ислом Урол ўғли

ҚИРҒИЗ ХАЛҚ ҚЎШИҚЛАРИДА ТАҚИНЧОҚЛАР ОБРАЗИ ВА УЛАРГА БОҒЛИҚ ҚАДИМИЙ ЭЪТИҚОДЛАР

М.И.Сулаймонова

RHETORICAL QUESTIONS IN RELIGIOUS TEXTS OF ARABIC LANGUAGE

Badia Omonillayevna Turakhonova

“MA'RIFAT” TUSHUNCHASI VA UNGA TURK ADABIYOTIDA MUNOSABAT

Boltaboyeva Hulkaroy Hamidullayevna

TEACHING ENGLISH TECHNICAL WORDS TO HIGH SCHOOL STUDENTS

Djumabaeva Aytgul Bazarbaeva

THE LANGUAGE OF ADVERTISING

Mahmudova Umida Ural kizi

THE METHODS OF TEACHING IN PRIMARY EDUCATION

Mokhinur Otabek kizi Pozilova

INGLIZ TILI DARSLARIDA O'YINLARDAN FOYDALANISHDA LUG'ATNING O'RNI.

Sharipova Iroda Azamatovna

МО'МИНЖОН MUHAMMADJONOV TOSHQINNING “TURMUSH URUNISHLARI” ASARIDA TA'LIM SOHASIDAGI QARASHLARNING IFODALANISHI

Sherg'oziyeva Gulnozaxon Adaxamjonovna

HINDIY TILIDAGI FITONIMLARNING ETIMALOGIK TAHLILI

Tajimova Yulduz

XALQ O'YINLARINING NOMLANISH NAZARIYASI

Hamidova Nigora Urinovna

ЧЕТ ТИЛЛАРНИ ЎРГАНИШНИНГ АФЗАЛЛИКЛАРИ

Бахтиёри Тохир Баҳтиёр ўғли

COMPARATIVE ANALYSIS OF VERBS OF PERCEPTION IN ENGLISH AND TURKISH

Inogomova Nigora

ДРАМАТУРГИЯДА «АЖИНИЁЗ» ОБРАЗИННИНГ ТАСВИРЛАНИШИ

Палымбетова Малика Жанабаевна

МИРОВОЙ ЩЕДЕВР ПОД НАЗВАНИЕМ «ТЫСЯЧА И ОДНА НОЧЬ».

Астанова Гулнора, Кушназарова Дилдора

THE CONTENT OF VERBS IN ENGLISH GRAMMAR

Turaeva Maftuna Boboyorovna

НОДИР НОРМАТОВНИНГ БАДИЙ ТАСВИРИЙ ВОСИТАЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ МАҲОРАТИ

Хурият ХУДОЙМУРОДОВА

“О’ТКАН КУНЛАР “ ROMANINING ADABIY-BADIY QIMMATI

Boboqulova Nigora Toshovna, Karimova Maxsuda Raupovna

THE QUALITY OF EDUCATING OF FOREIGN LANGUAGES OF ADULTS AND ALSO APPLICATION OF TECHNOLOGY

Kuchkinov Xudaybergan

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN TEACHING ENGLISH LANGUAGE

Toshpulatov Akmal

TIL- MILLAT RUHINING KO’ZGUSI

Ashurova Ibodat Bobomuratovna, Muhammedova Zulkumor Zayniddinovna

ХУҚУҚИЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЙЎНАЛИШИ

THE FORMATION OF LEGAL CULTURE AMONG YOUTH IS THE GUARANTEE OF SUPPORTING THE RIGHTS AND THE LIBERTIES OF THE YOUTH OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Jumayev Sarvarbek

(The student of national university of Uzbekistan)

Yaxshiboyev Ahrorbek

(The student of Andijan state university)

1. Professor Rahimaxon Yusuvaliyevaga

It is clear to everybody that the youth are considered to be the basic layer of the policy which is being led by any country. Because the result of the development of the country and its power depend on bringing up deserving generations as well as the ancestors. The State youth policy is the most important direction of the function of the Republic of Uzbekistan, its purpose is the social formation of the youth and bringing to perfection, its creative power is to make organizational, legal, socio economical conditions in order to cause social formations, social capabilities of the youth appear as far as possible and to guarantee them. In 2016, 14 - September, the rule “About the state youth policy” of the Republic of Uzbekistan is accepted. The purpose of this Law is regulation of the relations in the field of the state youth policy. The Laws’ significant role is to legally secure the judicial terms of the youth in the State youth policy and to strengthen their rights. Thus, new terms are accepted to the law. For example:

The State youth policy – the system of social formation of the youth which is carried out by the government and the system of social-economic which is considered to form the opportunities in order to bring to perfection of social and other abilities of the youth, organizational and legal measures’ system.

The Youth(young citizens) – the people from the age of fourteen and under the age of thirty.

Young family – the family consisted of husband and wife under the age of thirty, the family that is only a father or mother under the age of thirty who brings up the child oneself, thus, a widow father or a widow mother who divorced.

Young specialist – the one who graduated from high school and has been employed and working in the one’s direction of specialist for no more than three years after the graduation and aged under age of thirty. [1:2]. The State youth policy organizes the following directions:

Spiritual and financial supporting young family, ordering the complex measures system of creation of social-economic conditions, supplying them with suitable houses.

In the field of formation of the rights and liberties of the youth a lot of opportunities appeared in order to develop the cooperation with foreign organizations which implement this activity.

The State youth policy consists of the following directions:

To provide the rights, legal rights and liberties of the youth;

To preserve the health and life of the youth;

To support them to reach moral, physical, spiritual and intellectual perfection;

To supply quality education for the youth;

To employee the youth and occupy them ;

To bring up the youth in a sense of patriotism, citizenship, tolerance, and the spirit of the law, respect for national and universal values, to bring them up against harmful influences and currents, having a strong belief and vision in the life;

To protect the youth from being led to a violation of the ethical norms of youth movements, terrorism and religious extremism, separatism and fundamentalism, violence and cruelty ideas;

To raise the level of legal consciousness and legal culture of youth;
To encourage and support the gifted and talented youth;
To create conditions for the development of youth entrepreneurship;
The formation of a healthy lifestyle aspirations of young people, as well as to organize productive free time and create conditions for the development of youth sport;

Spiritual and financial supporting young family, ordering the complex measures system of creation of social-economic conditions, supplying them with suitable houses;

In the field of formation of the rights and liberties of the youth a lot of opportunities appeared in order to develop the cooperation with foreign organizations which implement this activity;

The first President of the Republic of Uzbekistan Islam Karimov said: “Every state, every nation feel the great power which realizes the eternal aspirations and shows the peculiarities and values of the nation in the appearance of the young generations, especially in their own children's resemblance.” [2:4]

In our Republic, constitutional and legal principles of the state youth policy were found in order to create conditions for social and spiritual development of young people and is still organized.

It should also be noted that “Kamolot” civic youth movement is aimed to support young people in all aspects. “Kamolot” civic youth movement plays a vital role in bringing up young generations in a sense of citizenship, patriotism, feel the spirit of the law and respect for national and universal values, to bring up against harmful influences and currents;

“Kamolot” organizes and holds the actions concerned to development of the role and activity of youth in social life and to bring healthy and harmonious youth;

It helps to create the conditions to support personal, political, economic, social and cultural rights, freedoms and legitimate interests of young people;

It helps to develop specifying the early capabilities of youth in the direction of science, sports, art and culture;

It takes a significant part in developing universal sport activities among youth, to avoid alcoholism, infectious diseases and like these habits among young generations;

It helps to develop ecological culture, ecological education among youth;

It also helps to happen the youth to become a businessman, to develop their social skills. It organizes these all by nominating projects in the whole country.

Nearly every article in our constitution is about the youth of our country.

According to the **29-article**, everybody has their own belief, thinking, rights. Everybody has a right to look for, get and spread any information they want. Using the following right the youth of our country have easily been able to comment on any theme. There are a lot of opportunities appeared to take any information from the Internet. The government are highly paying attention to these matters. In our country there are a lot of opportunities for young generations including: privileged credit contracts for young businessmen, transportation fee limits for immature, students and pupils, free education, free medical service, being employed and so many chances available for young generation. In conclusion, the more opportunities we form for young generation the stronger foundation we create for our future. As our president said: **“Our children, our youth are not only our future and belief, but they are also our present and future power.”**

Used materials.

1. “The law about the state policy related to youth”,-book. T. - Uzbekistan. 2016. P.2
2. “The law about the state policy related to youth”,-book. T. - Uzbekistan. 2016. P.4

О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СМАРТ-КОНТРАКТОВ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Журабаев Бекзод (магистр права)

Актуальность темы. Бурное развитие технологического прогресса за последние 15-20 лет стало причиной популяризации интернета, который, несомненно, изменил и нашу повседневную жизнь, и способы ведения бизнеса, в том числе способствовал возникновению электронной коммерции. Сегодня мы являемся свидетелями разработки и внедрения совершенно новых технологий, которые могут изменить мир, как это в своё время сделал интернет. Одной из таких технологий является технология блокчейн (от англ. blockchain – цепочка блоков).

И если, образно выражаясь, интернет сократил расстояния между людьми, то технология блокчейн направлена на минимизацию недоверия между людьми. Это имеет огромное значение, поскольку существование нотариата, реестровой деятельности, банков, поручителей и многих других правовых институтов современного цивилизованного общества базируется как раз на отсутствии доверия между людьми. Несомненно, полностью избавить мир от посредников данная технология не сможет, но уже сейчас понятно, что она существенно упростит экономический оборот, благодаря чему современные бизнес-модели станут более эффективными, а транзакционные издержки значительно снизятся.

В этой связи объективной необходимостью являются создание и совершенствование правовой базы смарт-контрактов. Зарубежные исследователи справедливо выделяют два основных подхода к пониманию смарт-контракта. Термин «смарт-контракт» в юридической среде используется для обозначения правовых договоров или элементов правовых договоров, заключенных в электронной форме, а исполнение обязательства автоматизировано и обеспечивается компьютерной программой

Смарт-контракт как компьютерная программа (далее – умная программа) менее понятен для юристов, но с другой стороны, очевиден для программистов. С этой точки зрения смарт-контракт – это фрагмент кода, запрограммированный для осуществления определенных задач в случае выполнения некого преопределенного условия. Также, смарт-контракт можно рассматривать как автономную компьютерную программу, размещенную на определенном адресе в блокчейне, которая может быть перезапущена бесконечное количество раз и может быть запрограммирована под самые разнообразные нужды бизнес-сообщества.

Таким образом, будучи фактически компьютеризированным транзакционным протоколом, исполняющим условия договора, то есть, не являясь договором как таковым, с точки зрения Гражданского кодекса Республики Узбекистан, смарт-контракт определяет условия, на которые согласны все стороны, использующие таковой контракт.

Цель работы. В рамках выбранной темы исследования планируется разработать конкретные предложения по совершенствованию законодательной базы, в частности гражданско-правовых основ применения умных контрактов в сфере электронной коммерции. Так, для совершенствования правового регулирования смарт-контрактов предлагаются следующие рекомендации по улучшению законодательства:

- Создание правовой базы легитимного функционирования электронных цифровых площадок (платформ), на которых посредством обеспечения смарт-контрактами осуществляются сделки, что позволит сформировать так называемую «цифровую среду доверия», другими словами, новую регуляторную среду, способную обеспечить

благоприятный правовой режим для возникновения и развития информационных технологий.

• Учитывая невозможность изменения и досрочного прекращения смарт-контракта, предусмотреть его особый законодательный статус, а также статус платежных средств, не являющихся фидуциарными деньгами (виртуальные валюты и криптовалюты).

• Определить условия взаимодействия электронных платформ с базами данных на объекты имущественного и неимущественного характера, по которым на основании смарт-контрактов происходит переход прав.

• Ввести в Гражданский кодекс РУз дефиницию понятия «деньги» и определить, что наравне с условными денежными единицами, например, экю, токены и криптовалюты относятся к специальным правам заимствования.

• Провести унификацию терминологии гражданского законодательства на основе общепринятого в развитых странах регулятивного подхода в данной сфере и детально закрепить дефиниции «смарт-контракт», «токен», «электронная площадка».

Разработка законопроектов, в которых будут предусматриваться указанные выше нововведения, позволит надлежащим образом усовершенствовать гражданско-правовое регулирование в сфере электронной коммерции, снизить риск совершения противоправных действий при осуществлении сделок в сети интернет путем обеспечения прозрачности деятельности участников процесса электронной купли-продажи.

Список использованной литературы:

1. Смарт-контракт и перспективы его правового регулирования в эпоху технологий блокчейн (https://zakon.ru/blog/2017/10/9/smart-kontrakt_i_perspektivy_ego_pravovogo_regulirovaniya_v_epohu_tehnologii_blokchejn). (дата обращения: 02.10.19)
2. Szabo N. The Idea of Smart Contracts// 1994.
URL.: http://www.fon.hum.uva.nl/rob/Courses/InformationInSpeech/CDROM/Literature/LOTwinterschool2006/szabo_best.vwh.net/smart.contracts.html
(дата обращения: 02.10.19).
3. Stark J. Making sense of blockchain smart contracts// 2016. URL: <https://www.coindesk.com/making-sense-smart-contracts/>
(дата обращения: 02.10.19).

O‘ZBEKISTONDA IJRO ETUVCHI HOKIMIYATNING HUQUQIY ASOSLARI

Tursunboyeva Maqsuda

(O‘zMU Tarix fakulteti Davlat boshqaruvi va
mahalliy o‘z-o‘zini boshqaruv yo‘nalishi II kurs magistratura talabasi)

Ijro etuvchi hokimiyatning huquqiy asoslari O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi va qonunlarida mustahkamlab qo‘yilgan. Ijro etuvchi hokimiyat davlat hokimiyatini amalga oshirishning bir shakli bo‘lganligi uchun uni tashkil etishning asosiy qoidalari konstitutsiyada belgilangandir. Konstitutsiyaning 93-moddasi 8-bandiga asosan O‘zbekiston Prezidenti ijro etuvchi hokimiyat devonini tuzadi va unga rahbarlik qiladi. 1991-yilning 29-dekabridagi referendumda O‘zbekiston xalqi mamlakatimizning mustaqil rivoji uchun ovoz berdi va tariximizda ilk marotaba bevosita, umumiy, teng va yashirin ovoz berish yo‘li bilan Respublika Prezidentini saylagan edi. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi prezident hokimiyatini ancha mustahkamladi. Konstitutsiyaning 89-moddasiga muvofiq, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti davlat boshlig‘idir va davlat hokimiyati organlarining kelishilgan holda faoliyat yuritishini hamda hamkorligini ta’minlaydi[1]. Prezident davlatning bosh arbobi, millatning ramzi, fuqarolar xavfsizligining kafolatidir. Konstitutsiyaning 90-moddasiga binoan respublika prezidenti O‘zbekiston Respublikasi fuqarolari tomonidan umumiy, teng va to‘g‘ridan to‘g‘ri saylov huquqi asosida yashirin ovoz berish yo‘li bilan 7 yil muddatga saylanadi. Fuqarolarning saylov huquqlarini to‘g‘ridan to‘g‘ri yoki bilvosita cheklashga yo‘l qo‘yilmaydi. Saylovda faqat sud tomonidan muomalaga layoqatsiz deb topilgan fuqarolar, shuningdek ozodlikdan mahrum etish joylarida saqlanayotganlar qatnashishi mumkin emas. Boshqa har qanday hollarda fuqarolarning saylov huquqlarini to‘g‘ridan to‘g‘ri yoki bilvosita cheklashga yo‘l qo‘yilmaydi. “O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti saylovi to‘g‘risida”gi Qonunning 24-moddasiga muvofiq respublika Prezidentligiga nomzodlar qonun asosida ro‘yxatdan o‘tgan respublika siyosiy partiyalari, O‘zbekiston Respublikasi fuqarolari tomonidan ko‘rsatiladi. 2002-yil 27-yanvarda o‘tkazilgan Referendumda Prezident vakolatlarini yetti yilga uzaytirish umumxalq ovoziga qo‘yildi va bu qoida Konstitutsiyamizga kiritildi. Prezidentning vakolatlari uni davlat hokimiyati organlari tizimidagi tutgan o‘rnini belgilab beradi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti keng vakolatlarga ega. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyaning XIX bobi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining huquqiy maqomiga, alohida, 93-moddasi Respublika Prezidentining vakolatlariga bag‘ishlangan. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Konstitutsiyada ko‘rsatilgan vakolatlarini maqsadi, mazmuniga ko‘ra, shartli ravishda bir necha guruhga bo‘lish mumkin[2]:

1. Qonunchilik va qonuniylik sohasidagi vakolatlar;
2. Davlat organlarini tuzish sohasidagi vakolatlar;
3. Fuqarolarning huquq, erkinliklari, burchlari va qonuniy manfaatlarini ta’minlash sohasidagi vakolatlar;
4. Xalqaro munosabatlar sohasidagi vakolatlar.

O‘zbekiston Prezidentining qonunchilik sohasidagi vakolatlarining asoslari O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida belgilangan. Respublika Prezidenti bиринчи navbatda davlat boshlig‘i sifatida davlat va jamiyat rivojlanishining asosiy strategik yo‘nalishlarini ishlab chiqadi va ularni Oliy Majlis yig‘ilishlarida e’lon qiladi. Prezidentning bunday dasturlarida Respublika oldida turgan vazifalar, ularni hal etish yo‘llari, qonunchilik sohasidagi asosiy yo‘nalishlar ko‘rsatib beriladi. Respublika Prezidenti davlat rahbari sifatida qonunchilik jarayonining bevosita ishtirokchisidir. Konstitutsiyaning 83-moddasiga binoan O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti

qonunchilik tashabbusi huquqiga ega. U Oliy Majlisga qonun loyihalarini yoki biror masala bo‘yicha qonun ishlab chiqishni taklif etishi mumkin. Bu bilan respublika Prezidenti qonunlar yaratilishining boshlang‘ich davrida ishtirok etadi. Respublika Prezidenti O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisida qonun loyihalari muhokama qilinayotganda istagan vaqtida so‘z olib, o‘z fikrini bildirishi mumkin. Konstitutsianing 93-moddasining 17-bandiga asosan, Respublika Prezidenti Oliy Majlis tomonidan qabul qilingan qonunlarni imzolaydi. Bu holat esa Oliy Majlis qabul qilgan qonun faqat Respublika Prezidenti imzosidan keyingina kuchga kirishini bildiradi. Qonunga e’tirozi bo‘lganda Prezident o‘z e’tirozlarini ilova etib, uni takroran muhokama qilish va ovozga qo‘yish uchun Oliy Majlisga qaytarishga, tasdiqlashni kechiktirishga haqlidir. Agar qonun avvalgi qabul qilingan tahririda tegishincha O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Qonunchilik palatasi deputatlari va Senati a’zolari umumiy sonining kamida uchdan ikki qismidan iborat ko‘pchilik ovozi bilan ma’qullansa, qonun O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan o‘n to‘rt kun ichida imzolanishi va e’lon qilinishi kerak[3]. Prezident qonuniylik ta’milanishining kafilidir. Uning faoliyati qonuniylikni ta’minlashda ishtirok etuvchi organlarni tuzishda, ularning faoliyatini nazorat qilib turishda o‘z ifodasini topadi. Respublika Prezidenti prokuratura organlarining rahbarlarini tayinlaydi, ularning bajarilishini ta’minlash sohasidagi faoliyatini nazorat qiladi. Bundan tashqari Respublika Prezidenti fuqarolarning huquqlari va erkinliklariga, Konstitutsiya va davlat qonunlariga amal qilinishiga, davlat organlari va mansabdor shaxslarning qonunchilikni amalga oshirishlariga kerakli sharoitlar yaratadi. Prezidentning davlat organlarini tuzishdagi vakolatlari ham Konstitutsiyada mustahkamlab qo‘yilgan. Unga ko‘ra Respublika Prezidentiga davlat organlari tuzish, ularning rahbarlarini tayinlash borasida katta vakolatlar berilgan. Bunda ularning ayrimlarini respublika Prezidenti bevosita o‘zi tuzadi yoki ularni tuzish, tayinlash, saylash, tasdiqlash uchun tavsiya qiladi. Respublika Prezidenti davlat rahbari sifatida respublikadagi davlat oliy hokimiyati va boshqaruv organlarining ishlarini yo‘naltirib, ularning bahamjihat ishlashini ta’minlab turadi. U hokimiyat va boshqaruv organlarni bog‘lash vazifasini bajaradi. O‘zbekiston vazirliklari, davlat qo‘mitalari va ularga tenglashtirilgan idoralar respublika Prezidentining farmoni bilan tuziladi yoki tugatiladi. Ushbu farmonlar tasdiqlash uchun Oliy Majlisga kiritiladi. Bosh vazir, uning birinchi va boshqa o‘rinbosarlari, Vazirlar Mahkamasining boshqa a’zolari ham respublika Prezidenti tomonidan tayinlanadi yoki lavozimidan ozod qilinadi. Oliy Majlis ushbu farmonlarni tasdiqlaydi[4]. Prezident O‘zbekiston Konstitutsiyaviy sudining raisi va a’zolari, Oliy sud raisi va a’zolari, Oliy xo‘jalik sudi raisi va a’zolari lavozimiga nomzodlarni, Tabiatni muhofaza qilish davlat qo‘mitasining raisi, Markaziy bank boshqaruvining raisi lavozimiga nomzodlarni Oliy Majlisga taqdim etadi. Prezident Respublika Bosh prokurori va uning o‘rinbosarlarini tayinlaydi va lavozimidan ozod qiladi hamda bu masalani tasdiqlash uchun Oliy Majlisga kiritadi. Viloyatlar hokimlarini va Toshkent shahar hokimini tayinlaydi va lavozimidan ozod qiladi, bu masalalarни tegishli xalq deputatlari kengashining tasdig‘iga qo‘yadi. Viloyat, tuman, shahar va xo‘jalik sudlarining sudyalari respublika Prezidenti tomonidan tayinlanadi va lavozimidan ozod etiladi. Konstitutsiya 93-moddasining 15-bandiga asosan respublika Prezidenti Konstitutsiyani, qonunlarni buzgan yoki o‘z sha’ni va qadr-qimmatiga dog‘ tushadigan xatti-harakat sodir etgan tuman va shahar hokimlarini ham o‘z qarori bilan lavozimidan ozod etishga haqlidir. Bundan tashqari, respublika Prezidenti milliy xavfsizlik va davlat nazorat xizmatlarini tuzadi, ularning rahbarlarini tayinlaydi va lavozimidan ozod etadi. Prezident Respublika Qurolli Kuchlarining Oliy Bosh qo‘mondoni hisoblanadi. U Qurolli Kuchlarning oliy qo‘mondonlarini tayinlaydi va vazifasidan ozod qiladi, oliy harbiy unvonlarni beradi. Konstitutsianing 95-moddasida respublika Prezidentiga o‘ta muhim vakolat yuklangan bo‘lib, ya’ni bu Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatini tarqatib yuborish huquqidir. Respublika Oliy Majlisi qonunchilik faoliyatida hal qilish qiyin bo‘lgan

qarama-qarshiliklar, ixtiloflar bo‘lishi yoki Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senati bir necha marta Konstitutsiyaga zid qarorlar qabul qilgan bo‘lishi mumkin. Bunday hollar Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senati normal faoliyatini tahdidga soladi. Respublika Prezidenti davlat boshlig‘i sifatida bunday hollarda o‘zining konstitutsiyaviy vakolatlaridan foydalanib, ixtilofni hal qilish choralarini ko‘radi. Hal qilib bo‘lmaydigan ixtiloflar yuzaga kelgan taqdirda, Konstitutsiyaning 95-moddasiga ko‘ra O‘zbekiston Respublikasi Prezidentiga Konstitutsiyaviy sud bilan bamaslahat qabul qilgan qarori asosida Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatini tarqatib yuborish huquqi berilgan. Muxtasar qilib aytadigan bo‘lsak, Oliy Majlis favqulodda holat joriy etilgan davrda tarqatilishi mumkin emas. Respublika Prezidentining fuqarolarning huquq, erkinliklari, burchlari va qonuniy manfaatlarini ta’minlash sohasidagi vakolatlari Asosiy Qonunimizda bayon etilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi – T.:O‘zbekiston, 2017.
2. Fuqarolik jamiyati asoslari o‘quv qo‘llanma. A. Jalilov, U. Muhammadiyev, Q. Jo‘rayev va boshq. – Toshkent, 2015.
3. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi – T.:O‘zbekiston, 2017.84-moddaning 9-bandı.
4. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasiga sharh. - T.:O‘zbekiston, 2011.

СОВЕРШЕНОСТИ ЗА ПРЕСТУПЛЕНИЯ СОВЕРШЕННЫХ В СОСТОЯНИИ АФФЕКТА (СИЛЬНОГО ДУШЕВНОГО ВОЛНЕНИЯ)

Комил Хакимов

независимый соискатель Ташкентского государственного
юридического университета

Жизнь человека представляет собой важнейшее, от природы ему данное, благо. При совершении преступлений против жизни наступают последствия, которые не поддаются восстановлению или возмещению: утрата жизни человека необратима и невосполнима. Это свидетельствует об особой общественной опасности преступлений против жизни, к которым относится убийство, совершённого в состоянии аффекта, предусмотренного ст. 98, 106 УК Республики Узбекистан.

Одними из основных требований назначения наказания являются применение закрепленного в уголовном законе принципа справедливости к лицу, совершившему преступление, соразмерно общественной опасности совершенного им деяния, а также учет уровня общественной опасности деяния, обстоятельств, смягчающих и отягчающих наказание.

Несомненно, особое значение при оценке правоохранительными органами действий лица, совершившего преступление, имеет учет его психологического состояния. Целью этого, в первую очередь, является правильная оценка его поведения с уголовно-правовой точки зрения. Для достижения данной цели необходимо иметь сведения о психологической стороне деятельности лица, установить его поведенческий механизм и др. признаки субъекта.

Одним из описанных Уголовным кодексом Республики Узбекистан психологических состояний лица, влияющих на квалификацию преступного деяния, является совершение преступления в состоянии сильного душевного волнения. Сильное душевное волнение, являясь одним из важнейших психологических состояний лиц, закреплено в уголовном законе (статья 55 УК) в качестве обстоятельства, смягчающего наказание. Кроме того, оно является конструктивным признаком преступлений, предусмотренных статьями 98 и 106 УК РУ.

Особое практическое значение имеет правильное установление состояния аффекта. На сегодняшний день при установлении совершения преступления в состоянии сильного душевного волнения (аффекта) на практике имеются некоторые затруднения. Это связано с тем, что **во-первых**, введение в Уголовный кодекс Республики Узбекистан понятия «аффект» в качестве синонима понятию «сильное душевное волнение», приводит к различному пониманию с научной и практической точек зрения места и роли указанной уголовно-правовой нормы. Аналогичные видения и понятия на практике также оказывают отрицательное воздействие на определение «состояния сильного душевного волнения» и назначение справедливого наказания лицу, совершившему преступление в подобном состоянии.

Хотя в статьях 98, 106 УК и описано как возникает сильное душевное волнение и перечислены причины, вызывающие его, в уголовном законе отсутствуют конкретные нормы, дающие понимание того, что является сильным душевным волнением (аффектом), какие психологические состояния мы можем отнести к данному понятию, круг понимания причин, из-за которых возникает аффект. Как отмечает Н.Жуманиёзов, понятие «состояние сильного душевного волнения», будучи более широким, чем понятие «аффект», включает в себя, кроме состояния аффекта, также эмоциональное напряжение. Не присоединяясь к данному мнению, можно сказать, что перечисление в соответствующих статьях Уголовного кодекса причин, побуждающих состояния сильного душевного волнения не означает того, что данному понятию дано определение и что понятие «аффект» намного уже понятия

«сильное душевное волнение». С учётом того, что понятия «сильное душевное волнение» и «аффект» соотносятся как общее и частное, мы считаем целесообразным ввести в соответствующие статьи Уголовного кодекса понятие «сильное душевное волнение (аффект)»;

Во-вторых, в большинстве уголовных дел определение состояния лиц, совершивших преступление, без проведения судебно-психологической экспертизы поведения виновного на момент совершения преступления, как не находившихся в состоянии сильного душевного волнения, приводит на практике к неправильной квалификации уголовных дел данной категории. По этой причине, в ведущихся статистических данных преступления указанной категории составляют меньшинство;

В психологической науке выделяют следующие важнейшие признаки сильного душевного волнения (аффект):

внезапное возникновение. По обоснованному утверждению Ф.С.Сафуанова, «Соответственно этот юридически значимый признак (внезапный переход качества и интенсивности эмоционального состояния на новый уровень, а затем выход из этого уровня) с позиций общей психологии определяет характерную для уголовно-релевантных эмоциональных реакций и состояний трехфазность возникновения и развития течения».

аффект также характеризуется бурностью и резкостью. В указанных ситуациях человек, как правило, лишается всех своих внутренних (физических и психологических) ресурсов и направляет их к единой цели.

аффект приводит к нарушению психологической деятельности человека и выводит ее из нормы. Данное нарушение проявляется, как в поведении лица, так и в нарушении функции его высших нервных органов. В результате человек не может осознавать свои действия, нарушается его оценочная функция в отношении имеющегося состояния, чувствуется бесцельность и неопределенность в его действиях.

аффект возникает одновременно с пробуждающим его одинаково повторяющимся процессом. «Проявляется в виде резких, неупорядоченных, повторяющихся, стереотипизированных действий агрессивного характера. Большое количество повреждений, наносимых потерпевшему, нередко создает внешне обманчивую картинку (с точки зрения объективной стороны состава преступления), будто виновный действовал с особой жестокостью, хотя на самом деле он находился в состоянии аффекта». По этой причине практически во всех случаях подбирается соответствующее орудие преступления, т.е. при совершении преступления виновное лицо может воспользоваться, в качестве орудия преступления первой попавшейся ему на глаза вещью, предметом. Все это указывает на то, что в состоянии аффекта сознание лица находится в отчаянии и в нем проявляются первобытные признаки.

в состоянии аффекта в органах управления нервной системой лица происходят резкие изменения. Это проявляется в изменениях в процессе дыхания, повышенном сердцебиении, покраснении лица и кожи, сухости в слизистой оболочке ротовой полости, а также в изменении голоса.

Из этого видно, что аффект не позволяет лицу осознанно управлять собой. Именно по этой причине также считается сложным предупредить преступления, совершаемые в состоянии аффекта, т.к. эти преступления, будучи непосредственно связанными с психологией лица, требуют от правоприменителя индивидуального подхода к психологии преступника и поведению пострадавшего.

Литература

1. Жуманиёзов Н. Кучли руҳий ҳаяжонланиш ва аффект. // Ниғуқ va burch. 2007. – № 10-11. – Б. 104-105.
2. Сафуанов Ф.С. Определение аффекта у обвиняемого: проблемы правоприменительной практики и судебно-психологической экспертизы. // Юридическая психология. 2011. – №1. – С.12.
3. Журавель Е.Г. Психические состояния личности и их психолого-правовая оценка. // Юридическая психология. 2011. – №1. – С.8-9.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЯ СУДЕБНО- ПРАВОВОЙ СИСТЕМЫ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КАРАКАЛПАКСТАН

Бердимуратова Гулназ Мурат кызы.

Докторант(Phd) кафедры «Правоведения»

Каракалпакский государственный университет имени Бердаха.

Республика Каракалпакстан. г. Нукус.

E-mail:berdimuratovagulnaz91@gmail.com.

Обеспечение верховенства закона и дальнейшего реформирования судебно-правовой системы, являясь вторым приоритетным направлением Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах, предусматривает независимость судебной власти, гарантию надежной защиты прав и свобод граждан, укрепление законности в судебно-правовой системе.

В 2017–2019 годы соответствующими государственными программами по реализации Стратегии действий реализованы более 100 важнейших мероприятий. Пересмотрена судебно-правовая система, проведена реформа правоохранительных органов, направленная на обеспечение надежных гарантий защиты прав и свобод граждан, прежде всего от преступных посягательств, а также недопущение ущемления их чести и достоинства, ограничения законных интересов. В основу проводимых судебно-правовых реформ заложены такие конституционные принципы, как верховенство закона, приоритет прав и свобод человека, равенство граждан перед законом, гуманизм, справедливость и презумпция невиновности.

Так, реализованы широкомасштабные меры по обеспечению подлинной независимости судебной власти, повышение авторитета суда, демократизация и совершенствование судебной системы.

Важнейшим значимым нововведением в судебной системе нашей страны стало введение нового института – Высшего судейского совета Республики Узбекистан, являющегося органом судейского сообщества и оказывающего содействие в обеспечении соблюдения конституционного принципа независимости судебной власти.

Укреплены основы конституционного правосудия, что также является важнейшим средством защиты прав граждан. В частности, внесены изменения и дополнения в статьи 108 и 109 Конституции Республики Узбекистан, а также принят Конституционный закон «О Конституционном суде Республики Узбекистан», что повысило эффективность и авторитет, укрепило независимость Конституционного суда путем расширения его полномочий и дальнейшей демократизации порядка его формирования.

Также Законом Республики Узбекистан от 12 апреля 2017 года установлен бессрочный период пребывания в должности судей. Значимым событием стало объединение Верховного суда и Высшего хозяйственного суда Республики Узбекистан в единый высший орган судебной власти в сфере гражданского, уголовного, административного и экономического судопроизводства – Верховный суд Республики Узбекистан.

Особое значение имеет формирование новой системы судов – административных судов, уполномоченных рассматривать споры, вытекающие из публично-правовых отношений, а также дела об административных правонарушениях. Исходя из современных требований, а также в целях дальнейшего совершенствования системы обеспечения защиты прав субъектов предпринимательства, хозяйственные суды преобразованы в экономические суды.

Значимым шагом в деле обеспечения независимости судебных органов стало образование Департамента по обеспечению деятельности судов при Верховном суде, на которого возложены задачи материально-технического и социального обеспечения судов, судей и судебных работников, а также улучшение условий их труда и материального стимулирования, которые ранее выполнялись органами юстиции.

Указом Президента Республики Узбекистан от 13 июля 2018 года реализованы комплексные меры по повышению открытости и прозрачности деятельности судебных органов, налаживанию открытого диалога с населением и усилению роли общественности в направлении правосудия. В частности, поэтапно внедряется порядок систематического опубликования на веб-сайте Верховного суда Республики Узбекистан судебных решений. В практику судов впервые внедряется порядок предоставления участникам судебного процесса разъяснений сути принятого судебного акта после его оглашения.

Предусматривается проведения председателями областных судов и их заместителями ежеквартальных брифингов в целях информирования общественности и средств массовой информации о деятельности судов. Также во всех регионах создаются комиссии, оказывающие содействие в формировании судейского корпуса, с целью повышения доверия к объективности и прозрачности отбора и назначения на должности судей.

В заключение следует отметить, что меры, реализуемые во исполнение Стратегии действия, став мощным импульсом для поступательного движения Республики Узбекистан по пути построения правового и демократического государства, обеспечения верховенства закона, безопасности и правопорядка, служат одной единственной цели – «Человек, его жизнь, права и свобода – высшая ценность». Таким образом, Узбекистан уделяет особое внимание реформированию судебно-правовой системы страны, а также поддерживает курс на действенную демократизацию государственного управления и надежную защиту прав и интересов человека, обеспечение строгого контроля за соблюдением конституционных норм о независимости судебной власти, повышение уровня доступа граждан к правосудию. В целом судебная система Каракалпакстана представляет собой совокупность всех существующих и функционирующих в Республике судов, наделенных полномочиями осуществлять судебную власть. Юрисдикция судов распространяется на все правоотношения, возникающие в государстве. Судебная система организована так, что обеспечивает доступность правосудия для каждого человека.

Таким образом, будучи важной ветвью государственной власти, судебная власть в Республике Каракалпакстан выполняет государственную функцию защиты прав и свобод человека. Права и свободы человека определяют не только смысл, содержание и применение законов, и деятельность законодательной и исполнительной властей, но и смысл, и содержание деятельности самой судебной системы.

Список литературы:

1. Конституция Республики Узбекистан. Т.: Узбекистан, 2018 г.
2. Закон Республики Узбекистан «О судах» (Новая редакция) // Ведомости Олий Мажлиса Республики Узбекистан. 2000 г.
3. Рустамбаев М.Х., Тухташева У.А. Судебные и правоохранительные органы. Учебник – Т.: изд. ТГЮИ. 2009г.
4. Мухитдинова Ф О судебной системе Республики Узбекистан // ТДЮИ, Ахборотномаси – 2008 г.

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНИНГ КОРРУПЦИЯГА ҚАРШИ КУРАШ БЎЙИЧА МИЛЛИЙ ҚОНУНЧИЛИК САМАРАДОРЛИГИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Абдубаннаев Умиджон,
Тошкент давлат юридик университети
Халқаро оммавий ҳуқуқ кафедраси
ўқитувчиси Umid9112hope@gmail.com

Коррупцияга қарши кураш хозирги кунимизнинг энг долзарб вазифаларидан биридир. Бу борада мавжуд камчиликларни тузатиш ва янги тажрибаларни амалиётга жорий этиш ҳамда мавжуд қонунларни такомиллаштириш бўйича ишлар олиб борилмоқда. Коррупцияга қарши кураш бўйича халқаро ҳуқуқий нормаларни миллий қонунчиликка имплементация қилишда ҳам шу пайтгача қатор муҳим қадамлар қўйилди.

Шу боис, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Қонунчилик палатаси томонидан 2016 йилнинг 24 ноябрида қабул қилинган ва Сенат томонидан 2016 йилнинг 13 декабрида маъқулланган “Коррупцияга қарши курашиш тўғрисидаги” [i] Ўзбекистон Республикаси Қонуни 2017 йилнинг 4 январида кучга кирди.

Қолаверса, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017-2021-йилларга мўлжалланган “Ҳаракатлар стратегияси” доирасида 2017 йил 2 февралда ПҚ-2752-сон карори қабул қилинди. “Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Конуни қоидаларининг самарали ижросини таъминлаш, жамият ва давлат ҳаётининг барча соҳаларида коррупциянинг олдини олишга доир чора-тадбирларни ўз вақтида ва сифатли амалга ошириш мақсадида 2017-2018 йилларга мўлжалланган коррупцияга қарши курашиш бўйича давлат дастури тасдиқланди.

Ушбу дастурга кўра, коррупцияга қарши курашиш қўйидаги беш йўналиш бўйича олиб борилади:

1. Коррупцияга қарши курашиш соҳасида қонун ҳужжатларини янада такомиллаштириш;
2. Аҳолининг ҳуқуқий онги ва ҳуқуқий маданиятини юксалтириш, жамиятда коррупцияга нисбатан муросасиз муносабатни шакллантириш;
3. Давлат ва жамият ҳаётининг барча соҳаларида коррупциянинг олдини олиш бўйича чора-тадбирлар мажмуи;
4. Коррупцияга оид ҳуқукбузарликларни ўз вақтида аниқлаш, уларга чек қўйиш, уларнинг оқибатларини, уларга имкон берувчи сабаблар ва шарт-шароитларни бартараф этиш;
5. Коррупцияга қарши курашиш соҳасида ташкилий чоралар, тадқиқотлар ўтказиш, халқаро ҳамкорликдир [ii].

Коррупцияга қарши курашни кучайтириш учун Ўзбекистон:

- Миллий ва тармоқли коррупцияга қарши кураш режаларини қатъий амалга ошириши, самарали мувофиқлаштиришини ва эришилган натижаларни янада кенгроқ ёритилишини таъминлаши;
- Мунтазам равишда коррупцияга оид текширувларни олиб бориши ва уларни жамоатчиликка этказиши;
- Қабул қилинган жиноий қонунчиликнинг халқаро коррупцияга қарши қонун-қоидаларига тўлиқ мос келишини таъминлаши;
- Давлат секторининг яхлитлигини мустахкамловчи ва уни амалга оширишини таъминлайдиган қонунларни қабул қилиши;

- Коррупцияга оид ишларни тергов қилиши ва жиноий жавобгарликка тортиш учун ҳукуқни муҳофаза қилиш органларининг мустақиллигини ва имкониятларини ошириши;
- Суд тизимининг яхлитлигини ва мустақиллигини мустаҳкамлаш учун чоратадбирлар кўриши;
- Ахборот эркинлиги тўғрисидаги қонун ҳужжатларини такомиллаштириши, маъмурий тартиб-қоидалар тўғрисидаги қонунни қабул қилиш ва уларнинг ижро этилишини таъминлаши;
- Қоидаларнинг соддалаштирилиши ва давлат бошқарувида электрон ҳукумат воситаларини жорий этилишини давом эттириши зарур [iii].

Коррупцияга қарши кураш ва унинг олдини олиш ҳамда коррупцияга қарши кураш буйича халқаро ҳукуқий нормаларни миллий қонунчиликка имплементация қилиш борасида қўйидаги амалий тавсияларни бериб ўтмоқчимиз:

Биринчи, коррупцияга қарши курашиш соҳасида коррупциянинг ҳолатини, ўсиш суръатларини коррупцияга қарши курашиш соҳасида олиб борилаётган давлат сиёсатининг самарадорлигини миллий, ҳудудий ва соҳалар кесимида ўрганишни назарда тутувчи ижтимоий, маҳсус, илмий ва бошқа тадқиқотларни ўтказиш ва амалга ошириш лозим.

Бу тадқиқотлар коррупциянинг бош илдизи қаерда пайдо бўлаётганлигини, қаерда ўсиб бораётганлигини ва бу жараённи қандай тўхтата олиш мумкинлиги тўғрисида назарий ечим беради.

Иккинчи, коррупцияга қарши курашиш соҳасида икки томонлама ва кўп томонлама халқаро ҳамкорликни ошириб бориш лозимдир. Бу ҳамкориклар ҳукуқ амалиёти ривожланган давлатлардаги шу соҳада олиб борилган илфор тажрибаларни ўрганиш ҳамда уни амалиётга кўллаш имконини беради.

Учинчи, барча соҳаларда коррупцияга оид ҳукуқбузарликларга йўл қўймасликка қаратилган идоравий коррупцияга қарши комплекс чора-тадбирларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш лозимдир.

Шу билан бир қаторда, коррупцияга қарши курашни янада такомиллаштириш учун халқаро ҳукуқий нормаларни миллий қонунчиликка имплементация қилишга доир назарияни муттасил такомиллаштириш, халқаро ҳукуқий нормаларни миллий қонунчиликка имплементация қилиш муаммоларини чуқур илмий асосда ўрганиш, амалиётда коррупцияга қарши кураш буйича халқаро ҳукуқий нормаларни миллий қонунчиликка имплементация қилиш учун қийинчилик туғдираётган ҳолатларни аниқлаш лозимдир.

ХАЛҚ ҚАБУЛХОНАЛАРИ ИНСТИТУТИНИНГ ШАКЛЛАНИШ ТАМАДДУНИ

Ибадуллаева Гулҳаё

ЎзМУ Тарих факултети Давлат бошқаруви ва маҳаллий
ўз ўзини бошқарув мутахасислиги 2- курс магистранти

Мустақил демократик йўлдан дадил одимлаётган Ўзбекистоннинг энг улуғ мақсади, аввало, халқимиз манфаатлари кўзланган ислоҳотларни амалга оширишга қаратилгани билан эътиборлидир. Шу маънода мустақил Ватанимиз тарихида, халқимиз ҳаётида яна бир янги давр, янги тараққиёт босқичи бошланди, дейишга барча асосимиз бор. Стратегик мақсадларимиз аниқ ва равshan – демократик, инсонпарвар давлат қуриш, эркин фуқаролик жамиятини ривожлантириш, Ватанимиз иқтисодий қудратини юксалтириш, пировардида, халқимизни ҳаётдан рози қилиш, унинг янада фаровон яшаши учун барча шарт-шароитни яратиши. Бундай юксак мэрраларга халқ билан мулоқот қилиб, одамларнинг ичига кириш, уларнинг дарду ташвишлари билан яшаш, инсон манфаатларини таъминлаш орқалигина еришиш мумкин.

Ўзбекистон мустақилликка еришгандан сўнг ўз тараққиёт ва истиқлол йўлини мустақил ва эркин белгилаб олди. Ўзбекистон мустақилликка еришганидан кейин ҳуқуқий давлат қуриш ва фуқаролик жамияти барпо этишини ўз олдига мақсад қилиб қўйди. Унда қонун ҳукмрон ҳисобланиб, ижтимоий турмуш асослари ва ривожланиш мезонлари қонун асосида яратилади. Мамлакатимиз биринчи Президенти И.Каримов таъкидлаганидек: «Барча фуқароларнинг қонун олдидағи ҳуқуқий тенглигини ва қонуннинг устунлигини, жамият манфаатлари ҳимоя қилиниши ва аҳолининг хавфсизлигини кафолатлайдиган ҳуқуқий давлатни барпо этиш. Қонунийлик ва ҳуқуқ-тартибот тантана қилмаса, шахснинг ҳуқуқлари ва эркинликлари, қаттиқ интизом, ички уюшқоқлик ва масъулият устувор бўлмаса, қонунлар ва анъаналар ҳурмат қилинмаса, ҳуқуқий давлатни тасаввур этиб бўлмайди»[1].

Президентимиз Шавкат Мирзиёев ташаббуси билан ҳаётга татбиқ этилган, юртимизни ҳар томонлама ривожлантириш, халқ билан очик-ошкора мулоқот қилишнинг янгича тизими – Халқ қабулхоналари институти ўтган вақт мобайнида бажарилган ишлардан кўра ҳал этилиши лозим бўлган вазифалар янада кўпроқ эканлигини намоён этди. Зотан, ҳақиқат баҳсларда, ошкора мулоқотларда бўй кўрсатади. Президентнинг жойларда Халқ қабулхоналари, виртуал қабулхонаси ташкил этилганидан кейин халқнинг реал ҳаётидан хабардор бўлиш, одамларнинг кўп йиллик муаммоларини, талаб ва эҳтиёжларини яқиндан ўрганиш, уларни ҳатто жойида ҳал этиш, зарур чора-тадбирларни белгилаб, ижтимоий адолатни таъминлаш имконияти пайдо бўлди[2].

Ўзбекистон Республикаси Президенти девонининг Фуқаролар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, жисмоний ва юридик шахсларнинг мурожаатлари билан ишлашни назорат қилиш ва мувофиқлаштириш хизмати томонидан мамлакатимизнинг барча шаҳар ҳамда туманларида, чекка-чекка қишлоқларда, маҳаллаларда оммавий қабуллар, халқ билан юзма-юз сұхбатлар ташкил этилди. Қисқача қилиб айтганда, халқ ичига кириб борилди. Одамларнинг юракларида йиғилиб қолган дардлари, аллақачон ҳал қилиниши мумкин бўлган-у, лекин тўрачилик, ўзибўларчилик, сансоларлик оқибатида йиллар давомида ечилмай келган муаммолар юзага чиқа бошлади. Энг муҳими, одамлар дардларини айтиши, каттаю кичик идоралар раҳбарлари билан юзма-юз гаплашиши, муаммоларига қисқа фурсатда ечим топиши учун қулай имконият юзага келди. Нафақат муаммолар, уларнинг талаб ва таклифларига ҳам қулоқ тутилди, бу таклифлар йиғилиб, тегишли чора-тадбирлар ишлаб чиқилиши йўлга қўйилди. Президентимизнинг “Раҳбарлар халқнинг хизматкори бўлиши зарур”, “Асосий мақсадимиз – халқ розилиги, халқ биздан рози бўлса, ишимизда унум ва барака бўлади [3]”, деган қатъий талаблари амалда ўз ифодасини кўрсатди. Бугунги кунда ана шу изланишлар самараси сифатида кўплаб янгиликлар ҳаётга татбиқ этилмоқда.

Холбуки, мамлакатимизда тадбиркорликни ривожлантириш мақсадида 2003 йилдан бошлаб тадбиркорлик субъектларини “Ягона дарча” тамойили асосида рўйхатдан ўтказиш учун шаҳар, туман ҳокимлари ҳузурида махсус инспекциялар ташкил этилган. 2016 йилдан эса улар негизида Давлат хизматлари кўрсатиш марказлари иш олиб борган. Аммо ушбу сайд-ҳаракатлар ҳам аҳолининг бугунги талаб ва эҳтиёжларини қондириш учун етарли эмаслиги аён бўлди. Бинобарин, одамларнинг ҳар битта хужжат учун турли-туман идораларга мурожаат қилиши, соатлаб навбат кутишлар, қоғозбозлик, турли оворагарчиликлар барҳам топмади. Шу боисдан мамлакатимизда давлат хизматлари кўрсатишнинг миллий тизимини тубдан ислоҳ қилиш борасида кенг кўламли ишлар бошланди.

2017 йил 12 декабрда Президентимизнинг “Аҳолига давлат хизматлари кўрсатишнинг миллий тизимини тубдан ислоҳ қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони қабул қилинди ва ушбу хужжат асосида Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги Давлат хизматлари агентлиги ташкил этилди. Бу ҳам, албатта, аҳолига барча соҳаларда қулай имкониятлар яратиш, ортиқча оворагарчиликларга барҳам бериш йўлида ташланган яна бир муҳим қадамдир. Илгари “Ягона дарча” тизими фақатгина тадбиркорларга хизмат кўрсатиб келган бўлса, эндиликда оддий фуқароларга ҳам давлат идоралари билан боғлиқ ишларда ушбу тизим орқали хизмат кўрсатиш мақсад қилинди. Натижада аҳолига энг зарур ва талаб юқори бўлган давлат хизматларини “ягона дарча” тамойили асосида кўрсатиш учун мамлакатимизнинг барча шаҳар ва туманларида Давлат хизматлари марказлари тармоғи вуҷудга келди.

Қисқа фурсатда республикамиздаги ҳар бир туман ва шаҳарда Давлат хизматлари марказлари ташкил қилинди. Жорий йил бошида ушбу марказларда аҳолига қарийб 30 турдаги хизматлар кўрсатилган бўлса, 1 апрелдан зътиборан бундай хизматлар сони 50 тадан ортди. Июнь ойидан бошлаб эса улар қаторига яна 30 дан ортиқ хизмат турлари қўшилди. Бу одамларнинг қимматли вақтларини тежаш билан бирга, ортиқча сарф-харажатларнинг олдини олиш имконини ҳам бермоқда. Мисол учун, ёшлар оила қурганда никоҳни қайд этиши, фарзанд дунёга келганда унга гувоҳнома олиш, болаларни боғчага жойлаштириш, машинани бошқариш учун ҳайдовчилик гувоҳномасини олиш ёки янгисига алмаштириш каби кундалик ҳаётимизда кўп бора дуч келадиган ишлар эндиликда Давлат хизматлари марказида ҳал этиб берилади. Бунинг учун турли идораларга қатнашга, узоқ вақт кутишга энди ҳожат йўқ.

Давлатимиз раҳбарининг 2018 йил 11 апрелдаги “Давлат хизматлари кўрсатиш тизимини жадал ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарорида ушбу соҳада бошланган ишларга танқидий баҳо берилди ва бу кўзда тутилган режа ҳамда мақсадларни жадаллик билан амалга оширишга жиддий туртки бўлди.

Президентимиз томонидан илгари сурилган “Халқ давлат идоралари учун эмас, давлат идоралари халқимиз учун хизмат қилиши керак [4]”, деган ғоя бугун ҳаётимизнинг асосий мазмунига айланиб бораётган экан, буни ҳар биримиз муносиб англаған ҳолда шунга монанд ишлашимиз, интилишимиз зарур. Юртимизда қандай янгиликлар, қандай ислоҳотлар жорий этилаётган бўлса, буларнинг барчаси одамларнинг бугунги ва эртанги ҳаёти фаровон бўлишини таъминлаш, халқимизни ҳаётдан рози қилишдек улуғ мақсадга қаратилган. Шунинг учун ҳам Ўзбекистонда хуқуқий давлат қуриш давлатнинг халқ олдида жавобгарлигини белгиловчи қонунийликнинг юридик асосларини, инсон ва фуқаролар хуқуқларининг устунлигига риоя қилиш механизмларини яратишдан бошланди. Эндиликда мустақил давлатнинг сиёсий, иқтисодий ва мъянавий пойdevорини яратиш асосий вазифаларимиздан биридир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

- Каримов И.А. Ўзбекистон: миллий истиқолол, иқтисод, сиёсат, мағкура. Т.1. -Т.: Ўзбекистон, 1996. -20 б
- http://www.aza.uz/uz/society/adolat-va-qonuniylik-xalq-va-mamlakat-xotirjamligining-asosi-20-06-2017?phrase_id=2291294
- <http://xs.uz>
- Мирзиёев Ш. М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. -Т., - «Ўзбекистон» - 2017, 116 б.

XALQ BILAN SAMARALI MULOQOT MEXANIZMLARINI JORIY QILISH – KELAJAGIMIZ KAFOLATI

Ibadullayeva Gulhayo

O‘zMU Tarix fakulteti Davlat boshqaruvi va mahalliy
o‘z-o‘zini boshqaruv yo‘nalishi II kurs magistratura talabasi

Inson manfaatlarini ta’minalash uchun esa avvalo odamlar bilan, xalq bilan muloqot qilish, ularning dardu-tashvishlari, orzu-niyatlari, hayotiy muammo va ehtiyojlarini yaxshi bilish kerak.

Shavkat Mirziyoyev

Yurtimizda mustaqillik yillarda har bir yilni ma’lum bir maqsadda alohida nom bilan atash an’anasi shakllandi. Shu an’anani davom ettirgan holda, O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 24 yilligiga bag‘ishlangan tantanali marosimda Prezident Shavkat Mirziyoyev 2017 yilni yurtimizda “Xalq bilan muloqot va inson manfaatlari yili” deb e’lon qildi. Bundan maqsad - mamlakatimizdagi demokratlashtirish jarayonlari samaradorligi va sifatini tubdan yaxshilash fuqarolarning erkinliklari, huquqlari, munosib turmush tarzi va manfaatlarini ta’minalash bunda davlat idoralari mas’uliyatini kuchaytirish, xalq bilan ochiq muloqotlarni yo‘lga qo‘yishda yangi, samarali vosita va usullarni joriy etish, “Inson manfaatlari – barcha narsadan ustun” shiori ostida ish olib borish hisoblanadi. Prezident Shavkat Mirziyoyev davlat va boshqaruv, huquqni muhofaza qiluvchi organlar mutasaddilari faoliyatiga nisbatan ta’kidlaganidek, “Biz keyingi paytda odamlar bilan muloqot qilishni unutib qo‘ydik. Ularning ichiga kirib, ochiq va samimiy gaplashish, dardini eshitish bizning faoliyatimizda, afsuski, oxirgi o‘ringa tushib qoldi”[1]. Xalq qabulxonalarining barcha hududlarda ish boshlagani, xalq bilan keng miqyosda muloqot olib borayotgani davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faoliyatining ochiq-oshkorligini ta’minalash bo‘yicha olib borilayotgan ishlarni yangi bosqichga olib chiqdi.

Binobarin, Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev xalq bilan faol va ochiq muloqot olib borish, jismoniy va yuridik shaxslar murojaatlari bilan ishslash borasida asos solgan yangi tizim – Xalq qabulxonalarini instituti ijtimoiy adolatni ta’minalash borasida o‘zbekona hayot falsafasi va milliy davlatchilik maktabiga xos barhayot an’analarning yangi taraqqiyot bosqichi bo‘lish bilan birga, mamlakatimizni har tomonlama rivojlantirish yo‘lidagi strategik maqsadlarga erishishning qudratli vositasiga aylanmoqda. Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev asos solgan xalq bilan muloqot, murojaatlar bilan ishslash bo‘yicha yangi tizim, Xalq qabulxonalarini instituti o‘zbek davlatchilik maktabiga mansub adolatparvarlik, haqiqatni amalda ta’minalash borasidagi ana shunday ulug‘ an’analar ildizlaridan quvvat oladi. Davlatimiz rahbari bugun kuyib-yonib barchamizni xalq qalbiga qulog solishga, odamlarning dard-tashvishlarini astoydil tinglashga, muammolarini hal etishda amaliy yordam berishga da’vat etayotgani, bu borada ayrim katta-kichik amaldorlarning ongida toshday qotib qolgan eskicha qarashlarni tag-tomiri bilan qo‘porib, uning o‘rniga xalq talab va istaklari asosida ishslash prinsiplarini hayotimizda chuqr joriy qilishga qat’iyat bilan harakat qilayotgani buyuk shoirimiz aytganidek, quchoq ochib xalq ichiga borish, uning armonlarini ushaltirish, orzularini ro‘yogha chiqarishdek ulug‘ maqsadlarga qaratilgan.

2016-yil 24-sentabrda O‘zbekiston hukumati portalida Bosh vazirning virtual qabulxonasi ochilishi murojaatlar bilan ishslash tizimini bugungi shiddatli XXI asr talablariga mos holda takomillashtirish imkonini berdi. Hukumat rahbari bilan oddiy odamlar o‘rtasida hech qanday vositachilarsiz to‘g‘ridan-to‘g‘ri muloqot yo‘lga qo‘yildi. Shu bois ham mazkur virtual qabulxona ishga tushgan kuniyoq mamlakatimizning turli joylaridan mingga yaqin ariza, shikoyat va takliflar kelib tushdi.

PM.gov.uz portal – O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti (2016 yil 23 dekabrga qadar Bosh vazir) virtual qabulxonasiga jami kelib tushgan murojaatlar 2017 yil 24 yanvar holatiga ko‘ra 409 mingni tashkil etgani portalning jamiyat hayotida o‘z o‘rnini borligidan dalolatdir [2].

Hukumatning virtual portal ish boshlagani, mamlakatimizning barcha hududlarida xalq qabulxonalarining ochilishi, 2017 yilning “Xalq bilan muloqot va inson manfaatlari yili”, deb e’lon qilinishi jamoatchilik nazoratini keng miqyosda rivojlantirish uchun ulkan imkoniyatlar yaratdi.

Shavkat Mirziyoyev Tadbirkorlar va ishbilarmonlar harakati – O’zbekiston Liberal-demokratik partiyasining VIII syezdidagi «Demokratik islohotlarni izchil davom ettirish, xalqimiz uchun tinch va osoyishta, munosib hayot darajasini yaratish – barqaror taraqqiyot kafolatidir» nomli ma’ruzasida «xalq davlat organlariga emas, balki davlat organlari xalqimizga xizmat qiladigan vaqt keldi. Bundan keyin joylardagi rahbarlar faoliyatiga birinchi navbatda ular boshqarayotgan hududdagi aholidan tushayotgan murojaatlar soni, ularning xalq ichida yurishi, mavjud muammolarning amaliy yechimiga qarab baho beriladi. Qisqa qilib aytganda, rahbarlarga xalqning o‘zi baho beradi»[3], deb ta’kidladi.

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, mustaqil Vatanimiz tarixida, xalqimiz hayotida yana bir yangi davr, yangi taraqqiyot bosqichi boshlandi, deyishga barcha asosimiz bor. Strategik maqsadlarimiz aniq va ravshan – demokratik, insonparvar davlat qurish, erkin fuqarolik jamiyatini rivojlantirish, Vatanimiz iqtisodiy qudratini yuksaltirish, pirovardida, xalqimizni hayotdan rozi qilish, uning yanada farovon yashashi uchun barcha shart-sharoitni yaratishdir. Bunday yuksak marralarga xalq bilan muloqot qilib, odamlarning ichiga kirish, ularning dardu tashvishlari bilan yashash, inson manfaatlarini ta’minalash orqaligina erishish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Shavkat Mirziyoyev. O’zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 24 yilligiga bag‘ishlangan tantanali marosimdagи nutq. “Xalq so‘zi”, 2016 yil 8 dekabr.
2. <https://pm.gov.uz/uz/news/view?id=36>
3. “O’zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmon. – T.:”Adolat”. 2017.

ТЕЗКОР-ҚИДИРУВ ФАОЛИЯТИДА МИЛЛИЙ ВА ХОРИЖИЙ ТАЖРИБА

Султанов Миркобил Мирвалиевич
Ўзбекистон Республикаси
Президенти Администрацияси ходими

Аннотация. Мақолада муаллиф томонидан тезкор-қидирув фаолияти, унинг ҳуқуқий жисхатлари, тезкор-қидирув тадбирлари ўтказишнинг асосий масалалари, ушиб тадбирларни ўтказиш қонунийлиги меъзонлари ва олинган далилларга қонуний тус берши жараёнлари ва соҳага хорижий давлатлар тажрисини кенг жорий этиши, прокурорларнинг ҳуқуқ ва мажбурияtlари очиб берилади ҳамда шунинг асосида ҳуқуқни қўллаш фаолиятини таомиллаштириши юзасидан тегишили тавсиялар берилади.

Калим сўзлар. Тезкор-қидирув фаолияти, Тезкор-қидирув фаолияти натижалари, жиноят, қонунийлик, прокурор, хорижий тажриба, либераллашув, инсон ҳуқуқлари кафолати, тезкор-қидирув таддири, тезкор-қидирув таддири ўтказии асослари, далиллар.

Тезкор-қидирув фаолияти Ўзбекистон Республикаси суд-ҳуқуқ тизимининг ажралмас қисми бўлиб, бу борадаги ислоҳотлар соҳадаги ҳуқуқий бўшлиқларнинг тўлдирилишида муҳим аҳамиятга эга бўлиб ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасининг “Тезкор-қидирув фаолияти тўғрисида”ги қонунига мувофиқ, тезкор-қидирув фаолияти Ўзбекистон Республикаси Ички ишлар вазирлиги, Давлат хавфсизлик хизмати, Ўзбекистон Республикаси Президенти давлат хавфсизлик хизмати, Давлат божхона қўмитаси, Бош прокуратура хузуридаги Иқтисодий жиноятларга қарши курашиш департаменти, Бош прокуратура хузуридаги Мажбурий ижро бюроси томонидан олиб борилиши белгилаб қўйилган.

Ўзбекистон Республикаси Ички ишлар вазирлиги, Миллий хавфсизлик хизмати, Давлат божхона қўмитаси, Бош прокуратурасининг 2013 йил 6 декабрдаги “Тезкор-қидирув фаолияти натижаларини суриштирув органи, терговчи ёки прокурорга тақдим қилиш тартиби ҳақидаги Йўриқномани тасдиқлаш тўғрисида” қарорлар қабул қилинган бўлиб, унга мувофиқ тезкор-қидирув фаолияти натижаларини суриштирув органи, терговчи ёки прокурорга тақдим қилишнинг қўйидаги тартиби белгиланган:

- тезкор-қидирув фаолияти натижалари жиноят аломатлари аниқланганлиги бўйича билдирги ёки тезкор-қидирув фаолияти натижалари бўйича маълумотномага мувофиқ тақдим этилади;
- тезкор-қидирув фаолияти натижалари бўйича маълумотнома тезкор-қидирув фаолиятини амалга оширувчи орган раҳбари томонидан имзоланади;
- жиноят аломатлари аниқланганлиги бўйича билдирги тезкор-қидирув тадбирлар ижроси учун маъсул шахс томонидан тузилади ва ўрнатилган тартибда тезкор-қидирув фаолиятини амалга оширувчи органлар томонидан рўйхатга олинади.

Тезкор-қидирув фаолияти натижалари бўйича маълумотномани тақдим этиш тартиби қўйидагиларни ўз ичига олган ҳолда амалга оширилади:

- тезкор-қидирув фаолияти натижаларида мавжуд бўлган давлат сирларини ташкил этувчи маълумотларни ошкор этиш зарурияти масаласини кўриб чиқиши;
- зарурый хужжатларни расмийлаштириш ва тезкор-қидирув фаолияти натижаларини тақдим этиш.

Тезкор-қидирув фаолияти натижаларини текшириш ва Ўзбекистон Республикаси Жиноят-процессуал кодексининг 90-92-моддалари тартибida процессуал қарор қабул қилиш ҳамда жиноят ишига қўшиш учун суриштирув органи, терговчи ёки прокурорга тақдим этиш

тезкор-қидирув фаолиятини амалга оширувчи худудий орган раҳбари (бошлиқ ёки тезкор ишлар бўйича ўринбосар) томонидан тасдиқланган қарор асосида амалга оширилади.

Тезкор-қидирув тадбирларини ташкил этиш ва ўтказишда қўлланилган техник воситалар, уларни қўллаш тактикаси ҳамда тезкор-қидирув фаолиятини амалга оширувчи органларнинг штатдаги ошкор қилинмайдиган ходимлари ҳақидаги маълумотларни ўзида акс эттирган тезкор-қидирув фаолияти натижалари ушбу тадбирларнинг ижрочилари билан келишилган ҳолда тақдим этилади. Агарда тезкор-қидирув тадбирлари тезкор-қидирув фаолиятини амалга оширувчи икки ва ундан ортиқ органлар томонидан ўтказилган тақдирда, юқорида кўрсатилган маълумотлар қонун ҳужжатларида назарда тутилган ҳолларда ва тартибда, фақат мазкур органлар раҳбарларининг қарорлари асосида ошкор этилади (“Тезкор-қидирув фаолияти тўғрисида”ги Қонуннинг 20-моддаси). Суриштирув органи, терговчи ёки прокурорга тезкор-қидирув фаолияти натижаларини жўнатиш тартиби (почта орқали юбориш, шахсан қўлига ёки бошқа усуллар) алоҳида ҳар бир ҳолатда иш юритиш тартибини белгиловчи норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар талаблари асосида тезкор-қидирув фаолиятни амалга оширувчи орган томонидан танланади.

Тезкор-қидирув тадбирлари натижасида олинган материаллар, ҳужжатлар ва бошқа объектларнинг нусхаларини (кўчирмаларини), шунингдек энг аҳамиятли лавҳаларни (сўзлашувлар, сюжетлар) ягона ахборот ташувчига кўчириш орқали ҳам тақдим этишга рухсат берилади ва бу тўғрисида тақдим этилаётган маълумотномада кўрсатилиши шарт. Бундай ҳолларда тезкор-қидирув тадбирлари натижасида олинган материаллар, ҳужжатлар ва бошқа объектларнинг асл нусхалари суриштирув органи, терговчи ёки прокурор томонидан талаб қилиб олинмаган бўлса, жиноят ишини кўриб чиқилгунга ва суднинг ҳукми қонуний кучга киргунга ёки конунчиликда назарда тутилган асосларга кўра жиноят иши тугатилгунга қадар тезкор-қидирув тадбирларни амалга оширган органда сақланади. Жиноят ишини қўзғатиш масаласини ҳал этиш учун тақдим этилаётган тезкор-қидирув фаолияти натижаларида жиноят аломатларини кўрсатувчи маълумотлар етарлича бўлиши, яъни: қаерда, қачон ва қайси жиноят белгилари аниқланганлиги; улар қандай шароитларда аниқланганлиги; ушбу жиноятни содир этган шахс ва жиноятнинг гувоҳлари тўғрисидаги маълумотлар; ашёвий далил бўлиши мумкин бўлган предметлар ва ҳужжатларнинг турган жойи тўғрисида; жиноят ишини қўзғатиш масаласини ҳал этишдаги аҳамиятга эга ҳар қандай воқеа ва ходисаларни ўзида акс эттириши керак.

Бу йўналишда нафакат миллий тажрибамиз асосида, балки ҳалқаро ва минтақавий ташкилотлар билан ўзаро алоқаларни кенгайтириш, ҳалқаро ҳуқуқнинг жиноят ишлари бўйича ҳалқаро ҳамкорликнинг янги институтларини таҳлил қилиш, ҳалқаро ҳуқуқий ҳужжатларда акс эттирилган ҳуқуқий норма ва механизmlарни Ўзбекистон қонунчилигига татбиқ этиш, жумладан, Ўзбекистон Республикасининг жиноят, жиноят-процессуал қонунчилигига ва миллий-ҳуқуқий тизимига имплементация қилиш асосларини ва механизмини илмий-тадқик этишга қаратилган хulosा ва таклифларни ишлаб чиқиши зарурати юзага келди. Юқоридаги масалалардан келиб чиқкан ҳолда, жиноят ва тезкор-қидирув фаолиятида ўзаро ҳуқуқий ёрдам кўрсатишда “тезкор-қидирув гурухи”, “тезкор-тергов гурухи”, “ҳалқаро-тергов гурухи” тузиш каби ҳалқаро ҳамкорликнинг янги шакллари пайдо бўлди. Албатта, буларнинг бир-биридан фарқли жиҳатлари мавжуд бўлиб, уларни ташкил этишдан мақсади, тузилиши, ваколатлари ва амалга оширувчи процессуал ҳаракатлари турлича. “Тезкор-қидирув гурухи” суриштирув, тергов органларидан ва суддан яшириниб юрган, жиноий жазодан бўйин товлаётган шахсларни, бедарак йўқолган шахслар ва қонун ҳужжатларида назарда тутилган ҳолларда бошқа шахсларни қидиришни амалга

ошириш, шунингдек таниб олинмаган мурдаларнинг шахсини аниқлаш каби процессуал ҳаракатлар назарда тутилади. Содир этилган жиноят юзасидан бу каби процессуал ҳаракатларни амалга ошириш асосан тегишли давлат ҳудудида ва шу давлат миллий қонунчилиги асосида тезкор-кидирув тадбирлари олиб борилади. Демак, “тезкор-тергов гурухи” процессуал ҳаракатлари ва тузиш мақсадидан келиб чиқкан ҳолда “тезкор-кидирув гурухи” фаолиятини ҳам ўз ичига қамраб оловучи жиноят ишлари бўйича ўзаро ҳукукий ёрдамнинг шаклларидан бири ҳисобланади. Бугунги кунда давлатлараро тезкор-кидирув ва тергов гурухлари тузиш тенденцияси ошиб бормоқда.

Хулоса қилиб айтганда, тезкор-кидирув фаолияти тўғрисидаги Қонун ва бошқа норматив-ҳукукий хужжатлар тезкор-кидирув тадбирларини амалга оширувчи ваколатли давлат органлари фаолиятининг либераллашувига олиб келади, қонунийликка риоя қилишнинг ҳукукий кафолатларини яратади ҳамда инсон ҳуқуклари, эркинликлари ва қонуний манфаатларини ҳимоялашга, шахс, жамият ва давлат хавфсизлигини таъминлашга хизмат қиласида. Тезкор-кидирув фаолиятида хорижий тажрибани кенг жорий этиш фаолиятимизнинг шаффоғлигини таъминлашга, инновацион технологияларни жорий этишга ҳамда инсон манфаатларини ҳукукий ҳимоя қилишда дастурламал бўлиб хизмат қиласида.

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ҲУҚУҚБУЗАРЛИКЛАР ПРОФИЛАКТИКАСИ ТИЗИМИНИНГ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ

Рахимов Сарвар Матякуб ўғли
Ўзбекистон Республикаси Миллий гвардияси
ҳарбий хизматчиси лейтенант

Аннотация. Уибу мақолада муаллиф Ўзбекистон Республикасида ҳуқуқбузарликлар профилактикасининг ҳуқуқий асослари, соҳадаги камчиликлар, ҳуқуқни муҳофаза қилувчи ташкилотларнинг бу борадаги фаолияти ҳамда жамоат хавфсизлигини таъминлашда профилактиканинг аҳамияти тўғрисида ўз тақлиф ва тавсияларини берган.

Аннотация. В этой статье автор высказал предложения и рекомендации относительно правовых основ предотвращения правонарушений в Республике Узбекистан, недостатков в этой области, деятельности правоохранительных органов в этой области и важности предотвращения в обеспечении общественной безопасности.

Annotation. In this article, the author made suggestions and recommendations regarding the legal framework for the prevention of offenses in the Republic of Uzbekistan, shortcomings in this area, the activities of law enforcement agencies in this area and the importance of prevention in ensuring public safety.

Калим сўзлар. Ҳуқуқбузарликлар профилактикаси, конституция, терроризм, суд-ҳуқуқ соҳаси, ички ишлар органлари, инсон ва фуқаро ҳуқуқ ва эркинликлари, жиноятчиликка қарши кураш, қонунчилик, милиция таянч пункти.

Ключевые слова. Предотвращение нарушений прав человека в конституции, терроризма, судебных органов, прав человека и гражданскоx прав и свобод, борьбы с преступностью, милицейский участок.

Keywords. Prevention of human rights violations by the constitution, terrorism, judicial bodies, human and civil rights and freedoms, the fight against crime, law and police stations.

Ҳозирда давлат органларининг ҳуқуқбузарликларнинг профилактикаси бўйича фаолиятини белгилаб берувчи ва тартибга солувчи норматив-ҳуқуқий ҳужжатларнинг юридик кучи, қабул қилувчи субъектлари ва уларнинг ваколат доирасига қараб шартли равишда қўйидаги гурухларга ажратиб ўрганиш ҳамда таҳлил этиш мақсадга мувофиқ:

- а) жиноятчиликка қарши кураш, жиноятларнинг олдини олишга оид халқаро норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар;
- б) Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси ва қонунлари;
- в) Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари;
- г) Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари;
- д) вазирлик, қўмиталарнинг ҳуқуқбузарликлар профилактикасини таъминлашга доир идоравий ҳужжатлари.

Ўзбекистон Республикасида мустақилликка эришилганидан сўнг инсон ҳуқуқларини таъминлаш ҳамда жиноятчиликка қарши курашиш ва унинг олдини олиш мақсадида қўйидаги халқаро шартнома ва конвенциялар ратификация қилинди:

“Инсон ҳуқуқлари умумжаҳон Декларацияси” (Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг 1991 йил 30 сентябрдаги 366-XII сонли Қарори);

“БМТнинг Бола ҳуқуқлари тўғрисида Конвенцияси” (Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг 1992 йил 9 декабрдаги 757-XII-сонли Қарори);

“Фуқаролик ва сиёсий ҳуқуқлар тўғрисида халқаро Пакт” (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 1995 йил 31 авгуустдаги 127-I-сонли Қарори);

“Хотин-қизлар ҳуқуқлари камситилишининг барча шаклларига барҳам бериш тўғрисида Конвенция” (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 1995 йил 6 майдаги 87-I-сонли Қарори);

“БМТнинг Трансмиллий уюшган жиноятчиликка қарши Конвенцияси” (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 2003 йил 30 авгуустдаги 536-II-сонли Қарори);

“БМТнинг Одам савдосига ва учинчи шахслар томонидан танфурушликдан фойдаланишига қарши кураш тўғрисида Конвенцияси” (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 2003 йил 12 декабрдаги 576-II-сонли Қарори);

“БМТнинг трансмиллий уюшган жиноятчиликка қарши кураш ҳақидаги Конвенцияни тўлдирувчи “Одамлар, айниқса аёллар ва болалар савдосини тўхтатиш, олдини олиш ва унинг учун жазо тўғрисида Баённомаси” (Ўзбекистон Республикасининг 2008 йил 8 июндаги Конуни).

1992 йил 8 декабрда Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилиниши билан мамлакатда яшовчи барча инсонларнинг ҳуқуқлари ва эркинликларини давлат томонидан ҳар қандай таҳдидлардан қўриқлаш муаммоси концептуал жиҳатдан ўз ечимини топди.

Конституция ўзида барча миллий анъаналарни ва инсон ҳуқуқлари соҳасидаги халқаро стандартлари тўла мужассамлаштира олди. Ушбу Конституцияда инсон ва фуқаро ҳуқуқ ва эркинликлари шахсий, ижтимоий ва иқтисодий, сиёсий ҳамда бошқа ҳуқуқ туркумларига ажратилиб, алоҳида белгилаб берилди. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 24-моддасига мувофиқ, яшаш ҳуқуки ҳар бир инсоннинг узвий ҳуқуқидир. Инсон ҳаётига суиқасд қилиш энг оғир жиноят ҳисобланади. Худди шунингдек, Конституцияда, ҳар кимнинг эркинлик ва шахсий даҳлизлик ҳуқуқига эга эканлиги ҳам мустаҳкамлаб қўйилган.

Бундан ташқари, ҳуқуқбузарликлар профилактикасини амалга ошириш, жамоат тартибини сақлаш, жиноятчиликка қарши кураш соҳасида Ўзбекистон Республикасининг бир қатор қонун ҳужжатлари ҳам мавжуд бўлиб, уларни қуйидаги кетма-кетлиқда тизимлаштириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

Ўзбекистон Республикасининг “Жазони ижро этиш муассасаларидан бўшатилган шахслар устидан ички ишлар идораларининг маъмурий назорати тўғрисида”ги 1992 йил 9 декабрдаги қонуни жамиятда рецидив жиноятчиликни олдини олишга хизмат қилувчи ҳуқуқий асослардан бири ҳисобланади;

Ўзбекистон Республикасининг “Сурункали алкоголизм, гиёхванлик ёки заҳарвандликка мубтало бўлган беморларни мажбурий даволаш тўғрисида”ги 1992 йил 9 декабрдаги қонуни фукароларнинг сурункали равишда спиртли ичимлик истеъмол қилишлари, гиёхвандликка мубтало бўлганлар ва бошқа шундай турдаги шахсларни турли ҳуқуқбузарликларнинг қурбони бўлиб қолмасликлари ва жиноят содир этмасликлари учун хизмат қиласди;

Ўзбекистон Республикасининг “Терроризмга қарши кураш тўғрисида”ги 2000 йил 15 декабрь қунидаги қонуни давлат органларининг терроризмга қарши курашиш, унинг олдини олиш фаолиятини тартибга солувчи ҳуқукий манба ҳисобланади;

Ўзбекистон Республикасининг “Фукароларни ўзини-ўзи бошқариш органлари тўғрисида”ги қонуни давлат органларининг ҳар бир маҳаллада ҳуқуқбузарликлар профилактикасини ҳамкорликда таъминлашда муҳим хужжат бўлиб хизмат қиласди;

Ўзбекистон Республикасининг “Бола ҳуқуқларининг кафолатлари тўғрисида”ги 2008 йил 7 январдаги қонуни;

Ўзбекистон Республикасининг “Одам савдосига қарши курашиш тўғрисида”ги 2008 йил 17 апрелдаги қонуни фукароларнинг одам савдоси жинояти билан боғлиқ турли кўнгилсиз ҳолатларини ҳамда уларнинг ушбу жиноятдан жабрланиб қолишларини олдини олишга хизмат қиласди;

Ўзбекистон Республикасининг “Вояга етмаганлар ўртасида назоратсизлик ва ҳуқуқбузарликлар профилактикаси тўғрисида”ги (29.09.2010) қонуни давлат органлари вояга етмаганлар ўртасида назоратсизлик ва ҳуқуқбузарликларнинг профилактикасини ўз ваколати доирасида амалга ошириши белгилаб қўйилган. Жумладан, ички ишлар органларида вояга етмаганлар ўртасида ҳуқуқбузарликлар профилактикасини амалга оширувчи маҳсус бўлинмалар ташкил этилган;

Ўзбекистон Республикасининг “Ҳуқуқбузарликлар профилактикаси тўғрисида”ги (14.05.2014) қонунида “ҳуқуқбузарлик” тушунчаси доирасида қамраб олинувчи жиноят ва маъмурий ҳуқуқбузарликларни содир этишга мойил шахсларнинг ғайри ижтимоий хулқатворга эгалиги пайтиданоқ қайси турдаги профилактик таъсир қўрсатиш чоратадбирларининг қўлланилиши, ҳуқуқбузарликнинг содир этилишида жабрланувчининг

айбли ёки айбсиз ҳолатлари, уларнинг виктимлигини олдини олиш, ҳуқуқбузарлик содир этган шахсларни ахлоқан тузатиш, бу борада умумий, маҳсус, якка тартибдаги ва виктимологик профилактика чораларни қўллашни ташкил этиш ва мувофиқлаштириш механизми яратилди.

Мамлакатимизда илк бор қабул қилинган мазкур қонуннинг мазмун-моҳияти ва аҳамияти мамлакатимиз суд-хуқуқ тизимини, шу жумладан ҳуқуқбузарликлар профилактикаси соҳасини янада такомиллаштириш, қонун устуворлигини таъминлаш, фуқароларнинг ҳуқуқ ва эркинликларини химоя қилиш механизмларини мустаҳкамлашда муҳим ўрин тутади.

Миллий қонунчилик амалиётида илк бор ҳуқуқбузарликлар виктимологик профилактикаси тушунчаси ва чора-тадбирлари белгилаб берилмоқда. “Ҳуқуқбузарликлар профилактикаси тўғрисида”ги қонуннинг 6-бобида виктимологик профилактика тушунчаси, чора-тадбирлари, жабрланувчиларга ёрдам кўрсатувчи ихтисослаштирилган муассасалар ҳақидаги нормалар белгиланган.

Шунингдек, бир қатор қонуности ҳужжатлар ҳам ҳуқуқбузарликларнинг виктимологик профилактикасини амалга оширишни таъминловчи ҳуқуқий асослардан хисобланади. Жумладан:

Вазирлар Маҳкамаси (ВМ)нинг 1999 йил 12 апрелдаги “Тошкент шаҳрида жамоат тартибини сақлаш ва хавфсизликни таъминлаш концепцияси тўғрисида”ги 170/40-сонли қарори асосида Тошкент шаҳар ИИБнинг таркибий тузилиши замон талаблари даражасида шакллантирилиб, профилактика хизматларининг ташкилий тузилиши тубдан ўзгартирилди. Ҳар бир маҳаллада милиция таянч пунктлари (МТП) ташкил этилди, ўзаро ҳамкорликнинг янги усул ва шакллари ишлаб чиқилди, ички ишлар органларининг фуқароларни ўзини-ўзи бошқариш органлари билан ҳамкорлиги кенг йўлга қўйилди;

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 14 март кунидаги ПҚ-2833-сонли Қарори “Ҳуқуқбузарликлар профилактикаси ва жиноятчиликка қарши курашиб тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарорига асосан ҳуқуқбузарликлар профилактикасини амалга оширувчи давлат органлари фаолиятини танқидий равишда кўриб чиқиб, ҳуқуқбузарликлар профилактикаси ва жиноятчиликка қарши кураш самарадорлигини ошириш юзасидан келгусида бажарилиши лозим бўлган вазифалар белгилаб берилди.

Вояга етмаганлар ўртасида назоратсизлик ва ҳуқуқбузарликларнинг профилактикасини таъминлашда ҳокимиётлар ҳузуридаги Вояга етмаганлар билан ишлаш комиссиялари билан ҳамкорлик бевосита ВМнинг 2000 йил 21 сентябрдаги “Вояга етмаганлар ишлари бўйича комиссиялар фаолиятини такомиллаштириш ҳақида”ги 360-сонли қарори талаблари асосида ташкил этилди.

Бундан ташқари, ВМнинг “Ички ишлар органларининг вояга етмаганларга ижтимоий-ҳуқуқий ёрдам кўрсатиш марказлари тўғрисидаги Низомни тасдиқлаш ҳақида”ги 2010 йил 26 ноябрдаги 269-сонли қарори ҳам вояга етмаганлар ўртасида назоратсизлик ва ҳуқуқбузарликлар профилактикасини таъминлашда ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилди.

Юқоридагилардан ташқари, “Ҳуқуқбузарликлар профилактикаси тўғрисида”ги қонунга асосан ички ишлар вазирлигининг “Ҳуқуқбузарликлар профилактикасини таъминлаш, профилактика (катта) инспекторлари ва милиция таянч пунктлари фаолияти самарадорлигини ошириш тўғрисида”ги (01.09.2014) буйруғи ҳуқуқбузарликлар профилактикасини амалга ошириш фаолияти самарадорлигини оширишда муҳим манба бўлиб хизмат қилмоқда. Мазкур ҳужжатда ҳуқуқбузарликларнинг виктимологик профилактикасини амалга ошириш чора тадбирлари белгилаб берилган бўлиб, уларни ташкил қилиш механизmlари ҳам батафсил тарзда баён қилиб ўтилган.

Мустақиллик йилларида Ўзбекистон Республикасида амалга оширилаётган суд-хуқуқ соҳасидаги ислоҳотларнинг асосий мақсади аввало, инсон, унинг ҳуқуқ ва манфаатларини қонуний химоя қилишдан иборатдир. Шу сабабли мамлакатимизда сўнгги йиллардаги қабул қилинаётган қонунлар ҳам шу мақсадга йўналтирилгандир.

Масалан, Ўзбекистон Республикасининг “Хуқуқбузарликлар профилактикаси тўғрисида”ги Қонуни ғайрижтимоий хулқ-атворни, шунингдек содир этилганлиги учун маъмурӣ ёки жиноий жавобгарлик назарда тутилган айбли ғайрихуқуқий қилмиш (ҳаракат ёки ҳаракатсизлик)лар профилактикасини амалга ошириш соҳасида вужудга келадиган ижтимоий муносабатларни тартибга солади.

Ушбу қонунга асосан жисмоний шахсларнинг хуқуқбузарликдан жабрланувчига айланиши хавфини камайтириш хуқуқбузарликлар профилактикасининг асосий вазифаларидан бири ҳисобланади.

Қонунда хуқуқбузарликлар профилактикасининг тўртта, яъни умумий, махсус, якка тартибдаги ва виктимологик турлари кўрсатилган ҳамда уларнинг тушунчаси, чора-тадбирлари ҳамда амалга ошириш тартиб қоидалари алоҳида бобларда белгилаб берилган. Шу билан бирга табиий ҳолда, амалиётда хуқуқбузарликлар виктимологик профилактикаси чора-тадбирлари умумий, махсус ва якка тартибларда амалга ошириб келинмоқда.

Хуқуқбузарликлар виктимологик профилактикаси чора-тадбирларини хуқуқбузарликлар профилактикасини бевосита амалга оширувчи органлар ҳамда муассасалар Ўзбекистон Республикасининг “Хуқуқбузарликлар профилактикаси тўғрисида”ги, шунингдек амалдаги бошқа қонулларда белгиланган ваколатлари доирасида амалга оширадилар.

“Хуқуқбузарликларнинг профилактикаси тўғрисида”ги қонунда хуқуқбузарликлар профилактикаси билан бевосита шуғулланувчи орган ва муассасалар томонидан амалга оширилиши зарур бўлган виктимологик профилактика чора-тадбирлари аниқ белгилаб берилган.

Хулоса қиладиган бўлсак, юқорида кўрсатилганлардан келиб чиқиб, сўннги вақтларда Республикамизда хуқуқбузарликлар профилактикаси соҳасида кўпгина ижобий ислоҳатлар амалга оширилди ҳамда бунинг натижасида сезиларли натижаларга эришилди. Хусусан, профилактика инспекторларини ижтимоий кўллаб-куватланиши ҳамда хуқуқбузарликларнинг олдини олиш борасида янгича тизим шакллантирилиши жиноятчиликнинг камайишига олиб келди. Айниқса, ички ишлар органларида “жиноятни бартараф этгандан унинг олдини олган яхшироқ” тамойили асосида иш олиб борилиши соҳа тараққиётига хизмат қилмоқда.

Манба ва адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг Ахборотномаси. 1991. 11-сон. 275-модда
2. Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг Бола хуқуqlари тўғрисидаги Конвенциясига қўшилиш ҳақидаги Қарори. Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг Ахборотномаси. 1993. 1-сон. 41-модда
3. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 1966 йил 16 декабрдаги Фуқаролик ва сиёсий хуқуқлар тўғрисидаги халқаро пактга қўшилиш ҳақидаги Қарори//Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Ахборотномаси. 1995. 9-сон. 202-модда
4. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 1979 йил 18 декабрда Нью-Йоркда қабул қилинган хотин-қизларни камситишнинг барча шаклларини барҳам бериш тўғрисидаги Конвенциясига қўшилиши ҳақидаги Қарори//Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси. 1995. 6-сон. 135-модда
5. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Трансмиллий уюшган жиноятчиликка қарши Конвенциясини ратификация қилиш тўғрисидаги Қарори//Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Ахборотномаси. 2003. 9-10-сони. 15-модда
6. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Одам савдоси ва учинчи шахслар томонидан танфуруশликдан фойдаланишга қарши кураш тўғрисидаги конвенцияга қўшилиш ҳақидаги Қарори// Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Ахборотномаси. 2004. 1-2-сонлар. 7-модда
7. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Трансмиллий уюшган жиноятчиликка қарши Конвенциясини (Нью-Йорк, 2000 йил 15 ноябрь) тўлдириувчи Одам савдосининг олдини олиш ҳамда унга чек қўйиш ва унинг учун жазолаш ҳақидаги Протоколини ратификация қилиш тўғрисидаги Қонуни//Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Ахборотномаси. 2008. 7-сон (1387). 351-модда
8. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. “Ўзбекистон” 2015.
9. Ўзбекистон Республикасининг «Жазони ижро этиш муассасаларидан бўшатилган шахслар устидан ички ишлар идораларининг маъмурӣ назорати тўғрисида»ги 1992 йил 9 декабрь қонуни. <http://www.lex.uz>

10. Бабаев Д. Маъмурий ҳукуқбузарликларни олдини олиш фаолиятини тақомиллаштиришнинг айрим масалалари // Фалсафа ва ҳуқук. – Т.: ТДЮИ, 2009, №1. –Б. 56-58.
11. Исмаилов И., Мамадалиев Ш. Диний экстремизм ва у билан боғлиқ жиноятларнинг олдини олиш муаммолари // Тошкент Ислом университетининг илмий-таҳлилий ахбороти. -2003. -№4. Б.50-53.
12. Очилов А. Аҳолининг ҳуқуқий маданиятини юксалтириш ва ҳуқуқий тарғиботни амалга оширишда фуқаролар йиғинлари ҳамда профилактика инспекторлари фаолиятини кучайтириш масалалари // Фуқаролар йиғинларининг ҳудудий профилактика инспекторлари билан ҳамкорлигини янада тақомиллаштириш чоратадбирлари: республика илмий-амалий конференция материаллари. –Т.: Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси, 2014. – Б.10-16.
13. Бухаров Д.З. Ёшларни ҳуқуқий тарбиялаш – ҳукуқбузарликларнинг олдини олишнинг асосий омили // Баркамол авлодни шакллантиришда ҳуқуқий тарбиянинг аҳамияти: илмий-амалий конференцияси материаллари (30 апрель 2010 й.). –Т.: Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси, 2010. –Б.371-373.
14. Фаниев Ш.А. Фоҳишликка қарши курашга доир маъмурий-ҳуқуқий нормаларни тақомиллаштириш // Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академиясининг ахборотномаси, 2013, №3. – Б.79-83.
15. “Вояга етмаганлар ўртасида назоратсизлик ва ҳукуқбузарликларнинг профилактикаси тўғрисида”ги 2010 йил 29 сентябрдаги қонуни // Халқ сўзи. – 2010. – 30 сент.
16. Ҳўжакулов С.Б. Ҳукуқбузарликлар профилактикаси оид қонун ҳужжатлари: илмий-амалий таҳлил // Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академиясининг ахборотномаси, -Т.: 2015, №4. – Б.34-39.
17. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Тошкент шаҳрида жамоат тартибини сақлаш ва хавфсизликни таъминлаш” концепцияси тўғрисида”ги 170/40-сонли. 1999 йил 12 апрель қарори
18. Исмаилов И. Ўзбекистон Республикасининг «Вояга етмаганлар ўртасида назоратсизлик ва ҳукуқбузарликларнинг профилактикаси тўғрисида»ги қонуни изжросини таъминлашнинг асосий йўналишлари // Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академиясининг ахборотномаси, 2010, №4. – Б.48–52.
19. Исмаилов И. Ўзбекистонда ҳукуқбузарликлар профилактикаси тизимини тақомиллаштиришнинг асосий йўналишлари // Ўзбекистон Республикасининг “Ҳукуқбузарликлар профилактикаси тўғрисида”ги қонуни изжросини таъминлашнинг асосий йўналишлари: республика амалий-илмий конференция материаллари. –Т.: Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси, 2015. –Б.14-20.

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ҲУҚУҚБУЗАРЛИКЛАРНИНГ ВИКТИМОЛОГИК АСОСЛАРИ

Рахимов Сарвар Матякуб ўғли

Ўзбекистон Республикаси Миллий гвардияси
ҳарбий хизматчиси лейтенант

Аннотация. Уибу мақолада муаллиф ҳуқуқбузарликларнинг виктимологик асослари, тамоиллари, виктимологик профилактика тушунчаси, виктимликка қарши хусусиятларни ҳуқуқий ва психологияк жиҳатдан очиб берган ва соҳага оида ўз тақлиф ва тавсияларини берган.

Резюме. В этой статье автор объясняет принципы вимтимологической профилактики, концепцию вимтимологической профилактики, раскрыл правовые и психологические особенности вимтимологии и сделал предложения и рекомендации для отрасли.

Annotation. In this article, the author explains the principles of victimological prophylaxis, the concept of victimological prophylaxis, revealed the legal and psychological features of victimology and made suggestions and recommendations for the industry.

Калим сўзлар. Ҳуқуқбузарликларнинг виктимологик асослари, виктимология тушунчаси, ҳуқуқбузарлик, жиноят қурбони, суд-ҳуқуқ соҳаси, ички ишлар органлари, шахс ҳуқуқ ва эркинликлари, жиноятчиликка қарши кураши.

Ключевые слова. Витимологические основы правонарушений, понятия виктимологии, правонарушения, жертвы преступлений, судебная система, правоохранительные органы, права и свободы человека, борьба с преступностью.

Keywords. The victimological basis of offenses, the concepts of victimology, offenses, victims of crime, the judicial system, law enforcement agencies, human rights and freedoms, the fight against crime.

Ўзбекистон Республикаси қонунчилигида ҳуқуқбузарликлар профилактикасининг тўртта, яъни умумий, махсус, якка тартибдаги ва виктимологик турлари кўрсатилган ҳамда уларнинг тушунчаси, чора-тадбирлари ҳамда амалга ошириш тартиб қоидалари алоҳида бобларда белгилаб берилган. Шу билан бирга табиий ҳолда, амалиётда ҳуқуқбузарликлар виктимологик профилактикаси чора-тадбирлари умумий, махсус ва якка тартибларда амалга ошириб келинмоқда.

Ҳуқуқбузарликлар виктимологик профилактикаси чора-тадбирларини ҳуқуқбузарликлар профилактикасини бевосита амалга оширувчи органлар ҳамда муассасалар Ўзбекистон Республикасининг “Ҳуқуқбузарликлар профилактикаси тўғрисида”ги, шунингдек амалдаги бошқа қонунларда белгиланган ваколатлари доирасида амалга оширадилар.

“Ҳуқуқбузарликларнинг профилактикаси тўғрисида”ги қонунда ҳуқуқбузарликлар профилактикаси билан бевосита шуғулланувчи орган ва муассасалар томонидан амалга оширилиши зарур бўлган виктимологик профилактика чора-тадбирлари аниқ белгилаб берилган.

Виктимологик профилактика чора-тадбирлари:

- а) ҳуқуқбузарликдан жабрланиш эҳтимоли мавжуд бўлган;
- б) ғайриижтимоий хулқ-атворли;
- в) ҳуқуқбузарлик содир этишга мойил бўлган;
- г) ҳуқуқбузарлик содир этган шахсларга нисбатан амалга оширилади.

Криминология назариясида ҳуқуқбузарликлар профилактикасини амалга ошириладиган профилактик фаолиятнинг кимга қаратилганлигига кўра иккига: криминологик ва виктимологик профилактика турларига бўлиб ўрганиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Криминологик профилактика - бу жиноятларнинг сабабларини аниқлаш, бартараф этиш ёки унинг криминал хусусиятга эга бўлган таъсирини камайтириш, шу жумладан, жиноий таъқиқларни бузган ёки шундай хатти-ҳаракатни содир этишга мойил бўлган

шахсларга нисбатан тарбиявий профилактик чора тадбирларни қўллаш билан боғлиқ бўлган фаолият ҳисобланади.

Хозирги вақтда амалга оширилаётган профилактика чора-тадбирлари асосан жиноят содир этган шахсларга қаратилган. Чунки, ғайриижтимоий қилмишнинг мотиви, мақсаднинг пайдо бўлиши, ривожланиши ва уларнинг амалга оширишда шахс асосий ролни ўйнайди.

Таъкидлаш жоизки, хозирда кўп ҳолларда муайян жиноятлар туфайли айрим тоифадаги шахслар, шунингдек баъзи касб эгалари, алохидатурдаги меҳнат фаолияти билан шуғулланувчилар жиноят қурбонига ёки жабрланувчисига айланиб қолмоқда. Шу боис эндиликда ўзининг салбий хулқи, турмуш-тарзи ва юриш-туриши билан бирга ижтимоий мавқеи ва жисмоний ҳолати, бажараётган меҳнат фаолияти билан боғлиқ ҳолда жиноят қурбонига айланиши мумкин бўлган шахсларга нисбатан профилактика чора-тадбирларини ишлаб чиқиш ва уларни амалга ошириш долзарб аҳамият касб этмоқда.

“Виктимология” атамаси икки сўздан: лотинча “*victima*” – “жабрланувчи” ва юонча “*logos*” – “билим, таълимот” сўзидан ташкил топган бўлиб, жабрланувчи ҳакидаги таълимот деган маънони англатади.

Криминология доирасида жабрланувчининг турли жиҳатларини комплекс тадқиқ қилиш вазифаси қўйилади, чунки, жабрланувчисиз жиноий қилмиш бўлиши мумкин эмас. Ҳар қандай жиноий қилмиш жабрланувчига муайян (моддий, ижтимоий, жисмоний, руҳий, маънавий, бевосита, билвосита ва ҳ.к.) заарар етказади. Ҳуқуқбузарликлардан ҳар хил обьектлар ёки қонун билан қўриқланадиган ижтимоий аҳамиятга молик манфаатларнинг эгалари жабрланиши мумкин.

Виктимологияда жабрланувчиларни ўрганишда асосан “жиноят қурбони” ва “жиноят жабрланувчиси” деган айнан ўхшаш бўлган тушунчалардан фойдаланилади.

Жиноят содир этишнинг сабаблар занжирида жабрланувчи жиддий роль ўйнайди, деган фикр бугунги қунда пайдо бўлиб қолган эмас, зеро, давлат ва ҳуқуқ назарияси ҳамда тарихи манбаларида бундай ёндашув ўз аксини топган.

Таникли ҳуқуқшунос олимлардан бири бўлган Иеремия Бентам (1748-1832) жиноятчини оғирроқ жазолаш учун жабрланувчига етказилган заарни қоплаш бўйича қонунчиликка тегишли нормаларни киритишни таклиф қилган.

Бироқ фақат, XX асрнинг биринчи ярмидан кейингина жабрланувчининг хулқ-атвори жиноятчиликнинг муҳим омили сифатида тизимли равишда тадқиқ қилина бошланди. Немис олими Ганс фон Гентинг 1948 йил “Жиноятчи ва жабрланувчи” деб номланган катта ва махсус илмий тадқиқотни эълон қиласди. У тадқиқоти давомида жиноят ишларини ўрганиб чиқади ҳамда жиноятни содир этишда жабрланувчи айбор шахсни жиноят содир этишга ундовчи ҳаракатлари ва хусусиятлари мавжудлиги ҳақидаги хulosага келади.

У ўз тадқиқотида асосий эътиборини жиноятнинг юзага келиш омили сифатида жабрланувчига қаратади. Г.Гентинг шунингдек жиноятчиликни заарар етказувчи ва ундан жабрланган шахс ўртасидаги муайян ўзаро муносабатлар сифатида тушуниш гоясини илгари суради. Унинг фикрига кўра, жабрланувчилар тўғрисида тўпланган маълумотларга асосланган ҳолда жиноятчи ва жабрланувчи ўртасидаги муносабатларнинг муайян типларини ажратиш мумкин. Бу муносабатлар эса жиноят билан узвий боғлиқдир. Бу эса содир этилган жиноятни нафақат таҳлил қилишни, балки унинг бўлажак жабрланувчилари ҳақида муайян прогнозлар тузишни ва ҳатто латент (яширин) жиноятчиликнинг ҳолатини аниқлашни тақозо этади.

Юқоридагиларга асосланиб, айтиш мумкинки, виктимология жабрланувчи ҳақидаги таълимот бўлиб, унинг предмети “айбланувчи-жабрланувчи” ўртасидаги боғлиқликни ташкил этувчи муносабатлар хисобланади.

Таъкидлаш жоизки, жиноятчиликнинг сабабларини ўрганишда жабрланувчи ҳақидаги таълимот муҳим роль ўйнайди. Шунингдек, жиноятнинг содир этилишида жабрланувчининг тутган ўрнини илмий жиҳатдан билиш ҳуқуқбузарликлар профилактикаси чора-тадбирларини ишлаб чиқишида катта аҳамиятга эгадир.

Шу сабабли қриминал виктимологияни ўрганишдан кўзланган асосий мақсад, жиноят қурбонининг айрим жиноятларнинг юзага келишида тутган ўрни, аҳамиятини, жиноий вазиятнинг юзага келиши ва ривожланишига қўшган “хиссаси”ни аниқлаш ва тадқиқ этишдир. Бунинг учун жабрланувчининг шахси, унинг жиноят содир этилишидан олдинги ҳулқ-атвори тўғрисида тегишли умумий ахборот йиғилиши зарур. Бунинг учун биринчи навбатда жабрланувчининг шахси тўғрисидаги зарур маълумотлар айниқса, жиноятнинг юзага келишида сабаб бўлувчи ҳулқ-атвори атрофлича ўрганиб чиқилиши лозим хисобланади.

Виктимология - жисмоний ва юридик шахсларни жиноий тажовуз обьектига айлантирувчи, жиноий алоқадорлик тавсифи ва даражасини белгиловчи уларга хос типик хусусиятлар, шунингдек жиноят қурбонларининг мустақил ўз манфаатларини жиноий тажовузлардан ҳимоя қилиш қобилияти ва уни кучайтириш воситалари ҳақидаги таълимотдир.

Жиноят қурбони - жиноий тажовуз қилинган жисмоний ёки юридик шахс. Ушбу криминологик тушунча шунингдек, жиноят қурбони бўлиш эҳтимоли юқори бўлганларни ҳам ўз ичига олади. Бундай тоифадаги шахслар - бу ўзи билан бир хил бошқа ижтимоий субъектларга қараганда унга нисбатан жиноий тажовуз эҳтимоли юқори бўлишини кучайтирувчи хусусиятларга эга бўлган шахс.

Жиноий тажовуз обьектининг жиноий алоқадорлигини кучайтирувчи индивидуал хусусиятлари *виктимлик*, бундай алоқадорликни камайтирувчи қобилиятни эса *виктимликка қарши хусусият* деб эътироф этилади.

Жиноят “курбони” “жабрланувчи” деган тушунчадан анча кенг хисобланади. Криминологияда дастлаб жиноят қурбонини ўрганишда асосий эътибор жиноят содир этишга шароит яратиб берган ёки содир этилишини тақозо қилувчи хусусиятларини аниқлашга эътибор қаратилган.

Виктимлик деганда, шахсга нисбатан жиноий қилмиш содир этилишини тақозо қилувчи ёки осонлаштирувчи хусусиятлар йиғиндиси тушунилади. Бунда виктимлилик шахснинг таваккалчилик, ўйламасдан енгилтаклик билан йўл қўйган ҳафли ҳаракати ёки ҳаракатсизлигидир. Кейинчалик виктимлик сифатида шахснинг нафақат маънавий, руҳий, психологик ҳолати, балки унинг жамиятнинг турли соҳаларидаги ижтимоий мавқеи билан боғлиқ хусусиятлари ҳам ўрганила бошланди. Шахснинг жамиятдаги мавқеи унинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олмаган ҳолда ҳам унга нисбатан у ёки бу турдаги жиноий қилмишлар содир этилишини тақозо қилиши аниқланди. Шу билан бир каторда, жабрланувчининг шахси ва унинг хатти-харакатлари жиноятчиларнинг жиноий қилмишларини амалга оширишга тайёрланишларидан олдин, жиноятни амалга ошириш вақтида ва қайта жиноят содир этишларида ҳам алоҳида ўрин тутади.

Бундан ташқари, жиноят қурбонларини ўрганиш уларга нисбатан содир этилган жиноятларнинг латент бўлиб қолишининг сабабларини аниқлаш имконини ҳам беради. Ҳуқуқбузарликларнинг виктимологик профилактикаси чора-тадбирларнини ишлаб чиқиши

мақсадида ҳуқуқбузарлардан жабрланганларни ўрганиш уларнинг шахси ва хусусиятларни аниқлашни ва ушбу маълумотларни атрофлича таҳлил этишни тақозо этмоқда.

Виктимологик профилактика шахсни жиноий хавфдан огоҳлантиради ва уни ўз хулқатворини ўзгартиришга ундаш орқали унинг жиноят қурбони бўлиш хавфини камайтириш мақсадида амалга оширилади. Профилактика чора-тадбирлари шахсни жиноий хужумдан ҳимояланишга, ўзгаларнинг хатоларидан сабоқ олишга чорлайди, шахс қанчалик криминологик мухитда ўзини ҳимоя қила олса, унинг жабрланувчига айланиш хавфи шунча камаяди.

Ҳуқуқбузарлик содир этганлар ва жабрланувчиларининг хулқи, одоби, аҳлоқи, маълумоти, маънавияти, руҳий ҳолати каби шахсининг хусусиятлари ҳақидаги кўрсаткичлар кўпинча бир-бирига яқин ҳисобланади. Салбий хулқатворли, маълумот даражаси, маънавияти паст, ижтимоий-руҳий ҳолати бузилган одамлар ўз эҳтиёжларини қондириш йўлида жиноят қурбони бўлиш хавфи мавжуд бўлсада, ўз қилмишларини давом эттираверадилар. Табиийки, бундай кишилар турли кўринишдаги ҳуқуқбузарлар, жумладан жиноят содир этиш билан бирга аксарият ҳолларда жабрланувчига ҳам айланиб қоладилар.

Масалан, қасдан одам ўлдириш жиноятлари қурбонларининг 48,9 фоизи, қасдан баданга шикаст етказилганларнинг 50 фоизидан ортиги ва зўрлик ишлатиб номусига тажовуз қилинган аёлларнинг 49 фоизи ўзларининг салбий хулқлари, яъни ҳакоратлаш, туҳмат қилиш, енгилтаклиқ, ичкиликбозлиқ каби қилмишлари билан ўзларига нисбатан жиноий тажовузлар содир этилишига сабаб бўлганлар ёки бундай жиноятлар содир этилишига қулай шарт-шароитлар яратиб берганлар.

Ҳуқуқбузарлиқдан жабрланувчи бўлишга мойил шахс хулқининг салбий йўналиш касб этиши унинг ижтимоий руҳий, психо-физиологик хислатлари муайян ҳаётий вазият билан алоқада бўлгандагина вужудга келади. Шунинг учун виктимология нафақат шахсларнинг виктимлик даражасини, балки виктимоген хусусиятга эга вазиятни ҳам ўрганади. Виктимоген вазият ҳуқуқбузарлиқдан жабрланувчи бўлишга мойил шахснинг муайян хислатлари ва хулқатвори билан боғлиқ равишда юзага келадиган аниқ ҳаётий вазият бўлиб, унда жабрланувчига ҳуқуқбузарлик ёки жиноий йўл билан жисмоний, мулкий ёки маънавий зарар етказилиш учун пайдо бўладиган имконият ҳисобланади.

Ҳуқуқбузарлик ёки жиноят содир этиш ниятининг пайдо бўлиши ва амалга ошишига жабрланувчиларнинг шахсий, психик хислатлари уларнинг хулқига ва ҳуқуқбузар билан ўзаро муносабатларига хос хусусиятлари кўмаклашганлиги сабабли бугунги кунда бундай тоифадаги фуқаролар муайян қисмининг виктимлигини камайтириш профилатиканинг асосий йўналишларидан бири бўлиши керак. Жамиятда ҳуқуқбузарлардан жабрланувчи бўлишга мойил одамлар қанчалик кам бўлса, шунингдек, улардаги виктимлик даражаси паст даражада бўлса, жиноятчиликка қарши кураш фаолиятида самара бериши мумкин.

Жабрланувчилар билан профилактика ишларини олиб бориши давомида уларнинг кўрсатма бериш мобайнида хатога йўл қўймасликлари учун доимо уларнинг жиноят содир этилаётган вақтдаги ҳолати ва жиноятчи шахсини идрок этиш хусусиятларини инобатга олиш жуда муҳим саналади. Улар ҳис қилаётган кўрқув, ғазаб, уят, алам каби ҳиссиётлар идрок этишининг бузилишига шароит яратиб бериши мумкин.

Олимлар томонидан виктимлик бир қанча турларга ажратилади:

- 1) индивидуал виктимлик - муайян шахснинг ижтимоий, биофизиологик ёки руҳий хусусиятларига кўра маълум бир ҳаётий вазиятларда жиноят содир этиши ва маълум миқдорда ўзига зарар етказилиши;
- 2) турдош виктимлик - айрим шахсларнинг бир қатор ҳолатлар таъсирида маълум жиноят турларидан жабрланишга мойиллиги;
- 3) гурухий виктимлик - ўхшаш ижтимоий демографик, психологик, биофизик ва бошқа хислатларга эга бўлган одамларнинг муайян тоифаларига хос бўлган жиноятлардан жабрланиш қобилияти;
- 4) оммавий виктимлик - аҳоли маълум бир қисмининг ўзларининг субъектив хусусиятлари туфайли объектив тарзда жиноятлардан жабрланиши.

Хулоса қиласидан бўлсақ, юқорида кўрсатилган виктимлик ҳолатларида асосий омиллардан бири сифатида жабрланувчининг муайян хусусиятлари кўрсатиб ўтилган. Таъкидлаш жоизки, шахснинг виктим ҳолатга тушиб қолишига нафақат ўзининг субъектив хусусиятлари балки, бошқа омиллар ҳам таъсир этади, яъни, шахс ўзининг шахсий хусусиятлари билан бир қаторда уларнинг бошқа омиллар билан уйғунлашуви натижасида ҳам жиноятлардан жабрланиши мумкин.

Манба ва адабиётлар

1. Исмаилов И., Абдурасурова Қ.Р., Фазилов И.Ю. Криминология. Умумий қисм. Дарслик. –Академия.Т.: 2014. – Б.179-180
2. Франк Л.В. Некоторые теоретические вопросы становления советской виктимологии // Потерпевший от преступления. Владивосток, 1974. С.15;
3. Исмаилов И., Абдурасурова Қ.Р., Фазилов И.Ю. Криминология. Умумий қисм. Дарслик. – Академия.Т.: 2014. –Б.179-180.
4. Полубинский В.И. Правовые основы криминальной виктимологии // Журнал российского права.2001. №4.;
5. Исмаилов И., Абдурасурова Қ.Р., Фазилов И.Ю. Криминология. Умумий қисм. Дарслик. –Академия.Т.: 2014. –Б.179-180
6. Парфиев Ё.А. ва бошқ.Хукуқбузарликлар профилактикаси фаолияти психологияси. Дарслик. –Академия.Т.: 2015. –Б.341-342
7. Исмаилов И., Абдурасурова Қ.Р., Фазилов И.Ю. Криминология. Умумий қисм. Дарслик. –Академия.Т.: 2014. –Б.179-180
8. Щербакова Л.Ю. Виктимологический аспект преступности: современная теория и практика. Автореф.дисс. канд.юрид. наук. – СПб. 2005 – С.163
9. Мухторов Ж.С. Актуальность виктимологическая профилактика провонарушений в условиях Узбекистана // вестник Академия МВД РУз, 2015, №3. -С.45-49;
10. Ниёзова С.С. Жиноят ва виктимологик таҳлил.// Хукуқ ва бурч журнали, 2015. №25.-Б.14-16;
11. Хаткова Ф.Х. Виктимологические аспекты женской преступности. Автореф. дисс...канд.юрид. наук, -М:. 2004. С.186
12. Гиясов Ш.К. Ҳаётга қарши жиноятларни очиш фаолиятида қотиллик атамасидан фойдаланиш ва уни тавсифлаш масаласига доир айрим муроҳазалар//Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академиясининг Ахборотномаси, 2015, №2.-Б.48-52;
13. Парфиев Ё.А. ва бошқ.Хукуқбузарликлар профилактикаси фаолияти психологияси. Дарслик. –Академия.Т.: 2015. –Б.348
14. Надтоқа С.В. Виктимологические аспекты профилактики насильтвенных преступлений. Автореф. Д исс. канд.юрид. наук. 1999. – С.207
15. Исмаилов И., Абдурасурова Қ.Р., Фазилов И.Ю. Криминология. Ўкув кўлланма. –Тошкент: Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси, 2014

БИОМЕДИЦИНА ВА АМАЛИЁТ СОҲАСИДАГИ ИЛМИЙ ИЗЛАНИШЛАР

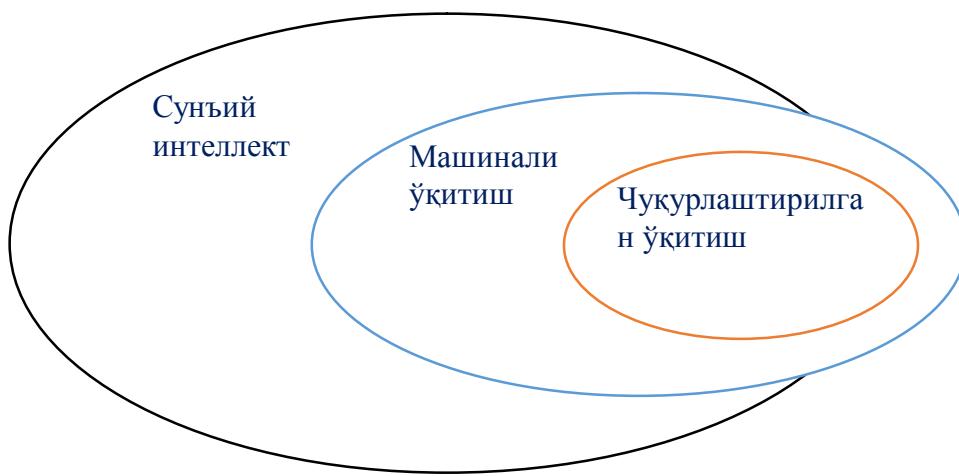
МИОКАРД ИНФАРКТНИ АНИҚЛАШ УЧУН CNN АРХИТЕКТУРАСИ

Насимов Рашид

Мухаммад ал-Хоразмий номидаги
Тошкент ахборот технологиялари университети
катта ўқитувчиси,

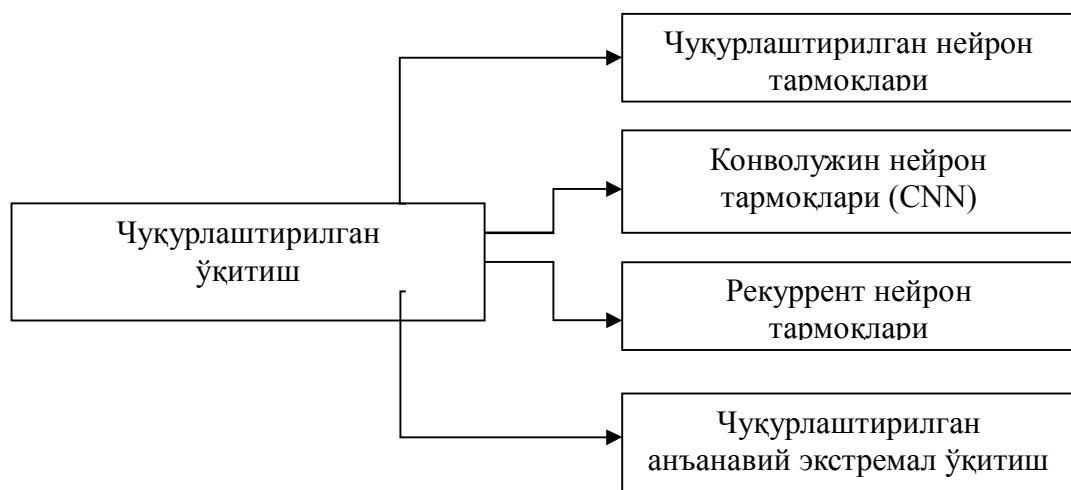
Гадойбоева Нигора (ТАТУ талабаси),
Абдуқодиров Шукрулло (ТАТУ талабаси)

Сўнгги 20 йилликдан бошлаб инсон ва шифокор ўртасидаги нисбат кескин фарқ қила бошлаганидан ва шифокорларнинг вазифалари ортгандан кейин, уларнинг фаолиятида тезкор қарор қабул қилишга кўмаклашувчи, шифохонадан ташқарида инсонларнинг саломатлигини мониторинг қилувчи ва салбий ҳолатлар юзага келганда ўз вақтида шифокорларни огохлантирувчи турли платформаларга мўлжалланган иловаларни ишлаб чиқиши устида қизғин илмий изланишлар олиб борилмоқда. Ушбу ишлаб чиқарилаётган иловалар оддий қилиб сунъий интеллект иловалари дейилади.



1-расм. Сунъий интеллект архитектураси

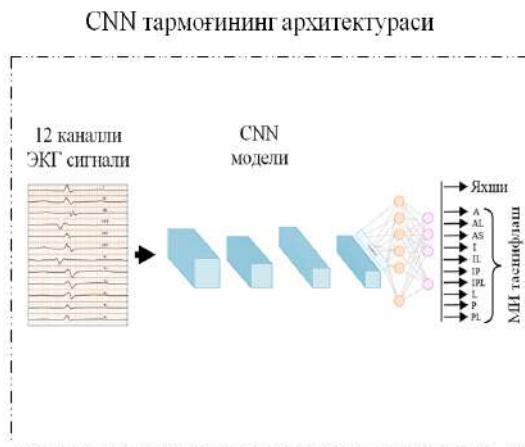
Тиббиётда узоқ йиллар давомида ЭКГ тасвирларидағи P, Q, R, S, T ва U тўлқинларининг ўзгаришларига боғлиқ равишда юрак-қон томир касалликлари аниқланади. Тиббиёт мутахассисларининг узоқ йиллик тўплаган билим, тажриба ва кўникмаларини сунъий интеллект (artificial intelligence, AI) алгоритмларидан фойдаланиб компьютерда иммитация қилиши мкониятлари ишлаб чиқилмоқда.



2-расм. Чуқурлаштирилган ўқитишга асосланган тармоқнинг таснифи

Охирги йилларда ЭКГ тасвиirlаридаги белги-аломатларни таснифлаш жараёнлари учун қарор қабул қилиш дарахти, ҷизикили дискриминантлар, SVM ва CNN каби усуллардан фойдаланиб келинмоқда. CNN тармоғининг афзал томони шундаки, бу тармоқ бошқа тармоқлардан фарки ЭКГ тасвиirlарини таснивлаш ва автоматик аниқлаш даражаси 100% етиши мумкин ва шу бабли CNNга бўлган қизиқиши юқори.

Умуман олган CNN тармоғи нейрон тармоғининг бир тури бўлиб, фақатгина конволужин қатлами билан фарқ қиласди. Конволужин қатлами CNN тармоғининг ядроси ҳисобланади. Бу қатламларда фильтрлар узи эгаллаган соҳадаги пикселлар билан кўпайтирилади ва барча кўпайтмалар қўшилади. Натижада битта сон ҳосил бўлади. Сўнг фильтр бутун юза бўйлаб силжитилади. Фильтрлашдан сўнг ҳосил бўлган юза хусусиятларининг ҳаритаси киришдаги юздан кичик бўлади. Шу тарзда тармоқда ишланиши керак бўлган пикселлар сони қадамма қадам камайтириб борилади, 3-расм.



3-расм. CNN архитектураси

Натижада, умумий параметрлар сони одатдаги тармоқларнидан анча кам бўлади ва мос ҳолда тармоқнинг ишланиши хам ошади. Қатламлар сонининг ошириб бориш билан тармоқнинг иш кобилияти яхшиланади ва шу сабабли ҳам CNN тармоқлари учун “чукурроқ ўқитиш” ибораси ишлатилади.

Тармоқни ўқитишда йўқолишларни олдини олиш учун **padding**, ночилик хусусиятларини оширишда **ReLU**, оверфиттингни назорат қилиш ва параметрларининг микдорини камайтириш учун сиқиш (**pooling**) ва шунингдек **dropout**, **Batch Normalization**, тўлиқ ўзаро боғланган қатлам, **softmax** ва таснифлаш каби бир канча қатламлардан фойдаланилади.

Миокард инфарктининг белги ва аломатларига қараб аниқлаб олиш жараёни CNN тармоқларида икки хил ҳолатга кўра: ЭКГ тасвирларида ST кўтирилишга асосан микорад инфаркти (STEM) ва ST кўтирилишга асосланмаган микорад инфаркти (NSTEMI). Компьютерда ушбу жараённи иммитация қилиш жуда мураккаб ҳисобланади, сабаби инсонларнинг юрак уришининг тўлқин шакли бир-бириникига ўхшамаганлиги ва МИ бошқа юрак-қон томир касалликлари билан ўхшаб кетиши ёки яширин шаклда намоён бўлишидир.

ОПТИМИЗАЦИЯ МЕДИКАМЕНТОЗНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ У БОЛЬНЫХ ПРИ ЭКСТРАКЦИИ КАТАРАКТЫ

Ахраров Абдусамад Ахрарович

(доцент кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии)

Эрматов Шухрат Гуломович

(студент магистратуры кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии).

Введение. Операции по поводу катаракты являются наиболее распространенным видом операционного вмешательства в офтальмологической практике. Инфекционно-воспалительные осложнения являются до сих пор одной из самых актуальных проблем хирургии катаракты, в связи с чем разработка адекватных мер их профилактики является одной из актуальных проблем офтальмологии.

Цель. Оптимизация схемы медикаментозного сопровождения у больных после факоэмульсификации катаракты.

Материалы и методы. Исследование включало динамическое наблюдение 60 больных (60 глаз) с возрастной катарактой, которые перенесли ультразвуковую факоэмульсификацию катаракты с имплантацией гибкой интраокулярной линзы и получавших послеоперационную противовоспалительную терапию. В процессе исследования больные в качестве медикаментозного сопровождения получали комбинированный препарат дексафлокс-МФ (производства ООО «Aseptica», Узбекистан) по 2 капли 5 раз в сутки. В зависимости от схемы лечения больные были разделены на 2 группы: основная группа 30 пациентов (30 глаз) – начали получать инстиляции за 3 сутки до проведения оперативного вмешательства; контрольная группа 30 пациентов (30 глаз) – начали получать инстиляции на первые сутки после проведения оперативного вмешательства.

Динамическое наблюдение продолжалось в течении 7 дней после операции, основным критерием наблюдения считалась оценка интенсивности воспалительного процесса в баллах по Майчуку.

Результаты. Обследование на 1й день после операции показало, что индекс тяжести воспаления в среднем у больных основной группы составлял $6,4 \pm 1,2$ баллов, тогда как у пациентов контрольной группы он был равен $10,6 \pm 1,4$. Осмотр на 3-й день лечения показал, что показатели индекса тяжести воспаления были равны $5,4 \pm 0,5$ и $7,6 \pm 0,7$ баллов соответственно. Контрольной осмотр на 7й день лечения показал, что у больных основной группы показатель составил $1,3 \pm 0,1$ баллов, а у пациентов контрольной группы он был равен $2,8 \pm 0,4$ баллов.

Вывод. Раннее начало инстиляций комбинированных препаратов для профилактики инфекционно-воспалительных осложнений достоверно снижает сроки снижение интенсивности воспалительного процесса у больных после факоэмульсификации катаракты.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ДИАГНОСТИКИ И ЛЕЧЕНИЯ БОЛЬНЫХ ГЕРПЕС-ВИРУСНЫМИ ИНФЕКЦИЯМИ

Элбобоев Б.А., Лапасов О.А.
Ташкентская Медицинская Академия

Герпес-вирусные инфекции (ГВИ) относятся к наиболее распространенным вирусным болезням человека [1]. Частота их выявления в последние годы значительно возросла, что обусловлено как улучшением методов диагностики этих заболеваний, так и истинным увеличением количества инфицированных вследствие действия различных экзо- и эндогенных факторов. Около 90% населения во всех странах мира инфицировано одним или несколькими серовариантами вирусов герпеса [1, 2]. В отношении герпес-вирусных инфекций справедливо образное выражение: «Инфицирован однажды, инфицирован навсегда»; их проявления могут варьировать от бессимптомной пожизненной латенции до лимфопролиферативных заболеваний.

Герпес-вирусы ответственны за значительную часть инфекционной патологии человека, характеризуются многообразием клинических форм и путей передачи, способны повреждать практически все органы и системы человеческого организма. Это привело к пересмотрю отношения к герпес-вирусам как к исключительно «латентным» и заставило признать их этиологическую роль в развитии многих острых и хронических заболеваний: внутриутробных инфекций, поражения нервной системы, урогенитального тракта и др. [3, 4].

Многие люди, страдающие этими заболеваниями, нуждаются в медицинской и социальной помощи на протяжении всей жизни. В связи с этим герпес-вирусные инфекции стали одной из ведущих медико-социальных проблем на западе еще 25 лет назад и в настоящее время приобретают общегосударственный характер в нашей стране [5, 6].

Известны 8 типов герпес-вирусов, патогенных для человека. Сходство или отличие их друг от друга определяется характером нуклеотидных последовательностей ДНК. На основе биологических свойств вирусов сформированы 3 подсемейства: ВПГ-1, ВПГ-2, ВПГ-3

Подсемейство ВПГ-1 характеризуется коротким циклом репродукции с цитопатическим эффектом в клетках инфицированных культур. Вирусы быстро распространяются в клетках, преимущественно в нейронах, вызывая разрушение пораженных клеток. ВПГ-2 приводят к менее интенсивным изменениям в клеточных культурах, способствуют увеличению пораженных клеток (цитомегалия), имеют более длительный репродуктивный цикл. ВПГ-3 характеризуются тропизмом к В и Т-лимфоцитам, могут вызывать лимфопролиферативные заболевания.

Полиморфизм клинической симптоматики при герпес-вирусных инфекциях, их этиологии в каждом конкретном случае должны быть установлены с помощью лабораторных методов [6, 7]. Лабораторная диагностика включает комплекс исследований — выявление специфического иммунного ответа (выделение антител), определение вирусных ДНК и вирусных белков (антигенов) [7].

Серологические тесты на наличие антител не могут служить единственным и надежным критерием в постановке клинического диагноза. Необходимо помнить, что у 80-90% обследованных клинически здоровых лиц выявляются специфические антитела к герпес-вирусам, которые не обеспечивают санацию организма от вирусов и не предупреждают рецидива заболевания [3, 8].

Селективное определение специфических антител класса М и С не позволяет с полной уверенностью дифференцировать острую инфекцию и реактивацию хронической, поэтому определение вирусных антигенов и ДНК становится важным тестом для диагностики этих заболеваний [8, 9].

В настоящее время разработаны методы количественного определения вирусной ДНК в

тестируемом образце. На основании полученных данных можно оценить форму инфекционного процесса. Так, если количество ДНК превышает 1000 копий геном-эквивалента (г/э) на 10 лейкоцитов периферической крови, это может свидетельствовать о развитии генерализованной инфекции.

В связи со сложностью дифференциальной диагностики состояния «инфицированности» и состояния «болезни» следует проводить диагностический поиск по следующему алгоритму:

1-й этап: определение специфических антител класса M и C методом ИФА, определение ДНК методом ПЦР (кровь, ликвор, секреты слизистых).

2-й этап: определение вышеуказанных антител в динамике через 2-3 нед (появление во второй сыворотке 1дM или нарастание 1 С в 4 раза и более является показателем острой герпес-вирусной инфекции).

3-й этап: определение ДНК методом ПЦР для установления прогноза болезни и эффективности лечения (уровень специфических антител не отражает степень виреемии).

Своевременная диагностика герпес-вирусных заболеваний позволяет не только установить этиологию инфекционного процесса, но и назначить адекватную противовирусную терапию. Однако сроки проведения вирусологического обследования нередко делают их бессмысленными при острых и ургентных ситуациях. Промедление в назначении специфической противовирусной терапии ведет к увеличению «безвозвратных неврологических потерь» и частоты летального исхода. В таких случаях на практике врачи ограничиваются клиническим диагнозом, назначая противовирусную терапию, и в этом они совершенно правы [5].

Создание специфической противогерпетической химиотерапии было непростой задачей. Эти препараты должны были обладать рядом трудносовместимых свойств: высокой биодоступностью, специфичностью противовирусного действия, отсутствием канцерогенности, способностью взаимодействовать только с внутриклеточными мишениями (вирионами) и не повреждать здоровые клетки организма при отсутствии или минимальной токсичности [5, 10].

Активный поиск препаратов специфического действия привел к обнаружению антигерпетической активности группы аналогов нуклеозидов (все ДНК построены из комбинации и повторов нуклеозидов). Первыми из них в 1950-1960-е гг. были йоддезоксиуридин, цитарбин, видарабин, рибавирин, которые в настоящее время не нашли широкого применения в клинической практике [11, 12]. В середине 70-х годов британской компанией был создан специфический противогерпетический аналог нуклеозида ацикловир — 9|(2-гидрокси-этокси)-метил|-гуанин, который буквально произвел революцию в противовирусной терапии.

Механизм его действия уникален и связан с последовательным селективным фосфорилированием, катализатором которого служит вирускодируемая тимидинкиназа. Использована разница между ферментами, кодированными в вирусной частице, и ферментами клетки человека. В инфицированных герпес-вирусом клетках происходит фосфорилирование ацикловира. Под влиянием вирусной тимидинкиназы он превращается в монофосфат, который с помощью клеточных ферментов преобразуется в ди- и трифосфат. После фосфорилирования препарат накапливается только в клетках, пораженных вирусом, так как фосфорилированная форма ацикловира не проникает через клеточную мембрану. Вирусная ДНК-полимераза включает фосфорилированный ацикловир в ДНК вируса и тем самым прерывает синтез ДНК вируса. Важно, что ДНК-полимераза неинфицированных клеток «не видит» ацикловир. Из этого следуют два основных преимущества препарата: высокая избирательная активность в пораженных клетках организма и низкая токсичность для клеток человека [10].

Специфичность действия ацикловира основывается на том, что его могут использовать только ферменты герпес-вирусов. Чрезвычайно важным оказалось то, что этот механизм

действия препарата не зависит от стадии заболевания, что делает препарат универсальным и для профилактического и для лечебного применения.

В сравнении с другими противовирусными препаратами ацикловир во много раз эффективнее. Это видно из следующих результатов, полученных на модели простого герпеса в культуре ткани.

Чувствительность различных видов герпеса к ацикловиру не одинакова. Его противовирусная активность в порядке убывания выглядит таким образом: вирусы простого герпеса, вирус герпеса зостер, вирус Эпштейна-Барр, цитомегаловирус. Эффективность препарата в отношении каждого вириуса определяется способностью к каталитическому превращению в инфицированных клетках в монофосфатную форму под действием вирусных тимидинкиназ и способностью трифосфатных форм препаратов ингибировать вирусную ДНК-полимеразу [10, 12].

Лечебная и профилактическая эффективность химиотерапии ацикловиром при ВПГ-инфекциях составляет 75-90%, ветряной оспе, опоясывающем герпесе — 60-80%, ЦМВ-инфекциях — 30-70%. ЦМВ, не синтезирующий собственной тимидинкиназы, оказался малочувствительным к ацикловиру, для его подавления требуются более высокие дозы препарата [4, 5].

Несмотря на интенсивный скрининг, проводимый во всем мире, количество противогерпетических препаратов до настоящего времени крайне ограничено, что связано с особенностями паразитизма вирусов, поражающих геном клетки. Ацикловир и его аналоги (валацикловир, фамцикловир, ганцикловир) остаются ведущими в лечении герпес-вирусных инфекций [12, 13].

Областная детская инфекционная клиническая больница г. Харькова располагает опытом лечения герпес-вирусных инфекций у детей с использованием специфической противовирусной терапии. Назначая противовирусные препараты, мы всегда искали новые, снижающие себестоимость лечения без ущерба для его качества подходы к терапии герпес-вирусных инфекций.

В последнее время мы стали широко использовать гевиран, действующее начало его — ацикловир, который по своей эффективности не уступает другим противовирусным препаратам этой группы, а по фармакоэкономической доступности выгодно от них отличается [14].

Гевиран использовали у детей старше 2 лет при различных формах герпетической инфекции: ветряной оспе, ветряночном энцефалите, опоясывающем герпесе, герпетическом стоматите и герпетических энцефалитах. При ветряной оспе препарат назначали детям в дозе 20 мг/кг массы тела 4 раза в сутки в течение 5 дней. Это способствовало более быстрой нормализации температуры тела и регрессу клинической симптоматики.

Больным с герпетическим энцефалитом гевиран назначался в качестве препарата ступенчатой терапии, которая предусматривала двухэтапное применение противовирусных препаратов с переходом в возможно более короткие сроки от парентерального на пероральный путь введения с учетом клинического состояния больного. Больные составили две группы. В первой из них (10 детей в возрасте от 3 до 12 лет) лечение проводилось виролексом — 10 мг/кг массы 3 раза в сутки внутривенно капельно в течение 7-10 дней; во второй группе (14 детей в возрасте от 3 до 13 лет) проводилась ступенчатая терапия: виролекс внутривенно капельно в той же дозе в течение 3-5 дней с последующим переходом на гевиран в дозе 20 мг/кг массы 4 раза в сутки внутрь в течение 5-7 дней. Средняя продолжительность лечения в стационаре у больных первой группы составила $25\pm0,9$ дня, второй — $23\pm1,3$ дня. Летальности и инвалидности в обеих группах больных не было.

Несмотря на почти одинаковую продолжительность пребывания детей в стационаре, фармакоэкономический эффект был более выражен при ступенчатой терапии с использованием гевирана.

Это позволило сделать вывод, что методика ступенчатой терапии с использованием

гевирана является клинически обоснованной и экономически выгодной. Препарат в таблетированной форме, выпускаемый по 200, 400 и 800 мг, удобен для применения у детей различных возрастных групп.

Сегодня лечащий врач свободен в выборе противогерпетических препаратов. Однако плохая осведомленность врачей различных специальностей в отношении этой проблемы приводит к диагностическим ошибкам и неадекватным методам лечения. Наиболее распространенные ошибки: поздно начатая специфическая противовирусная терапия, уменьшение дозы назначенного препарата в процессе лечения; сокращение продолжительности курса лечения; необоснованное применение таких препаратов, как интерфероны и иммуномодуляторы. Последние необходимо назначать с определенной осторожностью, чтобы не навредить больному, особенно ребенку. Так, иммуномодуляторы рекомендуют назначать в пролиферативную фазу иммунного ответа, не раньше 21-го дня при остром и 14-го дня при рецидивирующем процессе [5]. Поэтому антигерпетики остаются ведущими препаратами в лечении герпес-вирусных инфекций, что подтверждается многочисленными литературными исследованиями и нашими собственными клиническими наблюдениями [5, 10]. Одним из таких препаратов является гевиран.

Результаты наших наблюдений позволяют сделать вывод, что, во-первых, гевиран необходимо использовать в качестве этиотропной монотерапии при герпес-вирусных заболеваниях — ветряной оспе, опоясывающем герпесе, лабиальном герпесе, герпетическом стоматите, а во-вторых, рекомендовать в качестве препарата ступенчатой терапии при герпес-вирусных энцефалитах.

Литература

1. Гранатов В.М. герпес-вирусная инфекция.— М.; Н. Нов-город: Мед. книга, 2001.— 88 с.
2. Неизвестная инфекция: герпес. Патогенез, диагностика, лечение / ф.И. Абразова, С.М. безух, К.К. борисенко и др. // Смоленск: фармаграфикс, 1997.— 216 с.
3. Соколова Л.И., Кругляк А.Л.Клинико-диагностические аспекты герпетических поражений нервной системы // Доктор.— 2003.— № 1.— С. 58–61.
4. Матвеев В.А., Жаворонок С.В.Цитомегаловирусная ин-фекция у детей // здравоохр. беларуси.— 1998.— № 3.— С. 28–31.
5. Хахалин Л.Н. герпес-вирусные инфекции в амбула-торной практике // consilium medicum.— 2000.—т. 2, № 2.— С. 1–9.
6. Диагностика герпес-вирусных инфекций человека: Ме-морандум совещания ВОз// бюл. ВОз.— 1991.— № 3.— С. 11–18.
7. Прилуцький О.С.Сучасні методи діагностики цитомегаловірусної інфекції // Проблеми епідеміології, діагнос-тики, клініки, лікування та профілактики інфекційних хвороб: зб. наук. праць.— К., 2002.— С. 278–281.
8. anticytomegalovirus (anti-cMV) immunoglobulin gavidity in identification of pregnant women at risk of transmitting congenital cMV infection /t. lazzarotto, p. spezzacatena, s. Varani et al. // clin. diagn. lab. immunol.— 1999.—Vol. 6, № 1.— р. 127–129.
9. cytomegalovirus: comparative study of diagnostic techniques / V. yagie, I. cour, a. Kanaan et al. // Inform. Infect. Microbiol. clin.— 1998.— Vol. 16, № 4.— р. 163–168.
10. Ершов Ф.И.Этиотропная терапия наиболее распространенных вирусных инфекций // Вестн. Рос. акад. мед. наук.— 2001.— № 11.— С. 34–39.
11. Чешник С.Г., Мартынов К.А., Штыкунова Е.В. лечение цитомегаловирусной инфекции //Мед.-фарм. вестн.— 1996.— № 7–8.— С. 18–23.
12. Средства терапии и профилактики герпес-вирусных инфекций / л.А. Панченко, И.Ю. Кучма, В.В. грабарь и др. // Справочник для врачей.— Харьков: Оригинал, 1999.— 89 с.
13. Марков И.С. Клинический опыт применения цимевена (ганцикловира) для лечения цитомегаловирусной инфекции у иммунокомпетентных пациентов // здоровье женщины.— 2001.— № 2.— С. 47–56.
14. Досвід використання етиотропної терапії у лікуванні хворих на hsV1/2 / В.В. Чоп'як, Н.г. горовенко, С.В. Подольська тайн. // Імунол. та алергол.— 2004.— № 4.— С. 1–4

ОПЕРАЦИЯДАН КЕЙИНГИ ДАВРДА ИНФУЛГАН (ПАРАЦЕТАМОЛ) НИНГ ОҒРИҚ ҚОЛДИРИШДА ХАВФСИЗЛИГИ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ

Эшпулатов Шарифжон Абдунашибич

ТТА Анестезиология ва реаниматология кафедраси магистранти

Газиев Зоир Тоирович

ТТА Анестезиология ва реаниматология кафедраси т.ф.н., доценти

Муаммонинг долзарблиги: Замонавий тиббиёт ривожланишига қарамай, интенсив даволашда муаммолардан бири операциядан кейинги даврда оғриқнинг етарли даражада бартараф этилмаслиги бўлиб колмокда. Кўп bemорлар (80-90%) операциядан кейинги биринчи 2 ҳафталикда енгил оғриқдан чидаб бўлмас даражадаги оғриқкача бўлган жараённи бошдан кечиради.

Максад: Лапароскопик холецистэктомиядан кейинги даврда инфулган (парацетамол)нинг оғриқ қолдиришда самарадорлиги ва хавфсизлигини ўрганиш ва баҳолаш.

Материал ва усуллар: Тадқикод учун 32 та сурункали тошли холецистит билан тотал вена ичи анестезияси (бошқарилувчи сунъий ўпка вентиляцияси фонида) заминида лапароскопик холецистэтомия амалиёти утказилган bemорлар танлаб олинди. Барча bemорлар 2 гурухга бўлинди. 1-гурух (n=16) bemорларига операция тугашидан 20 дақика олдин ва операциядан 6 соат ўтгач 1гр дозада Инфулган („Юрия фарм” ,Украина) вена ичига 10 дақика давомида юборилди. 2-гурух (n=16) bemорларига эса наркотик анальгетиклардан тримеперидин (промедол) 2 %-1 мл мушак орасига 2 маҳал килинди.I-гурухдаги bemорлар 32 ёшдан 65 ёшгacha (n=16) бўлиб, уларнинг 63% ини (n=10) аёллар, 37% ини (n=6) эркаклар ташкил қилди.II-гурухдаги bemорлар 35 ёшдан 65 ёшгacha (n=16)бўлиб,уларнинг 69% ини (n=11) аёллар,31% ини (n=5) эркаклар ташкил қилди.Беморларнинг жисмоний ҳолати ва аниқланган хамроҳ касалликлари бўйича оғирлигини ҳисобга олиб, ASA бўйича I,II даражани ташкил қилди. Беморларни хамроҳ касаллиги йўқлари иккала гуруҳда 46,8% ни, юрак ишемик касаллиги 25%, гипертония касаллиги 18,75%,сурункали веноз етишмовчилик 0,09% билан касалланганлар ташкил қилди. Парацемолнинг метаболизмини ҳисобга олиб, жигар ва буйрак етишмовчилиги билан касалланган bemорлар текширув учун олинмади.Операциядан кейинги даврда анальгезия самарадорлигини субъектив баҳолашда визуал аналоги шкала (ВАШ) ва юзда оғриқни баҳолаш шкалаларидан (ЮОБШ) фойдаланилди. Текширув II босқичда: I-операциядан кейин тўлиқ ўзига келгандан сўнг ва II-операциядан 1 сутка ўтгандан кейин ўтказилди. Инфулган (парацетамол) хавфсизлигини баҳолаш мақсадида жигар шикастланишини кўрсатувчи ферментлар- АлТ, АсТ, биллирубиннинг қондаги миқдорининг ўзгариши динамикада : I-операциядан олдин, II-операциядан кейинги 2-суткада текширилди.

Текширув натижалари: I-гурухда операциядан кейин оғриқни ВАШ билан жароҳат соҳасидан 10 см гача бўлган масофани пайпаслаган ҳолда баҳоланди, bemor тўлиқ ўзига келгандан кейинги ўртача оғриқ $2,8 \pm 0,2$ балл, 1 суткадан кейин $0,9 \pm 0,1$ баллни ташкил қилди. Юздаги оғриқ шкаласи (ЮОБШ) бўйича операциядан тўлиқ ўзига келгандан кейин $3,1 \pm 0,52$ балл, 1 суткадан кейин $0,8 \pm 0,1$ баллда баҳоланди. II-гурухда ўзига тўлиқ келгандан сўнг ВАШ бўйича $3,8 \pm 0,21$ балл, 1 суткадан сўнг $1,5 \pm 0,2$ баллда баҳоланди. ЮОБШ бўйича ўзига тўлиқ келгандан сўнг $3,7 \pm 0,2$ балл, 1 суткадан кейин $1,4 \pm 0,3$ баллни ташкил

қилди. Операциядан кейинги анальгезиянинг давомийлик вакти инфулган (парацетамол) да $6,1 \pm 0,2$ соат, промедолда $5,3 \pm 0,3$ ташкил қилди.

Жигар шикастланишини кўрсатувчи ферментлар- АлТ, АсТ, биллирубиннинг қондаги миқдорининг ўзгариши қуйидаги 1-жадвалда келтирилган:

1-жадвал				
Гурухлар	n=1		n=2	
Ферментлар	Операция дан олдин	Операция дан 1 сутка кейин	Операция дан олдин	Операция дан 1 сутка кейин
АлАТ (ед/л)	$43,1 \pm 1,6$	$42,6 \pm 1,2$	$42,5 \pm 1,2$	$41,6 \pm 1,1$
АсАТ (ед/л)	$33,2 \pm 1,5$	$32,6 \pm 1,1$	$32,3 \pm 1,4$	$31,4 \pm 1,3$
Биллирубин (мкмоль/л)	$19,8 \pm 1,9$	$19,2 \pm 1,3$	$18,8 \pm 1,8$	$18,3 \pm 1,3$

Ишончлилик ва Стъюдент мезонлари бўйича ҳисобланганда $p < 0,05$ ни ташкил қилди.

Хуноса: 1. Операциядан кейинги даврда анальгезия мақсадида парацетамолнинг кўлланилиши юқори самарали ва хавфсизdir. Бунинг натижасида наркотик анальгетикларга эҳтиёж аҳамиятли даражада камайди, улар билан боғлик бўлган ножӯя таъсирлар олди олинди.

2. Парацетамолнинг гепатотоксик хусусияти терапевтик дозаларда жуда кам ($1/2500$), лекин антигистаминалар, глюокартикоидлар, фенобарбитал, рифампицин билан биргаликда кўлланганда ва сурункали алькогол истемол қиласиган беморларда гепатотоксик хусусияти кўп учраши мумкин.

“ESTIMATING THE CLINIC LABORATORY EFFECTIVENESS OF PHOTODYNAMIC THERAPY IN COMPLEX HEALING OF EYE INJURY DISEASES”

Nazirova S.X.

associate professor of ophthalmology
department of Tashkent Medical Academy

Khodjayeva.Z.A.

master's degree student of ophthalmology
department of Tashkent Medical Academy

Importance. Nowadays among eye burns with different etiology occur in noticeable level. According to information in literatures eye burns form 6,1-38,4% of all eye illnesses.

Purpose: Assessing the clinic laboratory effectiveness of photodynamic therapy in complex healing of eye burn diseases.

Test materials: In order to assessing the clinic laboratory effectiveness of photodynamic therapy in complex healing of eye burn diseases 30 patients(eyes) were taken. Patients had first- and second-degree eye burns. Patients are divided into 2 groups: main (1) group and supervision (2) group. There were 15 patients (30 eyes) in main group and 15 patients (30 eyes) in supervision group. With all patients were general ophthalmologic observations held. Traditional treating methods were applied to supervision group patients. To main group patients additionally photodynamic therapy was applied: 1% *aqueous solution* of methylene is dripped with 300mJ Tension (wave length is 630 nm) pulsing photodynamic radiation is applied once a day during 5 days.

Result: The held course of treatment showed: all main group patients since the 3rd day of treatment had reduced pericorneal injection, pain, tears. Since the 4th-5th day of treatment it is observed that eye watering had stopped completely, pericorneal injection declined. Cornea of 13 patients (87%) formed completely on 6th day, ones of 2 patients (13%) – on 9-10th days. We observed,that all main group patients since the 5th day of treatment had reduced pericorneal injection, pain, tears, eye watering stopped completely and pericorneal injection declined since the 5-6th day of treatment. Cornea of 12 patients (80%) formed completely on 9th day, ones of 3 patients (13%) – on 10th day.

Conclusion: The clinic laboratory effectiveness of photodynamic therapy in complex healing of eye burn diseases is on the high level, pain and pericorneal injection, eye watering decreases quickly, the regeneration of cornea occurs faster, the course of treating end within fewer days.

ВЛИЯНИЯ КОНТАКТНЫХ ЛИНЗ НА ТОПОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОГОВИЦЫ И ЕЕ ОПТИЧЕСКИЕ АБЕРРАЦИИ

Жуманиязов Шахруз
ТМА, кафедра офтальмологии, студент магистратура III- курс

Введение. В настоящее время процесс адаптации к контактным линзам изучен частично. Благодаря конструктивным характеристикам дизайна линзы под ней в слезном слое возникают гидродинамические взаимодействия, формирующие определенный профиль эпителия роговицы. В то же время чрезмерные активные изменения рельефа роговицы и, в первую очередь, истончение эпителия в центре, может приводить к нарушению его целостности и возникновению вследствие этого изменений ее топографических свойств и как следствие оптических aberrаций.

Цель. Изучить влияние жестких и контактных линз на топографические характеристики роговицы и ее оптические aberrации.

Материалы и методы. Исследование включало 60 человек (120 глаз) со сложным миопическим астигматизмом, которые носили разные виды контактных линз. Возраст пациентов составлял от 18 до 38 лет. Они были разделены на 2 группы: основная группа 1 включала 30 больных, которые носили жесткие контактные линзы (ЖКЛ); основная группа 2 включала 30 больных, которые носили мягкие контактные линзы (МКЛ). В качестве группы контроля были обследованы 20 больных со сложным миопическим астигматизмом, которые носили очки. Для исследования топографии роговицы был использован компьютерный топограф СТ - 1000, фирмы «Shin - Nippon» (Япония). Объективная aberrометрия и авторефрактометрия проводились с помощью OPD Scan фирмы Nidek (Япония).

Результаты. Контрольный осмотр через 6 месяцев ношения линз показал, что средняя величина отклонений радиусов кривизны роговицы от исходного значения после 6 месяцев ношения (ЖКЛ) составила $0,182 \pm 0,078$ мм. Отмечалось статистически значимое ($P < 0,05$) снижение общих aberrаций с ЖКЛ на 60,8 % и астигматических на 52,2%. Наблюдалась тенденция к увеличению aberrаций высокого порядка на 18,6 %. Уровень сферических aberrаций повысился - на 18,2 %.

Осмотр больных основной группе 2 продемонстрировал, что средняя величина отклонений радиусов кривизны роговицы от исходного значения составила $0,068 \pm 0,02$ мм. Наблюдалось статистически достоверное ($P < 0,05$) снижение общих aberrаций на 72,0 %, а также тенденция к снижению их астигматического компонента на 22,1 %. Изменения по всем видам aberrаций высокого порядка были статистически незначимы.

Вывод. При использовании МКЛ наблюдалось статистически более значимое снижение общих aberrаций и менее значимое изменение радиуса кривизны самой роговицы, что обусловлено выраженным эффектом «прилегания» линзы.

УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ПАЦИЕНТОВ С НЕПРОЛИФЕРАТИВНОЙ ДИАБЕТИЧЕСКОЙ РЕТИНОПАТИЕЙ У БОЛЬНЫХ С САХАРНЫМ ДИАБЕТОМ II ТИПА

Саматов Мадаминжон Улугбек ўғли
студента магистратуры кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии
Ахраров Абдусамад Ахрарович
к.м.н., доцент кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии

Актуальность: Самым грозным осложнением сахарного диабета(СД) является диабетическая ретинопатия(ДР). ДР – тяжелое заболевание органа зрения, поражающее сосуды сетчатой оболочки глазного яблока, наблюдаемое у 90% пациентов при сахарном диабете (Касаткина Э.П. 2007), которое, в свою очередь, значительно снижает качество жизни пациента.

Цель исследования: повышение эффективности лечения и качества жизни пациентов с непролиферативной диабетической ретинопатией.

Материал исследования: В наше исследование включены 20 больных (40 глаз) с СД II типа с непролиферативной диабетической ретинопатией (НДР). Средний возраст больных составил 58 лет. СД был компенсирован у всех пациентов обеих групп – исходный уровень гликемии составил в среднем 5,5 ммоль/л, уровень гликированного гемоглобина 7%. В I (контрольную) группу вошли 10 больных (20 глаз) с непролиферативной диабетической ретинопатией, которым была проведена медикаментозная терапия, включающая эмоксипин (1% р-р по 0,5 мл л/т) и ретиналамин (по 0,5 мл п/б в оба глаза). Во II (основную) группу вошли 10 больных (20 глаз), была проведена медикаментозная терапия, включающая лечение контрольной группы, а также физические нагрузки в виде ходьбы до 80 шагов в минуту, продолжительностью 30 минут 3 раза в неделю. Лечение проводилось в течение 10 дней. Всем пациентам проводились общеофтальмологические методы исследования (визометрия, периметрия, офтальмоскопия).

Результаты: У 6 пациентов (60%) I группы острота зрения повысилась на 0,1, поле зрения расширилось на 5°- 10°, на глазном дне уменьшилось количество микроаневризм и мягких экссудатов, у остальных 4-х пациентов показатели в динамике не изменились. У 8 пациентов (80%) II группы острота зрения повысилась на 0,2; поле зрения расширилось на 10°- 15°, уменьшилось количество микроаневризм и мягких экссудатов, улучшения вышеуказанных показателей не отмечалось у 2-х пациентов этой группы.

Выводы: Использование комплексного лечения с включением дозированных физических нагрузок при непролиферативной диабетической ретинопатии привело к улучшению качества жизни пациентов, что зависит от повышения или сохранения остроты зрения, расширения полей зрения, а также регресса патологических изменений на глазном дне.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА СХЕМ ЛЕЧЕНИЯ ПАЦИЕНТОВ С ИНОРОДНЫМИ ТЕЛАМИ РОГОВИЦЫ

Холбеков Ахлидин Валижон ўғли

студента магистратуры кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии

Закирходжаев Рустам Асралович

д.м.н., доцент кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии

Актуальность темы: В структуре заболеваемости органа зрения, глазной травматизм составляет 4,8-16,8% (Р.А.Гундорова и др.,2010). Повреждение органа зрения остается одной из основных причин инвалидности. Среди инвалидов по зрению в 25-28% случаев причиной инвалидности является травма глаза (Э.С.Аветисов 2001; Е.С.Либман 2008). Травмы глаз чаще имеют место у лиц молодого, наиболее трудоспособного возраста, что значительно увеличивает социальную значимость глазного травматизма (Р.А.Гундорова и др.,2015).

Цель работы: Изучить оценку эффективности отечественного препарата Левостав при травмах роговицы.

Материалы и методы: В основную группу исследования вошли 18 пациентов (22 глаз) с травмами роговицы (мужчины от 18 до 58 лет). Диагноз устанавливался на основании жалоб больного, анамнеза заболевания, визометрии, биомикроскопии. Все пациенты были разделены на 2 группы по 9 человек в соответствии с назначаемыми схемами лекарственных препаратов. I (контрольной) группе пациентов (11 глаз) закапывали препарат 0,5% Леофлаксацин (Белоруссия компания Белмед по 2 капли 6 раз в день). Во II (основной) группе пациентов (11 глаз) назначался отечественный препарат Левостав (0,5% глазные капли Узбекистан компания Асептика, по 2 капли 6 раз в день). В обеих группах назначался 20 % гель солкосерила (по 1 капле 3 раза в день) и общая терапия в виде в/м введения витаминов группы В. Лечение проводилось в течение 7 дней.

Результаты: В результате исследований после проведённого лечения в обоих группах не наблюдалась аллергические реакции. На 3 день лечения исчезновение слезотечения и перикорнеальной инъекции отмечалось у всех пациентов обеих групп. На 7 день лечения в основной группе пациентов полная эпителизация роговицы наблюдалась в 87% случаев, в контрольной группе – в 88,3% случаев. Случаи побочных эффектов и непереносимости препарата левостав в наших исследованиях не зарегистрированы. Анализ стоимости и экономической эффективности показал, что препарат левостав в 1,5 раза дешевле левофлоксацина.

Заключение: Отечественный препарат Левостав по эффективности не уступает своему зарубежному аналогу Леофлаксацину, оказывает выраженный терапевтический эффект при повреждениях роговицы и является экономически более доступным для населения.

ОПТИМИЗАЦИЯ НЕЙРОПРОТЕКТОРНОЙ ТЕРАПИИ ЧАСТИЧНОЙ АТРОФИИ ЗРИТЕЛЬНОГО НЕРВА РАЗЛИЧНОГО ГЕНЕЗА

Очилдиев Мухиддин Баҳодир ўғли
студента магистратуры кафедры офтальмологии

Ташкентской Медицинской Академии

Закирходжаев Рустам Асралович
д.м.н., доцент кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии

Актуальность: Частичная атрофия зрительного нерва (ЧАЗН) является одной из актуальных проблем современной офтальмологии. В социальной реабилитации нуждаются 98% инвалидов по зрению с частичной атрофией зрительного нерва (Либман Е.С 2008). В связи с этим разрабатываются новые методы ее лечения.

Цель исследования: Оценка эффективности различных методик пептидных биорегуляторов в комплексном лечении частичной атрофии зрительного нерва.

Материал исследования: Материал исследования был получен при анализе историй болезни 22 больных (30 глаз), с ЧАЗН различного генеза. Пациенты были разделены на 2 группы в зависимости от проводимой терапии. Критериями улучшения клинико – функционального состояния глаза явились показатели остроты зрения и периметрии. I группу (контрольную) составили 10 пациентов (15глаз) с ЧАЗН различного генеза, которым проводилось лечение с применением церебролизина (по 5мл в/м 1 раз день) и эмоксипина (по 1 мл п/б 1 раз в день). Во II (основной) группе 12 пациентов (15глаз) вместо церебролизина получали холинальфосцерат (глиатилин, в виде внутримышечных инъекций по 4мл 1 раз в день). Лечение проводилось в течение 10 дней.

Результаты: После проведенного лечения острота зрения у 9 пациентов II группы повысилась на 0,1-0,2 (10%-20%), поле зрения расширилось на 10°-15 °. У 3 пациентов основной группы динамики показателей остроты и поля зрения не отмечалось. У 7 пациентов I группы острота зрения повысилась на 0,1 (10%), поле зрения расширилось на 5°-7 °. Показатели остроты зрения и периметрии не изменились у 3 этой группы. Анализируя, полученные данные, можно отметить, что во II группе отмечается значительное улучшение клинико – функциональных показателей (75%). У пациентов I группы показатели ниже результатов основной группы (70%).

Заключение: Эффективность нейропротекторного действия холинальфосцерата (глиатилина) значительно выше традиционных методов лечения. Применение холинальфосцерата в комплексном лечении ЧАЗН приводит к значительному улучшению остроты зрения и расширению полей зрения.

YURAK-QON TOMIR TIZIMLARIDAGI FUNKSIONAL O'ZGARISHLAR SABAB YUZAGA KELADIGAN KASALLIKLAR

Gadoyboyeva Nigora
TATU talabasi

Inson organizmida eng muhim jarayon bu – qon aylanish jarayonidir. Bu jarayonning eng asosiy boshqaruvchisi yurak hisoblanadi va u hayotni ta'minlovchi eng muhim organlardan biridir. Butun dunyo miqyosida eng ko'p o'limga sabab bo'ladigan kasalliklar aynan yurak bilan bo'qliqdir. Uning salomatligi bilan doimo qayg'urishimiz zarur. Dunyo sog'lijni saqlash tashkilotining bergen ma'lumotiga ko'ra, har ikki insondon birida yurak kasalligi mavjud ekan. Shuningdek yurak-qon tomir tizimidagi muammolar turlicha ko'rinishlarda sodir bo'ladi va ularning oqibati ham turlicha bo'lishi mumkin. har bir insonning yurak urishi ritmidagi va sodir bo'ladigan muammolari bir-biriga o'xshamasligi ham mumkin.

Yurak aritmiyasi – yurak urishi maromining buzilishi bilan bog'liq kasallik hisoblanadi. Bunday vaziyatda yurakning urishi haddan ziyod ortib ketishi yoki notejisidagi urishi holatlari kuzatiladi. Aritmiya ancha jiddiy kasalliklarga olib kelishi mumkin. O'z vaqtida davolanmasa nogironlik yoki kutilmagan o'lim holatiga olib kelishi mumkin. Bundan tashqari uning asorati miokard infarktga olib kelishi mumkin.

Sinus aritmiyasi o'z navbatida bir nech turlarga bo'linadi: sinus taxikardia, sinus brodikardia, sinus aritmiya, sinus tugun ojizligi sindromi, sinus tugun aritmiyasi. Sinusli aritmiyalarni asosan ularga umumiy ta'rif berilganda yurak urishi ritmi tezligi ortishi bilan ta'riflanadi. Sinus aritmiya elektrokardiografiya (EKG) qurilmasida P to'lqin cho'qqisining o'zgarishiga qarab aniqlanadi. Bularga: qo'rquv, hayajonlanish, zarali odatlar. Sinus aritmiyalarni tashqi ta'sir sababli vujudga kelishi mumkin. Bunday holatlarda qoshimcha vositalar shart bo'lmaydi va u qisqa muddatda davom etadi. Ammo boshqa holatlarda atrofin, epinefrin yoki antikouggulantlar maslahat beriladi.

Bo'lmacha aritmiyasi bu sinus tugundan tashqarida kechadigan jarayonlar paytida yurakning uch xil vazifikasi bajarish paytida kelib chiqadigan kasallikdir. Yurakning avtomatlashgan, takrorlanuvchi va depolarizatsiyadan keyingi jarayonlarda nuqsonlar sababli vujudga keladi. Ko'p holatlarda virusli kasalliklar va zararli odatlar sababli ham bo'ladi. Bo'lmacha aritmiyasining deyarli barcha turlarida yurak urushining daqiqalar bo'yicha ulushi me'yordan ortib ketadi. Bu turdag'i kasallik belgilari ruhiy hayajonlanish yoki tushkunlik natijasida ham paydo bo'lishi mumkin. Yurak o'zgarishlari har doim ham og'riq bilan namoyon bo'lmaydi, ya'ni holsizlik, hansirash, qon bosimining ortishi yoki kamayishiga bog'liq bo'lishi mumkin.

Insonlarda bir-biriga o'xshamagan yurak urishi shakli mavjud bo'lib, kasallikning namoyon bo'lishi holati ham bir-birini takrorlamaydi. Bir insonda kuzatilgan kasallik alomati boshqa insonda normal holati bo'lishi mumkin. Shuning uchun ham yurak-qon tomir kasalliklarini to'g'ri va aniq tavsiflash algoritmlarini ishlab chiqish va hayotda qo'llash juda muhim hisoblanadi.

«КЛИНИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МИДОТРОПА В ОФТАЛЬМОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ»

Нарзиқулова К.И., Закирходжаев Р.А., Хайруллаева М.И.
Ташкентская Медицинская Академия, Кафедра Офтальмология

Актуальность: На сегодняшний день мидриатические средства широко применяются в офтальмологической практике, с лечебной, диагностической и профилактической целью при различных заболеваниях органа зрения.

Цель: Сравнительная оценка эффективности препарата «Мидотроп» капли глазные 0,5% с диагностической целью.

Материалы и методы: Было исследовано 38 пациентов в возрасте от 30 до 68 лет. Из них 12 мужчин и 26 женщин. В первую основную группу вошли 19 больных, из них 12 женщин и 7 мужчин в возрасте от 30 - 65 лет, (средний возраст $49,1 \pm 0,5$ г.). Во вторую группу вошли 19 больных, из них 14 женщин и 5 мужчин в возрасте от 33 до 68 лет (средний возраст $57,1 \pm 0,1$ г.). В первой основной группе пациентам закапывали отечественный препарат «МИДОТРОП» - капли глазные 0,5% (ПРОИЗВОДСТВА ООО «ASEPTICA», УЗБЕКИСТАН) по 1 - 2 капли конъюнктивальный мешок 1 раз, пациентам II контрольной группы закапывали "ТРОПИКАМИД" капли глазные 0,5% (производства S.C. Rompharm Company S.r.l. Румыния) – по аналогичной схеме. Действие препарата оценивалось через 25 минут.

Исследуемый нами препарат мидотроп является средством, блокирующим М-холинорецепторы, рецепторы сфинктера радужки и цилиарного тела, вызывая кратковременный мидриаз и паралич аккомодации.

Результаты исследования:

После закапывания препарата мидотроп у пациентов побочных явлений, таких как, покраснение, жжение не наблюдалось. Мидриаз развивается через 5-10 минут и достигал максимума (8 мм) у 13 пациентов (68,4%) к 20 минуте и у 6 пациентов (31,6%) к 25 минуте. Максимальное расширение зрачка сохранялся 1 час. Зрачок возвращался к первоначальному размеру у 12 пациентов (63%) в течение 5 часов 40 минут, у 7 пациентов (37%) через 6 часов.

В группе сравнения после закапывания препарата тропикамид побочные явления, как чувство жжения, неприятные ощущения, покраснение глаз встречались у 3 пациентов (15,7%). Мидриаз развивается через 5-10 минут и достигает максимума к 30 минутам у 11 пациентов (57,8%) и к 40 минуте у 8 пациентов (42,2%). Максимальное расширение зрачка сохраняется 1 час.

Через 6 часов происходит возвращение зрачка к первоначальному размеру у 10 пациентов (52,6%) в течение 6 часов, у 9 пациентов (37%) через 6 часов 30минут.

Результаты наших исследований эффективности мидотропа, свидетельствуют об ее значительной мидриатической способности, сопоставимой с эффектом препарата сравнения тропикамид капли глазные 0,5 % в исследуемый срок.

Вывод: отечественный препарат мидотроп капли глазные 0,5% является эффективным мидриатиком при исследовании глазного дна.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ АНТИСЕПТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ПРИ ХРОНИЧЕСКИХ БАКТЕРИАЛЬНЫХ КОНЬЮНКТИВИТАХ

Назирова С.Х.

к.м.н., доцент кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии

Ибрагимова С. А.

студента магистратуры кафедры офтальмологии
Ташкентской Медицинской Академии

Цель исследования: изучить эффективность антисептических средств при лечении хронических конъюнктивитов с использованием глазных капель содержащих сульфат цинка и борную кислоту.

Материал исследования: Материалом исследования послужил анализ амбулаторных карт 30 больных (60 глаз) обратившихся в консультативную поликлинику 2-клиники Ташкентской медицинской академии за период 1го по 30 декабря 2018года с диагнозом хронический бактериальный конъюнктивит. Больные были разделены на 2 группы: I группа (контрольная) – 15 пациентов (30 глаз) получали лечение с использованием цинковых капель, пациенты II группы (основная) – 15 пациентов (30 глаз) инстилляции Цинозола в состав которого входил цинк сульфат и борная кислота.

Результаты: При сравнительном изучении эффективности проведенного лечения в I группе отмечалось полное выздоровление у 5 пациентов через 4 дней (33,3%) и улучшение состояние глаз у 10 пациентов через 7 дней (66,7%). Тогда как у пациентов II группы выздоровление наблюдалось у 12 пациентов с 4го дня лечения (80%) и значительное улучшение у 3 больных с 7го дня лечения (20%).

Заключение: Результаты исследования показали более высокую эффективность препарата Циназол при лечении хронических бактериальных конъюнктивитов по сравнению с цинковыми каплями.

ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

ИННОВАЦИЯЛАР МАМЛАКАТИМИЗНИ ЯНГИ ДАВР, ЯНГИ ФИКР, ЯНГИ ҒОЯГА ТАМОН БОШЛАЙДИ

З.И.Равшанов

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
мустақил тадқиқотчisi,

О.Ш.Жумақулов

Самарқанд давлат
университети IV босқич талабаси

Аннатация. Инновациялар мамлакатимизни ижтимоий-иктисодий ривожлантириши, интеллектуал салоҳиятни ҳимоя қилиши ва такомиллаштириши, янги саноат ва молиявий технологияларни жорий этиши, ишлаб чиқарииш кўламини кенгайтиши, маҳсулот сифатини ошириши ҳамда унинг раҳобатбардошлигини таъминлашга доир вазифаларни ҳал этишида муҳим ўрин тутади.

Аннатация. Инновации играют важную роль в социально-экономическом развитии страны, защите и улучшении интеллектуального потенциала, внедрении новых промышленных и финансовых технологий, расширении производства, качество продукции и ее конкурентоспособности.

Annotation. Innovations play an important role in the socio-economic development of the country, protection and improvement of intellectual potential, introduction of new industrial and financial technologies, expansion of production, quality of products and their competitiveness.

Калит сўзлар: инновация, инновацион тизим, вақт, инвестиция, энергия, ииҷи кучи.

Ключевые слова: инновации, инновационная система, время, инвестиции, энергетика, рабочая сила.

Key words: innovation, innovation, investment, investment, energy, and industry.

Ўзбекистон миллий тараққиётнинг энг маъсулиятли босқичи – ижтимоий, сиёсий ва иқтисодий ҳаётнинг кескин бурилиш даврини бошидан кечирмоқда. Жамиятимизнинг ҳар бир фуқароси XXI асли ибтидосида, ортда қолган йилларни сарҳисоб қилиш ва келажак ҳаётнинг турли жабхалари режасини белгилаб олиш муаммосига дуч келиши ижтимоий фан олимлари зиммасига катта вазифаларни юклайди.

Бундай ҳолларда жамият ижтимоий ривожининг илмий асосланган истиқболи режасини тушиб, унинг устувор йўналишларини белгилаб олиш ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Арасту ўз вақтида айтганидек, ҳар доим ва ҳар жойда эзгуликка эришиш икки шартнинг бажарилишига:

1. Ҳар қандай фаолият якунидаги мақсадни тўғри белгилашга;
2. Пировард мақсадга эришиш чора-тадбирларини излаб топишга боғлиқдир.

Илмий тилда буни фаолиятнинг методологик асосини аниқлаш ва мақсадга етишиш, усул ва услубларини тўғри белгилаш дейилади.

“Ватан, миллат тақдири ҳал бўладиган қалтис вазиятларда тўғри йўлни танлай олиш учун аввало тарихни ва ҳаётнинг аччик-чучугини билиш керак”, деган эди Биринчи Президентимиз Ислом Каримов.

Республикамиз Президенти таълим-тарбия соҳасига миллий дидактик нуқтаи назардан ёндашиб, уни қуйидагича таърифлайди: “Таълим Ўзбекистон ҳалқи маънавиятига яратувчилик фаолиятини баҳш этади. Ўсиб келаётган авлоднинг барча яхши имкониятлари унда намоён бўлади, касб-кори, маҳорати узлуксиз такомиллашади, катта авлодларнинг доно тажрибаси англаб олинади ва ёш авлодга ўтади”.

Бугунги кунга келиб иқтисодиётнинг глобаллашуви, турли иқтисодий, ҳалқаро савдо ташкилотларининг пайдо бўлиши ва ривожланиши жаҳон бозорида раҳобатни тобора кучайишига олиб келди. Бу эса “Бозор – фан ва таълим – ишлаб чиқарish – бозор” муносабатларида кўплаб илмий тадқиқотлар ва изланишларни амалга оширишни заруратга

айлантириди. Дунё тажрибасида хорижий мамлакатлар ривожланишининг янги босқичи ҳисобланган инновацион иқтисодиётга ўтиш йўлида турли моделлар, усуслар, услубиёт ҳамда воситалардан фойдаланиш устувор ўрин тутмоқда.

Инновациялар мамлакатимизни ижтимоий-иктисодий ривожлантириш, интеллектуал салоҳиятни ҳимоя қилиш ва такомиллаштириш, янги саноат ва молиявий технологияларни жорий этиш, ишлаб чиқариш кўламини кенгайтириш, маҳсулот сифатини ошириш ҳамда унинг рақобатбардошлигини таъминлашга доир вазифаларни ҳал этишда муҳим ўрин тутади. Шу боис мамлакатимизда инновацион фаолиятни ривожлантиришга катта эътибор берилаёттир. Республикамиз Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2017 йил 1 ноябрдаги ПҚ-3365-сон қарори билан тасдиқланган 2017-2021 йилларда илмий-тадқиқот муассасаларининг инфратузилмасини мустаҳкамлаш ва инновацион фаолиятини ривожлантириш бўйича чиқарган фармон ва қарорлари инновацион фаолиятни самарали ташкил этиш ўз навбатида, фан ва таълимнинг ривожланганлик даражаси билан бирга, инсон капиталига йўналтирилаётган инвестиция ва қўйилмаларнинг салмоғига боғлиқдир.

Буларнинг барчаси илмий тадқиқот ва тажриба-синов соҳасида фаолият кўрсатаётган корхоналар сони ҳамда улар томонидан амалиётга татбиқ этилаётган янгиликларда намоён бўлмоқда. Маълумки, ишлаб чиқаришни илмий ҳажмдор юқори технологиялар асосида ташкил этиш учун, вақт, инвестиция, энергия, ишчи кучи каби ресурслар талаб этилади. Буларнинг орасида энг муҳими ишчи кучининг интеллектуал салоҳияти ва инвестиция ҳисобланади. Янгиликнинг ишлаб чиқаришига жорий этилиши, биринчидан, бозорда янги товар ва хизматларнинг пайдо бўлишига, иккинчидан, маҳсулотларнинг таннархини пасайишига ҳамда рентабеллик даражаси ортишига хизмат қиласи.

Фикримизча, мамлакатимиз реал иқтисодий сектор корхоналарида инновацион ёндашувни етарли даражада ривожланмаганлигининг асосий сабабларидан бири тармоқдаги эскирган технологиялар, ишлаб чиқаришда инновацион ёндашувнинг сустлиги, айланма маблағлар ҳамда замонавий бошқарув механизмларини такомиллашмаганлиги, инвестицияларни жалб этишдаги қийинчилклар бўлса, иккинчидан, инсон капиталига йўналтирилаётган инвестиция ва қўйилмалар салмоғини ялпи ички маҳсулотга нисбатан камлигидир.

Инновацион ривожланиш муаммолари билан шуғулланаётган олимларнинг фикрича, илмий ҳажмдор юқори технологияларни ривожланти-риш, илмий тадқиқотлар ва ишланмалар учун, ялпи ички маҳсулотнинг бир фоизидан кам бўлмаган микдорда маблағ йўналтирилиши лозим. Ўзбекистонда инновация фаолияти асосан давлат бюджети маблағлари хисобига амалга оширилмоқда. Статистик маълумотларга кўра, мамлакатимизда илмий-техника дастурлари, илмий тадқиқотлар ва ишланмалар учун 2010 йилда 121,8 млрд. сўм, 2011 йилда 153,5 млрд.сўм, 2012 йилда 197,9 млрд.сўм маблағлар ажратил-ди. Бу кўрсаткич ЯИМга нисбатан 2011 йилда 0,19 фоизни, 2012 йилда эса 0,2 фоизни ташкил этган бўлса, кейинги йилларда инновацион лойихалар сони 2,8 мартаға ошди. Масалан, 2006 йилда 128 та лойиха бажарилган бўлса, 2014 йилда бу кўрсаткич 360 тани ташкил этди. Охирги 3 йил мабойнида лойихалар доирасида 278 та патент, 195 та дастурий маҳсулотларга гувоҳнома-лар олинди, 95 та илмий тадқиқотларнинг натижалари амалиётга жорий этилди, 12,8 мингдан зиёд илмий мақолалар нашр этилди, уларнинг 2,4 мингтаси (23,5%) нуфузли хорижий нашрларда чоп этилди. Соҳага йўналтирилаётган маблағларни таҳлил қиласиган бўлсак, 2014 йил якунлари бўйича Ўзбекистон Республикаси давлат бюджети ва давлат мақсадли жамғармалари хисобидан илм-фанни ривожлантиришга 187,0 млрд. сўм, 2015 йил 1-чорагида эса 19,9 млрд. сўм йўналтирилганлигига гувоҳ бўламиз. Мамлакатимизда инновацион технологияларни тижорат маҳсулоти сифатида бозорга олиб чиқиш учун инновацион тадқиқотларни молиялаштириш механизмини такомиллаштириш зарурати мавжуд. Шунинг учун инновацион фаолиятни фаоллаштиришда реал иқтисодий сектор корхоналари ҳамда миллий соҳа ва тармоқлар тизими субъектлари ҳаракатини бир томондан мувофиқлаштиришни, иккинчи томондан, инновацияни амалга оширишда инвестицияларни

жалб этиш, инновация жараёнини ривожлантириш учун шароит яратишида манфаатдор бўлган таркибларнинг интеграцияси муҳим роль уйнайди. Инновация жараёнларини ривожлантиришда қўйидаги вазифаларни бажариш муҳим аҳамият касб этади деб уйлаймиз:

а) инновацион тизимни устувор йўналишларини ривожлантиришга молиявий ресурсларни жалб этиш;

б) тадқиқот ва ишланмаларни амалга ошириш эвазига давлатнинг энг муҳим манфаатларини таъминлаш, рақобатбардош товарлар ва хизматларни ишлаб чиқаришга шароит яратиш;

в) илмий тадқиқотларни амалга ошириш ва унинг натижаларидан фойдаланишни халқаро даражага кўтарадиган инновацион муҳитни таъминлаш;

г) мамлакатимизда фан ва фан сиғими юқори бўлган ишлаб чиқариш, интеллектуал фаолиятнинг бошқа турлари учун керак бўлган кадрлар тайёрлаш жараёнини ислоҳ қилиш, иқтисодиётни янги техника ва технология билан таъминлаш, уни интенсив ривожлантириш учун керак бўлган кадрлар билан таъминлашнинг асосини яратиш;

д) илмий-техника ва билим олиш фаолиятини интеграциялашувини таъминлаш;

е) фан билан шуғулланувчилар меҳнати қадрини ошириш, ёшларни илмий тадқиқотлар билан шуғулланишга жалб этиш, илмий ходим ва мутахассисларни ижтимоий ҳимоялаш учун шароит яратиш.

Илмий-техникавий салоҳиятни ривожлантириш ва ундан самарали фойдаланиш мамлакатимизнинг иқтисодий жиҳатдан ўсиши илмий-техника тараққиётининг етакчи соҳаларида ва асосан ишлаб чиқаришнинг таркибий қисмларида интеллектуал фаолият натижалари қўллаш асосида таъминланади. Бу йўлни амалга оширишнинг асосий мақсади ишлаб чиқаришнинг технологик даражаси ва рақобатбардошлигини ошириш, инновацион маҳсулотнинг ички ҳамда ташқи бозорларга чиқишини таъминлаш, ички бозорда импорт қилинадиган маҳсулотларни ўзимизда ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар билан алмаштириш, экспортга йўналтирилган иқтисодиёт тузилмасини шакллантириш ҳисобланади.

Хулоса ўрнида айтганда, миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишда инновацион фаолиятни ривожлантириш билан боғлиқ тенденция-ларини чуқур ўрганиш республикамизда инновацион муҳитни яхшилаш билан бирга, ички ва ташқи бозорлар учун инновацион маҳсулотлар етказиб беришда ижобий таъсир кўрсатади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Каримов И.А. Ўз келажагимизни ўз қўлимиз билан курмокдамиз. –Т., “Ўзбекистон”, 1999. 4-бет.
2. Каримов И.А. Ўзбекистоннинг ўз истиқбол ва тараққиёт йўли”. –Т., “Ўзбекистон”, 1992. 78-бет.
3. Ш.Мирзиёев Ўзбекистон Республикасининг ривожланиш давлат дастурини шакллантириш ва молиялаштириш тўғрисида”ги қарори. Халқ сўзи. 2017 йил. 19 декабр.
4. Ш.Мирзиёев. Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун кулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисидаги” фармони. Халқ сўзи. 2018 йил. 6 феврал.
5. Бўри Эшмуҳаммедов. Илм ҳикмати. –Т.: Ибн Сино номидаги тиббиёт нашриёти. 1999, 12-бет.

TASHQI IQTISODIY FAOLIYAT STATISTIKASI

Xusanova Zulfiya

Andijon Davlat Universiteti katta o‘qituvchisi
Abdurashidova Sanobar (ADU talabasi)

Tashqi iqtisodiy faoliyatni samarali boshqarish uchun tashqi iqtisodiy aloqalarni to‘liq aks ettiruvchi ma’lumotlarga ega bo‘lish kerak. Tashqi iqtisodiy aloqalar statistikasida asosan, mahsulotlar eksporti va importi, xizmatlar eksporti va importi, xalqaro moliyaviy operatsiyalar, shartnoma bo‘yicha xorijda ishlab chiqarish faoliyati bilan shug‘ullanish, ishchi kuchi va turistlar harakati, shuningdek, xalqaro faoliyatning boshqa yo‘nalishlari bo‘yicha ma’lumotlar to‘planadi va qayta ishlanadi.

Ma’lumotlarning asosiy qismi tashqi savdodan olinadi. Tashqi savdo bojxona chegarasi orqali harakatlanayotgan tovarlar va xizmatlar bilan bog‘liq eksport-import operatsiyalaridan tashkil topadi. Tashqi savdo natijasida mamlakat moddiy resurslari ko‘payishi (import) yoki kamayishi (eksport) mumkin.

Tashqi savdo statistikasi quyidagi ikki xususiyatga ega:

- statistika faqat bojxona chegarasini kesib o‘tayotgan tovarlar va xizmatlar massasini hisobga oladi;

-statistikka bojxona chegarasini tijorat va notijorat maqsadlarda kesib o‘tayotgan har qanday tovar massasini (vazni bo‘yicha) hisobga oladi. Demak, mamlakat tomonidan olingan barcha insonparvarlik yordamlari importga, mamlakatdan berilayotgan barcha insonparvarlik yordam-lari eksportga qo‘shiladi.

Tashqi iqtisodiy faoliyat statistikasining asoschisi deb haqli ravishda belgiyalik olim Adolf Ketleni (1796-1874) hisoblash mumkin. Chunki u birinchilardan bo‘lib to‘plangan statistik ma’lumotlarga statistik usullar yordamida ishlov berishni qo’lladi. U shuningdek ilk bor Belgiyada Markaziy statistik komissiyani tashkil qilishda taniqli matematik olimlar bilan jonbozlik qildi. A. Ketleni matematik bo‘lgani uchun u o‘z tahlillarida matematik tamoyillariga suyanadi. Ushbu holat statistikani vujudga kelishida boshqa mamlakatlarda statistik tashkilotlarning shakllanishida ham o‘z ifodasini topdi. Chet el mamlakatlarida xozirgi kunda tashqi iqtisodiy faoliyat statistikasi matematikaning alohida qismi sifatida tashkil topdi.

Tashqi iqtisodiy faoliyat statistikasi doim ommaviy mashg‘ulotlarga asolanadi. Kerakli paytda u o‘zining boshlang‘ich kuzatishini ham tashkil etadi. Ommaviy boshlang‘ich ma’lumotlarni umumlashtirayotganda statistika maxsus usullardan foydalanadi va pirovard natijada umumlashtiruvchi ko‘rsatkichlarni aniqlab, hodisa va voqealar to‘plamiga umumiyl baho beradi. Statistika har xil o‘lchov birliklaridan foydalanadi. Jumladan, ko‘rsatkichlarni pulda, naturada, shartli natura va mehnat birliklarida ifodalaydi.

O’tgan yillar mobaynida tashqi iqtisodiy kompleks bo‘yicha olib borilayotgan ishlar, tashqi iqtisodiy faoliyatda qatnashuvchi tomonlar faoliyatini bozor iqtisodiyoti printsiplari hamda ularni liberalizatsiyalashtirish asosida olib borildi. CHet el mamlakatlari bilan iqtisodiy savdo munosabatlari, hamda xalqaro iqtisodiy va moliyaviy tashkilotlar bilan hamkorlikni yanada chuqurlashtirish, mustahkamlash borasida olib borilayotgan ishlar yanada jadallashtirildi.

Tashqi savdo hozirgi kunda mamlakatimiz iqtisodiyoti rivojlanishining asosiy qismi bo‘lib xizmat qilmoqda. Ushbu sohadagi izchil islohotlar bizga tovar va xizmatlar bozorlarini kengaytirishga imkon beradi. So‘ngi yillarda hukumatimiz tomonidan sanoat tuzilmasini diversifikasiya qilishni, eksportni qo‘llab-quvvatlash, import o‘rnini bosuvchi tovar va mahsulotlarni ishlab chiqarishni yanada oshirilishi natijasida eksport tarkibida sezilarli o‘zgarishga erishildi. 2019-yilning yanvar-iyun oyi yakuni bo‘yicha tovarlar eksporti bilan shug‘ullanuvchi korxonalar o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 831 taga ko‘payib, 3885 taga yetdi. Shu bilan birga ta’kidlab o‘tish kerakki, 2019-yilning yanvar-iyun oyilarda eksport qilingan tovar va xizmatlar, o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 1793,5 mln. AQSh dollarga ko‘proq eksport qilindi,

tovar va xizmatlar importi hajmi esa o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 2 726,5 mln. AQSh dollariga ko‘proqdir.

2019-yil yanvar-iyun oyida eksport hajmi 8 437,6 mln. AQSh dollarga (o‘sish sur’ati 27,0 %) teng bo‘ldi. Eksport tarkibida tovarlar 81,5 % ulushga ega bo‘lib, bular asosan energiya manbalari va neft mahsulotlari (16,8 %), oziq-ovqat mahsulotlari (9,4 %), to‘qimachilik va to‘qimachilik buyumlari (9,1 %), rangli metallar va undan tayyorlangan buyumlar (5,8 %) hamda qora metallar va undan tayyorlangan buyumlar (1,7 %) hissasiga tog‘ri kelmoqda.

Respublikamiz tashqi iqtisodiy faoliyatini yanada rivojlantirish bo‘yicha quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

- eksportga yo‘naltirilgan ishlab chiqarishni kengaytirish uchun imtiyozli foizlar bo‘yicha ko‘p muddatli kreditlar ajratish, mo‘ljallangan investitsiyalarni sug‘urtalash;

- eksport qiluvchilarga milliy ishlab chiqarish va uning xorijiy raqobatchilar ishlab chiqarishi xarajatlari o‘rtasidagi farqni qoplash;

- davlat tomonidan respublikaga ilg‘or texnologiyalar, tajribalar, bilimlarni kirib kelishiga subsidiyalar ajratish;

- eksport va importni litsenziyalash yoki chetga mol chiqarishga va chetdan uni olib kelishga ruxsatnomalar berish;

- ishlab chiqarish jarayonida qatnashuvchi, xorijdan keltiriladigan xom ashyo va materiallar, asbob uskunalar va jihozlar ulushini bosqichma-bosqich kamaytirish va boshqalar.

Adabiyotlar:

1. N.M.Soatov, X.Nabiev, D.Nabiev, G.N.Tillaxo’jaeva. Statistika. Darslik. – T.: TDIU, 2009.
2. X.Nabihev, D.X.Nabihev. Iqtisodiy statistika. Darslik. – T.: Aloqachi, 2009.
3. www.stat.uz

INSON MA’NAVIYATI VA MA’RIFATINI YUKSALISHIDA IX-XII ASRLARDAGI SHARQ UYG’ONISHNING AHAMIYATI

Ruhsora Ro’ziyeva (O’zMU, professori v.b)
Oynisa Muhammadiyeva (O’zMU, dotsenti),
Sarvarbek Jumayev (O’zMU 1-bosqich magistranti)
5-yo’nalish dots. Dildora Normatovaga

Ma’rifat – ta’lim-tarbiya, iqtisodiy, siyosiy, falsafiy, diniy, g’oyalar majmui asosida kishilarning ong-bilimini, madaniyatini o’stirishga qaratilgan faoliyat. “Ma’rifat” tushunchasi “ma’naviyat” va “madaniyat” tushunchalari bilan chambarchas bog‘langandir; ma’rifat tarixi jamiyat tarixining ajralmas qismidir. “Ilm-ma’rifatga qiziqishi sust millatning kelajagi ham bo‘lmaydi”, deydi Birinchi Prezidentimiz I.A.KARIMOV.1

Bugun yurtimizda xalqimizning munosib hayot kechirishi uchun ko‘plab tizimli ishlar amalga oshirilmoqda. Bunday samarali ishlarning boshlanishi IX-XII asrlarga to‘g‘ri keladi. Sababi o‘sha davrda yashab ijod qilgan ajdodlarimiz o‘z asarlarida, nazariyalarida faqatgina inson manfaatini ko‘zlagani, uni yuksaltirmoqchi bo‘lganligini sezishimiz mumkin. IX-XII asrlar o‘rtalosiyo xalqlari tarixida madaniy-manaviy xayotning rivojlanishida oldingi davrlarga nisbatan keskin yuksalish yillari bo‘ldi. Bu davrda Movaraunnaxrda ilm-fan yuksaldi, xozirgi zamon fanining ko‘plab tarmoqlari va yo‘nalishlariga chinakam poydevor yaratildi. Xususan, matematika, algebra, astronomiya, tibbiyot, geologiya, geodeziya, geografiya, falsafa singari dunyoviy fanlarning tamal toshi tom manoda shu davrda qo‘yildi. Muxammad Muso al-Xorazmiy, Axmad al-Marvoziy, Axmad al-Farg‘oniy, Abu Nasr Farobi, Abu Bakr Muxammad Narshaxiy, Abu Abdulloh al-Xorazmiy, Abu Rayxon Beruniy, Abu Bakr al-Xorazmiy, Abu Ali ibn Sino, Maxmud az-Zamaxshariy, Burxoniddin Marg‘inoniy kabi ajdodlarimiz butun umrini ilm-fanga sarflaganini ularni ijodini o‘rganishimiz davomida bilishimiz mumkin. Misol uchun, Muhammad ibn al-Xorazmiyning ijodiga nazar tashlar ekanmiz, uning “Al-kitob al-muxtasar fi xisob al-jabr va al-muqobala” risolasi alohida etiborni tortadi. Risolaning nomidagi “al-jabr” va “al-muqobala” so‘zлари “to‘ldirish” va “ro‘para qoyish” o‘rtalasi asr algebrasining ikkita asosiy amalini anglatadi. “Aljabr” so‘zi lotinchadan tarjima qilinganda “Algebra” bo‘lib, Xorazmiy asos solgan yangi fanning nomi bo‘lib qoldi. Xorazmiy nomi esa matematika fanida “algoritm” atamasi shaklida qoldi. Bugun umumbashariy madaniyatning eng unsuriga aylanib ketgan sonlarni o‘nli sanoq sistemasida yozish va ular ustida arifmetik amallarni bajarish qoidalari al-Xorazmiyning “Xind hisobi haqidagi kitob” asari tufayli joriy bo‘lgan.

Imom al-Buxoriy, Abu Iso at-Termizi, Abu Mansur Moturidiy, Xo‘ja Ahmad YAssaviy, Baxovuddin Naqshband, Xo‘ja Ahror Valiy kabi yurtimizda etishib chiqqan islom olamining buyuuk siymolari muqaddas islom dinimizni rivojlantirish, targ‘ib kilish davomida insonlarni faqat to‘g‘rilik, xalollikcha chorlaganini bilishimiz mumkin. 810-870 yillarda yashab ijod qilgan xadis ilmining asoschisi Imom al-Buxoriyning “Al –jome as-sahih” yani “Ishonchli to‘plam” deb nomlangan hadislari to‘plami islom olamidagi boshqa muhaddislar tuzgan hadis to‘plamlari ichida ishonarli va mukammalidir. Imom al-Buhoriy shunday deydi: “Ilmnning ofati-esdan chiqarmoqlik va ilmgan rag‘bati bo‘lmagan kishilarga o‘rgatib, uni zoya ketkazmoqlikdir”. Buning ma’nosini bilimi bor inson yon-atrofidagi odamlarni kuzatib, ilm olishni istamagan, o‘rgatgan taqdirda ham natija chiqmaydigan odamlarga ilm o‘rgatish ilmni zoya ketkazishidan dalolat berishini tushuntirmoqchi bo‘lgan. Bu borada Hazrati Alisher Navoiy shunday jumlanı keltiradi: “So‘rab o‘rgangan olim, orlanib so‘ramagan o‘ziga zolim”. Yuqoridagilarning barchasi insonning munosib hayot kechirishi, nima maqsadga erishmoqchi bo‘lsa, barcha shart-sharoitlar yaratilganligini hamda o‘z taqdiri o‘z qo‘lida ekanligini ta’kidlaydi.

Ma’rifat haqida ko‘plab fikrlar bildirilgan. Sufiyalar nazarida tariqatning davomi va hosilasi ma’rifatdir. U fikrdan o‘zib ketadigan va shubhaga zarracha asos qoldirolmaydigan ilmdir. Ma’rifat “ilmي botiniy” deb ham yuritilan. CHunki, tasavvuf ahli dunyoviy va diniy ilmlarni birga qo’shib, uni “zohiriyl ilmlar” deb ataganlar. Ularning uqtirishicha, faqat zohiriyl ilmlar bilan Xudoni bilish qiyin. Biroq, boshqa bir nuqtai nazar ham bor: garchi zohiriyl bilimlar haq taolo asrorini anglashga yaroqsiz bo‘lsa-da, lekin Allohni bilish dunyoni bilishdan boshlanishi kerak. “Ma’rifat haq tomonidan yuboriladi. Bu mening fikrim emas, balki ilohiy ilhomdir”, deb yozadi Ibn al-Arabi.

O‘zbekistonda ma’rifat sohasidagi ishlar o‘z tarihiiga ega. 1917-yilga qadar islom hukmron mafkura bo‘lib kelgan davrda, maorif muassasalari asosan uch turdagil diniy maktablar: ibtidoiy maktablar, madrasa va qorixonalar shaklida mavjud edi. Yaqin vaqtlargaga qadar ilmiy adabiyotlarimizda inqilobdan oldingi Markaziy Osiyodagi maktablar tahliliga jo‘n yondashib kelingandi. Vaholanki, bu maktablar mintaqada mavjud bo‘lgan davlatlardagi ijtimoiy jarayonlarni boshqarish va tartibga solish muassasalarining tarkibiy qismi bo‘lib kelgandi.

Ajdodlarimiz tashbehiga ko‘ra, ma’naviyat inson qalbida aks etgan ilohiy nur, Oliy haqiqat nuri bo‘lib, uni o‘zida aks ettira olishi uchun inson qalbi sayqal topmog‘i zarur. Zero, sayqallanmagan ko‘ngilni xudbinlik zangi, g‘araz chirki egallab oladi va bunday inson ruhiyatida jaholat va zulmat ustunlik qila boshlaydi. “Ko‘ngil ko‘chalari qaylarga boshlamaydi” deyilganda, ana shu zulmatda qolgan ko‘ngil ko‘chalaridagi adashuv, gumrohlik nazarda tutilsa kerak.

Inson qalbiga sayqal berish jarayoni esa ma’rifat deyiladi. Ma’rifat ma’naviyat sari eltuvchi yo‘llardan iborat bo‘lib, Alisher Navoiy “Lison ut-tayr” dostonida “ma’rifat vodiysi”ni shunday ta’rif etadi:

“Bu shunday bir vodiyidirki, uni yuz tuman ming turli yo‘llar kesib o‘tadi, ammo ulardan biri ikkinchisiga sira o‘xshamaydi. Butun va bo‘lak o‘rtasidagi qarama-qarshilik ham shu erda mavjud. Taraqqiyot ham, tanazzul ham shu joydadir. Unda sen yuz tuman yo‘lovchini beqaror bir tarzda, har biri o‘zga bir yo‘ldan ketib borayotgan holda ko‘rasan. Ularning har biri o‘zi ketayotgan yo‘l bilan faxrlanadi, har biri yo‘lni o‘z yo‘li tomonga buradi. Biri xush tutgan yo‘lni ikkinchisi xohlamaydi, har birining ko‘ziga o‘ziniki yaxshi ko‘rinadi, boshqasini esa nazarga ilmaydi”.

Milliy ma’naviyatimiz taraqqiyotining har bir davri, har bir bosqichi o‘ta murakkab mazmunga, turli tamoyillarining o‘zaro uzviy tutashgan muayyan uyg‘unlikdagi tizimiga ega bo‘lib, ularning har biri alohida o‘rganishga loyiq. Ammo biz masalani o‘z tadqiqotimiz maqsadlari nuqtai nazaridan kelib chiqib umumiyl yondoshuv darajasida ko‘rib chiqish va eng yorqin tamoyillarga e’tiborni qaratishni lozim topdik.

Xalqimizning VIII-XV asrlar yagona islom mintaqqa madaniyati doirasida ma’naviy kamoloti millatimizning bugungi ma’naviy qiyofasi shakllanuvida ayricha ahamiyatga ega bo‘ldi. Bu davr ajdodlarimiz merosidan xabardorlik, ushbu ma’naviy takomil jarayonini to‘g‘ri idrok etish milliy ma’naviyatimizning tarkibiy jihatlari haqida salmoqli tasavvur beradi. Islom mintaqasi doirasidagi yaxlit ma’naviy takomil jarayoni - insonning o‘zligini anglash yo‘lidir. Bu yo‘lning asl mohiyati Tavhid e’tiqodi bo‘lib, uni ibtidoda ibrat darajasida, axloqiy kamolot egalariga ergashuv tariqasida qabul etilgan bo‘lsa, keyinroq aql, mantiqiy tafakkurga tayanib, umumbashariyat yaratgan yaxlit ilmiy va madaniy merosni anglab etishga intilish kuchaydi.

Foydalilanigan adabiyotlar:

1. “Mustaqillik izohli ilmiy-ommabop lug’ati. T. “Sharq”. 2006. S. 186-187
2. Alisher Navoiy.Lison ut-tayr. T., G’ofur G’ulom nomidagi adabiyot va san’at nashriyoti, 1991, s. 400. (Matn dostonning nasriy bayonidan olindi).

THE ROLE OF INNOVATION IN THE ECONOMY

Rustamov Dostonbek Jamshid o'g'li

student of Tashkent state university of economics

Bahromov Farhod Qobil o'g'li

student of Tashkent state university of economics

Choriyev Dostonjon Rustamjon o'g'li

student of Tashkent state university of economics

Socio-economic in our country structural changes in the development and economic sectors mean that modernization, technical and technological modernization of the economy and its leading sectors are based on the achievements and successes. The processes of modernization and diversification of production are important. From this point of view, it is important to study the theoretical basis of ongoing reforms, modernization and diversification of production.

Globalization of production, modernization, technical and technological modernization of economy and its leading sectors will lead to diversification of production in these sectors, which will increase the competitiveness of the country, enterprises and products in the domestic and foreign markets, increase the living standards of the country and promote sustainable economic growth.

The strategy of action on the five priority areas of development of Uzbekistan for 2017-2021 is focused on enhancing its competitiveness through deepening structural reforms in the priority areas of development and liberalization of the third economy, modernization and diversification of the leading sectors of the national economy [1]. Creation of new knowledge and technologies and their use in the interests of social and economic development of the state determines the role and role of the country in the world community, the level of national security. In developed countries, 80-95% of GDP growth is accounted for by new technology and technology Innovative economies are emerging in developed economies.

Carry out innovation activities in developed countries today, which have great experience and innovation in innovation implementation and implementation of the state innovation policy aimed at development and improvement. Its basis is focused on further activization of innovation activity, creation of favorable conditions for it. The intensity of the country organizes measures aimed at wider use and efficiency of its results in order to ensure socio-economic development and better meet the needs of society [2-244p].

It consists of three stages:

➤ scientifically grounded development of innovation activity development and improvement of the concept. At this stage, the innovation and development trends in the innovation market, the current state of the country's innovation potential, the demand for innovation products and growing demand, the socio-economic development of the country. In-depth and comprehensive analysis including strategies, conditions and opportunities to attract investment in the development of innovation, as well as the extent and impact of using scientific and technological innovations on the basis of this, an onset is created;

➤ active state support of innovation activities the basic directions are defined and worked out;

➤ practical actions are taken to effectively implement the goals aimed at further strengthening of innovative activity. Innovation policy consists of current and long-term policies. Financing of innovation activity development is important.

In turn, from technological advances in developed countries primarily with the CIS countries strengthening cooperation, international division of labor and It is important to strive to make the most of its cooperation. This further development and innovation in the country increases demand for funding.

Republic of Uzbekistan at the 72nd Session of the UN General Assembly President Shavkat Mirziyoyev said in his speech: "The economic system liberalization, creation of favorable investment climate are the most important areas of change" he said. Attracting and their effective use implement investment policies in industrialized countries the following three areas are given special attention:

- Development of import substitution strategy;
- Strengthening of key industries and export potential;
- Development of science-based industries and innovative developments [3].

2018 to technology, marketing and organizational innovation 45.9% of expenses (UZS 1180.0 billion) were financed by own funds of organizations, 12.2% (314.9 billion soums) of foreign capital, 6.1% (157.3 billion sums) of commercial banks loans, 35 And 7% (919.1 billion sums) were financed by other means. In developed countries there is a rich experience in innovation activity that can be used in the practice of Uzbekistan to improve the investment practices and measures aimed at improving the efficiency of investment [4].

In this regard, we can see a relatively high and stable level of investment in a number of developed countries. Implementation of the main directions of the investment policy of some foreign countries in our country will not yield positive results. Especially the investment policy of the Republic of Korea experience is remarkable. One of the main priorities of investment policy in our country is to introduce advanced technologies and technologies on the basis of long-term projects to attract foreign investments [5]. At the same time, learning from the experience of a number of developed countries in the effective use of investments, investments are mainly driven by the introduction of advanced technologies, the financing of innovative projects, low-cost and environmentally friendly labor productivity.

We are focusing on areas that serve to increase Large-scale investments, active cooperation with international financial institutions for development, and consistent expansion of opportunities for foreign investors will help identify and achieve economic growth in Uzbekistan in the future.

REFERENCES

1. Strategy of action on the five priority directions of development of Uzbekistan for 2017-2021
2. Development of the Republic of Uzbekistan in 2017-2021 The Strategy of Action for the five priority areas: "With the people State in the Year of Dialogue and Human Interests Scientific-methodical brochure on studying the software T: Spiritual Publishing, 2017. 244-p
3. President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev at the 72nd session of the UN General Assembly speeches
4. <http://www.stat.uz/>
5. www.interfinance.uz

IQTISODIYOTDA INNOVATSIYALARING TUTGAN O'RNI

Xaytqulova Zulayho (TIQXMMI talabasi)
Yuldasheva Inoyat (TIQXMMI kata o'qtuvchisi)

Hozirgi davrda innovatsion dasturiy axborot va raqamli texnologiyalar taraqqiyoti, jahon bozorida tovar va xizmatlar bilan erkin savdo qilish hamda onlayn – savdoning kengayishi, shuningdek xom – ashyo va tovarlar bozorining moliyaviy bozorlarga aylanishi, investitsiyaning erkin harakatlanishi, global chuqur mehnat taqsimoti va ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi jahon iqtisodiyotining barqaror o'sishini ta'minlamoqda mehnat unumdorligini oshirmoqda, innovatsion raqobat muhitini kuchaytirmoqda, eng muhim jahon aholisi daromadlarining keskin o'sishiga asosiy omil bo'lmoqda.

Jahon iqtisodiyotining istiqboldagi innovatsion rivojlanish yo'nalishlarini belgilovchi asosiy omillar hisoblangan fan – texnologiya taraqqiyoti, inson intelektual salohiyati va uning bilim darajasi asosiy iqtisodiy foyda keltirish omili sifatida o'rtaga chiqmoqda, ilm – fanning rivoji raqamli axborot texnologiyalarini yanada takomillashtirmoqda va texnika taraqqiyotini yuksaltirmoqda, axborot – kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) va ilm – fanni yanada eng yangi cho'qqilarga olib chiqishga zamin yaratmoqda. Innovatsion jarayonlarni rag'batlantirish uchun kapital mablag'larni faol jalb etishi uzoq muddatdagi jahon iqtisodiyotining barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qilmoqda. Bugungi kunda 10 ming ishchi – xodimga Janubiy Koreyada 478 ta robot, Yaponiyada 323 ta, Germaniyada 282 ta, AQSH da 152 ta, Xitoyda 36 ta, Rossiyada 2 ta robot to'g'ri kelmoqda. 2019 – yilga kelib jahon sanoat robotlarini sotish ko'laming 40 % Xitoy bozoriga to'g'ri kelishi kutilmoqda. Shuningdek xodimlarning yashash joylaridan uzoqdan turib virtual ofis va kompaniyalarda ishlashi, videokonferensiya tizimi, elektromobil va avtomobildan umumiyligi foydalanish an'anaviy biznes olib borish tartibini tubdan o'zgartirmoqda va jahonda sog'lom innovatsion raqobatni kuchaytirmoqda. Hozirgi kunda rivojlangan mamlakatlarda virtual ish bilan band bo'lganlar umumiyligi aholining 17% ni tashkil etmoqda, bu ko'rsatkich AQSH va Yaponiyada 40% hamda Daniya, Shvetsiya va Niderlandiyada 33% ga tengdir.

Innovatsion iqtisodiyot – bilimga tayanadigan intelektual iqtisodiyotdir. Hozirgi zamonaviy texnologiyalar bilan jahonda 5% mutaxasisliklar ish jarayoni to'liq avtomatlashtirilgan, yaqin kelajakda 60% mutaxassislar ish jarayoning 3/1 qismini avtomatlashuviga erishilishi McKinsey and Company tadqiqot intituti tomonidan bashorat qilingan.

Hozirgi davrda qazib olinuvchi uglevodorod zahiralaridan olinadigan energiyalar o'rnini qayta tiklanuvchi ekologik toza muqobil energiya manbalari egallamoqda, quyosh va shamoldan olinayotgan elektr energiyalar hamda elektromobilning litiy – ionli akkumulyator batareyalari tannarxlarining yildan – yilga tushib borishi ishlab chiqarishning asosiy omillari hisoblangan ishchi kuchi, kapital, xom – ashyo va boshqa energiya zahiralariga bo'lgan talabni keskin qisqartirmoqda hamda global mehnati unumdorligini oshirmoqda va aholi daromadining barqaror oshishini ta'minlamoqda. Mutaxassislar fikriga ko'ra, 2030 – yilga kelib, jahondagi elektr energiyasining 70% qayta tiklanuvchi energiya manbalardan olinadi, jahondagi yangi sotilayotgan avtomobillarning 30 % ni elektromobillar tashkil etadi, shuningdek, yashash uy – joylari, korxonalar va boshqa xizmat joylarida kam energiya talab qiladigan innovatsion texnologiya va yangi materiallardan foydalanish sovitish – isitish xarajatlarini 30% ga qisqartiradi. Albatta jahonda oxirgi 30 yilda ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarining avtomatlashuvi va raqobatlashuvi, jamiyatning bir qator jabhalarida axborot dasturlari va innovatsion raqamli texnologiyalarning keng tatbiq etilishi hamda ularga narxlarining tushib borishi natijasida rivojlangan mamlakatlar aholisining 10% o'z ish joyini yo'qtdi, 2030 – yillarga kelib, bu ko'rsatkich 30% ga yetishi Pricewaterhouse Coopers audit – konsalting kompaniyasining tahliliy xulosasida keltirilgan. Raqamli iqtisodiyot sohalarida

yuqori ko'rsatkichlarga erishgan mamlakatlarda yangi innovatsiyalarni tatbiq etish jarayonining sekinlashishiga olib keladi.

O'zbekiston 2030 – yilda duyodagi 50 ta innovatsion iqtisodiyot qatoridan o'rinn olishni rejalashtirmoqda – ushbu vazifa yaqinda qabul qilingan va ishlab chiqilishi jarayonida BMTTD ishtirok etgan mamlakatni innovatsion rivojlantirish strategiyasida qayd etilgan. Xususan Toshkentda bo'lib o'tgan “O'zbekiston iqtisodiyotini innovatsion rivojlantirish: xorijiy tajriba, trendlar va istiqbollari” nomli ilmiy – amaliy anjumandagi muhokamalarda ham strategiyaning asosiy vazifalari va O'zbekistonda innovatsion iqtisodiyotni rivojlantirish yo'llari asosiy mavzuga aylandi. “Innovatsiyalar darjasini qancha yuqori bo'lsa YaIM ko'rsatkichlari ham shuncha baland bo'ladi”. Innovatsion rivojlanishning global indeksi mamlakatdagi innovatsion salohiyatni tahlil qilish uchun dastlabki bositgan qadam bo'ldi. O'zbekistonda innovatsion faoliyatni moliyalashtirish tizimini takomillashtirish, raqobatni rivojlantirish va ma'muriy to'siqlarni qisqartirish, infratuzilma va axborot – kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish kabi yo'nalishlar joy organ.

Xulosa qilib aytganda iqtisodiyotda davlatni rolini pasaytirish va norasmiy faoliyatni va aralashuvlarni kamaytirish, biznes va tadbirkorlik uchun qulay va uzoq muddatli barqaror innovatsion raqobat muhitini yaratish, jismoniy shaxs va korporativ soliqlar ko'lami va sonini qisqartirish hamda soddalashtirish, moliyaviy tizimning shaffofligiga erishish, hamda davlat boshqaruvi sifatini oshirish va takomillashtirish, raqamli innovatsion AKT tizimini yaratish iqtisodiyotda innovatsiyalar ko'laming kengayishiga sabab bo'ladi.

Foydanilgan adabiyotlar:

1. “Jahon iqtisodiyoti tarkibiy innovatsion islohotlarga yuz tutmoqda” – Ravshan Soliyev, Toshkent – 2017.
2. Kun.uz rasmiy kanali.
3. Uzreport.News

СУҒУРТА КОМПАНИЯЛАРИ МОЛИЯВИЙ БАРҚАРОРЛИГИНИНГ ИЛМИЙ- НАЗАРИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Носиров Жасур Турсунпулотович

Тошкент давлат иқтисодиёт
университети катта ўқитувчиси

Республикамизда суғурта фаолиятини ривожлантириш бўйича изчилилк билан амалга оширилаётган чора-тадбирлар натижасида, республикада суғурталовчилар ва суғурта қилдирувчилар орасидаги муносабатлар жадал ривожланиб келмоқда. Бу ўз навбатида суғурта компанияларининг молиявий барқарорлигини таъминлашни долзарб қилиб қўяди.

Хозирги кунда суғурта компанияларининг молиявий барқарорлиги билан боғлиқ бўлган бир қатор муаммолар мавжуд бўлиб, уларни бартараф этиш мамлакатимизда суғурта фаолиятини янада ривожлантиришга хизмат қиласи. Жумладан, биринчидан, мижозларнинг суғурта компаниялари ва уларнинг фаолияти ҳамда шу соҳадаги меъёрий-хуқуқий база тўғрисида тўлиқ маълумотга эга эмаслиги. Иккинчидан, суғурта компаниялари томонидан суғурталаш амалиёти ва турларининг ривожланган давлатлар тажрибалари тўлиқ ўрганиб чиқилмаган ва ундан Ўзбекистон амалиётида кам фойдаланилмоқда. Учинчидан, суғурта компанияларининг молиявий ресурслари етарли даражада шаклланмаган.

Шу сабабли, 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегисида суғурта, лизинг ва бошқа молиявий хизматларнинг ҳажмини, уларнинг янги турларини жорий қилиш ва сифатини ошириш ҳисобига кенгайтириш, шунингдек, фонд бозорини капитални жалб қилиш ҳамда корхона, молиявий институтлар ва аҳолининг эркин ресурсларини жойлаштиришдаги муқобил манба сифатида ривожлантириш, вазифалари белгилаб қўйилган.

Ушбу вазифаларни бартараф этиш республикамиз суғурта компаниялари молиявий барқарорлигини таъминлаш ва бу орқали мамлакатимиз суғурта бозорини жадал ривожлантиришга эришиш мумкин.

Суғурта компанияси молиявий барқарорлиги – бу компаниянинг суғурта шартномаларига мувофиқ суғурта таъминотини тўлаш ва заарни қоплаш бўйича (суғурта ҳолатлари рўй берганда) қабул қилинган мажбуриятларининг бажарилишини таъминлаш қобилиятидир. Тўлов лаёқатини таъминлаш суғурта компанияси фаолиятини бошқаришда, унинг молиявий барқарорлигини таъминлашни тартибга солишнинг асосий мақсади сифатида қўриб чиқилиши лозим.

Молиявий барқарорлик суғурта ишининг мавжуд бўлиш ва ривожланиш имкониятини белгилаб беради, суғурта бозорида суғурта компаниясининг муваффақиятли фаолият юритишига имкон беради.

Айрим иқтисодчилар суғурта компаниясининг молиявий барқарорлигини тор ва кенг маънода алоҳида қўриб чиқади. Хусусан, тор маънода бу молиявий воситалар умумий миқдорида ўз капиталининг белгиланган улуши мавжудлиги, кенг маънода эса, компаниянинг молиявий ресурслари ҳолати, тўлов лаёқати ва кредит лаёқатини сақлаб қолишида капитал ва фойданинг ўсиши учун тақсимлаш ва фойдаланиши самарадорлиги тушунилади. Хозирги кунда молиявий барқарорликни тавсифлайдиган кўрсаткичларнинг аниқ тизими мавжуд эмас ва компанияларининг ўзига хос жиҳатларидан ушбу кўрсаткичларни аниқлаш зарур.

Шунингдек, тадқиқотчининг ёндашувида, суғурта компаниясининг риск ва ноаниқлик шароитларида истиқболга баҳоланадиган молия субъекти нуқтаи назаридан «молиявий барқарорлик» ғоясининг ўзига асосий эътибор қаратиш мақсадга мувофиқ.

Бундай ёндашув бир нечта асосий қоидани ўз ичига олади:

Биринчидан, самарадорлик ташкилот фаолиятининг мақсадлари нуқтаи назаридан баҳоланади, яъни аксарият ҳолатларда бу фойда олиш ҳисобланади.

Иккинчидан, ғоя суғурта фондларини шакллантириш ва фойдаланиш бўйича муносабатларни ўз ичига олади.

Учинчидан, самарадорлик нафақат молиявий барқарорликни таҳлил қилиш, айни пайтида балки истиқболда қисқа ва ўрта муддатли бўлиши лозим. Истиқболдаги баҳолар доимо ва ҳар қандай вазиятларда эҳтимолий характеристега эга бўлади.

Суғурта компаниясининг молиявий барқарорлиги борасида юқорида аниқланган хусусиятларниҳисобга олиб, суғурта компаниясининг молиявий барқарорлиги, фикримизча:

- имкониятлар сифатида молиявий барқарорлик узоқ муддатли истиқболга эга эканлиги;

- исталган тижорат ташкилоти хўжалик фаолиятига хос бўлган молиявий рисклар мавжудлиги;

- суғурта компаниялари учун кўшимча, ўзига хос рисклар мавжудлиги.

Суғурта компаниясининг молиявий барқарорлигини барча бозор субъектларига нисбатан мажбуриятларини бажариш, ҳаракатчан иқтисодий муҳитга мослашиш, бозор иқтисодиётида суғурта қилувчи сифатида камол топиш қобилияти сифатида ҳам талқин қилиш мумкин.

Умуман олганда, суғурта компаниясининг молиявий барқарорлиги бир томондан, тўлов лаёқати билан боғлиқ кўрсаткичларга, бошқа томондан эса – кредиторларга боғлиқлик кўрсаткичига асосланади.

Суғурта компаниясининг молиявий барқарорлиги умумий жиҳатдан қуидагиларни ўз ичига олади:

- қабул қилинган мажбуриятларни бажариш;

- суғурта таъминоти тўловлари;

- тўлов лаёқатини таъминлаш;

- муваффақиятли фаолият юрита олиши;

- ўз мажбуриятларини бажариш қобилияти;

- иқтисодий муҳитга мослашиш қобилияти;

- суғуртачи сифатида ўз-ўзини тараққий эттира олиш имконияти;

- тўлов лаёқатини ва келгуси ривожланишини таъминлайдиган молиявий ресурслар ҳолати (сифати ва сони);

- суғурта бизнесини янада ривожлантириш ва тўлов лаёқатини таъминлаш мақсадида молиявий ресурсларни ташқи муҳитга мослаштириш;

- компания капитали ва активлари ўртасидаги нисбат;

- молиявий воситалар умумий миқдорида ўзкапиталининг улуши мавжудлиги;

- корхонанинг молиявий ресурслар ҳолати;

- молиявий ресурсларни таъминлаш самарадорлиги;

- тўлов лаёқати ва кредит лаёқатини сақлаган ҳолда капитал ва фойданинг ўсиши учун молиявий ресурслардан фойдаланиш;

- истиқболда ўз мажбуриятларини бажара олиш қобилияти;

- ўз маблағлари ва қабул қилинган суғурта мажбуриятлари нисбати;

- молиявий натижа олишга йўналтирилган фаолият.

Таъкидлаш мумкинки, суғурта компаниясининг молиявий барқарорлиги негизида содир бўлган суғурта ҳолатлари бўйича ҳамда келажакда рўй берадиган суғурта ҳолатлари бўйича кредит ва суғурта муносабатлари доирасида мажбуриятлар бўйича жавобгарлик, шунингдек, рисқ шароитларида муваффақият билан ривожланиш қобилияти ётади. Айтиш мумкинки, компания тўлов лаёқати бу – молиявий барқарорликнинг зарурий, лекин етарли бўлмаган шартидир. Молиявий ресурсларнинг етарли миқдорига кўшимча равишда, суғурта қилувчининг ривожланиши ва ўз фаолиятини муваффақиятли олиб бориши лозим.

Шундай қилиб, сұғурта компаниясининг молиявий барқарорлиги бошқа ташкилотларнинг молиявий барқарорлигидан асосий фарқи (тасодифий ҳодиса рўй бериши ёки рўй бермаслигига боғлиқ) мажбуриятлар характеристи ҳисобланади. Шу муносабат билан келажақдаги тўловлар микдорини олдиндан аниқ белгилаш имкони мавжуд эмасдек кўринади, демак, сұғурта компаниясининг молиявий барқарорлиги фақат маълум бир даражада эҳтимол билан баҳоланиши мумкин.

Демак, сұғурта компаниясининг молиявий барқарорлиги сұғурта захиралари етарлилик кўрсаткичидан кўра кўпроқ ушбу захиралар узоқ муддатли истиқболда ўргача статистик эмас, муайян корхона учун етарли бўлиш эҳтимоли кўрсаткичи билан тавсифланиши лозим.

Юқоридаги илмий-назарий тадқиқотлардан сұғурта компаниясининг молиявий барқарорлигига уни таъминлаш бўйича қўйидаги хуносаларни шакллантириш мумкин:

1. Компания молиявий барқарорлигининг асосий хусусияти унинг эҳтимолий характеристерга эга эканлиги;
2. Молиявий барқарорликни таъминлайдиган омилларни баҳолаш қўйидагилардан ташкил топади:

- a) қисқа муддатли давр учун молиявий ҳисобот таҳлили;
- b) узоқ муддатли давр учун бошқа (молиявий бўлмаган) омиллартаҳлили;

3. Молиявий барқарорлик сұғурта бизнесини янада ривожлантириш ва тўлов лаёқатини таъминлаш мақсадида ташқи мухитда молиявий ресурсларни максимал даражада мослаштиришни талаб этиши;

4. Сұғурта компаниясининг ҳозирги кунда ва келажақда бозорнинг бошқа қатнашчилари олдида ўз мажбуриятларини бажариш қобилияти;

5. Сұғурта компаниясининг молиявий барқарорлигини таъминлаш учун активлар, капитал ва молиявий ресурсларни мутаносиблигини сақлаш ва улар ҳақидаги маълумотларни бирлаштирадиган мезон зарур.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги фармонига илова//Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами. –Тошкент, 2017. –№ 6 (766). –33-б.
2. Куликов СВ. Обеспечение финансовой устойчивости страховой организации: методы и инструментарий. Дисс. канд. эконом., наук. Новосибирск, 2003. –с.176.
3. Журавлев П.В., Банников С.А., Владимиров В.В. Основы страхового менеджмента. - М: Экономика, 2007. – с.227.

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ТАРТИБГА СОЛИШ ВА ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШ МЕХАНИЗМЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

К.Б.Суюнова

Самарқанд Давлат Тиббиёт Институти ўқитувчиси

Аннатация. Мақолада мамлакатимизда кейинги йилларда туризмни ривожлантиришга қаратилган бир қатор фармонлар, меъёрий хужжатлар қабул қилиниб, туризм соҳани ривожлантиришга катта имкониятлар бериладётгани, шу билан бирга туризмни ривожлантириши мамлакатимиз иқтисодий салоҳиятини такомиллаштиришда, ахолини иш билан таъминлашда катта имкониятлар каби масалалар асосий далиллар асосида ёритиб берилган.

Калит сўзлар: туризм, иқтисолий муносабатлар, иш билан таъминлаш, ахоли даромадлари, диверсификация.

Аннотация. В статье излагается ряд вопросов, таких как принятие ряда указов направленных на развитие туризма в стране в последние годы, представление больших возможностей для развития туризма, а также содействие экономическому благосостоянию страны.

Ключевые слова: Туризм, экономические отношения, трудоустройство, прибыль населения, диверсификация.

Annotation. The article outlines a number of issues such as the adoption of a number of decrees aimed at the development of tourism in the country in recent years, providing great opportunities for the development of tourism, as well as promoting the development of tourism in the country, promoting the economic well-being of the country.

Key words: Tourism, economic relations, employment, profit of the population, diversification.

Қайд этиш жоизки юртимизнинг шундай улкан туристик салоҳиятидан фойдаланиб, уни юқори даражага олиб чиқиши мақсадида кейинги вақтларда амалга оширилмоқда. Жумладан, изчил ислоҳатдан, Ўзбекистоннинг туризм салоҳиятини комплекс равишда ривожлантиришга йўналтирилган 20 дан ортиқ норматив ҳуқуқий хужжатлар қабул қилинди. Демак бу соҳада изчил ислоҳатлар амалга оширилмоқда. Зеро бу соҳани юксак тараққий эттириш мамлакатимизда янги иш ўринларини яратиш, иқтисодиётни диверсификация қилиш, ҳудудларни жадал ривожлантириш, валюта тушумларини кўпайтириш, ахоли даромадлари ва турмуш даражасини ошириш, қисқача айтганда, фаровонликка хизмат қиласи.

Шу боис ҳам 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устивор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида туризм тармоғини тармоғини самарали ривожлантириш масалаларига алоҳида аҳамият қаратилган.

Давлатимиз раҳбарининг жорий йилнинг 3 февралдаги “Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида” ги Фармони, ҳамда 6 февралдаги “Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги, “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорлари сайёхлик йўналишини кескин ривожлантириш, мавжуд имкониятлардан оқилона фойдаланиш, хорижлик меҳмонлар оқимини кўпайтириш, туристик, маданий, табиий ва спорт салоҳиятини бутун жаҳонга намойиш этиш, ўз навбатида, ички туризм маданиятини шакллантириш муҳим ташкилий – ҳуқуқий дастуриламал бўлади.

Энг асосийси, мазкур хужжатлар билан юртимиз туризм салоҳиятини биринчи навбатда, инвестицияларни фаол жалб қилиш, соҳага инновацион ғоя ҳамда технологияларни жорий этиш, шунингдек, бой табиий, маданий, тарихий меросимизнинг ресурслари ҳамда имкониятлардан ҳар томонлама фойдаланиш ҳисобига юксалтириш учун янада қулай шароит яратилади.

Эндиликда шу вақтга қадар ечимини топмай келаётган, туризм соҳаси тараққиётига жиддий тусик бўлаётган масалалар, жумладан, хорижий фуқаролар учун виза ва паспорт режимини либераллаштириш ишлари силжимаётгани, уларга электронлаштириш имконияти

йўқлиги, ички ҳамда зиёрат туризмлари салоҳиятидан суст фойдаланилганлиги, инфратузилманинг етарлича ривожланмаганлиги, соҳага ахборот коммуникация технологиялари талаб дарасида тадбиқ этилаётгани сингари бир қатор муаммоларга барҳам берилди.

Фармон билан 7 та давлат фуқаролари учун республикамиз худудига кирган кундан эътиборан 30 кунлик муддатга визасиз режим белгилаш, 39 та давлат фуқаролари учун ташки ишлар вазирлиги туристик ваучерга оид талабни бекор қилиш, шунингдек жорий йилнинг 1 июлидан эътиборан бир қатор хорижий мамлакатлар фуқаролари учун электрон кириш визалари бериш тизимини жорий этиш, туризм соҳаси билан боғлиқ бўлган обьектларни, уларнинг атрофини ободонлаштириш ва бошқа туризм салоҳиятини ривожлантириш бўйича бир қатор вазифалар белгилаб қўйилди.

Қайд этиш жоизки ҳар бир мамлакатнинг утмиши, бой маданий мероси унинг тараққиётида муҳим ўрин тутади. Дунё цивилизациясининг энг қадимги ва бой маданий марказларидан бири хисобланган юртимизда бугунги кунда тўрт мингдан ортиқ тарихни меъморий обида ҳамда ёдгорликлар бор. Уларнинг ҳар бирини куз қорачиғидай асрар – авайлаб келинаяпти. Самарқанд, Хива, Бухоро, Шахрисабз, Термиз, Қарши, Марғилон каби кухна шаҳарларимиз жаҳон халқларини ўзига тобора жалб этаётгани Ўзбекистоннинг сайёхлик салоҳияти нечоғли юкори эканлигини яққол ифодаламоқда.

Буни биз Президентимизни бу соҳага алоҳида эътибор қаратаётганидан яққол куриниши мумкин. Шавкат Мирзиёев Бухоро шаҳрининг тарихий қисмида вилоятда туризм соҳасини янада ривожлантириш концепцияси асосида амалга оширилган ишлар билан танишди. Бухоро ўзининг бетакор тарихий обидалари осориатлари, асрлар оша давом этиб келаётган миллий ҳунармандчилик анъаналари билан юртимиз туристик жозибадорлигини оширишда катта салоҳиятга эга.

Вилоятда 2018 йилда туризмни янада ривожлантириш концепциясига мувофиқ, 61 лойиҳани хаётга тадбиқ этиш кузда тутилган. Жумладан, 32 та меҳмонхона, 12 меотл, 10 истироҳат боғи барпо этилиб, “Бухоро Палас”, “Вороҳшо” ва “Зарафшон” меҳмонхоналари реконструкция қилинади. Бундан ташқари туризм бўйича халқаро ва миллий ташкилотлар билан ҳамкорликни кенгайтириш, ресторонлар куриш, сайёҳларга хизмат кўрсатувчи транспорт воситалари харид қилиш маданий мерос обьектларини тадбиркорларга ижарага бериш, ҳаво шарида саёҳатни ташкил қилиш Ғиждуван, Шафиркон, Вобкент ва Жандар туманларида қишлоқ туризмини йўлга қўйиш режалаштирлган. Ушбу лойиҳалар ижроси натижасида вилоятга келаётган хорижий ва маҳаллий сайёҳлар оқимини сезиларли даражада кўпайтиришга эришиш мумкин. Тармоқда хизматлар экспорти ҳажми ортиб, кўплаб янги иш ўринлари ташкил қилиш имконияти пайдо бўлади.

Давлатимиз раҳбари Бухоро вилоятига ташрифи чоғида Бухоро шаҳрининг сайёҳлик инфратузилмасини янада ривожлантириш мақсадида унинг тарихий қисмида ҳунармандлар мавзеси қуриш, Ҳақиқат ва Хўжа Нурабод кўчаларини кенгайтириб, сайлгоҳга айлантириш, Пойи Калон ва Мир Араб мадрасаларини қайта топширишни таъминлаш бўйича топшириклар берган эди.

Шунга мувофиқ Ҳақиқат кўчаси кенгайтирилиб 1,5 метр қалинликдаги тупроқ қатлами олиб ташланди, тарихий обидалар атрофи очилди. Кўча бўйлаб биринчи қаватида дукон ва устахоналар бўлган, иккинчи қаватида ҳунармандлар оиласлари яшайдиган уйлар қуришга киришилди. Натижада кўча шаҳарнинг тарихий қисмига монанд сайилгоҳга айланниб бормоқдаа. Вилоятга келаётган сайёҳлар бу ерга ҳам ташриф бюриб, усто ҳунармандлар иши билан танишмоқда, ипак гиламлар, кашталар, зарбоб тунлар, турли кийим кечак, уй рўзгор буюмлари, сувенерлар харид қилиб, Бухоронинг қадимий довруғини дунёга янада кенг ёйишга муносиб ҳисса қўшмоқда. Туризмни ривожлантириш учун жорий йилда Пойи Калон мажмуасига тарихий обидаларни томирдан чиқариш бўйича лойиҳалар ишлаб чиқилди.

Хужа Нуробод кўчасида жойлашган Абдулазизхон ва Улуғбек мадрасаларида таъмиглаш ва тиклаш ишлари амалга оширилмоқда. Арк қўрғони мажмуаси атрофи ободонлаштирилиб, унинг ичкарисидаги бино ва иншоотлар таъмирланади. Мир Араб мадрасасини қайта тиклаш ва унинг ўкув биносини куриш ишлари олиб борилмоқда. Шу кўччанинг ўзида хунармандлар растаси қурилади.

Шавкат Мирзиёев эски шаҳар қисмининг туризм инфратузилмасини ривожлантириш дастурлари билан танишар экан, ушбу худуд том маънода Бухоронинг юраги бўлиши кераклигини таъкидлади. Шу билан бирга Президентимиз ҳар бир лойиха юзасидан ўз таклиф тавсияларини бериб, Мир Араб мадрасаси бино ва иншоотлари, туристларга хизмат кўрсатувчи автоуловлар, инфратузилма обьектларини куздан кечирди.

Давлатимиз раҳбарининг Бухоро вилоятига ташрифи куздан кечирилган истиқболли лойихаларнинг асосий йўналиши вилоятда туризмни ривожлантириб аҳоли турмуш тарзини такомиллаштиришга ўз ҳиссасини қушади.

Айниқса, кейинги йилларда Самарқанд вилоятида туризмни ривожлантириш соҳасида улкан ишлар амалга оширилмоқда.

Мавсумда ҳар куни 100 дан ортиқ меҳмонхоналарда маҳаллий ва хорижий сайёҳларга хизмат кўрсатилиб, шаҳар маркази, шунингдек, туташ худудлардаги 30 дан зиёд ресторонларда миллий, корейс, рус ва Европа таомлари тайёрланиб, кўнгилочар тадбирлар уюштирилмоқда.

Зиёратчилар ва сайёҳлар оқимининг кўплигини ҳисобга олиб, Ўзбекистон ҳаво йўллари Миллий авиакомпанияси томонидан қўшимча рейсларни кўпайтириш йўналишлари амалга оширилмоқда.

Самарқандга сайёҳлар келиши кескин кўпайди. Масалан 2017 йил давомида 10 та чартер рейс орқали Япония фуқароларининг юртимизга саёҳати уюштирилган бўлса, бу йил қатновлар сонини 15 тага етказиш режалаштирилган. Бу йил 3000 га яқин Японияликларнинг саёҳатлар орқали юртимизга келиши кутилмоқда. 2017 йил мобайнида Самарқандга 1,1 млн нафар яқин маҳаллий ва 180 мингдан ортиқ хорижий сайёҳлар ташриф буюрди.

2018 йилда 350 минг нафар хорижлик ҳамда 1 млн 650 минг нафар маҳаллий сайёҳнинг Самарқанд заминида қабул қилиш кутилмоқда.

Давлатимиз раҳбари ташаббуси билан 2020 йилга қадар “Samarkand City” туризм зонаси ташкил этилади. Бу ҳақда ҳукуматимизнинг Самарқанд ва Самарқанд вилоятининг туристик салоҳиятини ривожлантиришни, жадаллаштиришнинг уч йиллик дастури тасдиқланган. Унга кўра, худудда замонавий меҳмонхоналар, катежлар, маданий соғломлаштириш ва кўнгилочар савдо масканлари, жумладан, амфитеатр, боулинг – кулублар, карооке-барлар, кафе, ресторанлар, эсадлик совғалар ва бошқа маҳсулот дўконлари қурилади.

Қайд этиш жоизки, битта Имом Бухорий мажмуасига бир кунда 5 мингга яқин меҳмонлар, зиёратчилар келмоқда. Бу фактлар шуни кўрсатадики кейинги 2 йил ичida юртбошимиз Шавкат Мирзиёевнинг саҳий ҳаракатлари туфайли мамлактимизга келаётган туристлар оқимини кўпайтириш. Ушбу сайи ҳаракатлар натижасида халқимизни иш билан таъминлашни такомиллаштириш, халқимизнинг турмуш тарзини яхшилашга қаратилган. Юртимизга ташриф буюраётган сайёҳлар сони йилига ўрта ҳисобда 5 фоизга ошмоқда. Иқтисодиётнинг ушбу секторида умумий даромад ҳажми триллионлаб долларни ташкил этмоқда. Ҳар йили бутун дунёда бир миллиарддан зиёд киши саёҳат қилмоқда.

Жаҳон ялпи маҳсулотини туризмнинг улуши 9 фоизни ташкил этмоқда, янги ташкил этилаётган ҳар II иш ўрнининг биттаси ушбу соҳага тўғри келади. Битта Сингапур мамлакатига ҳар йили 28-29 миллион турист келиб кетади, давлат бюджетининг 29-30 фоизи туризмдан. Ҳар 8 кишидан биттаси туризм соҳасидаги иш билан таъминланган.

Хулоса қилиб айтганда туризмни ривожлантириш ҳақидаги Президентимизнинг фармонларини ижросини таъминлашга шу соҳада фаолият кўрсатувчи ҳар бир фуқаро масъул эканлиги. Жаҳон тажрибасини ўрганиб, туризм оқимини кўпайтириб,

мамлакатимизнинг иқтисодий салоҳиятини юксалтиришга ўз ҳиссасини қўшишга ҳар бир фуқаромиз ўзини масъул деб ҳисоблаши мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Каримов И.А. Юксак мавнавият енгилмас куч. Тошкент 2008 й.
2. Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора тадбирлар тўғрисида Фармони. Халқ сўзи. 2018 йил 6 феврал.
3. Мирзиёев Ш.М. Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисидаги фармони. Халқ сўзи. 2018 йил 7 феврал.
4. Мирзиёев Ш.М. Давлат мактабгача таълим муассасалари айрим ходимлари меҳнатига ҳақ тўлашни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисидаги Қарори. Халқ сўзи. 2018 йил 1 март.
5. Мирзиёев Ш.М. Бирлашган мамлакатлар ташкилоти Бош ассамблиясининг 72-сессияси нутқи. Халқ сўзи. 2017 йил 20 сентябр.
6. А.Муҳаммаджонов. Темур ва темурийлар сулоласи. Тошкент 1994.
7. Шоислом Шомуҳаммедов. Хазиналар жилоси. Қ.Кулом нашриёти 1981 йил.
8. Жаҳон А.В. Ўзбекистонда туризм индустряси жадал суръатларда тараққий этаяпти. Халқ сўзи. 2016 йил. 19 февраль.
9. Рахмонов С. Дунёни мафтун этган диёр. Халқ сўзи. 2017 йил. 14 апрель.
10. Зиёдинов М. Ўзбекистон – Франция. Туризм соҳасида ҳамкорлик ривожланмоқда.

ИЖТИМОЙ ТАЪМИНОТ СОҲАСИДАГИ ДАВЛАТ СИЁСАТИНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Маматқурова Яира
Тошкент молия институти магистри

Фуқароларни ижтимоий ҳимоя қилиш ва улар манфаатларини таъминлаш давлатимиз томонидан олиб борилаётган ижтимоий сиёсатнинг устувор йўналишларидан биридир. Ижтимоий сиёсат – бу аҳолининг турмуш фаровонлигини ошириш, унинг яшashi ва ишлаши учун етарли шароитларни таъминлайдиган давлат сиёсатидир.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёев таъкидлаган-ларидек, «...Тинчлик ва соғлиқни таъминласак, қолган ҳамма нарсага эришамиз. Ногиронлиги бўлган шахслар, бокувчисини йўқотганлар, ёлғиз кексалар, умуман, қўмакка муҳтоҷ қатламларни қўллаб-қувватлаш, албатта, устувор вазифамиз бўлиб қолади».

Бугунги кунда кенг жамоатчилик муҳокамаси натижасида ишлаб чиқилган ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президенти фармони билан тасдиқланган Ўзбекистон Республикасини 2017-2021 йилларда янада ривожлантиришнинг Ҳаракатлар стратегияси ва унинг алоҳида устувор йўналишлари ҳам инсон ҳаёти ва унинг манфаатларини ҳимоялаш билан боғлиқ йўналишлар ва тармоқларни ўзида мужассам этган. Ижтимоий соҳа ривожини таъминлаш, аҳолини ижтимоий ҳимоялаш тизимини янги босқичга кўтариш, бу соҳадаги муаммоларни ечиш, ижтимоий таъминот ва пенсия таъминотини ривожлантиришнинг қонуний-ҳуқуқий асосларини мустаҳкамлашга қаратилганлиги билан айниқса аҳамиятлидир.

Ўзбекистон Республикасини 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг Ҳаракатлар стратегиясида аҳоли бандлиги ва реал даромадларини изчил ошириб бориш, ижтимоий ҳимоя ва соғлиқни сақлаш тизимини такомиллаштириш, хотин-қизларнинг ижтимоий-сиёсий фаоллигини ошириш, арzon уй-жойлар барпо этиш, ..таълим, маданият, илм-фан, адабиёт, санъат ва спорт соҳаларини ривожлантириш, ёшларга оид давлат сиёсатини такомиллаштириш масалаларига эътибор қаратилади.

Ижтимоий сиёсат жамиятдаги тенгсизликни ҳаддан ташқари ошиб кетишига йўл қўймаслиги керак. Ижтимоий сиёсат даромадларни тартиблаш ва ижтимоий ёрдам уюштириш орқали жамиятдаги ижтимоий уйғунликни, яъни турли гурухларнинг ҳамжиҳатлигини таъминлайди. Бу билан ижтимоий низоларнинг олди олинади, ижтимоий баркарорлик, тинчлик-хотиржамлик эса иқтисодий ўсиш учун шароит ҳозирлайди.

Мамлакатимизда аҳолини турмуш даражасини ошириш ва аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш давлат бюджетининг асосий функцияларидан бири этиб белгиланди.

Самарали ижтимоий сиёсатни иқтисодиётни баркарорлаштириш, таркибий ўзгартиришлар, бозор муносабатларини босқичма-босқич жорий этиш чора-тадбирлари билан уйғунлаштириб амалга ошириб борган тақдирдагина ижтимоий соҳага йўналтирилган бозор иқтисодиётини барпо этиш мумкин. Ижтимоий сиёсат даромадларнинг тақсимланишини тартиблайди, даромадларнинг бюджетга олинган қисмидан муҳтоjlарга ёрдам ажратилади, минимал иш ҳақи, минимал пенсия микдори белгилаб қўйилади. Ишсизлик нафақаси ўрнатилади, ижтимоий ёрдам сиёсатига биноан ёрдамга муҳтоj аҳолига пул нафақалари, бюджет трансферлари ажратилади. Мамлакатимизда амалга оширилаётган ижтимоий сиёсатнинг асосий мақсадли йўналишларидан бири – аҳолининг юқори турмуш даражасини оширишdir. Мустақиллик йиллари машҳур беш тамойилга асосланган ижтимоий йўналтирилган эркин бозор иқтисодиётида аҳолини ижтимоий ҳимоялаш тизими накадар тўғри ва пухта эканини исботлади

Бирлашган Миллатлар Ташкилоти (БМТ) томонидан тавсия этилган аҳоли турмуш даражаси кўrsatkiчларини яхшилашда мамлакатдаги ижтимоий инфратузилманинг ривожланганлиги, давлат томонидан кўrsatiladigан хизматларнинг микдори ва сифати,

ижтимоий соҳа ва аҳолини ижтимоий ҳимоялаш тизимининг ривожланганлик даражаси асосий омиллар бўлиб хизмат қиласи. Жадвал маълумотларидан кўриниб турганидек, Давлат бюджети харажатларида ижтимоий соҳа ва аҳолини ижтимоий қўллаб-қувватлаш харажатларининг салмоғи юқори. Хусусан, бу туркум харажатлар 2012-2018 йилларда жами бюджет харажатларининг салкам 58-59,0 фоизини ташкил этган. Демак, ушбу соҳага қилинаётган харажатлар номинал миқдорларда ортиб бормоқда.

Ижтимоий ҳимоялашнинг кенг камровли шаклларидан бири – аҳолини пенсиялар ва нафақалар билан таъминлашдир.

2018 йилда аҳолининг эҳтиёжманд қатламларини ижтимоий қўллаб-қувватлаш бўйича самарали ва манзилли чора-тадбирлар қўрилди. Мамлакатнинг донни қайта ишлаш тармоғига бозор механизмларини жорий қилиш, ун ва қолипли нон харид қилиш бўйича аҳолининг ижтимоий ҳимояга муҳтоҷ қатламларига қўшимча харажатларни қоплаш учун компенсациялар тўлашнинг самарали механизмини яратиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 13 сентябрдаги «Мамлакатимиз аҳолисини ва иқтисодиёт тармоқларини рақобат ва бозор механизмларини жорий этиши асосида дон, ун ва нон билан ишончли таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 731-сонли қарори кабул килинди. Мазкур қарорга асосан, Ўзбекистон Республикасида 2018 йил 1 октябрдан бошлаб:

- ёшга доир, ногиронлик бўйича нафақа, бокувчисини йўқотганлик пенсияси ва нафақаси, болалигидан ногирон бўлган 16 ёшдан катта шахсларга нафақа, ногирон бўлган 16 ёшгача болаларга нафақа, шунингдек, ёшга доир пенсиянинг белгиланган миқдоридан кам пенсия ва нафақа бўйича ҳар бир нафақа олувчи;

- бола икки ёшга тўлгунга қадар уни парвариш қилиш бўйича нафақа олувчи ҳар бир оила, ўзини ўзи бошқариш органлари орқали моддий ёрдам олувчи кам таъминланган оиласида ун ва қолипли нон харид қилиш бўйича қўшимча харажатларни қоплаш учун энг кам ойлик иш ҳақининг 10 фоизи миқдорида ҳар ойлик пул компенсацияси тўланиши жорий этилди.

Пул компенсацияси Ўзбекистон Республикаси давлат бюджети маблағлари ҳисобидан тўланади. Заруратга кўра, бозорда дон ва ун нархлари кескин ўзгаришининг олдини олиш мақсадида истеъмолчиларга сотиш учун давлат захирасидан дон чикариш таъминланади. Туманлар (шахарлар) ҳокимларига кам таъминланган оилаларга моддий ёрдам тайинлаш шартларига мувофиқ, 2019 йил 1 январгача ҳокимликларнинг захира жамғармалари, шунингдек, туманлар (шахарлар) бюджетлари даромадлари прогноз параметрларининг ошириб бажарилишидан тушган маблағлар ҳисобига оиланинг ҳар бир аъзоси ҳисобга олинган ҳолда энг кам ойлик иш ҳақининг 10 фоизи миқдорида пул компенсацияси ажратиш ҳукуки берилади. Юқорида кўрсатилган тоифадаги оилаларга (шахсларга) пул компенсацияси тегишли ўзини ўзи бошқариш органлари томонидан ҳисобланади.

Юқоридагилардан келиб чиқкан ҳолда қуйидаги хуносаларни келтириш мумкин.

1. Самарали давлат ижтимоий сиёсатини иқтисодиётни барқарорлаштириш, таркибий ўзгартиришлар, бозор муносабатларини босқичма-босқич жорий этиши чора-тадбирлари билан уйғунлаштириб амалга ошириб борган тақдирдагина ижтимоий соҳага йўналтирилган бозор иқтисодиётини ривожлантириш мумкин.

2. Аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш тизими учта асосий шаклга эга: ижтимоий таъминот; ижтимоий суғурта; ижтимоий ёрдам.

3. Ижтимоий таъминот турлари барқарор ҳусусиятга эга бўлгани ҳолда муайян сиёсий, иқтисодий шароитларга ва демографик кўрсаткичларга боғлиқ равишда ўзгариб боради.

Адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2018 йил. 28 декабрь.

HARAKATLAR STRATEGIYASINI AMALGA OSHIRISH SHAROITIDA AHOLINI IJTIMOIY MUHOFAZA QILISHNING TASHKILIY-HUQUQIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Mamatqulova Yayra
Toshkent moliya instituti magistri

O’zbekiston Respublikasi iqtisodiyotini rivojlantirish, avvalo, aholi turmush farovonligini oshirishdan iborat bo’lib, bu borada hozirgi kunda qator ijobjiy ishlar amalga oshirib kelinmoqda. Odamlar daromadlarini ko’paytirish, ta’lim va sog’liqni saqlash xizmatlari sifatini yanada yaxshilash, aholini uy-joy bilan ta’minalash, aholining muhtoj qatlamlarini manzilli ijtimoiy muhofaza qilish tadbirlari shular jumlasidandir. Bu sohadagi mayjud muammolarni bartaraf etish, jamiyatda ijtimoiy barqarorlikni ta’minalash, oddiy odamlarning mamlakatda olib borilayotgan islohotlar va ularning natijalaridan qoniqishlariga erishish, aholining ta’sirchan ijtimoiy muhofazasini ta’minalash maqsadida O’zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasida qator chora-tadbirlar ko’zda tutilgan bo’lib, ularni, jumladan, quyidagi yo’nalishlarda olib borish belgilangan:

- aholiga majburiy ijtimoiy kafolatlarni ta’minalash, aholining ehtiyojmand qatlamlari ijtimoiy himoyasini hamda keksalar va imkoniyati cheklangan shaxslarni davlat tomonidan qo’llab-quvvatlashni kuchaytirish;
- ijtimoiy xizmat ko’rsatishni yaxshilash, aholiga ijtimoiy xizmatlar ko’rsatishda davlat-xususiy sherikligini rivojlantirish;
- pensionerlar, nogiron, yolg’iz keksalar, aholining boshqa ehtiyojmand toifalarining to’laqonli hayot kechirishlarini ta’minalash uchun ularga tibbiy-ijtimoiy yordam ko’rsatish tizimini yanada rivojlantirish va takomillashtirish.

Aholini ijtimoiy himoya qilish har qanday davrda ham davlat va jamiyat oldida turgan eng muhim, eng dolzarb vazifa hisoblanadi. Chunki odamlarning turmush tarzi, kayfiyati, amalga oshirilayotgan islohotlarga munosabati qanday bo’lishi, ular qay darajada ijtimoiy himoyalanganligi bilan bevosita bog’liq. Ayniqsa, bozor iqtisodiyoti munosabatlari chuqurlashgani sari ijtimoiy himoyaning ham ahamiyati ortib boraveradi.

Jahon mamlakatlari tajribasi ko’rsatayaptiki, iqtisodiy muammolarni, iqtisodiy inqirozni bartaraf etish mumkin. Ammo ijtimoiy muammolarni hal etish, ijtimoiy inqiroz oqibatlarini yumshatish oson kechmaydi. U juda katta kuch, vaqt, eng muhimi, uzoqni o’ylab oqilona siyosat yuritishni talab etadi. Ayrim mamlakatlarda aholining ijtimoiy himoyasiga, ijtimoiy masalalarni hal etishga e’tiborsiz qarash, noto’g’ri yondashuvlar juda katta ijtimoiy tanglik, ijtimoiy bo’ronnlarni keltirib chiqargani, ulkan yo’qotishlarga olib kelgani ko’pchilikka ma’lum. Mazkur jihatlarda ijtimoiy sohani rivojlantirishning ahamiyati yanada chuqurroq namoyon bo’ladi. O’zbekistonda ijtimoiy sohaga jamiyat e’tiborini kuchaytirish, manzilli ijtimoiy himoyani kafolatlash davlat siyosatining asosiy ustuvor yo’nalishlaridan biridir. Mamlakatimizni taraqqiy ettrishning milliy modeli asosini tashkil qiladigan besh tamoyilning biri ham kuchli ijtimoiy siyosat yuritishdan iborat. Mazkur tamoyil asosida mustaqillik yillarda mamlakatimizda beqiyos ishlar amalga oshirildi.

Avvalo, ijtimoiy soha, xususan, aholini ijtimoiy qo’llab-quvvatlash sohasi tubdan isloh qilindi. Bu boradagi qonunchilik asoslarini mustahkamlashga alohida e’tibor qaratildi. 1991-yildayoq O’zbekiston Respublikasida “Nogironlarni ijtimoiy himoya qilish to’g’risida” Qonun qabul qilindi. Bundan tashqari, “Fuqarolarning davlat pensiya ta’mnoti to’g’risida”, “Aholini ish bilan ta’minalash to’g’risida”, “Sog’liqni saqlash to’g’risida”, shuningdek, turli sohalar xodimlarining ijtimoiy muhofazasini ta’minalash to’g’risida, yolg’iz keksalar, nogironlar va pensionerlarning ijtimoiy muhofazasini kuchaytirish to’g’risida, kam ta’milangan oilalarga nafaqa tayinlash to’g’risida va boshqa o’nlab qonunlar, Prezident farmon va qarorlari, hukumat qarorlari hamda boshqa normativ-huquqiy hujjatlar qabul qilindi.

Mazkur qonun hujjatlarining hayotga izchillik bilan tatbiq etilishi, har yili davlatimiz byudjetining qariyb 60 foizi ijtimoiy sohalarni moliyalashtirishga sarflanayotgani hamda ijtimoiy sohani rivojlantirish, ijtimoiy islohotlar bosqichma-bosqich tizimli ravishda, izchil olib borilishi natijasida mamlakatimizda ijtimoiy barqarorlik saqlanib, odamlarning ertangi kunga ishonchi mustahkamlanib, buniyodkorlik fazilatlari tobora oshib bormoqda. Bularning barchasi mamlakatimizni izchil rivojlantirishga mustahkam asos yaratmoqda.

Dunyo tajribasini har tomonlama chuqur o‘rganib, xalqimiz mentalitetini hisobga olgan holda tanlangan yo‘limizga ko‘ra, bozor iqtisodiyoti ijtimoiy yo‘naltirilgan va eng avvalo, jamiyat manfaatlariga qaratilgan bo‘lishi lozim. Shundan kelib chiqib, iqtisodiy islohotlarda, avvalo, aholining davlat va jamiyat tomonidan qo‘llab-quvvatlashga ehtiyojmand qatlami manfaatlariga yo‘naltirilgan siyosat yuritish orqali iqtisodiy islohotlarning ijtimoiy samaradorligini oshirish zarur.

Aholining manzilli ijtimoiy himoyasini ta‘minlashning eng samarali shakli, bu shubhasiz, ularni ish, barqaror daromad manbai bilan ta‘minlashdir. Shu tamoyildan kelib chiqib, mamlakatimizda ish o‘rinlari tashkil etish va mehnatga layoqatli aholining bandlik darajasini oshirishga qaratilgan maqsadli choralar har tomonlama qo‘llab-quvvatlanmog‘i lozim.

Bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2017-yil 23-maydag‘i “Bandlik sohasida davlat siyosatini yanada takomillashtirish va mehnat organlari faoliyati samaradorligini tubdan oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni bilan O‘zbekiston Respublikasi Mehnat vazirligi Bandlik va mehnat munosabatlari vazirligiga aylantirilganligi alohida e‘tiborga loyiq. Ushbu hujjat bandlik sohasida davlat siyosatini amalga oshirishda yangicha yondashuvlarni joriy etish, davlat va xususiy tadbirkorlik o‘rtasidagi hamkorlikka asoslangan holda mehnat bozori infratuzilmasini rivojlantirish, aholi, ayniqsa yoshlar bandligini ta‘minlashda samarador chora-tadbirlarni amalga oshirishga yo‘naltirilgan. O‘zbekistonda ehtiyojmand oilalar, nogironlar, ayollar va bolalar, pensionerlar, yolg‘iz keksalar, ishsiz fuqarolar ijtimoiy himoya qilinayotgan aholi toifalariga kiradi.

Ijtimoiy himoyalash moddiy qo‘llab-quvvatlash (ijtimoiy nafaqa, boshqa to‘lovlar), tibbiy, kasbiy, ijtimoiy reabilitatsiya qilish, o‘qitish, kasbga tayyorlash va malaka oshirish, ish bilan ta‘minlash, ijtimoiy infrastruktura obyektlariga to‘sqliarsiz kirish, axborot tizimidan erkin foydalanish uchun sharoit yaratish kabi asosiy yo‘nalishlarda amalga oshirilmoqda.

Mutaxassislarning fikriga ko‘ra, mamlakatimizda ijtimoiy himoya tizimini mustahkamlashda me’yoriy-huquqiy asosni yanada takomillashtirish, jahon standartlariga moslashtirish muhim masala hisoblanadi. Bu jarayonda viloyat, tuman (shahar) moliya bo‘limlari hamda bandlikka ko‘maklashish va aholini ijtimoiy muhofaza qilish markazlari, fuqarolarning o‘zini o‘zi boshqarish organlari aholiga ijtimoiy yordam ko‘rsatishda ijtimoiy adolat tamoyillariga, qarorlar qabul qilishda oshkorlikka qay darajada rioya etayotganiga e‘tibor qaratilgan. Shuningdek, ajratilgan mablag‘lardan samarali va maqsadli xulosa qilib aytganda, mamlakatimizda aholi turmush farovonligini oshirish – bu kompleks tarzda amalga oshiriladigan tadbirlar tizimi bo‘lib, u turmush darajasini belgilovchi ko‘rsatkichlarni ishlab chiqish, yangi ish o‘rinlari yaratish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, oilaviy biznesni qo‘llab-quvvatlash, kasb-hunar kollejlari bitiruvchilarini ishga joylash va ish o‘rinlari bilan ta‘minlash, yakka tartibdagi tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash, tadbirkorlarga o‘z biznesini yo‘lga qo‘yish uchun imtiyozli kreditlar berish kabilar orqali aholi bandligini oshirish, haqiqatda ijtimoiy qo‘llab-quvvatlashga muhtoj aholi qatlamlarini aniqlash mexanizmlarini takomillashtirib borish va ularni manzilli tarzda ijtimoiy himoyalash, ijtimoiy himoyaning huquqiy asoslarini va moliyaviy manbalarini mustahkamlash, jamiyatda davlat bilan fuqarolar o‘rtasida ijtimoiy sheriklik munosabatlarini o‘rnatish, turmush darajasini oshirish masalalariga nodavlat notijorat tashkilotlarini tobora ko‘proq jalb qilish kabilarni o‘z ichiga oladi.

Адабиётлар:

2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldag‘i PF-4947-sonli Farmoniga 1-ilova. O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2017 y., 6-son, 70-modda.

ЎТИШ ДАВРИДА БЎЛГАН ДАВЛАТЛАР УЧУН ЗОНАЛ СИЁСАТНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИГИ

Ҳамроев X.Р.
Бухоро давлат университети доценти

Зонал сиёсат – мамлакатда эркин иқтисодий худуд(бундан кейин ЭИХ)ларни яратиш бўйича ҳамда регион, тармоқ, соҳа ва алоҳида корхоналарнинг потенциалини чукур ўрганиб, ушбу потенциални реализация қилиш тизимини ишлаб чиқиш бўйича давлатнинг олиб борадиган чора - тадбирлар мажмуасидир. Зонал сиёсатни олиб бориш планетанинг ҳар бир регионида, ҳар бир давлатда ўзига хос хусусиятларга эга. Шу билан бирга ўтиш иқтисодиёти давлатлари бу сиёсатнинг умумий жиҳатларини кўриш мумкин.

Собиқ социалистик мамлакатлар тоталитар, маъмурий - буйруқбозлик тизимидан бозор иқтисодиётига ўтишни амалга ошироқда. Ўн йиллар давомида таркиб топган хўжалик юритишнинг нисбатан барқарор тизимидан сифат жиҳатдан тубдан фарқ қилувчи хўжалик юритишнинг бошқа тартибиغا ўтиш содир бўлмоқда. Бу ўтиш нафақат ишлаб чиқариш воситаларида мулкчиликнинг ҳукмон бўлган давлат (умумхалқ) мулкчилигидан хусусий мулкка ўтишни билдиради, балки ижтимоий идеологияни алмашувини, таркиб топган менталитетни, меҳнат мотивацияларини ўзгаришини билдиради. Собиқ социалистик мамлакатларнинг кўпчилигига ЭИХлар яратиш, фаолият юритиш ва ривожлантиришга нисбатан давлат сиёсати аникланмаган.

Шарқий Европадаги собиқ социалистик мамлакатларнинг тажрибаси шуни кўрсатдик, бозор иқтисодиётига ўтишнинг суръати ва мураккаблиги қўйидаги омилларга боғлиқ:

- социалистик қурилишнинг канча давом этганлигига (Россияда 70 йил, Латвияда 50 йил, Болгарияда 40 йил..);
- миллий иқтисодиёт катталиги ва мураккаблигига (аҳоли сони, территорияси, тармоқлар сони, ишлаб чиқариш турлари, товарлар ассортименти, миллатлар сони, динлар тури ва ҳоказо);
- бозор иқтисодиётига ўтишда давлат раҳбарлари йўлининг илмий асосланганлиги, унинг авторитет билан, аҳоли ишончи билан, мамлакат хусусиятлари (тарихий, миллий, диний, этник, маданий ва бошқа) билан боғланганлиги;
- сиёсий барқарорлик, ижтимоий келишув, кучли оппозиция кучларининг борлиги, бозор муносабатларини таркиб топиши, мустаҳкамланишига қарши турла оладиган, издан чиқара оладиган, буза оладиган кучлар мавжудлиги;
- жамиятнинг криминаллик даражаси, жиноятчиликнинг ҳажми ва характери (биринчи навбатда иқтисодий соҳада), бюрократик аппаратнинг коррупциялашганлик даражасига;
- ижтимоий-сиёсий ҳаётни белгиловчи қонунларнинг пухталиги, етуклиги;
- тадбиркорлар учун, шу жумладан, халқаро бизнес учун яратилган шароит;
- давлат тузилишининг характеристига боғлиқ (бу нарса бозор ўзгаришларнинг территориялар бўйича равон бориш-бормаслигига ўз таъсирини кўрсатади, масалан, Венгрия билан Россияни солиштирсан, биринчиси, тенг ҳуқуқли, иқтисодий ҳолати бир - бирига яқин вилоятлардан иборат бўлса, иккинчиси эса колейдоскоп: Москва ва Петербург бир дунё бўлса, автоном республика, ўлкалар, округлар бошқа бир дунё, ҳар бир регионнинг ўзига хос мақоми, мавқеи, ўрни бор).

Марказий (ва Шарқий) Европа мамлакатларида ЭИХларни яратиш, асосан, йигирманчи асрнинг 80 - йилларида бошланди. Уларнинг асосий мақсади: ташқи иқтисодий

фаолиятни активлаштириш йўли билан марказлашган - планли миллий иқтисодиётларнинг очиқлигини кучайтириш, жаҳон бозори билан алоқани яхшилашдан иборат бўлган. Албатта, бунда бир қанча умумдавлат вазифаларни ҳал қилиш керак эди:

- миллий ишлаб чиқаришнинг рақобатбардошлигини ошириш;
- четга товарларни экспорт қилиш ҳамда хориж инвестицияларини кўпайтириш йўли билан валюта оқимини ошириш;
- импорт маҳсулотларини сотиб олишга қилинадиган харажатларни қисқартириш;
- янги маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқаришни йўлга қўйишни жадаллаштириш.

Кўп ҳолларда ЭИХ бозор иқтисодиётининг лабораторияси сифатида қаралган. Чунки бу мамлакатларда ЭИХларни яратиш ва фаолият юргизиш икки иқтисодий тизимлар (тоталитар ва бозор) шароитида олиб боришга тўғри келар эди. Вакт ўтиб бориши билан ЭИХлар олдида қўйилган баъзи бир мақсад ва вазифалар ўзгариб, иккинчи даражага тушиб қолди. Энг муҳими эса миллий ривожланиш ва бозор мамлакатлари билан тенг хукуқли асосда хўжалик алоқаларининг интеграциялашуви бўлиб қолди. Социалистик мамлакатларда ЭИХларни ташкил этиш ва фаолият юритиши иқтисодиётнинг 2 тизими (режа ва бозор) нинг бир-бирига умуман тўғри келмаслиги билан характерланар эди. Бу эса қонуний базани жуда пухта ўйлаб чиқиши талаб қиласи эди. Социалистик мамлакатларда ЭИХларни ташкил этишнинг бошланғич босқичида уларни тартибга соладиган регламентлар қўшма тадбиркорлик тўғрисидаги миллий қонунларнинг мантиқий давоми сифатида эди. Анклав ҳолатидаги ЭИХлар учун худудда фаолият юритувчи хориж ва миллий инвесторларга маҳсус хукуқий нормаларни ишлаб чиқиш керак эди[3].

Бу давлатлар учун З гурӯҳ муаммони ҳал қилиш зарур эди:

- Иқтисодиётни эркинлаштириш;
- Давлат ва кооператив мулкни хусусийлаштириш;
- Иқтисодиётни реструктуризация қилиш.

Бу регионда асосан божхона тўловлари ва экспорт-импорт назоратни тўлиқ бекор қилиш ёки пасайтиришга асосланган эркин савдо худудлари фаолият юритади. Асосий эътибор валюта тушумини оширишга қаратилади. Ишлаб чиқариш базасини ривожлантиришга унчалик эътибор берилмайди.

Собиқ совет давлатлари иқтисодиёти ўтиш иқтисодиёти ҳолатидадир, аммо Шарқий ва Марказий Европа мамлакатлари иқтисодиётидан анчагина фарқ қиласи. Чунки Польша, Чехия, Венгрия, Руминия, Славакияда хусусий секторнинг мавқеи олдиндан ҳам анча юқори эди (Масалан, Польшада қишлоқ хўжалигининг 80% хусусий секторга тегишли эди.). Бу мамлакатлар йигирманчи асрнинг 70-йилларидан аста-секин Гарбий Европа мамлакатлари билан фаол иқтисодий алоқалар ўрнатиб, ривожлантириб бордилар, хорижий инвестициялар киритиб, янги технологиялар олиб ва иқтисодиётни бошқаришнинг замонавий усусларини ўргана бошладилар. Собиқ совет давлатлар эса бундай имкониятга эга эмасдилар. Шунинг учун улар бозор муносабатлари тизимига секинроқ трансформация бўла бошладилар. Приватизация жараёни нисбатан сустроқ, сиёсий барқарорлик эса паст эди. Шунинг учун уларда ЭИХларга яшаб кетиш воситаси сифатида қарашади [2.162., 1.].

ЭИХ локал территорияда моддий, молиявий, меҳнат ва информация ресурсларини мобилизация қилиш йўли билан социал-иктисодий ривожланишни жадаллаштириш воситасидир. Шунинг учун худудлар яратишга, айниқса, тоталитар тизимдан чиқсан ва муаммоларга қўмилиб кетган ўтиш даврида бўлган давлатларда унга соф иқтисодий ва регионал муаммо, деб қараш нотўғридир. Россиядаги ЭИХларнинг кўпчилиги шу мақсадда ташкил этилган эди, шунинг учун муваффақиятсиз чиқди. Худуд яратиш давлатнинг жуда муҳим сиёсатидир. ЭИХлар ғоясини амалга ошириш иқтисодиётни давлат томонидан илмий асосланган, пухта ўйланган тартибга солишини олиб боришни талаб этади. Давлат

тизимининг иқтисодий муносабатларида ЭИХ роли ва ўрнини аниқлаш учун жамият институтлари фаолиятининг характеристи, уларга юкланган вазифалар, бу институтларнинг келажакдаги эволюциясини ҳамда ЭИХларга муносабатини аниқлаш керак. ЭИХни ишига алоқадор давлат структураларининг аниқ, чаққон, ҳалол ва самарали ишлаши иқтисодий, жумладан, солиқ имтиёзларидан ҳам мухим аҳамият касб этади. ЭИХ яратишдан кўзланган мақсад, унинг типи у ёки бу мамлакат ҳукуматларининг олиб бораётган зонал сиёсатнинг моҳиятига боғлиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Войнов Н. О свободных экономических зонах постсоциалистических странах. //Ж: Российский экономический журнал.- 1997г. № 9. 110-112 с.
2. Друзик С.Я. Свободные экономические зоны в системе мирового хозяйства: учеб. Пособие. Мн.: «ФУА.информ», 2000г. 368с.
3. Хамроев.Х.Р, Хайруллаева Н.Н. O’zbekistonning yer va suv boyligi ekoturizm resursi sifatida.“Ўзбекистоннинг қишлоқ туманларида оқилона сугорма дехқончилик иқтисодиёти ва ер русурсларини табиий такрор ишлаб чиқариш. Халқаро илмий-амалий семинар материаллари. Тошкент.2016 й.71-75 бетлар.

МЕХМОНХОНА ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИНИ ОШИРИШ РАQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASHNING BOSH MEZONI

Djabbarov I.G.

Buxoro davlat universiteti o'qituvchisi

Mehmonxona industriyasining rivojlantirilishi turli maqsadga ko'ra barpo etilgan joylashtirish vositalari xizmatlari ko'lami va turini kengaytirishga qaratilgan. Bu kabi yo'nalishlarni rivojlantirish mehmonxona biznesi vakillari o'z oldiga qo'ygan muyyan maqsad va vazifalari natijasi hisoblanadi: ko'rsatilinadigan xizmatlar raqobatbardoshligi darajasini oshirish, doimiy mijozlar ma'lumotlar omborini yurutish [1].

Bu yerda eng muhim jabha maqsadli mijozlarning kutishlarini oqlaydigan, hattoki ortig'i bilan qondiradigan xizmatlarni taklif etish hisoblanadi. Xaridor doim xizmatning narxi va sifatining muayyan muvofiqligiga erishishga harakat qiladi[2].

Xizmatlar bozorining ochiqlik darajasining ortishi va mehmonxona korxonalari orasida raqobatning keskinlashuvi ular oldiga xizmatlar sifati va mijozlar ko'z o'ngida xizmatlar jozibadorligini doimiy oshirib borish vazifalarini qo'ymoqda. Iste'mol va xaridirlarni o'zgartirayotgan omillar sifatni oshirish masalalarini oldingi o'ringa chiqarmoqda. Sifat deganda iste'molchiga qoniqish hissini paydo qiluvchi yoki kamchiliklarning bo'lmasligi, mijozda qoniqish holatini kuchaytiruvchi xizmatning xossa va xarakterli xususiyatlari tushuniladi.

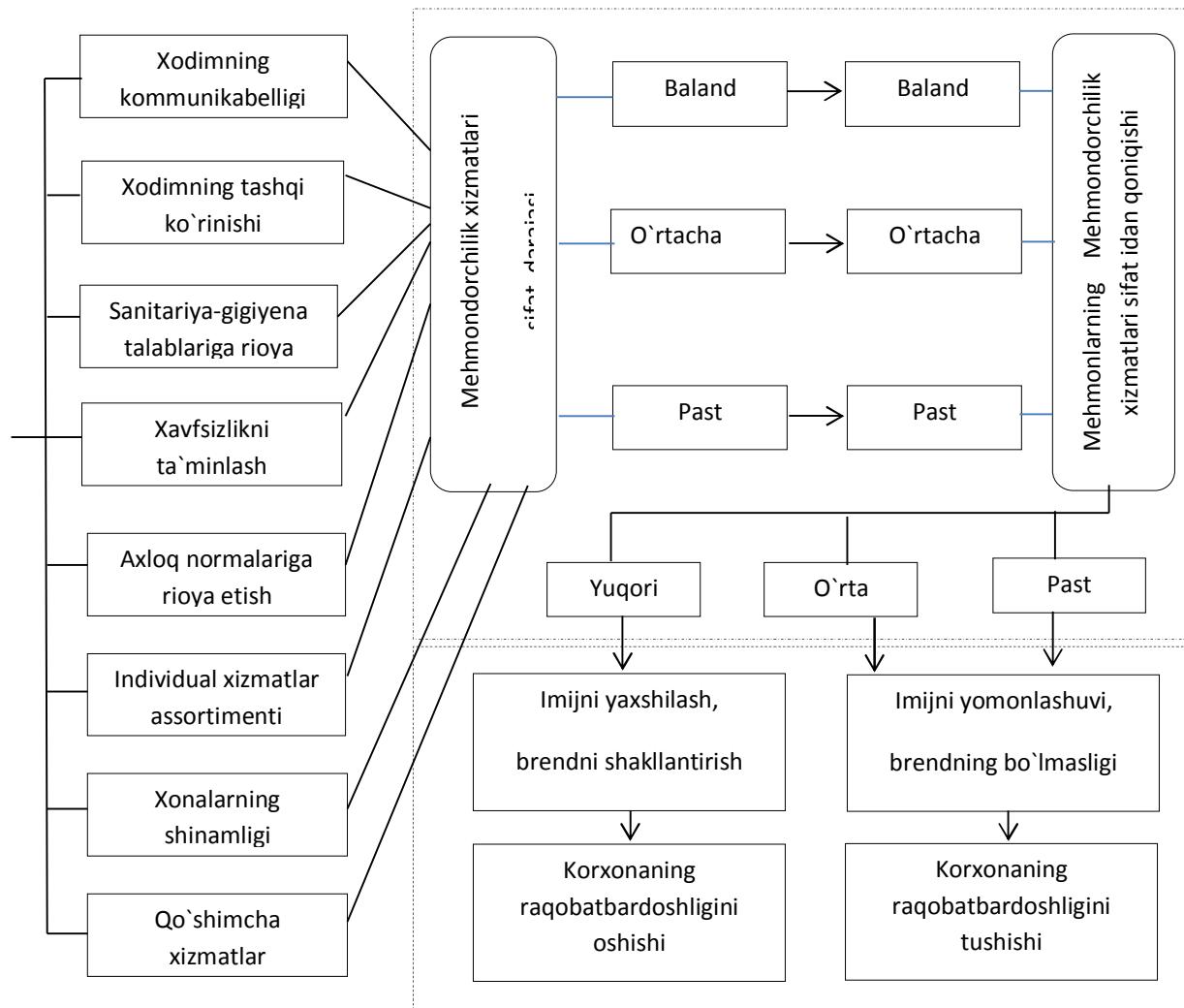
Demak, sifat – bu, eng avvalo, xizmatdan qoniqish hissi, sifatlari xizmat esa – bu mehmon talablariga javob beradigan xizmatdir. Sifat darajasi, o'z navbatida mijozning mehmondorchilik tashkilotlarida real va xohlangan xizmat ko'rsatish borasidagi ta'assurotlarining qanchalik muvofiq kelish darajasidan kelib chiqadi [3].

Mehmonxona korxonalari uchun potensial mijoz sifat deganda nimani tushunishi hal qiluvchi rol o'ynaydi, yoki ular uchun iste'molchilarning qiyoqasi muhim hisoblanadi.

Sifat bahosi shu kabi xizmatlarni ishlab chiqaruvchilarga murojaat etish, xizmat haqida bilish, bozor kommunikatsiyalari(reklama e'lidlari, OAV, kataloglar, iste'molchining shaxsiy istagi va ishlab chiqaruvchining obro'yiga bog'liq bo'ladi. Iste'mol qilinayotgan xizmat his etiluvchi sifat sifatida saralangan idrok qilish, moslashish hamda idrok qilinayotganlarni tuzatuvchi ta'sirlariga bo'ysungan [4].

Sifat tushunchasini hosil qiluvchi asosiy omil, bu turli talablar va shinamlikni o'zidan kelib chiqib tushunadigan mehmonlarning ehtiyojlarini to'liq qondirish hisoblanadi. Masalan, rossiyaliklar yaxshigina mini-bar va turli tuman ichimliklar va xohlagan tabga mos bo'lgan gazaklarni taklif etuvchi xizmat ko'rsatishning keng tizimi mavjud mehmonxonalarini shinam deb hisoblashadi. Amerikaliklar esa, kokteyl ichimligini tayyorlash uchun joy ajratish ko'zda tutilgan, xohlagan vaqtida muz bo'laklari mavjud, shuningdek xavsizlikning samarali tizimi ishlayotgan xonalar bo'lgan mehmonxonalarini shinam deb bilishadi.Yevropaliklar sanuzel va ovqatlanirish korxonalarining turli xildaligiga asosiy e'tibor qaratishsa, yaponiyaliklar mehmonxonada mahalliy tilni bilmasdan to'g'ri yo'nalish olish imkonini beruvchi zarur ma'lumotni tezgina olish va piktogrammalar tizimi(maxsus ramziy belgi va rasmlar)ning va sharqona oshxonaga ega restoranning mavjudligini muhim deb hisoblashadi.

Mehmonxona xo'jaligi korxonalarining raqobatbardoshligiga sifatning ta'sir etishining ko'rinishi 1-rasmida ko'rsatilgan.



1-rasm. Mehmonxona xo'jaligi tomonidan ko'rsatilgan xizmatlar sifatining raqobatbardoshlikka ta'siri

Mehmendorchilik xizmatlari darajasi bir nechta me'zonlar asosida aniqlanadi: xodimning tashqi ko'rinishi, maxsus ish kiyimining bo'lishi, ishchilarining shaxsiy gigiyenasi va turmag'i, mijozlar muloqot qilganda xodimlar tomonidan odob-axloq qoidalariga amal qilinishi va korporativ etika, xonalar, xollar, restoran va boshqa jamoat joylarida tozalik va tartibni talab qiluvchi sanitariya gigiyena talablariga rioya etish, bino interyerini jihozlash va bezashda tabiiy materiallar va gullardan foydalanish; xonalarning shinamligi; mehmonxonada tunovchilarni qo'riqlash va ular xavfsizligini ta'minlash; mehmon istagi bo'yicha individual va qo'shimcha xizmatlar assortimenti.

Taqdim etilayotgan mehmonxona xizmatlarining yuqori, o'rta yoki past darajadasi mijozda mos ravishda qoniqish darajasini shakllantiradi: yuqori, o'rtacha yoki past.

Zamonaviy mehmonxona xizmatlari bozori nuqtayi nazaridan, shu bozorda faoliyat yuritayotgan korxonaning raqobatli pozitsiyasi ko'p holatlarda kuchli brendning mavjudligi bilan baholanadi, shu o'rinda brend pozitsiyalash va rivojlantirish ustida doimiy ishslash muhimligini talab qiladi. Kuchayib boruvchi raqobat, bir xil narxdagi segmentda mehmonxona analogik xizmatlarining turli tumanligi mehmonxona korxonalarini qo'shimcha raqobatda ustunliklarga erishish yo'llarini yaratishga majbur etmoqda, bulardan biri esa kuchli brendni yartishdir. O'rtacha va past darajadagi qoniqish mehmonxona korxonasi imijini pasaytiradi va ijobjiy emotsiyonal asotsiatsiyalarni vujudga keltirmasdan, ko'rsatilgan xizmatlarning brendini shakllanishini ta'minlamaydi.

Shunday qilib, yuqorida aytilganlarni yakunlab, shunday xulosa qilish mumkinki, mehmonxona xizmatlari bozorida raqobatning kuchayib borishi va mijozlarning – mehmonxona xizmatlari iste'molchilarini talabi va ehtiyojlarining o'sish tendensiyasi ularni raqobatbardoshlikni oshirish hisobidan raqobatdagi pozitsiyasini mustahkamlash yo'llarini izlab topish uchun zarurat tug'dirmoqda. Taqdim etilayotgan xizmatlarning takrorlanmasligi hisobidan mehmonxona xo'jaligi korxonalarini raqobatdagi ustunlik bo'lib ko'rsatilinayotgan mehmonxona xizmatlarining sifati hisoblandi, chunki mehmonxona faoliyatining aynan shu yuqori darajasi mijozlarning xizmatlardan yuqori darajada qoniqishlarini ta'minlaydi, korxonaning imijini yaxshilaydi, taqdim etilgan xizmatlarning brendini shakllantiradi.

Olingen natijalar asosida berilgan takliflar mehmonxona xo'jaligi rahbar va menejerlariga mo'ljallangan.

Foydalilanilgan adabiyotlar:

1. Самойлова Е. А. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы гостиничного хозяйства: на примере ОАО «ГК «Космос»: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2009. – 19 с.
2. Джаббаров И.Г. Роль дестинационного менеджмента в укреплении конкурентоспособности туристского региона. Сборник материалов международных научно-практических конференций. Под редакцией А.А. Коротких. 2018. 113-121 стр..
3. Управление качеством услуг в индустрии гостеприимства. – URL: <http://buklib.net/books/23528/>
4. Качество услуги как объект управления. – URL: <http://oopht.ru/1174.html>
5. Ibragimov, N., &Xurramov, O. (2015). Types of competition in destination marketing and 6A model of competitiveness. J.: The Current Global Trends, 3(1), 22- 26
6. Джаббаров И.Г. Проблемы и решения подбора официантов на предприятиях общественного питания. Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. Материалы международной научно-практической конференции. 2017. 207-210 стр.

MEHMONXONA BIZNESIDA KADRLAR BOSHQARUVINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY XUSUSIYATLARI

Maxmudova N.O'.
Buxoro davlat universiteti katta o'qituvchisi

So'nggi yillarda O'zbekistonning oliy ta'lif tizimida chuqur islohotlar: ta'lif sifatini oshirish, bitiruvchilarning ish bandlik ko'rsatkichlarini oshirish, xorijiy til bilimdonligi rivojlantirish va ilm-fan bilan integrasjion aloqalarini shakllantirish yo'naltirilgan islohotlar amalga oshirilmoqda[1]. Mehmonxonada xodimlarni tanlashning asosiy printsipi "Kerak bo'lgan xodimni kerakli vaqtida, kerakli joyda shakllantirish"dir. Ushbu tamoyilni amalga oshirish tizimli yondashuvni talab qiladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, mehmonxonaning rahbariyati xodimlarni ishni bajarish uchun zarur bo'lgan texnik ko'nikmalarga ega bo'lishlariga yordam berishlari kerak, ammo ularni mijozlarga va hamkasblariga nisbatan mehr va do'stona bo'lishni o'rgatish juda qiyin. Shuning uchun xodim tanlashda to'g'ri tanlovnii amalga oshirish uchun barcha sa'y-harakatlarni amalga oshirish kerak.

Mehmonxonaning har bir bo'limining menejeri o'zing ish joylariga xodimlarni to'ldirish zarurligini aniqlaydi va tegishli xodimlarni mustaqil tanlaydi, yoki xodimlar bo'limiga buyurtma beradi.

Mehmonxonada xodimlarni jalb qilish uchun quyidagi usullar qo'llaniladi:

Hamkorlar yordami bilan tanlov usuli. Hozirgi kunda bu usul Rossiyada juda mashhur bo'lib, uning mohiyati tashkilot hamkorlariga murojaat qilish, yordam so'rash va nomzodlarni o'z qarindoshlari va tanishlari orasida norasmiy ravishda qidirishga qaratilgan.

O'zini namoyon etgan nomzodlar. Mehmonxona doimiy ravishda xatlar va fakslarni rezyumeden, shuningdek, ish qidirish bilan bant bo'lgan kishilarning telefon qo'ng'iroqlarini qabul qiladi. Mehmonxona bu odamlarning ma'lumotlar bazasi yo'q, lekin ular o'z bilimlari va ko'nikmalarini ko'rsata olishsa ular ish o'rinalariga ega bo'lishlari mumkin.

Matbuotda reklama orqali xodimlarni jalb qilish. Bu usul, odatda, ommaviy kasblar uchun nomzodlarni tanlab olishga yordam beradi, masalan, restoranlarda ofitsiantlar zaruriyati, Mehmonxona mehmonxonasida esa bu usul ko'proq marketing va savdo bo'limida amalga oshiriladi.

Ta'lif muassasalarida uchrashuvlar va bandlikka ko'maklashish kunlarini o'tkazish. Ushbu uslublar asosan yosh mutaxassislarini mehmonxona sohasiga jalb qilish uchun ishlataladi.

Internet. Global tarmoq so'nggi yillarda nomzodlarni tanlashning yana bir muhim vositasiga aylandi. Uning asosiy afzalliklari tezligi, qamrovi kengligi va nomzodlar bilan real vaqtida muloqot qilish qobiliyatidir.

Birlamchi tanlov tanlangan nomzodlarning ro'yxatini tahlil qilish va ular mehmonxona talablariga muvofiqligi bilan boshlanadi. Birlamchi tanloving asosiy maqsadi bo'sh lavozimni to'ldirish uchun zarur bo'lgan eng kam xususiyatlarga ega bo'limgan nomzodlarni ko'zdan kechirishdir. Tabiiyki, mehmonxonaning turli bo'limlari uchun minimal to'siq farq qiladi. Misol uchun, agar xizmatchi uchun bir nechta chet tillarini bilish zarur bo'limasa, unda kelgusida xizmat ko'rsatuvchi xodim uchun - kamida ikkitasi bilishi lozim .

Agar xodim tanlashda kadrlar bo'limi shug'ullanadigan bo'lsa dastlab xodimlar bo'limidagi mutaxasis va yangi ishchi bilan suhbat bo'lib o'tadi. Bunda mutaxasis yangi xodimning tahliliy ko'nikmalarini, belgilar, hayot falsafasi, motivatsiya, ish qobiliyati sifatida nomzodning umumiyl xususiyatlarini baholaydi. Agar intervyuning ijobiy bo'lsa, nomzodga bo'lim boshlig'i bilan oldidan suhbatga ruxsat beriladi va u yangi xodimga bo'lgan ehtiyojni bildiradi.

Mehnatni baholash (performance appraisal) - xodimlarning ish samaradorligini aniqlashda - har bir xodimining individual ishlashini va uning vakolati darajasini o'lchash usuli hisonlanadi.

Mehnatni baholash - biznesni boshqarish tizimining asosiy elementlaridan biri. «Faoliyatni baholash» amaliyotidan foydalangan holda, kompaniyaning rejalshtirilgan ish faoliyatini amalda bo'lgan korrelyatsiya qilish, xarajatlarni taqqoslash va olingan natijalarni taqqoslash.

Ishlarni baholash natijalari bo'yicha kompaniya umumiy va har bir xodimning shaxsiy ishlashi haqida aniq tasavvurga ega bo'ladi. Shu sababli, aniqlangan muammolar va kamchiliklarga muvofiq kompaniyaning boshqaruv tizimini markazlashtirish va aniq sozlash mumkin.

Mehnatni baholash ikki obyektga qaratilgan:

- xodimning malakasi daroji;
- uning ishi natijasi daroji va sifati.

Zamonaviy biznes amaliyotida xodimlarning ish faoliyatini baholash uchun asosan quyidagi usullar qo'llaniladi:

MBB tomonidan baholash (Maqsadlar bo'yicha boshqaruv). MBB tizimining asoschisi mashhur iqtisodchi Peter Druker hisoblanadi. 1954 yilda u rahbbariyatning maqsadini aniqladi - natijalarga erishdi. "Korxona tashqi muhitda erishilgan natijalar uchun rahbbariyat mavjud. Boshqaruv ushbu natijalarga erishish uchun resurslarni safarbar qilishi kerak. Menejment har qanday tashkilot - savdo korxonalar, cherkov - tashkilot tashqarisida tashqi muhitda rejalshtirilgan natijaga erishish imkoniga ega bo'lishi uchun mo'ljallangan."

Maqsadlar bo'yicha boshqarish usuli ma'lum bir davr (oy, chorak) boshlanishida Kompaniyaning xodimlari va bo'limlarida SMART mezonlariga muvofiq keladigan aniq maqsadli maqsadlar belgilanadi:

- ixtisoslashgan (**Specific**) - har bir xodim / bo'lim / bo'lim uchun aniq, o'ziga xos bo'lishi;
- O'lchovli (**Measurable**) - anglatadi (natija o'lchov birligi - qismlar, foizlar, rubl, tonna va boshqalar) aniqlash kerak;
- realistic(**Achievable**)- belgilangan muddatda erishish mumkin bo'lishi;
- natijaga yo'naltirilgan(**Result-oriented**)- harakatga yo'naltirilgan emas;
- vaqt chegarasi(**Time bound**) - belgilangan vaqtga (maqsadga erishish muddati aniqlanishi kerak).

SMART mezonlari bo'yicha shakllangan maqsadga misol: 2017 yilning uchinchi choragida A toifasidagi tovarlarni 200 ming rubldan kam bo'limgan miqdorda sotish.

Rejalshtirilgan davr oxirida har bir xodim belgilangan maqsadlarga qanchalik yaxshi erishganligi to'g'risida hisob-kitob qilinadi. Ushbu ma'lumotlarga asoslanib, Kompaniya eng muvaffaqiyatli ishchilarini rag'batlantiradi va kelgusida xodimlarning ish faoliyatini yaxshilash uchun choralar ko'radi.

"Umumjahon standartlar" usuli. "Umumjahon standartlar" usuli ishonchliligi va ishonchliligining yuqori darajasini saqlab turishda xodimlarning samaradorligini baholashning eng sodda va eng arzon usuli hisoblanadi. Umumiyl ishslash standartlari har qanday kasbiy faoliyatning uchta asosiy parametrlari asosida ishlab chiqilgan:

1. vazifalar va mas'uliyatlar doirasi;
2. vazifalar va funktsiyalarini bajarish muddati;
3. Funktsiyalar va vazifalarini bajarish sifati.

Hodisaning normasi, odatda, ish tavsifida belgilangan xodimning rasmiy vazifalarini qamrab oladi. Bundan tashqari, topshiriqni bajarishning uchta darjasasi - eng kam ish haqi vazifalari va ustunlik vazifalari jihatidan ajratiladi.

Umumjahon standartlari uslubining o'ziga xos xususiyati, uni qo'llash ish topshiriqlarini bajarish vaqtini, ishlarning mazmuni va xodimning funktsional vazifalari bilan bog'liq emas. Bu unga qulay va ayni vaqtida samarali baholash vositasini beradi.

Yuqorida ko'rsatilgan kadrlar boshqaruvi usullari asosida O'zbekiston mehmonxona xo'jaligida milliy tizimini shakllantirsak hamda amalda joriy etsak, mamlakatimiz mehmonxona biznesi, shuningdek, turizm sohasi taraqqiyotiga erishamiz.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. A.Juraev, T.Sobirov. Content based instruction in teaching tourism and economics courses- Proceedings of the International Scientific Conference. 2017/5/26. Volume 1., tom 208, page 215
2. Махмудова Н.У., Шомуродова И.Ф. Особенности рекламы и поощрения в ресторанном бизнесе. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 279-284
3. Хуррамов О.К. Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 344-349
4. Таджиева С.У., Кодирова М.М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане. Современные тенденции развития науки и производства. Кемерово, 21-22 января 2016 г. Стр. 374-377

ТУРОПЕРЕЙТИНГ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Халилов Б.Б.
преподаватель Бухарского
государственного университета

В настоящее время рынок узбекского туризма развивается крайне неравномерно. Объем выездного туризма преобладает над объемами въездного и внутреннего туризма. Несмотря на приоритет развития внутреннего, въездного и социального туризма, провозглашенный законом Республики Узбекистан «О туризме» от июля 2019 года, в стране наиболее активно функционирует все-таки рынок выездного туризма. Это значит, что преобладает не только выезд туристов над въездом, но и вывоз за рубеж денег (валюты) над их поступлением в национальную экономику. Такой отрицательный баланс неблагоприятно оказывается на экономике страны. Организация обслуживания туристов - задача деятельности крупных туроператорских фирм и целой сети турагентств, расположенных почти во всех городах мира. Комплексный подход к разработке программ обслуживания на приеме как внутренних, так и зарубежных туристов - задача туроперейтинга.

Известно, что в международном туризме действует множество туроператоров. Такие фирмы представлены на рынке как в виде мелких и средних предприятий, так и в виде крупных корпораций. Однако, как и на любом другом рынке, на функционирование международного туристического рынка, создание и распространение высоких стандартов обслуживания и передовой технологии оказывают серьезное влияние крупные туристические компании и корпорации. Наряду с гостиничными цепями, распространившими свои филиалы и франшизные предприятия по всему миру, рыночную политику делают и крупные туроператоры, имеющие свои агентства во многих городах и странах. Значительное влияние на развитие туристического рынка оказывают также независимые ассоциации туроператоров и турагентов.

Основной задачей деятельности туроператора является создание тура, подкрепленного соответствующей программой обслуживания. Этот продукт и является основным туристическим продуктом туроператора, выпускаемым на рынок и реализуемым через агентскую сеть. Данный продукт весьма специфичен и включает в себя:

- маршрут, специально разработанный;
- тур с утвержденной программой обслуживания;
- услуги, предоставляемые дополнительно;
- товары, соответствующие туристскому обслуживанию.

Современное состояние туристического спроса и предложения диктует то, что туристический продукт, формируемый туроператором и реализуемый турагентом, должен быть довольно дифференцированным. Чтобы выжить завтра, уже сегодня нужно найти свой, неудовлетворенный сегмент рынка. Это может быть сегмент национальный, основанный на специфических, национальных вкусах, может быть возрастной, а может быть и основанным на цели путешествия. Всем понятно, что нет универсальных гостиниц, тем более - универсальных турсов. Туроператоры выполняют специальную роль в туристической индустрии. Они приобретают туристические продукты (места в самолетах, комнаты в отелях), формируют пакеты туруслуг и продают их прямо или косвенно различным пользователям (туристам) с целью получения прибыли. Туроператор может продавать туруслуги раздельно. Это делается либо из соображений получения прибыли, либо по необходимости.

В первом случае, когда туроператор формирует пакет, он выступает в роли производителя туристических продуктов. Во втором случае, когда туроператор продает услуги по отдельности, он выступает как оптовый дилер туристических услуг. Это может быть, если туроператор покупает у производителя больше туристических услуг, чем

необходимо для формирования туристического пакета. В этом также состоит особенность туроператора, т.е. в его способности страховаться от изменения цен на услуги, необходимые для формирования туристических пакетов, экономически доступных для туристов. Цены у оптового туроператора всегда ниже, чем розничные цены отелей. Но все же туроператоров следует рассматривать как производителей новых продуктов, а не как оптовиков широкого ассортимента турпродуктов. Иногда, они могут продавать услуги по отдельности. Это дополнительный вид деятельности или объективно необходимый шаг на рынке. Например, туроператоры продают места на авиарейсы (чартер или регулярный, забронированный рейс, или как агенты), чтобы заполнить необходимое количество мест, выкупленных ими по квоте льготной цены. В этих случаях они выступают как оптовики или как посредники.

В заключение работы необходимо отметить, что глобальные тенденции в развитии мирового туристического бизнеса сформировались в последнее десятилетие, а особенно в последние годы таким образом, что ряд далеких от теплых морей и песчаных пляжей регионов мира получили, наконец, возможность развивать национальные рынки туристических услуг и эти рынки имеют шансы быть даже очень востребованными. Это не только такие виды современного туризма, которые, например, исторически сформированы в Швейцарии, Австрии и Франции. В настоящее время социальный туризм переживал период кризиса, хотя такой вид, как «шоп-туры», находился, наоборот, на подъеме.

Использоавниые литературы:

- 1.Сайдова Ф.К.Современные тенденции развития международного туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр.108-113
- 2.Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65

РАЗВИТИЕ ЗИЁРАТ-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Зиявитдинов Х.Х.
Бухарский государственный университет

В Республике Узбекистан сфера туризма является приоритетным направлением. Страна обладает огромным культурно-историческим потенциалом на базе которого развивается культурно-познавательный туризм. В то же время, на наш взгляд, целесообразно развивать такие виды туризма как экологический, сельский, приключенческий и религиозный.

Религиозный туризм - это деятельность по организации посещений туристами объектов, связанных с историко-культурным и природным наследием. Знакомство представителей различных религий и слоев населения не только с религиозными, но и с историческими, культурными и художественными ценностями посещаемых мест, дает возможность им получить новые знания, по-новому оценивать окружающую действительность. В свою очередь, религиозный туризм может быть разделен на два крупных направления, это:

- паломнический туризм;
- религиозный туризм экскурсионной направленности.

Туристскими объектами в религиозном туризме являются мечети, соборы, культовые музеи и духовные центры, которые в последнее время пользуются возрастающим спросом и становятся частью современной индустрии туризма. Как и туристы, совершающие поездку с другими различными целями, паломники пользуются услугами индустрии туризма: транспортом, размещения и питания, развлечений, а также туроператоров и турагентов, реализующих туристский продукт. Однако паломники часто пользуются и другими услугами: живут и питаются при храмах, монастырях, иногда добираются до пунктов назначения средствами транспорта, предоставляемыми этими организациями. Паломники также могут выполнять определенную работу в виде послушания, служения; иногда такая работа бывает, обязательна для них. Для паломнического туризма одного только наличия исторических памятников, связанных с религией, недостаточно. Для привлечения туристов нужно запустить хорошую рекламу, установить удобный визовый режим, создать в аэропортах и гостиницах комфортные условия для совершения религиозных обрядов.

На Востоке «зиёрат» означает «посещение святых мест» и представляет собой две основные разновидности: паломнический и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности.

Согласно международным исследованиям, число туристов, путешествующих в мире по направлению зиёрат-туризма ежегодно увеличивается. В частности, в 2017 году количество мусульманских туристов составило 131 млн. чел., а доход от мусульманского туризма достиг 142 млрд. долл. США. Это показывает, что паломнический туризм является одним из самых быстроразвивающихся сегментов мировой туристской индустрии. Ожидается, что к 2020 году количество туристов-мусульман в мире достигнет 160 млн. чел., оборот от этого вида туризма к 2026 году составит 300 млрд. долл. США.

Узбекистан вошел в десятку самых привлекательных направлений по зиёрат-туризму среди стран-членов Организации исламского сотрудничества (ОИС) по версии Global Muslim Travel Index 2019 (GMTI). Организацией “Crescent Rating” в 2017 году был составлен рейтинг по халяль-туризму, в котором Узбекистан занял 28-е место. В рейтинге наша страна получила 84 балла из 100 в категории “безопасный туризм”, в категории “свобода доступа к религиозным учреждениям” – 80 баллов, в категории “возможности и гарантии питания” – 70 баллов. Однако она получила средние и низкие баллы в таких категориях, как “виза” (50), “возможности аэропорта” (48,3), “семейный отдых” (44,4), “условия жизни” (33,2), “возможности для мусульман” (25), “посещение туристов” (21,2), “коммуникационные возможности” (19).

Узбекистан располагает большим потенциалом для развития зиёрат-туризма. Здесь находится большое количество религиозных центров, таких как Комплекс Хазрати Имам, где хранится одна из самых ценных реликвий ислама — Коран халифа Османа, Усыпальница великого исламского теолога Мухаммада аль-Бухари. В этих краях родились такие выдающиеся личности в исламском мире, хадисовед и исламский правовед — Абӯ Йса Мухаммад ибн Йса ат-Тирмизи, крупнейший представитель средневосточного суфизма, автор около восьмидесяти произведений, за глубину его знаний и широту кругозора, получил почетное прозвище аль-Хаким (мудрый) — Абӯ Абдуллаҳ Мухаммад ибн Али ат-Тирмизи, духовный наставник — Абдулхалик Гиждувани, один из духовных отцов суфизма, основатель суфийского ордена — Накшбандия — Бахауддин Накшбанд, величайшая фигура в мусульманстве, известный богослов IX столетия, автор «Аль-Джами ас-Сахих» — первого сборника достоверных хадисов, который является второй по значению мусульманской книгой после Корана — Имам Аль-Бухари.

Одним из самых популярных мест для зиёрат-туризма является Бухара. Ее называют Священной за то, что здесь находится небывалое количество мечетей и усыпальниц мусульманских святых. В Бухарской области существует семь захоронений великих суфииев братства Накшбандия, одного из самых влиятельных суфийских братств в Узбекистане.

Как известно, Бухарская область богата объектами культурно-исторического наследия, большая часть из которых сосредоточена в самом городе Бухара. Тем не менее, за городом, в сельской местности также расположены крупные исторические и архитектурные объекты, такие как гордище Пайкент, некрополь Чор-Бакр, гордище Варахша, женская суфийская обитель Киз Биби и др.

В Узбекистане ведется планомерная целенаправленная работа по развитию данного туристического направления. Правительством страны принимаются значительные меры по улучшению привлекательности Узбекистана в направлении зиёрат-туризма. Указом Президента Республики Узбекистан №УП-5611 от 5 января 2019 года внедрена паломническая виза (Pilgrim visa), выдаваемая сроком до 2-х месяцев иностранным гражданам, которые приезжают для совершения паломничества и изучения культурно-исторического, религиозно-духовного наследия и традиций Узбекистана.

С 2018 года ведется работа по внедрению в практику стандартов «халяль» в сфере общепита. В международных аэропортах и на железнодорожных вокзалах, а также в гостиницах создаются условия для осуществления омовения и намаза.

На наш взгляд, для комплексного продвижения зиёрат-туризма необходимо обратить внимание и на мотивационные аспекты. Понимание, знание и использование туристских мотивов в путешествии с религиозными целями, могут стать залогом успешного продвижения и популяризации данного туристского направления. Только выявив мотивы религиозного путешествия, туристические организации могут вырабатывать эффективные приемы, способствующие привлечению клиента и приданию ему статуса постоянного, что, в конечном итоге, прямым или косвенным образом может повлиять на характер и объем спроса и сбыта.

Список использованных источников:

1. Мазин К.А. Паломничество и религиозный туризм: сравнение сквозь призму тысячелетий // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2009. - № 4. - С. 8-24.
2. Таджиева С.У. Развитие сельского туризма в Бухарской области // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России // [материалы международной научно-практической конференции](#). Москва, 09-10 марта 2017 г. С. 339-344.
3. Tokhirov J.R., Khurramov O.K. Basic concepts, directions and forms of eco-tourism. Материалы V-ой международной научно-практической конференции молодых учёных, посвящённые 25-летию ФГБНУ "Прикаспийский НИИ". с. Соленое Займище, 11-13 мая 2016 г.Страницы: 544-548
4. Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic” Dimitrie Cantemir” 40, 125-130

ТАДБИРКОРЛИК ИНСОН КАПИТАЛИНИНГ РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧИ СИФАТИДА

Навруз-Зода Л.Б.

Бухоро Давлат

университети катта ўқитувчиси

XXI асрда иктисодиёт назарияси ривожланишида энг долзарб йуналиш инсон капитали концепцияси хисобланади. “Инсон капитали” атамаси ҳозирги иктисодий адабиётларда жуда мустаҳкам ўрин эгаллайди ва илк маротаба Теодор Шульцдининг тадқиқотларида тилга олинган. У ўз ишида камбағал инсоннинг бойитиб кетиши ердан, техника-технология ёки уларндан фойдаланишидан эмас, балки инсонларнинг билимига боғликдир, деб таъкидлайди ва бу иктисодий йўналишга «Иктисодий капитал» деб ном қўяди. Бундай янгилиги учун Т. Шульц 1979 йилда нобел мукофоти совриндори бўлади. Инсон капиталини очиб беришда у қўйидагича тавсифланади: “Инсоннинг қобилиятлари ёки туғма ёки ҳаёти давомида жамлаб борилган бўлади. Ҳар бир инсон ўзига тегишли бир қатор генлар билан дунёга келади, бу унинг туғма қобилиятлари хисобланади. Ҳаёт давомида тўплаган қийматли қобилиятларини эса биз инсон капитали деб атамиз.”

Иктисодий адабиётлардаги манбаларнинг таҳлили натижасида биз инсон капитали ривожланишининг етти концепциясини аниқлаб олдик (1-жадвал). Улар ўртасида ўтиш иктисодиёти шароитида “инсон капиталининг тадбиркорлик концепцияси” муҳим аҳамият касб этади ва инсон капиталининг энг муҳим компонентини “тадбиркорлик қобилиятлари” ташкил қиласди. Бозор иктисодиёти шароитида ўз эгасининг шахсий хусусиятлари билан боғлиқ нисбий мустақилликка эга ягона ишлаб чиқариш омили бу тадбиркорлик қобилияти хисобланади. **Тадбиркорлик қобилиятлари** – бу инсоннинг ўз ташаббуси билан иктисодий ресурсларни бир-бирига биректира олиш, янги ишни бошлаш, таваккал қила билиш, бизнесни бозор усулида юритиш ва бошқариш қобилиятларининг йиғиндисидир. Унинг иккита: товар сифатидаги ва ишлаб чиқаришнинг шахсий омили сифатидаги жиҳатларини ажратиш мумкин.

1-жадвал. Инсон капитали концепциясининг эволюцияси

Инсон капитали концепцияси	Инсон капиталининг аҳамиятли компонентлари	Инсон капитали тури
Инсон капиталининг таълим концепцияси	Билим	Инсоннинг билим капитали
Инсон капиталининг информацион концепцияси	Информация	Информацион инсон капитали
Инсон капиталининг инновацион концепцияси	Инновация	Инновацион инсон капитали
Инсон капиталининг меҳнат концепцияси	Ишчи-ходимларнинг малакаси	Инсоннинг меҳнат капитал
Инсон капиталининг биофизикавий концепцияси	Соғлиқ	Инсоннинг соғлиқ капитали
Инсон капиталининг вакт концепцияси	Инсон вақти	Рационал инсон капитали
Инсон капиталининг интеллектуал концепцияси	Интеллектуал қобилиятлар ва неъматлар	Интеллектуал инсон капитали
Инсон капиталининг тадбиркорлик концепцияси	Тадбиркорлик қобилиятлари	Инсоннинг ташкилий-тадбиркор капитали

Инсон капиталининг тадбиркорлик концепциясининг методологик асосини икки назария ташкил этади: 1. Инсон капитали назарияси ва 2. Тадбиркорлик назарияси. Бизнинг фикримизча, инсон капиталининг тадбиркорлик модели, бир томондан инсон капитали назариясига асосланган ҳолда, инсон ишлаб чиқариш қобилияларининг даромад манбаига айланиши билан, ва иккинчи томондан тадбиркорлик назариясига асосланган ҳолда тадбиркорликнинг ишлаб чиқариш омили бўлиб ривожланишига боғлиқдир. Бу икки назариянинг интеграциялашуви натижасида профессионал менежерларнинг ва маркетологларнинг тадбиркорлик қобилиялари шаклланади-да ва уларнинг бошқарув меҳнати тадбиркорлик даромади келтиришга қодир бўлади.

Инсоннинг тадбиркорлик қобилияларидан фойдаланиш муаммосини янада батафсилроқ Й. Шумпетер кўриб чиққан. Айнан унинг тадқиқотлари туфайли тадбиркорга, тараққиётнинг харакатлантирувчи кучи, иқтисодиёт ривожланишининг марказий ва бошқариб борувчи сиймо сифатида қарай бошладилар. Шунинг учун уларни инсон капиталининг ташкилий-бошқарув қисми деб айтиш мақсадга мувофиқ бўлар эди. Бу ерда “тадбиркорлик капитали” ва “ташкилий-бошқарув инсон капитали” тушунчаларини ажратиш лозим бўлади. “Тадбиркорлик капитали” тушунчасининг негизида “даромад олиш мақсадида товар яратишга йўналтирилган ишлаб чиқариш капиталининг элементлар мажмуи (инсоний ва доимий)” ётади. Тадбиркорлик капитали товар маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш жараёнига бевосита ёки билвосита сарфланадиган маблағларни ифодалайди.

“Ташкилий-бошқарув инсон капитали”га келсак, у менежер ва тадбиркорнинг ўзига хос меҳнатининг сифатини (тадбиркорлик қобилияларини) кўрсатиб беради. Бизнесни бошқариш учун уддабуронлик ва ишбилармонлик, новаторлик, ташкилотчилик қобилиялари ва катта жавобгарлик, тежамкорлик ва эҳтиёткорлик туйғуси, тавқалчилик, энергия(куват) ва кучли ирода талаб қилинади. Тадбиркорликнинг буюк ресурслар билан, ноу-хау, савдо-сотиқ сирлари билан эгалик қилиш имтиёзлари, уларни инсон капиталининг ўзига хос турига - ташкилий –тадбиркорлик капиталига айлантирилади. Тадбиркорлик қобилияларининг даражаси хусусий ва назорат қиласидан капиталнинг катталигида мужассамланган. Тадбиркорлик қобилияларининг сифати капиталдан фойдаланиш самарадорлиги ва бизнеснинг изчил ривожланиш барқарорлиги билан баҳоланади. Ташкилий - тадбиркорлик капитал – инсон капиталининг энг истиқболли ва муҳим бир туридир. Унинг учун қилинган инвестициялар унумдор хисобланади.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Kulmatov O.A. Tadbirkorlik faoliyati asoslari. Ma’ro’za matni. T.: 2001.
2. Макконнелл К., Брю С. Экономика. Принципы, проблемы и политика.- М.: Республика, 1992,
3. Navro’zzoda B.N . Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik – farovon hayot manbasi. “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mamlakat iqtisodiy taraqqiyotini va jamoyattimiz barqarorligini ta’minlashdagi o’rnini va ahamiyati” mavzusidagi mintakaviy anjuman materiallari. Navoiy.2011.
4. Навруззода Б.Н., Навруззода Л.Б. Предпринимательская концепция формирования и развития человеческого капитала. Современная наука, 2014 - cyberleninka.ru
5. Жураева З.Т. Интеграционные процессы обучения и подготовки кадров в сфере туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 517-521

TURISTIK HUDDUDLARDA VEB-SAYTLAR YORDAMI ORQALI SAYOHATNING YASHASH SIKLI BOSQICHLARINI O'TISH

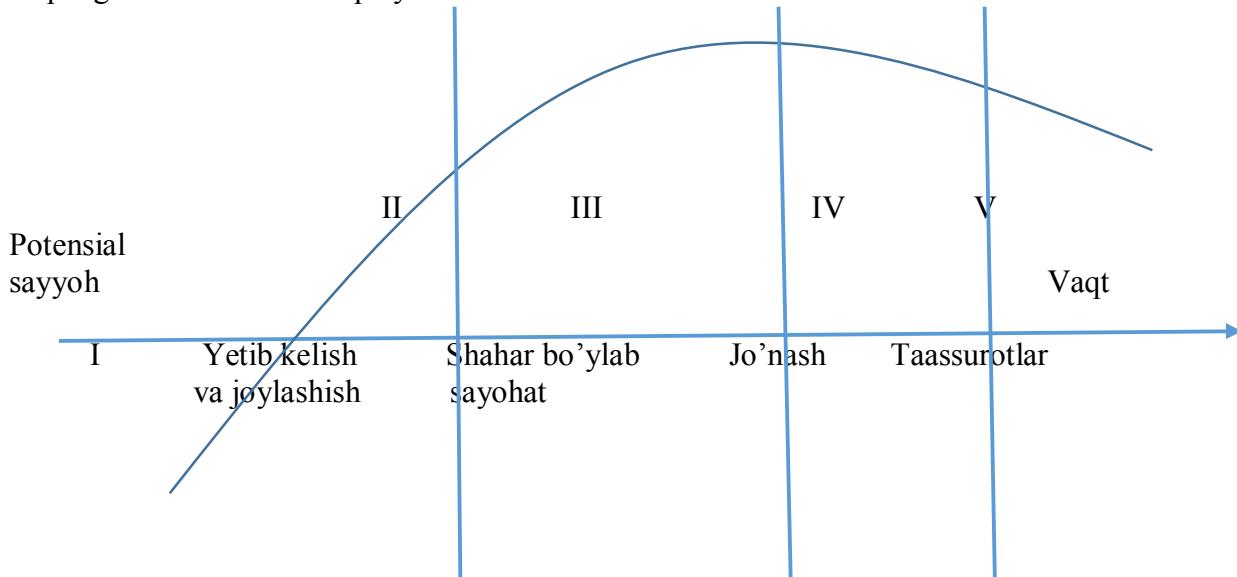
Djafarova N.A.

Buxoro davlat universiteti o'qituvchisi

Mahsulotlarda bo'lgani kabi sayohatni ham amalga oshishining o'z bosqichlarini sanab o'tish mumkin. Umumiy qilib sayohatning 5 bosqichga ajratib olsak bo'ladi (1- rasmga qarang), ular quyidagicha izohlanadi:

I bosqich – Potensial sayyoh. Ushbu bosqich potensial sayyoh sayohatga chiqmoqchi bo'lib, qaysi mamlakatga tashrif buyurmoqchi ekanligini hal qilib, chipta xarididan so'ng boshqa davlatga yetib kelguniga qadar bo'lgan davrni qamrab oladi.

Potensial turist maqsadidan kelib chiqgan holda, masalan, sog'lomlashtirish, dam olish, ta'tilidan unumli foydalanib bo'sh vaqtini maroqli o'tkazish, biror narsani o'rganish, sport, ish yuzasidan sayohat qilish, ekologik turizm kabi sayohatlarni uyuştirish uchun ma'lum bir mamlakatni tanlaydi. Bunda u o'z sayohatini o'zi tashkil etadi yoki tur agentliklar xizmatlaridan foydalanib, turpaket sotib oladi. O'z sayohatini o'zi tashkil etmoqchi bo'lgan sayyoh tashrif buyurmoqchi bo'lgan mamlakati haqida tasavvurga ega bo'lish uchun Internet tarmoqlaridan u joy haqidagi ma'lumotlarni to'playdi.



1 – rasm. Sayohatning hayot sikli.

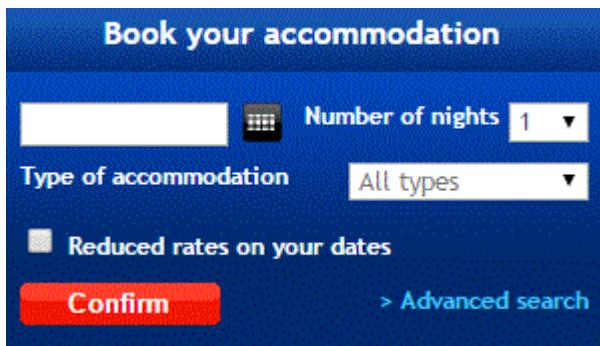
Mamlakatning turistik potensiali, diqqatga sazovor joylari, o'tkaziladigan festival va ko'rgazmalar, u yerda sodir bo'layotgan so'nggi yangiliklardan xabardor bo'lish, tunash, ovqatlanish va tashish xizmatlari to'g'risidagi barcha markazlashgan ma'lumotlarni – mamlakatning rasmiy veb-portalidan topish mumkin. Sayyoh tashrif buyurmoqchi bo'lgan davlatining nomini qidiruvga bergenida, masalan, “visit Nice”, sahifaning ilk betlarida <http://www.nicetourisme.com/> kabi saytlarga duch keladi.

Ushbu sahifalarda u yerga qanday yetib olish mumkinligi: samolyot, kema mashina yoki poyezd orqali; ular haqidagi ma'lumotlar, e-mail va telefon raqamlari, yo'l haqi uchun to'lov turlari, turli xil skidkalar, ishslash vaqtleri, joylashgan joylari, yetib olgandan so'ng stansiya, aeroport va portlardan shaharga yetib olish yo'llari va transport turlari, mashina to'xtash joylari va boshqalar ma'lumotlar ko'rsatilgan bo'ladi. Bundan tashqari, aeroport, stansiyalarining saytlari linklari (<http://www.trainprovence.com>, www.nice.aeroport.fr, <http://www.corsica-ferries.fr>) ham keltirilgan bo'lib, ular orqali chipta buyurtirish mumkin (1- rasmga qarang).



2 – rasm. Aeroport, stansiyalarning saytlari bronlash sistemasi

Oldindan turar joy topish va band qilish imkoniyati ham mavjud. Tunash joyini on-line buyurtma berish (3-rasmga qarang), ijaraga uy olish, mehmonxonalar, hostel va kempinglar topish hamda ularning saytlariga to’g’ridan-to’g’ri kirib rasmlarini ko’rish, ma’lumotlarni bilib olish mumkin.



3 – rasm. Saytdagi mehmonxonani bronlash imkoniyatini yaratuvchi programma [manba: 3].

II-bosqich - Yetib olish va joylashish. Ushbu bosqich o’z ichiga sayyohning shahar aeroporti, vokzal yoki portidan joylashmoqchi bo’lgan mehmonxonasigacha yetib olgunga qadar bo’lgan davrni o’z ichiga oladi. Shaharga qanday yetib olish sayyoh qaysi transport turi bilan tashrif buyurganiga bog’liq. Mehmonxonaga aeroport va vokzaldan avtobus va taksi bilan yetib olish imkoniyati mavjud. Ayrim hostellar transferga ham ega bo’lib, ular shaharning belgilangan joyidan mehmonxonagacha eltib qo’yishadi. Aeroportdan shahar markazigacha bo’lgan masofa moviy qirg’oq bo’ylab piyoda 1 soatlik yo’l bo’lib, xohlovchilar yayov yetib olishlari ham mumkin.

Portaldagi xaritadan foydalanib, shahar bo’ylab harakatlanish oson kechadi. Oldindan tunash joyi buyurtma qilmagan mehmonlar saytdan bo’sh o’rinli mehmonxona topish imkoniyatiga egadirlar. Portaldagi ma’lumotlarga ko’ra shahar bo’ylab harakatlanishda avtobus, tramvay, ijaraga olingan elektr quvvatli mashina – Autobleue, ijaraga olingan mashina, 2 g’ildirakli transportlardan foydalanish mumkin.

III bosqich – Shahar bo’ylab sayohat. U sayohat turidan va rejalshtirilgan maqsadlardan kelib chiqgan holda qisqa, o’rtalik yoki uzoq muddatni o’z ichiga qamrab oladi. Bu bosqichni maroqli o’tkazish uchun saytda turli xil takliflar mavjud. Avvalambor, 4 xil segmentga ixtisoslashgan (oilaviy, turmush qurbanlar, nogironlar va ikki kishi uchun Nitsa) guide - book – sayohatlar qo’llanmasi taklif etilgan. Moviy qirg’oq bo’ylab harakatlanish avtobus, poyezd, kema orqali, mikroavtobusda ekskursiya qilish va Vélo Bleu – ko’k velosipedlarni ijaraga olish mumkin.

What to do – nima qilish bo’limida quyidagilar taklif etilgan:

- Madaniy tashrif: Nitsa bo’ylab ekskursiyalar, muzeylar, galereyalar, yodgorliklar va cherkovlar, park va bog’lar, bozorlar, kinoteatrlar;
- Xaridlar: butik, mahalliy mahsulot va suvenirlar, univermaglar, yakshanba kunlari ishlaydigan joylar va do’konlar;
- Nitsa atrofidagi diqqatga sazovor joylar: shahar va qishloqlar, tematik parklar;

- Gastronomiya: restoranlar, Nitsa oshxonasi, mashhur restoranlar, O'rtayer dengizi oshxonasi, milliy oshxona, dunyo oshxonasi. Barchasi haqida ma'lumotlarni sahifaning o'zidan olish va ularning linklari orqali saytlariga kirish mumkin;
- Tungi hayot: pablar va barlar, diskotekalar, kazino;
- Faoliyat: plyajlar, sport turizmi, qishgi sport turlari, salomatlikni yaxshilash uchun – spa va sog'lomlashtirish tadbirlari;
- Tashkillashtiruvchi – bu sahifada shaharda bo'lib o'tadigan ko'rgazmalar, konsertlar, festivallar, balet, teatr, tabiat qo'ynda bo'lib o'tadigan sayllar va boshqa ko'ngilochar hodisalar bir joyga jamlangan. Kundalikni haftalik hamda to'liq holda ko'ra olish orqali butun ta'tildan unumli foydalanib, barchasini oldindan rejalashtirish imkoniyati mavjud

Shu bilan birga saytda tematik tashriflar: oilaviy, ikki kishi uchun Nitsa kabilar bilan birga shopping, Spa, bayramlar turlari ham keltirilgan.

Apps corner – maxsus telefon ilovalari: Nitsa aeroportlari, Taxi Nice, TER, Moviy velosipedlar, Nice Code, Mark Shalagning milliy muzeylari, Brad in Nice ni xohlovchilar bepul yuklab olish imkoniyatiga egadirlar. Ulardan telefon internet tarmog'iga ulanmagan holda ham foydalanish mumkin.

IV-bosqich – Jo'nash. Sayohatning yakunlovchi bosqichi hisoblanadi. Bunda turist mehmonxonasidan o'zining yuklarini olib, aeroport, vokzal yoki portga borishi va u yerdan o'z mamlakatiga yetib ketishigacha bo'lgan davrni o'z ichiga oladi.

Nitsa shahrida birta aeroport mayjud, unda ikkita terminal faoliyat ko'rsatadi va ular orasida harakatlanish uchun bepul avtobus tashkil etilgan. 2 ta yo'lovchi tashuvchi kema kompaniyalari, va bir nechta poyezd stansiyalariga yetib olishda jamoat transporti va taksilardan foydalanish mumkin.

V-bosqich – Taassurotlar. Turistlar sayohatdan qaytib kelganidan so'ng, u haqidagi taassurotlari bilan yaqin insonlar, do'stlari va tanishlari bilan bo'lishadi. Shu bilan birga Internet tarmog'ida ham o'z fikrlarini ifoda etadi. Portal imkoniyatlaridan yana biri uning virtual jamoalariga to'g'ridan-to'g'ri ulanib, ularda shahar haqidagi shaxsiy fiklarni qoldirish, boshqalar bilan ma'lumot almashish mumkin (5-rasmga qarang).



5 - rasm. Saytda mavjud virtual jamoalar [manba: 3]

Shu bilan birga portal to'g'risidagi taassurotlarni «sizning fikringiz biz uchun muhim» sahifasida tavsiflar, qo'shimcha va kamchiliklarni yozib qoldirish imkoniyati berilgan.

Bundan tashqari saytda boshqa ilovalar ham mavjud bo'lib, ulardan sayohatning barcha boshqichlarida unumli foydalanish mumkin. Bularga: ob-havo ma'lumotlari, shaharning 5 joyida o'rnatilgan on-line web-camera piktogrammalari misol bo'la oladi. Safarga chiqishdan oldin, safar paytida sahifadan 3 kunlik ob-havoni bilib olish, uydan chiqmasdan turib ko'prik, shahar aeroporti, moviy qirg'oqlarni on-line ko'rish imkoniyati mavjud.

8 xil til tanlash imkoniyatlari va ilovalar piktogramma tarzida qilinganligi sahifaning yanada chiroli, ranglarga boy va qulayligini ta'minlaydi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, veb sayt tarmoqlari sayohatga chiqmoqchi bo'lgan turistlar uchun juda qulay va muhim ma'lumotlar manbasidir. Har bir sayyoh biron bir mamlakatga tashrif buyurar ekan, u yerdagi sayohati qanday o'tishini ma'lum darajada rejalashtiradi va bunda unga guide-booklar, boshqa kishilardan eshitgan taassurotlari va Internet sahifalari asos bo'lib

xizmat qiladi. Shahar veb-portallarida axborotlar qanchalik to’liq, boy va tushunarli qilib berilganligi, safarning qiziqarli va unumli o’tishini ta’minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. N.S.Ibragimov, N.A.Djafarova “Fransiyaning Nitsa turistik hudud veb-portalining sifati tahlili”. Buxoro davlat universiteti ilmiy axboroti 2014/3(55). 126-129 betlar.
2. Джарфарова, Н. А. /Н. С. Ибрагимов, Туризм соҳасини давлат томонидан бошқариш моделлари (дунё мамлакатлари мисолида) [Электронный ресурс]// Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. 2016. - № 5. – Режим доступа:
http://www.iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/20_N_Ibragimov_N_Djafarova.pdf
3. Ibragimov, N., &Xurramov, O. (2015). Types of competition in destination marketing and 6A model of competitiveness. J.: The Current Global Trends, 3(1), 22- 26
4. Хуррамов О.К. Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 344-349

QISHLOQ JOYLARDA МЕХМОНХОНА XIZMATLARINING RIVOJLANISHINI (BUXORO VILOYATI MISOLIDA)

Tadjeva S.U.
Buxoro davlat universiteti dotsenti

Buxoroi sharif qadim Buyuk ipak yo’li chorrahasi sifatida o’rta asrlarda fan, madaniyat, savdo-sotiq va sayyohlik markazlaridan biri sifatida dovrug` qozongan. Istiqlolning ilk yillardanoq mamlakatimizda milliy an'analar, madaniy qadriyatlarni qayta tiklash va asrabavaylashga alohida e’tibor qaratildi. Ayniqsa, ushbu yo’nalishning uzviy bo’g’ini hisoblangan turizmni rivojlantirish, uning istiqbollarini shakllantirish, tarixiy obidalarni restavratsiya qilish, ularni muhofazalash, xalqaro sayyohlar va mehmonlarga sifatli servis xizmat ko’rsatish shartsharoitlarini takomillashtirish orqali mamlakat iqtisodiyotida turizm ulushini oshirishga alohida e’tibor qaratilmoqda.

Turizm sohasi dunyo iqtisodining eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Uning keng qamrovli taraqqiyoti esa, ko’plab mamlakatlar uchun katta daromad manbaiga aylanib bormoqda. Shu bois dunyoning ko’plab davlatlari ushbu sohani yanada rivojlantirish, bu borada tegishli infrastrukturani jahon standartlari darajasida yaratish va sayyohlar oqimini oshirish bo'yicha barcha chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Buxoro viloyatida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi firma va tashkilotlar soni 19 tani tashkil qilib, 2017 yilda ular tomonidan 24335 nafar tashrif buyuruvchiga xizmat ko’rsatildi. Ular tomonidan 1494 ta sayyohlik yo'llanmalari sotilgan bo'lib, uning qiymati 1600,2 mln. so'mni tashkil qildi. Buning natijasida yurtimiz turistik salohiyati yildan yilga oshib bormoqda.

Buxoro viloyati miqyosida so’nggi besh yilda hududda sayyohlar oqimi 15-20 foizga oshdi. Ularning aksariyatini Ispaniya, Yaponiya, Malayziya, Indoneziya, Buyuk Britaniya singari xorijiy mamlakatlar vakillari tashkil etadi. 2018-yilda viloyatda turizmni yanada rivojlantirish konsepsiyasiga muvofiq 61 loyihani hayotga tatbiq etish ko‘zda tutilgan. Jumladan, 32 mehmonxona, 12 motel, 10 istirohat bog‘i barpo etilib, “Buxoro Palas”, “Varaxsha” va “Zarafshon” mehmonxonalarini rekonstruksiya qilinadi. Bundan tashqari, turizm bo'yicha xalqaro va milliy tashkilotlar bilan hamkorlikni kengaytirish, restoranlar qurish, sayyohlarga xizmat ko’rsatuvchi transport vositalari xarid qilish, madaniy meros ob’ektlarini tadbirkorlarga ijara berish, havo sharida sayohatni tashkil qilish, G‘ijduvon, Shofirkon, Vobkent va Jondor tumanlarida qishloq turizmini yo’lga qo'yish rejalashtirilgan.

Buxoro viloyatidagi barcha mehmonxonalaridagi o’rin – joylar soniga ham nazar tashlaydigan bo’lsak, agar 2010 yilda jami o’rin-joylar soni 2290 ta bo’lgan bo’lsa, 2019 yilning 1 iyniga kelib esa 6059 taga yetdi. Demak, 9 yil ichida Buxoro mehmonxonalaridagi o’rin joylar soni 2,26 baravar oshdi. Shulardan xususiy mehmonxonalar, agarda 1995 yilda atiga 12 ta o’rin-joy bo’lgan bo’lsa, bugungi kunda Buxoro shahrida mehmonxonalar, mehmon uylari va xostellardagi o’rin-joylar soni 6059 taga yetdi. Bu raqamlardan biz shuni ko’rishimiz mumkinki, Buxoroda turizm sohasidagi o’rin-joylar taklifi juda keskin rivojlanib bormoqda.

Tahlillar natijasiga ko’ra Buxoroda mehmonxonalar industriyasida asosiy o’rin xususiy sektorga ta’luqli. Barcha sinfdagi mehmonxonalarga xozirgi kunda jami 6059 o’rin joy to’g’ri kelmoqda. Demak, o’rtacha birta mehmonxonaga 38-40 o’rin joy to’g’ri kelmoqda.

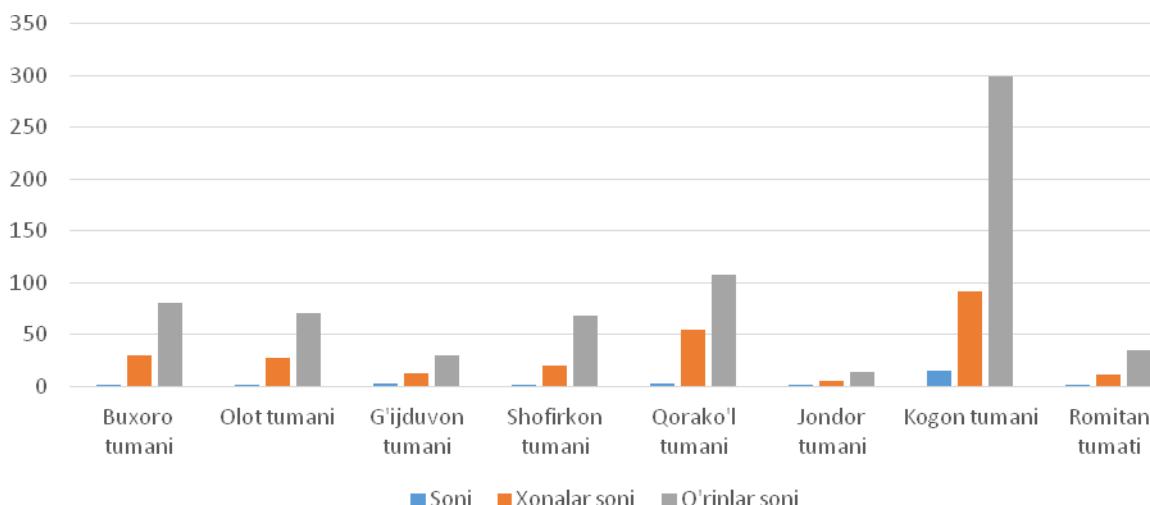
1- jadval

Buxoro viloyatining tumanlarida mehmonxonalar

	Jami viloyat bo'yicha (soni)	Shu jumladan tumanlarda	
		s	Ulushi,

		oni	%
Mehmonxona va shunga o'xhash joylashtirish vositalari (ob`ektlar) soni	249	29	11,7
ularda:			
Xonalar soni, birlik	2703	50	9,24
joylar soni, birlik	6059	04	11,62

Jadval ma'lumotlaridan ko'rishimiz mumkinki, bugungi kunda mehmonxonalar industriyasi nafaqat Buxoro shaxrida, balki tumanlarda xam rivojlanib kelmoqda. Mehmonxona va shunga o'xhash joylashtirish vositalari (ob`ektlar) soniga nisbatdan 11,7% tumanlarda joylashgan. Agar tumanlar kesimida tahlil qiladigan bo'lsak, asosiy qismi (53%) Kogon tumanida joylashgan (1-chizma).



1-chizma. Buxoro viloyatining tumanlarida mehmonxona xizmatlarining taklifi

Tumanlarda joylashgan mehmonxonalarning toifasiga nazar tashlaidigan bo'lsak, umuman viloyat tumanlari kesimida 47% -mehmonxonalar, 39%-mehmon uylari va 14 % -hostelar tashkil etadi.

Mamlakatimizda turizmni rivojlantirish, sohada xususiy sektoring ulushini oshirish, ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini yanada yaxshilash, milliy turizm mahsulotlarini dunyoga keng tarannum etishga qaratilayotgan e'tibor o'z samarasini bermoqda.

Prezidentimizning 2019 yil 5 yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmoni bu boradagi ishlar samaradorligini yanada oshirishga xizmat qilmoqda. Mehmonxona biznesini yo'lga qo'ymoqchi bo'layotgan tadbirdorlar har taraflama qo'llab-quvvatlanib, ularga tegishli ko'mak berilmoqda. Ishbilarmon ayrim odamlarda noan'anaviy uslubdagi uy-mehmonxonalar barpo etib, milliy madaniyat va azaliy urf-odatlarni targ'ib etish istagi paydo bo'lmoqda.

Viloyatning barcha tumanlarida, jumladan, Vobkent, Romiton, Shofirkon, Qorovulbozor, Qorako'l, Jondor, Olot tumanlarida katta potensial mavjud. Mazkur hududlarda Buxoro mevalaridan vino, sharbatlar ishlab chiqarish, quruq mevalar tayyorlanish jarayonini namoyish qilish, savdosi, auksionini tashkil etish, etnografik me'rosimizni targ'ib qilish, chorvachilik yo'nalishida chorva mollarini parvarishlash, ulardan sut va go'sht mahsulotlarini ishlab chiqish jarayonlarini yo'lga qo'yish, shu orqali xorijiy va mahalliy sayyoohlarni jalb qilish imkoniyati mavjud.

Xulosa qilib aytish mumkinki, Buxoro viloyatida mehmonxona industriyası jadal rivojlanmoqda. Nafaqat turistik markaz xisoblanadigan Buxoro shaxrida, balki tumanlarda ham ushbu tendentsiya kuzatilmoqda. Mehmonxona xo'jaligining shakllanishi va rivojlanishi natijasida mehmonxonalar keng taraqqiy qilmoqda, yangi mehmonxonalar tashkil qilmoqda va ularning faoliyati yangidan yo'lga qo'ilmoqda. Shuningdek, sohada raqobat vujudga kelib, mehmonxona faoliyatining samarali faoliyat olib borishi uchun yangi xizmatlarni kuchaytirish va mehmonxona xo'jaligi infratuzilmasini mukammal boshqarishni taqozo qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Таджиева С.У. Развитие сельского туризма в Бухарском регионе // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России – Москва, 2017. – стр 339-344
2. Дилмонов К.Б. Важности интернета в сфере индустрии туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр.216-222
3. Djuraeva Z.T., Mahmudova N.U., Khurramov O.K. Definitions, principles and main features of ecotourism. I Международная научно-практическая Интернет-конференция, посвященная 25-летию ФГБНУ «Прикаспийский научно-исследовательский институт аридного земледелия». Соленое Займище, 29 февраля 2016 г. Стр. 783-789

CHO'L VA YAYLOV TURIZMINI TASHKIL ETISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Xidirova G.R. Buxoro davlat universiteti dotsenti

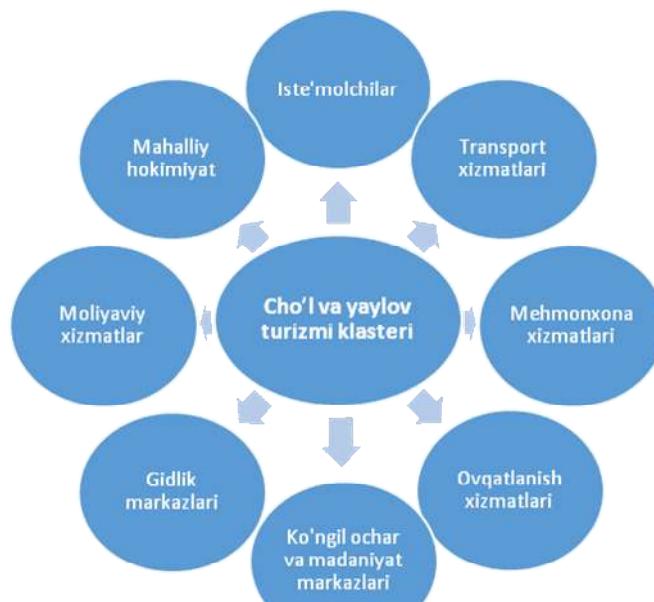
Zohirov F. Buxoro davlat universiteti talabasi

Farmonov S. Buxoro davlat universiteti talabasi

Bugungi kunda innovatsiyalarni turizm xizmatlarida joriy etishda har bir hududning o'ziga xos imkoniyatlari va boy resurslari mavjud. Ulardan yuqorida ta'kidlab o'tilganidek Buxoro viloyatidagi cho'l va yaylov hududlarini rivojlantirishda klaster ussulini shakllantirish maqsadga muvofiq.

Hozirda dunyo olimlari va mutaxassislari tomonidan hududlarni raqobatbardoshligini oshirishning asosiy mexanizmi sifatida hududlar klasterlarni shakllantirishning ilmiy-nazariy asoslarini ishlab chiqishga qaratilgan. Lekin bu borada yagona qarash va fikrlarning mavjud emasligini ham ta'kidlash lozim.

"Klaster" tushunchasi ingliz tilidan kelib chiqqan bo'lib "birga o'smoq" ma'nosini anglatadi. Uni birinchi bor fanga kiritgan, mamlakatlar ichki bozorini rivojlantirishdagi va iqtisodiyotning raqobatbardoshlik darajasini oshirishdagi ahamiyatini ochib bergen olim Garvard biznes maktabining professori Maykl Porterdir. Uning fikricha "Klaster bu hududiy (geografik) jihatdan bir-biriga qo'shni, o'zaro boqlangan, ma'lum sohada faoliyat ko'rsatuvchi, umumiy maqsad yo'lida bir-birini to'ldiruvchi kompaniyalarva ular bilan boqliq turli tashkilotlar guruhidir"



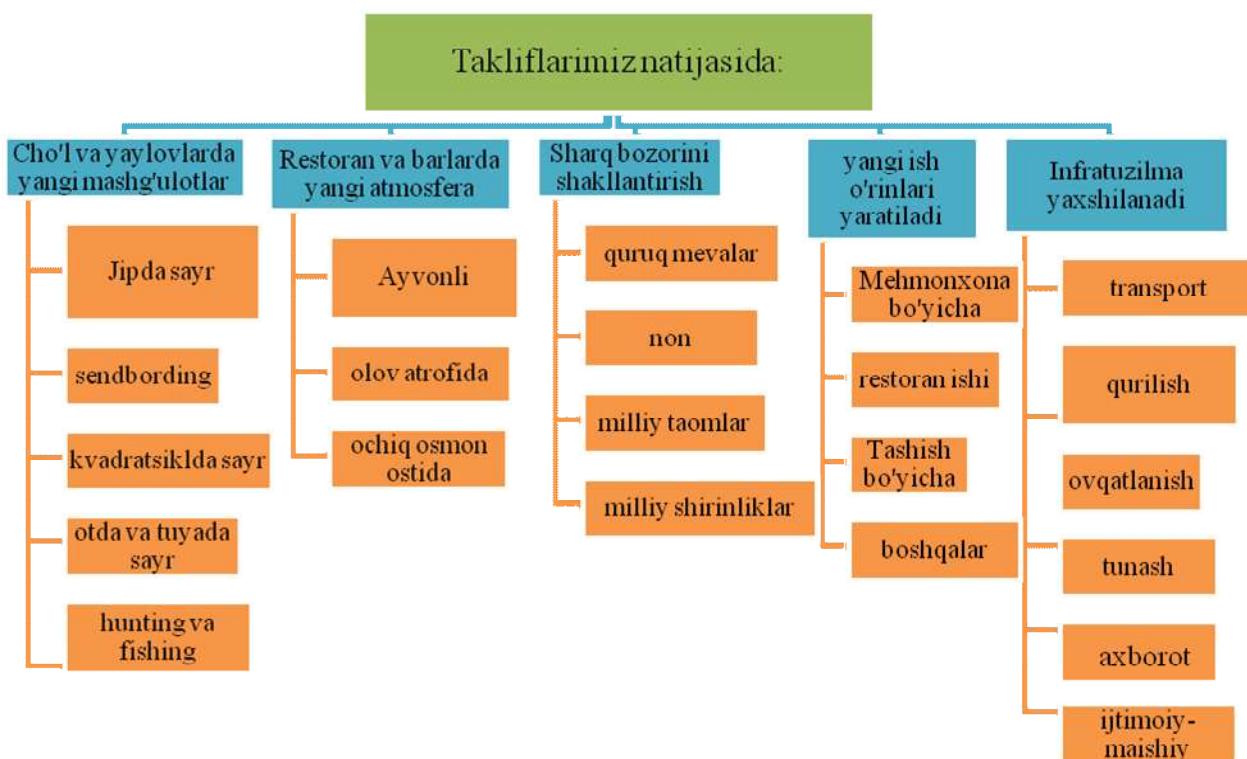
1-rasm.Cho'l va yaylov turizmi klasteri

Turli fikr va muloqazalarni umumlashtirilgan holda, biz hududiy klasterga qo'yidagicha ta'rif berdik. Hududiy klaster-bu aniq bir hududda raqobatbardosh maqsulotlar ishlab chiqaruvchi va xizmatlar ko'rsatuvchi o'zaro aloqador va bir-biriga geografik yaqin joylashgan korxonalar (tashkilotlar) majmuasidir. Jaqon tajribasiga ko'ra, mintaqaviy klasterlar o'zaro aloqador korxonalar va tashkilotlar faoliyatining samaradorligini yuqori darajaga ko'tarish, hudud raqobatbardoshligini oshirish, o'z brendini shakllantirish, hududlarda innovatsion faolikni rivojlantirish, yangi ish joylarini tashkil qilishga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Hududiy klaster kontseptsiyasini turli turizm turlari, jumladan Buxoro viloyatida turizmda qo'llash innovatsion yo`nalish sifatida ko`p jihatdan samarali ekanligi, xorij va mamlakatimiz iqtisodchi olimlari tomonidan e'tirof etilmoqda.

Buxoro viloyati iqtisodiyoti va turizm bozorini istiqbollarini e'tiborga olgan holda shaharlarda turizm klasterini shakllantirish va rivojlantirish bo`yicha mamlakat va mintaqada darajasida me'yoriy huquqiy, iqtisodiy va tashkiliy chora-tadbirlar ishlab chiqish va belgilangan tartibda qaror qabul qilish kerak. Davlat tomonidan turizm klasterlarini qo'llab-quvvatlash asosan soliq imtiyozlari, jumladan er va mulk solig'idan ozod qilish, foydadan olinadigan soliq miqdorini kamaytirish, er va inshootlarni ijara haqini kamaytirish (ozod qilish), zamonaviy infratuzilma ob'ektlari bilan ta'minlangan maydonlarni "yagona darcha" printsipida amalga oshirish va boshqalar orqali amalga oshiriladi. Qariyib 25 asr tarixga ega bo'lган Buxoro jahon sivilizatsiyasiga o'z hissasini qo'shgan qadimiy hudud hisoblanadi, hamda qadimdan ilm-fan markazi bo'lib kelgan. Buxoro viloyati 11% sug'oriadigan erlar, 89% esa lalmi erlar hisoblanadi. Bundan ko'rishimiz mumkinki Buxoro viloyatida cho'l maydoni ko'proq tashkil etadi.

Biz yuqorida sanab o'tilgan imkoniyat va salohiyatlardan kelib chiqan holda berilgan takliflar natijasida quyidagilarga erishishimiz mumkin. (2-rasmga qarang)



2-rasm. Cho'l hududida yangi xizmatlarni joriy etish orqali erishiladigan natijalar.

Buxoro viloyatining cho'l hududlarida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish, ish o'rnlari yaratish va turizmda xizmatlarning davlat iqtisodiyotidagi ulishini oshirish. Cho'llarni tabiiyligi yoqotmasdan, balki mavjud holda qo'shimcha daromad sifatida foydalanish. Rasmida berilgan takliflamic natijalarida bular o'z aksini topgan.

Shu o'rnida aytish joizki, Buxoro viloyatining katta qismini cho'llik hududlar tashkil qiladi va bizda cho'l, yaylov, eko, tibbiyat va boshqalar turizmini innovatsion xizmatlarni rivojlantirishda katta salohiyat mavjud. Ulardan unumli foydalanib shu turdag'i xizmatlarga qiziquvchi va talab

bildiruvchi iste'molchilar ehtiyojini maksimum rag'batlantirishga erishishimiz lozim. Buning uchun biz cho'l hududlarida klasterni tashkil qilib va infratuzilmani rivojlantirish orqali ichki va tashqi turistlarni jalb qilishimiz lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Xidirova G.R. O'zbekistonda mintaqaviy turizmni rivojlantirishning tabiiy-ijtimoiy asoslari. Jurnal/ Buxoro davlat universiteti ilmiy axborotnomasi. 4/2015y., 146-149 b.
2. Xidirova G. R. Buxoro viloyatida turizm klasterini shakllantirish xususida. Jurnal / O'zbekiston iqtisodiyot axborotnomasi. 6-son. Toshkent 2016y. 38-42b.
3. Xidirova G. R. Mintaqaviy turizm bozorini rivojlantirish yo'llari. Monografiya/ Toshkent. Navro'z- 2018y. 140b.
4. Таджиева С.У. Развитие сельского туризма в Бухарском регионе // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России – Москва, 2017. – стр 339-344
5. A.Juraev, T.Sobirov. Content based instruction in teaching tourism and economics courses- Proceedings of the International Scientific Conference. 2017/5/26. Volume 1., tom 208, page 215

VILOYATDA CHO'L YAYLOV TURISTIK OBYEKTLARNI TASHKIL ETISH IMKONIYATLARI

Xidirova G.R. Buxoro davlat universiteti dotsenti
Rustamov J.R. Buxoro davlat universiteti talabasi

Bugungi kunda insoniyatning bunyodkorlik ishlari bilan bir qatorda, bir necha dunyoviy muammo-inqirozlar yuzaga kelmoqdaki, ushbu hurujlarni hal qilmasdan turib, insoniyatning porloq kelajagini ta'minlab bo'lmaydi.

Biz turizm sohasida «olma pish — og‘zimga tush», deya qayerdandir najot kutib o‘tirganimizda tarixiy obidalari bilan maqtana olmaydigan qirg‘izlar turizmning ushbu turini rivojlantirib, butun jahonda qirg‘izcha nom bilan ommalashishiga erishib ham bo‘lishdi.



Qirg‘iziston Respublikasi “Yaylov turizmi”

Jayloo qirg‘izchadan tarjima qilinganida “**yaylov**” degan ma’noni beradi — qardosh xalq. Jayloo-turistlar sayyoramizning inson qadami yetmagan go‘shalari Osiyoning tog‘lari va dashtlari, Sibir va Shimoliy Amerika o‘rmonlariga, Afrika qo‘riqxonalariga sayohat qilishadi asosiy sabab: sivilizatsiya shart-sharoitlaridan biroz chekinish.

O‘rta Osiyo cho`llarida XX asrning 20-30 yillarda kompleks tadqiqotlar olib brogan yirik olimlar D.N. Kashkarovva E.P. Korovinlar ta`biri bo`yicha cho`l- geologic va biologic jihatdan yahlit tabiat kompleksi bo`lib, uning hosil bo`lishida yagona sabab – quruq iqlimdir. Bu olimlar cho`lning shakllanishida ikki omil – namlikning tanqisligi ("minimum omili") va juda yuqori harorat ("maksimum omili") kuchli ta`sir ko`rsatadi, deb e`tirof etishgan.

Cho`lshunos olimlar A.G. Boboev va Z.G. Freykin fikricha, cho`l deganda- juda quruq va jazirama iqlimli, nihoyatda kam yog‘inli va nisbatan siyrak o`simlik qoplamiga ega bo`lgan tabiiy hududlar tushuniladi. Bunday joylarda atmosfera yog‘inlarining kamligi (300 mmgacha) va ularni yil fasllari bo`yicha notekis taqsimlanganligi hos, shuningdek, tushadigan yog‘inga ko`ra bug’lanish birnecha marta yuqori. Cho`llarda doimiy oqar suvlar shakllanmaydi, quruq o`zanlarni esa vaqtinchalik oqar suvlar hosil qilgan, yer osti suvlar biroz sho`rroq bo`ladi.

Ana shunda yiqlimiy hususiyatlarga ega tabiat zonasasi Markaziy Osiyoning katta qismini ishg‘ol etgan. U G‘arbda Kaspiy dengizi qirg‘oqlaridan sharq va janubi-sharqda Junqori ya Olatovi, Tyan’shan va Pomir-Oloytoqtizimlarigacha, shimolda tahminan 48° dan janubda Kopetdog‘ va Paropamiztog‘ oldilarigacha cho`zilgan. Cho`l va chala cho`llar o`lkaning 65,3 foizini egallab, ularning maydoni qariyb 211 mln gettarga teng. Respublikalar bo`yicha tahlil qilsak, Turkmaniston hududining 80 foizdan ortig‘ini, O‘zbekistonni - 70 %, Qozog‘istonning 27 foizini cho`llar egallagan.

D.N. Kashkarovva E.P. Korovinlar cho'llarni o'ziga hos tabiat kompleksi sifatida tushinib, ularni o'rghanishda kompleks yondashuv zarurligini aytgan, ya'ni cho'llarni o'rghanishda tabiiy geografik sharoitni va bu sharoitning cho'ldagi Hayot faoliyatiga ta'sirini o'rghanish lozimligini ta'kidlagan.

Har qanday tabiiy sharoit undagi iqlim, suv, tuproq, o'simlik va hayvonot dunyosining shakllanishidà muhim rol o'ynaydi. Shu bilan birga tabiiy sharoit insonlar va ularning turmush tarziga, joyning ho'jalik tarmoqlari (sanoat, qishloq ho'jaligi, transport), manzilgohlarni tashqi qiyofasini (ko'kalamzorlashtirish va obodonlashtirishni) yahshilashda ham munosib ulush qo'shadi. Chunonchi, ishlab chiqarish kuchlarini joylanishi va rivojlanishida tabiiy muhitni o'rni beqiyos. Adir hududlarda "iqtisodiy landshaft" notejis, ya'ni vohalarda zich, cho'llarda esa siyrak joylashuv hosdir. Masalan, O'zbekiston iqtisodiy kartasiga nazar solsak, Xorazm, Buxoro, Navoiy, Qashqadaryo, Jizzah vohalarida ishlab chiqarish kuchlari zich, Ustyurt, Qizilqum, Mirzacho'l, Qarnob, Markaziy Farg'ona, Malikcho'l, Qarshi cho'li kabi mintaqalarda esa siyrak joylashganligini ko'ramiz.

Maydoni asosan cho'l va chala cho'llardan iborat bo'lgan mamlakat va hududlarda ham aholi zichligi yuqori emas. Jumladan, Qozog'istonda 6, Turkmanistonda 11, Chad Respublikasida 8, Namibiyyada 3, Mongoliyada 2, Qoraqalpog'iston Respublikasida 9,6, Navoiy viloyatida 7,5 kishiga teng. Dunyoning adir rayonlari ichida aholisi eng zich yashaydigan joy Hindistonning Radjastanshtatidir. Asosan Tar cho'lida joylashgan bu shtat aholisining o'rtacha zichligi 1 km^2 ga 100 kishiga etadi.

Cho'l zonasida atmosfera yog'inlarining miqdori kam bo'lsada, hosil bo'ladigan suvlarning yalpi ko'lami katta hajmni tashkil qiladi. Bizning homaki hisoblarimizga ko'ra 40.3 ming km^2 maydonga ega bo'lgan Buxoro viloyati hududida atmosfera yog'inlari tufayli (1951-2000 yillarda o'rtacha ko'p yillik yog'in miqdori 129.8mm) Har yili 5.2mlrd. m^3 atrofida suv hosil bo'ladi. Bu miqdor Zarafshon daryosining o'rtacha ko'p yillik oqimiga tengdir. Xuddi shunday holatni respublikamizning qo'rg'oqchil zonasida joylashgan hududlarda kuzatish mumkin.

Cho'l zonasida joylashgan past tog'larda, (bunga birinchi navbatda Markaziy qizilqum cho'liga tegishli tizmalar kiradi) bahor oylarida hosil bo'ladigan suvlarni toplash hayotiy zaruriyatdir. Mazkur joylarda atmosfera yog'inlari odatda, bahor oylarida suv toshqinlari tarzida namayon bo'ladi va tog' etagidagi tuproqlarni yuvilishiga, yaylovzorlarni nobud bo'lishiga va mavjud infratuzilmalarni ishdan chiqishiga sabab bo'ladi. Ushbu ofatlarni bartaraf qilish maqsadida tog' yonbag'irlarini "ko'ndalang jo'yak" usulida fitomelioratsiya qilish lozim. Ayrim yirik soylar etagida esa, kichik suv omborlarini qurish maqsadga muvofiqli. Bu borada Quljuqtov tizmasining janubiy yonbag'rida joylashgan Toshbuloqsoy, Yantoqsoy, Churuqsoy etaklari juda qulay imkoniyatlarga ega. Ushbu joylarda kichik suv omborlarini qurilishi, birinchidan, suv toshqinlari tufayli sodir bo'ladigan ofatlar bartaraf qilinadi. Ikkinchidan, tevarak atrofdagi chorvani suv ta'minoti bir mucha yahshilanadi. Uchinchidan, mahalliy aholi va horijiy turistlarning dam olishi uchun qulay imkoniyatlar yaratiladi. Bu erda turistlar tizmaning nodir o'simlik, hayvonot dunyosi, jozibador relyef ajoyibotlari va "qizilqum botanika bog'i" bilan tanishadilar hamda qozoq millatiga mansub aholining etnoturistik imkoniyatlardan bahramand bo'ladilar.



Buxoro viloyati cho'llari

G'ijduvon tumaning cho'l-yaylov zonasida joylashgan Hazor Nur ziyoratgohi nodir diniy va ekoturistik maskandir. Ziyoratgoh Quljuqtov tizmasining janubi-sharqiy chekasida joylashgan bo`lib, qadimda ushbu tog' etagidan to`lib-toshib oqqan Daryosoyning eroznon (emirish) ishlari bilan bog'liq bo`lgan relyef ajoyibotlari, hamda VIII asrda yashab, shu erda qo`nim topgan avliyo Hazor Nur otaning tarixi bilan bog'liq. Rivoyatlarga ko`ra qadimda tog' etagidagi Oyoqog'itma ko`li bo`yida yashab turgan aholiga dushmanlar bostirib keladi. Lekin ular avliyo Hazor Nurni enga olmaydilar. Dushmanlar avliyo otaga bir necha bor qilich ursalarda, qilichlari o'tmaydi. Shundan so`ng g'animplar bir makkor kampirni ishga soladilar. Kampir Hazor Nur otaning kelini orqali avliyonni faqat namoz o`qayotib sajdaga bosh qo`yan paytda qilich bilan chopib o`ldirish mumkinligini bilib oladi va dushmanga bu sirni sotadi. Dushman qilichi zarbasini egan avliyo ota, o`lim oldidan kelinini qarg`aydi. Buloqdan ikki chelak suv olib kelayotgan kelin esa, shu zahotda qora toshga aylanib qoladi. Avliyo ota orolsimon alohida ajralib turgan balandligi 20-100metrcha bo`lgan tepalikda dafn qilingan. Sotqin makkor kampir esa, keyinchalik tepalikdan uncha uzoq bo`lmagan tog'-tepalar oralig'idagi darada dafn etilgan. Bu joy kampirchat (kampirning chatiga o`xshash dara-yo`lak) nomini olgan. Ushbu yo`lakdan o`tgan yo`lovchilar kampir qabriga tosh otib o`tganlar. Hozirgi paytda avliyo Hazor Nur dafn qilingan tepalik ustidagi maqbara va qabriston va tepalikdan pastda, 800 metrcha uzoqlikda, balandligi 12-14 metr keladigan "Kelin Qoya"-qora tosh va kampirchat yo`lagi yaxshi saqlanib kelgan. Uzoqdan qaraganda "Kelin Qoya" ikki qo`lida chelak ko`tarib turgan kishiga o`xshash shaklga ega. U qora rangdagi gilli slanets toshdan, ya`ni emirilgan tog' qoldig'idan iboratdir. Ziyoratgoh Shofirkon shahridan shimol-shimoli-g'arba, 60 km. cha uzoqlikda, cho'l-yaylov zonasida joylashgan. Kelgisida Shofirkon-Nurliboy qudug'igacha mavjud qattiq qoplami yo`l Og'itma auligacha davom ettirilib va turizm bilan bog'liq infratuzilmalar yaratilsa, bir necha asrlardan buyon, eng ezozli ziyoratgoh bo`lib kelgan ushbu maskanning, keljakda nafaqat mahalliy, balki xalqaro diniy va ekologik turizm bozorini rivojlantirish uchun xizmat qiladigan markazlardan biriga aylanishiga ishonchimiz komil. Chunki, vatanparvarlik, oila qadriyatları, va qarama-qarshillik g'oyallari bilan yo`g'rilgan hamda ona tabiat va ijtimoiy hayot bilan uyg'unlashgan bu muqaddas ziyoratgohning teran tarbiyaviy-ma'rifiy ahamiyati har bir turist uchun hayrat va saboq maktabidir.

Bundan tashqari, Buxoro viloyati Zarafshon daryosining eng quyi qismida joylashgan. Bir necha ming yillar davomida daryo suvi bilan oqizib keltirilgan, yotqiziqlar tufayli Olot tumani

hududida bir necha tuz-balchiqli ko'llar hosil bo'lgan. Shulardan biri Shurg'ok ko'li bo'lib u Olot-Turkmanobod magistral yo'li yoqasida, Olot shahridan 22 km uzoqlikda joylashgan. Ushbu tuz-balchiq konidan Buxoro viloyati aholisi va ayrim o'zga yurtlardan kelgan bemorlar "Issiq suv" faslida, ya'ni 21.06-21.07 kunlari uzoq yillardan buyon foydalanib keladilar. Ushbu tibbiy va ekologik mazmunga ega bo'lgan maskandan turistik maqsadlarda foydalanishni xalqaro standartlar darajasida yo'lga qo'yish maqsadga muvofiq.

Yana shunday noyob joylardan biri Buxoro "Jayron" ekomarkazidir. Mazkur parvarishhona Markaziy Osiyoda yagona bo'lib, 1976-yilda Buxoro viloyati rahbar hodimlarining tashabbusi bilan, bir vaqtlar Buxoro cho'llarida keng tarqalgan, keyingi yillarda esa kamayib ketgan jayronni (Qoraquyruq) ko'paytirish maqsadida tashkil qilingan edi, maydoni 5145 hektar.

Parvarishhona idorasi Buxoro shahridan janubda, 45 km uzoqlikda, Buxoro-Qorovulbozor yo'lining o'ng yoqasida joylashgan. U ikki metr balandlikdagi simto'r to'sig'i bilan o'rab olingen. Ushbu maskanni shimol tomonidan Momojurg'oti platosi, sharq tomonidan Buxoro-Qorovulbozor yo'li, janub tomonidan Amu-Buxoro mashina kanali, G'arb tomonidan esa Buxoro-Qarshi temir-yo'li chegaralab turadi. Parvarishhona hududining relyefi yassi to'lqinli bo'lib, eng past joyining janubiy qismi, 214-216 metr mutloq balandlika ega. Ushbu erdan relyef satqi shimol tomonga, ya'ni Momojurg'oti platosi tomon 300 metr mutloq balandlikgacha ko'tariladi. Parvarishhonada O'rta Osiyoning janubiy cho'llariga hos bo'lgan tabiiy va tabiiy-antropogen landshaftlar mavjud. Bular qumli, gilli, gipsli, sho'rhok va nihoyat inson faoliyati tufayli paydo bo'lgan suvli (akva), tuqay va sug'oriladigan erlar (voha) landshaftlaridir. Ushbu landshaftlarga mos holda o'simlik va hayvonot turlari tarqalgan. Landshaft hosil qiluvchi o'simliklardan Qorasakovul, Qandim, yulg'un, shuvoq etakchilik qiladi. Parvarishhonaning janubiy etagida, Amu-Buxoro kanalidan olinadigan suvlar tufayli hosil bo'lgan Go'zalko'l, O'rdakko'l, Kattasho'r, Kichiksho'r ko'llari bo'yida qamish, luh, qizil kendir, turang'il teragi kabi to'qay o'simliklari o'sadi. Sug'oriladigan yerlar esa, jiyda, o'rik, olma, behi kabi mevali darahtlar hamda bedazorlar bilan band. Ayniqsa sug'oriladigan erlarni o'rab turgan saksavulzor o'rmonlar maftunkor jozibaga ega.



Buxoro viloyati cho'llari

Mazkur parvarishhonaga 1977yildan boshlab 42 bosh jayron keltirilib ko'paytirish ishlari boshlangan. 1980 yillarda parvarishhonaga Rossiyadan 4 bosh Prjevalskiy otlari, Turkmanistonning Badhiz qo'riqhonasidan 4 bosh qulon keltirilgan edi. Ekomarkaz hodimlarining samarali mehnati tufayli 1996 yilda jayronlar soni 621ta, Prjeval'skiy oti 11ta, qulonlar 16 ta boshga etkazilgan

Parvarishhona 2006 yilda Termiz hayvonot bog'idan keltirilgan Buxoro quyi va morho'r (burama shohli echki) bilan boyitildi va ularga maxsus moslama sharoitlar yaratildi. Ekomarkaz hodimlaring say-harakatlari tufayli "Qizil kitob"dan joy olgan mazkur hayvonlarning soni 2010

yilning oktyabr' oyida quyidagi ko'rsatgichga ega bo'ldi: jayronlar 749 ta, Prjeval'skiy otlari 21 ta, Qulonlar 79ta, Buxoro tog' quiyi 16ta, burama shohli echkilar soni 2ta boshni tashkil qildi.

O'zbekiston respublikasi tabiatni muhofaza qilish qo'mitasi tasarrufida turgan mazkur noyob maskan faoliyatini yanada yuksaltirish maqsadida 2011 yilda parvarishhonaga yana 11369 hektar qo'shimcha er ajratildi. Ekomarkazni mazkur ikkinchi bo'limi birinchisiga yonma-yon joylashgan bo'lib, u Amu-Buxoro mashina kanalaning chap sohili buylab To'dako'l suv omborigacha cho'zilgan. Mazkur maskan ham turli tuman landshaftlar majmuasidan iborat. Ushbu tadbir Buxoro ekomarkazga parvarish qilinayotgan noyob hayvonlar sonini ko'paytirishga, hamda O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirishga qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi.

Ekomarkaz doirasida agroturizmni yanada rivojlantirish uchun qo'yidagi tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- Buxoro -Qorovulbozor yo'lini zamon talablari asosida ta'mirlash;
- "Jayron" ekomarkazi huzurida uning ekoturizm imkoniyatlarini ifodalovchi zamonaviy talablar darajasida muzey tashkil qilish;
- mahalliy va horijiy turistlar uchun servis xizmatini davr talabi darajasida yo'lga qo'yish;
- parvarishhonha hududida uning ekoturistik salohiyatidan bahramand bo'lish imkoniyatini beradigan turistik yo'llaklar(so'qmoqlar) barpo qilish;
- parvarishhonanig ekoturistik salohiyatini ko'z-ko'z etuvchi va uni asrab avvaylashga undaydigan belgi, reklamalarni samarali joylashtirish;

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Nazarov K. Geografiya fanining asosiy muammolari-T. “Muharir nashriyoti”-2013y.
2. Xidirova G.R., Xalimova G. Global muammolar: cho'l zonasida atmosfera yoqinlaridan samarali foydalanish xususida 2013y.
3. Khidirova G.R. Bukhara eco-centre “Jayron”-a rareeco-touristic domicile. Материалы за х международна научна практичесна конференция «Бъдещите Изследвания-2014» 17-25 февруари, 2014 Том9 Икономики София «Бял ГРАД-БГ» ООД 96-98б.
4. Xidirova G.R. O'zbekistonda mintaqaviy turizmni rivojlantirishning tabiiy-ijtimoiy asoslari. Jurnal/ Buxoro davlat universiteti ilmiy axborotnomasi. 4/2015y., 146-149 b.
5. Xidirova G. R. Mintaqaviy turizm bozorini rivojlantirish yo'llari. Monografiya/ Toshkent. Navro'z- 2018y. 140b.

BUXORO TURIZM INFRATUZILMASINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI (YEVROPA SHAHRLARI MISOLIDA)

Farmanov E.A.

Buxoro davlat universiteti o'qituvchisi

Turizm sohasi hozirgi kunga kelib eng serdaromad sohalaridan biri sifatida iqtisodiyotga katta foyda keltirmoqda. Hamda, dunyo miqyosida har yili sayohat qiluvchilar soni esa yildan-yilga oshib

Bundan ko'rinish turibdiki, sayyohlik sohasi bugungi kunning eng muhim iqtisodiy sohalaridan biriga aylandi. Shu bois dunyoning ko'plab davlatlari ushbu sohani yanada rivojlantirish va tegishli infratuzilmani jahon standartlari darajasida tenglashtirib shu bilan birgalikda, sayyoohlар oqimini oshirish bo'yicha barcha chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda.

Shu bilan birgalikda, 2017 – yil 19 – may kuni O'zbekiston Respublikasi prezidentining “2017–2019 yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati sayyohlik salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi 2980-sonli qaror qabul qilindi.

Hamda, ushbu qaror bo'yicha viloyatining xizmatlar ko'rsatish sohasini jadal rivojlantirish, ko'rsatilayotgan xizmatlar tarkibi, eng avvalo, xizmatlarning zamonaviy yuqori texnologik turlari hisobiga tubdan o'rgartirish, shu bilan birgalikda, turizm industriyasini rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish bilan yo'l-transport infratuzilmasini yana rivojlantirishga qaratilgandir.

Hammaga ma'lumki, Islom hamkorlik tashkiloti madaniyat vazirlari IX Islom konferensiyasida 2020 yilda Buxoro, Qohira (Misr) va Bamako (Mali) shahrlari Islom madaniyati poytaxti sifatida tasdiqlangan bo'lib, ushbu zaminda eng mashhur mutafakkir allomalar, avliyolar, zamonasining eng buyuk shaxslari yetishib chiqgan bo'lib, hozirgi kunga kelib, bu zamin 2500 yillik uzlusiz tarixga egadir. Hamda, ushbu ochiq osmondag'i muzey, o'zining 140 dan ortiq tarixiy obyektlari bilan chet el sayyoohlarning diqqatiga sazovor bo'lib kelmoqda.

Shuningdek, qadimgi svilizatsiya markazlardan biri va sharq uyg'onish renessansi sifatida Yevropaning eng qadimiy mamlakatlar sirasiga kiruvchi mamlakat bu- Italiya davlati hisoblanadi. Hozirgi kunda ushbu mamlakatda 60 milliondan ortiq aholi istiqomat qilib kelib, mazkur mamlakatda sayyoohlар oqimi yiliga 62 millionni tashkil qiladi. Hamda, mamlakat o'z iqtisodiyotiga katta foyda keltirib, ya'ni YalMning 12 % tashkil etadi.

Joriy yilda muallif tomonidan yuqorida davlatga sayohatini amalga oshirish orqali o'z ilmiy tadqiqot izlanishlari olib borgan. Hamda Buxoro mintaqasining turizm infratuzilmasini yanada rivojlantirish uchun 2 ta aniq taklif keltirildi:

1. Temir yo'llar vokzallarida o'z-o'ziga chipta xarid qilish xizmati (self service ticket) bankamatlarni o'rnatish;

2. Buxoro hududining eski shahar qismida toza ichimlik suvini ta'minlash (free, hech qanday ortiqcha to'lov larsiz);

Temir yo'llar vokzallarida o'z-o'ziga chipta xarid qilish xizmati (self-service ticket) bankamatlarni o'rnatish. Hozirgi kunda bunday bankamatlar nafaqat Yevropa mamlakatlarida, qolaversa, barcha rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarda keng foydalanib kelinmoqda.

Quyidagi bonkamat Italiya davlatining Padova shahridagi temir yo'l vokzalida o'rnatilgan bo'lib, kun-u tun chet el sayyoohlari va mahalliy aholiga xizmat qilib kelmoqda.

Buning afzallik tomoni shundan iboratki, ushbu bankamat orqali siz aniq manzilni tanlab olish hamda, kelib ketish





vaqtlarigacha tushunarli tarzda bilib olish imkoniyatiga ega bo’lasiz. Agarda bunday bankamatlarni Buxoroning eski shahar qismida va shaharning gavjum aholi punktlarining oldiga o’rnatilsa, ham sayyoohlar ham mahalliy aholiga tezkor, qullay va ishonarli bo’ladi. Bilamizki, Buxoro viloyatining temir yo’l vokzali Kogon shaharidan joylashgan bo’lib, Buxoro shahar bilan orasidagi masofa 15 km ni tashkil etadi. Hamda, biletlarni sotib olishga esa ba’zi bir muammolarga duch kelinadi. Bunday muammolarni bartaraf etish uchun Buxoro shaharining gavjum joylarida o’rnatilsa maqsadga muvofiq bo’lar edi.

Buxoro hududining eski shahar qismida toza ichimlik suvini ta’minalash. Italiya davlatining Rim shaharida radiusi 30 metrgacha bo’lgan joylarda tashkillashtirilgan ushbu suv ta’minoti, shaharni piyoda aylanishni hush ko’radigan sayyoohlar mo’ljallangandir. Bilamiz, kundalik hayotimizda suvga bo’lgan talab yuqori turib, chet el sayyoohlarning qulayligini ko’zlagan holda ushbu ko’rinishlardagi toza ichimlik suvi ta’minotini tashkillashtirish mumkin bo’ladi.

Bunday toza ichimlik suvi joylarning tashkillashtirish bizning hududda juda va juda zarur, nimagaki, Buxoro viloyati cho’l zonasida joylashganligini inobatga olganda, yoz fasli juda issiq bo’ladi va sayohatchilar tez-tez chanqashlarini inobatga olgan holda bunday joylarni tashkillashtirish zarur va kerakdir.

Xulosa qilib aytadigan bo’lsak, turizm infratuzilmasi jahon iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri bo’lib, mamlakat iqtisodiy rivojlanishida katta ahamiyatga ega. Bu sohada rivojlangan mamlakatlarda juda katta bunyodkorlik ishlari amalga oshirilmoqda. Shu sababli, turizmni rivojlantirishda ilg’or mamlakatlar modelidan foydalanish va ular erishgan yutuqlarni respublikamiz turizmiga tatbiq etish yo’llarini o’rganish lozimdir. Yuqorida keltirilgan takliflarni o’rgangan holda o’zimizga muvofiqlashtirsak, turizm sohasidan ozgina bo’lsa, ham siljitgan bo’lardik.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Davronov I.O., Farmonov E.A (2019) “The impact of Innovations in tourism and hospitality” International Multilingual Journal of Science and Technology Vol. 4 Issue 9: 658-660
2. Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic” Dimitrie Cantemir” 40, 125-130
3. <https://kun.uz/uz/news/2018/01/02/uzbekistonda-turizm-kaj-avolda-va-uni-rivozlantiris-ucun-nimalar-kilis-kerak-mutahassis-takliflari>
4. Yangiliklar xabarnomasi №38, O’zbekiston Respublikasi TIV Matbuot xizmati 2018-yil 23-fevral
5. Ibragimov, N., &Xurramov, O. (2015). Types of competition in destination marketing and 6A model of competitiveness. J.: The Current Global Trends, 3(1), 22- 26
6. “Yoshlar ovozi” gazetasi, 103-son, 2017-yil 23-dekabr
7. Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65

INCREASING EFFICIENCY INNOVATIVE SERVICES OF DEVELOPING CARRIER AND ITS ROLE OF IN TOURISM AND ECONOMY

Davronov I.O.
Lecturer, Bukhara State University

Nowadays many touristic organizations are opposing with the problem of holding employees. Travelers have the opportunity to travel through living history, not just among residue kept in the confines of a museum, but also experience the silence of the distant past among the sites of ancient settlements, temples and tombs - a great place to escape from busy civilization. (Davronov I.O., 2015) It is over-priced to replace employees who leave for greener commons or are tempted away other organizations.

Personnel Employee turnover can have an unsettling effect on an organization, and it may also severely impact the overall efficiency of the organization. This becomes even more critical in organizations which are service-oriented, i.e. law enforcement, firefighters, etc., and require highly developed skills and competencies.

Generally, it has been assumed that every employee wants, or should want, the same thing in a career, usually a outright path up the organizational ladder. After all, career development is not about "getting ahead", but rather about getting to be the best an individual can be and finding a place in an organization where they can express excellence and contribute to the goals of the organization.

Infrequently is enough attention given to alternative paths that mediate more personal aspirations, especially when those desires do not fit the familiar pattern of traditional organizational life. Today's employees are demanding more from their work in terms of implementation and personal satisfaction. They use words such as "empowerment" and "self-development" in expressing demands. This tells us much about the changing face of the workplace as we prepare to enter the 21st century.

In this day's competitive environment, it is imperative that all organizations create a work environment which fosters growth and development. It is apparent this can be accomplished by implementing a Career Development Program in the workplace. This will improve organizational loyalty among employees, result in higher levels of job satisfaction, lower.

All employees are motivated, but organizations must understand every employee is motivated by a different set of needs. It is an employee's ability to satisfy these needs which accelerate human activity. An organization's ability to understand and address these needs will result in higher levels of job satisfaction and enhanced performance by its employees. Innovations in the hospitality and tourism industry are among the locus of innovative service modes that are different from product innovations. As a result of constant innovation, service companies improved the quality of their service and offered more individual experience. (Davronov I.O., Farmonov E.A. 2019)

Rapid changes in technology have transformed every aspect of the workplace. Advances in technology (computers, communication, etc.) have resulted in the need for skilled professionals, and this has caused problems for many organizations. As a result, these organizations were forced to hire skilled technicians or fill these positions with untrained personnel. Employees would be able to make practical career decisions based upon the organization's current and future needs. Organizations will benefit by being able to use existing personnel to fill "new" positions.

One of the most logical and important aspects of the career development process involves career counseling. It is a key component or the foundation of the employee development process

and can produce big dividends for both the employees and organization. It allows employees the opportunity to recognize, define, and redline their goals during the course of their careers.

Contrarily, it will afford management the opportunity to further assess employee needs to achieve a balance with those of the organization. Career counseling has evolved because many organizations now realize the most employees cannot begin to manage their own growth and development without first having information on how their own needs match those of the organization. Employees who derive satisfaction from knowing the expectations can be met inside the organization will most likely become a highly productive employee.

Furthermore, career counseling should not be confused with the purpose and intent of the performance appraisal system. The objective of career counseling is to assist employees in exploiting their strengths and potential and avoiding mismatches between individual aspirations, capabilities and organizational opportunities. It reduces the waste of preparing an employee for a position for which they are not suited, but might otherwise accept, in order to conform to the wishes of the organization. However, since career counseling will likely involve issues related to performance, it can appropriately be made part of an employee's performance appraisal.

While it seems clear that career counseling will improve an organization's

effectiveness and assist employees in achieving their individual needs, it is less clear who should do the counseling in the vast majority of organizations, career counseling responsibilities are normally assigned to personnel within the organization, either by a specialized counseling staff or the employee's immediate supervisor. They are often knowledgeable about the employee abilities, experience and skills. Additionally, they have a good understanding of the work environment and the developmental activities within the organization. They are able to effectively monitor employee progress and facilitate, as well as advise on career directions.

Additionally, a comprehensive effort to interest and train supervisors in career counseling can be extremely costly to an organization. Trained professionals may be better prepared to evaluate an employee's strengths and weaknesses than the employee's supervisor.

Overall, the career counseling process can be difficult, especially if the employee expresses unrealistic career aspirations. The person performing the career counseling session(s) must be prepared to give a frank assessment of the employee's career opportunities. However, it is extremely important that both the person conducting the session and the employee come to a mutual understanding as to the realistic expectations the employee should hold regarding career opportunities within the organization.

For career counseling to be effective, one must possess good counseling skills (sensitivity, flexibility, and communication) and have information about the employee being counseled; i.e., aptitudes, motives, experience, work characteristics and capabilities. This information can be obtained from an employee's self-assessment of their own needs, values, and personal goals. Additional information can be derived from employee performance appraisals and other parties who are in a good position to make valid judgments about the employee.

A training program should be developed and implemented which encompasses all phases of training. This will allow employees to have a clear understanding of the organization's formal training requirements, as well as, demonstrate the department's commitment to employee development.

Organizations must overcome the negative implications and strive to develop their employees. They must create an atmosphere that is challenging to employees and contain support mechanisms that allow for personal growth and job satisfaction.

In brief the Career Specialty Training component allows employees the opportunity to enhance knowledge, skills, and abilities through the attendance of specialized training courses. These courses are normally conducted through formal instruction, approved by the Criminal Justice Standards and Training Commission, and offered at local institutions of higher education or other designated facilities. Employees desiring to attend these courses must submit an External Training Request that has the endorsement of both his/her supervisor/manager and bureau commander. The employee's request and justification must be submitted to the chief of police for final approval.

References

1. Gibbons, G. (1995, February). Career development in smaller departments. FBI Law Enforcement Bulletin, 16-18.
2. Herzberg, F. (1975). One more time: How do you motivate employees? New York: Harper & Row.
3. Maslow, A. (1954). Motivation and personality. New York: Harper & Row.
4. Davronov I.O., Farmonov E.A (2019) “The impact of Innovations in tourism and hospitality” International Multilingual Journal of Science and Technology Vol. 4 Issue 9: 658-660
5. Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic” Dimitrie Cantemir” 40, 125-130
6. Махмудова Н.У., Ахророва Н.У. Инфраструктура экологического туризма. II международная научно-практическая интернет-конференция. ФГБНУ «Прикаспийский НИИ аридного земледелия». Соленое Займище, 28 февраля 2017 г. стр. 209-211
7. <https://booktransdoc.com/download/the-minority-executives-handbook-your-essential-map-and-guide-to-success-up-the-corporate-ladder.html>

ЗИЁРАТ ТУРИЗМИ ВА УНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИГИ

Шарифова Ш.Ш.

Бухоро давлат университети ўқитувчиси

Бой сайёхлик имкониятларга эга бўлган Ўзбекистоннинг экспорт салоҳияти кириш туризмини ривожланганлик даражасидан боғлиқ. “Туризм” атамаси “зиёрат” тушунчасидан келиб чиқсан. Бекорга сафарга бориб қайтиб келган кишига “зиёрат қабул бўлсин” демайдилар. Чунки ҳар қандай саёҳат кенг маънода ўзига хос зиёратдир. Тор маънода “зиёрат” – диний туризмнинг бир шаклидир.

“Зиёрат туризми” деганда турли дин намояндаларнинг муқаддас жойларга сажда ва ибодат қилиш мақсадида сафарга бориши тушунилади. Туризмнинг бу шакли, бизнинг фикримизча, қуидаги хусусиятга эга:

1. Диний эътиқодга асосланганлиги. Диннинг турлари бўйича хилма-хил зиёрат туризмини ажратиш мумкин. Бу хусусият христианлар, мусулмонлар, будда динига сифинадиганлар, индуистлар ва бошқа дин намояндаларнинг диний марказларига зиёрат қилишда намоён бўлади.

2. Сажда ва ибодат қилиш мақсадида сафарга борилиши. Зиёрат туризми экскурсия йўналишидаги диний туризмдан фарқланади. Агар зиёратчиларни диний маросимлар ва муқаддас жойларда ибодат қилиш қизиқтирса, билим ошириш мақсадидаги сайёхларни кўпроқ диний обьектлар, музейлар, кўргазмаларни кўриш ва ўрганиш қизиқтиради. Бундай саёҳатчилар ҳам маълум динга эътиқод қилишлари ёки эътиқодсиз бўлишлари мумкин. Зиёратчилар эса юқорида қайд қилганимиздай, албатта диндор бўлишлари лозим.

3. Зиёратчиларнинг аниқ муқаддас жойларга сафар қилишлари. Христианларнинг бош зиёратгоҳи Иерусалим бўлса, мусулмонлар Макка ва Мадинада ҳаж маросимларини ўтадилар, будда динига сифинадиганларнинг асосий зиёрат масканлари Ҳиндистон ва Непалда жойлашган.

4. Муаян вақтда зиёрат қилиниши. Диннинг хусусиятидан келиб чиқиб муаян ой, байрам ва бошқа муҳим саналарда зиёратчилар муқаддас жойларни зиёрат қиладилар. Масалан, Қурбон байрамида Ҳаж сафари амалга оширилади.

5. Туристик хизматларнинг диндорларга мослиги. Зиёратчилар одатда кўп қулайликка эга бўлган хизматларни талаб қилмайдилар. Улар учун оддий ётоқхона мавжуд бўлса етарли, овқатланишда ҳам уларнинг маҳсус талаб-эҳтиёжлари мавжуддирки, саёҳат жараёнида унга эътибор қаратиш лозим. Ислом зиёратчилари учун жинс бўйича таснифлаб хизмат кўрсатиш муҳим аҳамият касб этади. Зиёрат туризми тизимида рекламани ташкил этишда унинг матнларининг мантиқийлилигига, тўғрилигига, шариат қонун-қоидаларига мувофиқлигига эътибор қаратиш керак.

6. Зиёрат туризми инфраструктурасининг ўзига хослиги. Зиёратчиларнинг турига қараб саёҳат йўналишлари уюштирилади. Ташкил этилган гуруҳлар учун маҳсус зиёрат дастури тузуб гид тайнинланса, ташкил этилмаган (якка тартибда оиласави) зиёратчилар ўзлари зиёратни амалга оширадилар. Транспорт воситаларини танлашда зиёратгоҳнинг узок-яқинлиги ва зиёратчиларнинг истак-хохишидан келиб чиқиш лозим. Айрим холларда зиёрат пиёда ёки моторсиз транспорт воситасида ҳам амалга оширилиши мумкин. Зиёрат туризмiga ихтисослашган инфраструктуравий ташкилотлар хизматларнинг сифатига кўпроқ эътибор қаратишлари лозим. Туристик ташкилотлар зиёратчиларни доимий равишда қўллаб-куватлайдиган чора-тадбирларни ишлаб чиқишлари керак.

7. Зиёрат туризмининг ташкилий – бошқарув хусусиятлари. Зиёратчи оқимларни кўпайтириш ва барқарорлаштиришнинг муҳим омилини замонавий менежмент усуллари ташкил этади. Халқаро зиёрат туризми амалиётида менежментнинг худудий – маркетинг ёки “дестинацион” концепцияси кенг қўлланилади. Мазкур концепциясининг ўзига хос хусусияти маҳаллий зиёрат таклиф тизимини яратиш ва уни бозор усулида бошқаришдан изборат. Яъни, худудларнинг зиёрат имкониятларидан келиб чиқиб, “зиёрат мажмуаси” шакллантирилади ва мазкур мажмуа томон зиёратчиларни жалб қилиш мақсадида ихтисослашган сайёхлик ташкилотлар тузилади.

Шундай қилиб, зиёрат туризми диний туризмнинг мустақил шакли сифатида юқорида қайд қилинган хусусиятларга эга бўлиб, уларни инобатга олган ҳолда саёҳатни ташкил этилган тақдирдагина Ўзбекистонда халқаро кириш зиёрат туризмини жадал ривожлантириш имкониятлари вужудга келади.

Фанда, турли аломатлар бўйича тавсифланадиган, зиёрат туризмининг қўйидаги турлари мавжуд:

1) қатнашувчилар сони ва оиласга тааллуклилик бўйича – индивидуал (якка тартибда), оиласвий ва жамоавий зиёратчилар;

2) давомийлик бўйича – узоқ муддатли ва қисқа муддатли зиёрат (рус православ диний қонунларига асосан (канон), ҳаж сафари қоидаларига биноан 10 кун ва ундан ортиқ давом этадиган саёҳат зиёрат деб қабул қилинган);

3) мавсумийлик бўйича – йил давомида амалга ошириладиган зиёрат, ёки маълум диний байрамларга уюштирилган зиёрат;

4) ташриф буюриладиган обьектлар бўйича - турли динларга мансуб ибодатхоналарга ташриф (черков, монастир, ибодатхона, масжид, қонақо, ступа), шунингдек табиий сифиниш жойлари (тоғлар, кўллар, ғорлар, булоклар, дараҳтзорлар);

5) зиёрат обьектининг жойлашуви бўйича - ички (давлат чегаралари миқёсида) ва хорижий зиёрат йўналишлари;

6) мажбурийлик ёки ихтиёрийлик бўйича – ихтиёрий ва мажбурий зиёрат йўналишлари (масалан, исломда Маккага ҳажга бориш ҳар бир мусулмон учун мажбурий бўлиб хисобланади).

Одатда, зиёратчилар овқатланиш, тунаш каби хизматларнинг даражаси ва сифатига нисбаттан унча талабчан бўлмайдилар. Тунаш мақсадида улар хужраларда, *аирам* ҳудудларида, чодирлардан ташкил топган шаҳарчаларда (масалан, ҳаж сафари давомида), ибодатхоналарнинг ерида ёки тўғридан-тўғри қўчаларда қўноқ топишлари мумкин. Турли нозу-неъматларни танлаш имконияти ҳам кенг эмас, кўп ҳолларда оддий. Христианлик дини тарқалган давлатларда пост даврида овқат мос равища истеъмол қилинса, Ҳиндистонда у вегетариан (гўштсиз) ёки ислом динига сифинадиган ҳудудларда Рамазон ойлари қуёш чиқишидан ботишигача умуман овқатламаслик.

Рухий-маънавий зиёрат туризми тор ижтимоий рухий асосга ва географик йўналишга эга. Рухий-маънавий зиёрат туризмiga Шимолий ва Жанубий Америка, Европа, Осиё мамлакатларидан сайёхларнинг турли рухий-маънавий амалиётлар марказларига боришлари тушунилади. Ушбу марказлар Шарқ мамлакатларида, биринчи навбатда Ҳиндистон, Тибет, Хитой, Непал, Японияда жойлашган. Рухий-маънавий зиёрат туризми даволаш саломатлик туризми билан чамбарчас боғлиқdir. Масалан, Ҳиндистонда кўпгина рухий-маънавий марказлар аюрведик табобат марказлари бўлиб хисобланади. Ҳиндистонда аюрведа – даволашнинг умумлашган фани сифатида намоён бўлиб, инсон ва олам орасидаги энергетик мувозанатнинг бузилиши оқибатида келиб чиқадиган одам танасини ёшартириш ва турли касалликларнинг олдини олишни кўзда тутади. Ушбу амалиёт ва насиҳатлар кўп ҳолларда диний мақсадни кўзламайди ва диндан четга чиқиб кетади. Айтиш жоизки, ушбу амалиёт

марказлари универсал бўлиб, турли дин, миллат, жинс, ёш ва касб намояндаларига мўлжалланган. Ушбу амалиётларнинг мақсади – инсоннинг руҳий муаммоларини ечишга, ҳамда руҳий ва маънавий камолотга етишга, ўз ички маънавий табиатини билишга кўмаклашади.

Фойдаланган адабиётлар:

1. A.Juraev, T.Sobirov. Content based instruction in teaching tourism and economics courses- Proceedings of the International Scientific Conference. 2017/5/26. Volume 1., tom 208, page 215
2. Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic” Dimitrie Cantemir” 40, 125-130
3. Tokhirov J.R., Khurramov O.K. Basic concepts, directions and forms of eco-tourism. Материалы V-ой международной научно-практической конференции молодых учёных, посвящённые 25-летию ФГБНУ "Прикаспийский НИИ". с. Соленое Займище, 11-13 мая 2016 г.Страницы: 544-548

ESSENCE AND FEATURES OF INNOVATIVE ACTIVITY

Saidova F.K.

lecturer, Bukhara state university

Bobomurodova Maftuna

student, Bukhara state university

The term "innovation" in its modern sense, was the first to apply Schumpeter, who emphasized that innovation - is a significant change of function produced, consisting in a new combination and commercialization of new combinations based on the use of new materials and components, the implementation of new processes, opening new markets, introducing new organizational forms.

Factors determining the innovative development:

- market conditions and competition (both domestic and foreign markets);
- environment (the level of development of science and technology, legal and regulatory framework, political and economic stability);
- footage (scientists, experts, entrepreneurs, managers, politicians, civil servants);
- resources (natural, industrial, financial, scientific, technical, technological, infrastructure).

All the innovations in the art of technology, economy, governance and social sphere associated with each other, and to introduce new feature in any of these areas, is almost always necessary to make the appropriate changes in the other. This is due to the fact that the vast majority of innovations are based on a combination of targeted and simultaneously use a wide variety of types of knowledge for the sake of new areas of its economic use.

Documentation of the results of research, development and experimental works to improve the efficiency of any sphere of activity is an innovation (innovation). These include discoveries, inventions, patents, know-how, documentation for new or improved products, technologies or production processes, as well as various recommendations, procedures, instructions, standards, marketing research results, suggestions for improvements.

Innovation in the form of new knowledge, approaches, techniques, takes on a new quality and innovation turns into a (new) from its inception and early spread. Innovation - the end result of the introduction of innovation in order to generate economic, social, environmental, scientific, technical or other type of effect sought after by society. In other words, innovation - is a concrete result of any creative associated with the risk of activities that ensures the promotion and market introduction of new, significantly different from the old, good, better meet the needs; the discovery and development of new markets or the achievement of other specific objectives.

Innovation opportunities in all spheres of human activity. Based on multivariate opportunities, innovations differ in the area of application, the extent and the nature of.

In the field of application innovation are divided into scientific, technical, organizational, economic, socio-cultural and legal state.

According to distinguish the spread of global, national, regional, sectoral and local (at the plant, in the company) innovation.

Evolutionary innovations occur continuously and the majority are the result of the ideas and proposals of incoming from the production, distribution, consumption. The process of evolutionary innovation is entirely subordinate to the public's needs, formed solvent demand and limited possibilities of technological capacity of the system within which it takes place. The frequency-to-market with innovations depends on the accumulated empirical experience and knowledge. As a result, increased the company's ability to obtain and analyze information on consumer preferences, perceptions of market signals, and the accumulated knowledge can improve products and technology through innovation.

Evolutionary innovations can be classified on the subject of the application, the effects on the production process and the activities of companies, as well as meet the needs of nature. The traditional approach to the typology of innovations on the subject of the application is its division into innovation products and innovation processes.

In the service sector innovation is fundamentally new or significantly improved methods of production and provision (service) that can not be provided with the same production methods. This tourism, banking, consulting services, other sectors with a focus on the latest information and communication technologies.

Quite often companies resort to adaptive innovations that are a reaction to the innovations implemented by its competitors in order to adapt to the new situation and to ensure the survival of the company. A special place is occupied by the pseudo innovations that do not lead to a change in the characteristics of consumer products and imitating them.

References:

1. Davronov I.O., Farmonov E.A (2019) “The impact of Innovations in tourism and hospitality” International Multilingual Journal of Science and Technology Vol. 4 Issue 9: 658-660
2. Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65
3. Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic” Dimitrie Cantemir” 40, 125-130
4. Махмудова Н.У., Шомуродова И.Ф. Особенности рекламы и поощрения в ресторанном бизнесе. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 279-284

БИЛИМ ИҚТИСОДИЁТИ МАЗМУН МОҲИЯТИ

Жўраева З. Т.
Бухоро давлат университети
катта ўқитувчиси

Билимлар иқтисодиёти- бу аҳборот ва билимларнинг ҳаётий фаолиятнинг барча соҳаларига юқори даражада сингиши билан тавсифланувчи постиндустриал жамиятнинг тараққиёт босқичидир. Билим иқтисодиёти билимлар қадриятга бўладиган, уни сотиш мумкин бўлган ва фойда келтирувчи бозор неъматига айланадиган жамиятда туғилади.

«Билимлар иқтисодиёти» ибораси биринчи марта 1962 йил америкалик иқтисодчи Ф. Махлуп томонидан “АҚШда билимларни ишлаб чиқиши ва тарқатиши” номли илмий ишда қўлланилган. Ф. Махлуп билим саноатининг ЯИМнинг кўпайиши ва мамлакат иқтисодиётининг тараққий этишига таъсирини исботлаб берувчи концепцияни тақдим этади. Бироқ у билимларни ишлаб чиқиши иқтисодиётнинг бир сектори сифатида қарайди. Мазкур иш нафақат Америкада, балки ундан ташқарида ҳам машхур бўлади.

Питер Друкер Махлупнинг ғоясини ривожлантириди ва 1969 йилда “билимлар жамияти” тушунчасини таклиф этди. Друкер ўзининг “Post-Capitalist Society” номли китобида “янгича иқтисодий шароитларда билим меҳнат, капитал, каби ресурслардан бири сифатида эмас, балки, аҳамиятга молик бўлган ягона умумий ресурс ҳисобланади”, деб уқтиради. Ва бу факт унинг фикрича, формацияни уникаллигини баҳолайди.

Элвин Тоффлер билимни аста-секинлик билан ишлаб чиқаришнинг асосий омилига айланувчи ўта катта куч, деб атайди. У билимлар ер, капитал, жисмоний меҳнатнинг ўрнини боса оладиган энг сўнгги ўринбосар деб ҳисоблайди.

Джеймс Куинн шуни таъкидлайдики, замонавий компанияларнинг иқтисодий ва ишлаб чиқариш кучлари уларнинг жисмоний капитали билан эмас, балки интеллектуал соҳа ва хизматлар ишлаб чиқариш соҳаси билан баоланади. Куинн фикрича, «товар ва хизматлар қиймати эндиликда асосан номоддий активлар билан- технологик ноу-хау, маҳсулот дизайнни, товар маркаси, маркетинг тадқиқотлари, товарларни тақсимлаш каналлари, ҳатто истеъмолчиларнинг фикри ва уларнинг истеъмоли даражаси билан аниқланади.”

Шунингдек, Куинн “knowledge-based MePec” (таржима: билимларга асосланган интеллект) тушунчасини киритдики, унинг фикрича, мазкур қобилият ҳар қандай замонавий раҳбарнинг асосий кўнижмаси бўлиши керак

Юқоридагилардан кўриниб турибдики, турли олимларнинг умумий хулосаси- бу келажак билим билан қуролланганларнидир.

Ҳозиргача билимлар иқтисодиётининг бир хил таърифи ҳақида бир тўхтамга келингани йўқ.

Л.М. Гохберг қуйидаги таърифни таклиф этади: «билимлар иқтисодиёти- бу – билимлар интенсив ва самарали қўллашга асосланувчи иқтисодиётдир”.

Г. Клейнер билимлар иқтисодиёти деганда шуни тушунадики, бунда:

- а) билимлар ҳақиқий товар бўла олиши керак;
- б) ҳар қандай товар ўзида уникал билимларни акс эттириши керак;
- в) билим ишлаб чиқаришнинг бир омили бўлиши шарт».

Жаҳон банки мутахассислари таклиф этган таърифга кўра, “Билимлар иқтисодиёти –бу ўз тараққиётини тезлаштириш ва ракобатбардошлигини оширишда билимларни яратадиган, тарқатадиган ва қўллайдиган иқтисодиётдир”.

«Билимли» иқтисодиётда «билим» ибораси остида нафақат алоҳида эга бўлган билимлар ҳажми ва юқори квалификация, балки алоҳида маҳсулот ёки хизматнинг бир қисми ҳам тушунилади.

Эгалланган билимлар янги маҳсулот ва хизматларни яратиш ёки янги технологияларни мукаммаллаштириш ва янгиларини ишлатиш учун фан ва техника ютукларига жорий этилади. Буларнинг барчаси ишлаб чиқариш харажатларини камайтиришга, меҳнат унумдорлигини оширишга, ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга олиб келади, натижада корхонанинг ички ва ва ташки бозорда рақобатбардошлигини ошади ва иқтисодиётнинг модернизациялашувига сабаб бўлади. Билим тараққиётнинг асосий ресурсига айланмоқда.

Билим иқтисодиёти ривожланган мамлакатларга, жумладан, АҚШ, Германия, Буюк Британия, Франция, Шарқий Осиёнинг Корея Республикаси ва Японияга хос бўлиб, бу мамлакатларда иқтисодиётнинг тараққиёти манбаи бўлиб юқори технологияли ва илмталаб маҳсулотлар ишлаб чиқариш хизмат қиласди.

“Билимлар индустряси” концепциясини японлар фаол ишлаб чиқмоқдалар ва бу ўз навбатида уларнинг жаҳон бозоридаги рақобат курашида ёрдам бериб келмоқда.

Билимлар иқтисодиётининг қўйидаги ажралиб турувчи хусусиятларини қайд этиш мумкин:

- Илмий тадқиқотларга сарф-харажатларнинг ошиши.
- Касбий таълим тизимининг ривожланиши ва модернизацияси. Узлуксиз таълим тамойилини амалга ошириш- “Умрбўйи таълим”. 28 ёшдан 60 ёшгача таълим оладиган аҳоли ҳиссасининг ошиши.
- Интеллектуал меҳнат билан банд бўлганларнинг умумий ҳажмининг ошиши.
- Инсоннинг интеллектуал ва ижодий қобилиятлари алоҳида индивид сингари, корхоналар ва умуман мамлакат учун ҳам бойлик асоси бўлиб хизмат қиласди.
- Миллий инновацион тизимнинг, унга мос равишда инфраструктура ва маъмурий муносабатларнинг шаклланиши, яъни фундаментал фанларни қўллаб-қувватловчи, унинг натижаларини технологиялар ва маҳсулотларга жорий этишга ёрдам берувчи, шунингдек венчур фондлар ва бошқаларни ривожлантирувчи тизимнинг барпо этилиши.

Мижозларнинг қониқишиларини бошқаришда билимлар, уларнинг инновацион хусусиятларини қўллаш борасида иш олиб борган британиялик эксперт Найджел Хилл, Мичиган университети олимларининг тадқиқотлари натижаларини эълон қилди. Уларнинг кўп йиллик тадқиқотлари асосида истеъмолчилар қониқиши индекс кўрсаткичларини таҳлил этиш туради.

1-хуласа. Истеъмолчилик қониқишининг 1 фоизга ошиши 17 фоизга қўшимча савдо ўсишига олиб келади.

2-хуласа. Компаниялар mijozlarnga юқори даражадаги хизмат кўрсатишни амалга оширсалар, 2 марта тезроқ ўсишга эга бўладилар.

3-хуласа. Паст даражадаги компаниялар фақат 1% ли тақрорий савдога эга бўлган вақтда, юқори даражадаги хизмат кўрсатишни 12% атрофида тақрорий савдони таъминлайди.

4-хуласа. Mижозларга яхши хизмат кўрсатиладиган компанияларнинг бозордаги улуши йилига ўртacha 3 % га ошади, паст даражада хизмат кўрсатувчи фирмаларнинг улуши эса ўртacha йилига 2 % га йўқотилади.

5-хуласа. Харидорлар шикоятлари билан самарали ишлаш норози mijozlarning 95 %ини ўзига оғдириб олиш билан якунланади.

6-хулоса. Янги истеъмолчи (мижоз, харидорни) излаш ва жалб қилиш қиймати мавжуд товар истеъмолчисига сотиш қийматидан 10 марта ортиқдир.

Замонавий иқтисодиёт учун юқори даражадаги имитацион фаоллик хосдир. Рақобатчилар ухлашмайди, улар ҳар бир янгиликни кузатиб боришади ва амалий фаолиятга ўтишади- аналогдан нусха олиш ва ишлаб чиқариш, ҳатто яхшиланган нусхани ҳам, анча самарали альтернативани анча паст нархда ҳам таклиф этишлари мумкин.

Бундай суръатда тараққий этишга инсоннинг интеллектуал капитали ҳисобига эришилади. Бугунги кунда Ўзбекистон иқтисодиёти тараққий этишида билим иқтисодиётининг элементларини жорий этиб бориш, бу борада тадқиқотлар олиб бориш муҳим масала ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. A.Juraev, T.Sobirov. Content based instruction in teaching tourism and economics courses- Proceedings of the International Scientific Conference. 2017/5/26. Volume 1., tom 208, page 215
2. Жураева З.Т. Интеграционные процессы обучения и подготовки кадров в сфере туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 517-521
3. Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65
4. Навруззода Б.Н., Навруззода Л.Б. Предпринимательская концепция формирования и развития человеческого капитала. Современная наука, 2014 - cyberleninka.ru

QISHLOQ AHOLISINING DAROMADLARINI OSHIRISH OMILLARI

Xodjaeva D.X.
Buxoro davlat universiteti
katta o'qituvchisi

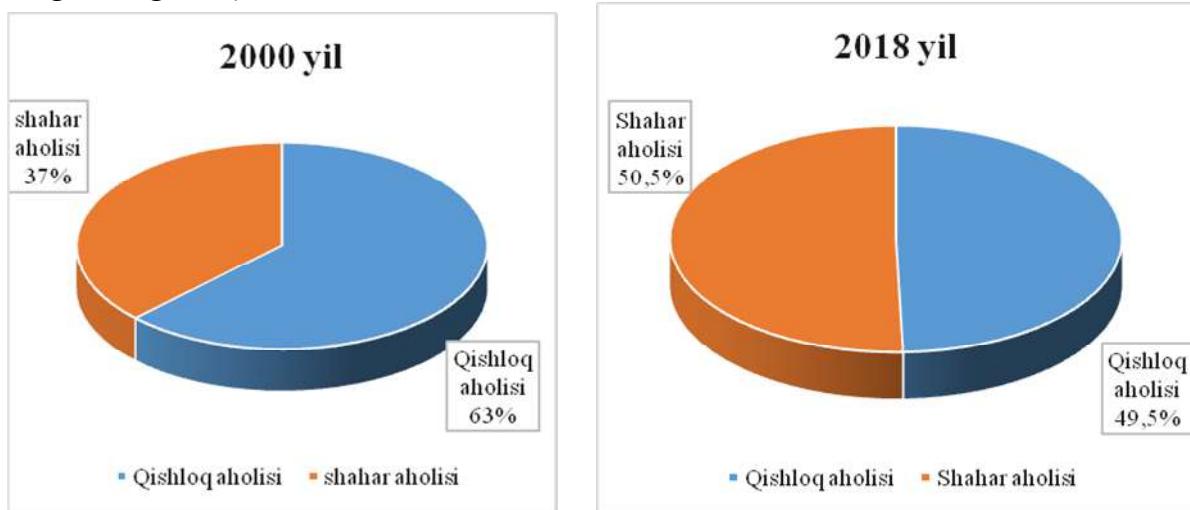
Qishloq hududlarida ijtimoiy soha va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirishni jadallashtirish, mulkdorning, tadbirkorlik va kichik biznesning maqomi, o'rni va ahamiyatini tubdan qayta ko'rib chiqish, fermer xo'jaliklari rivojini har tomonlama qo'llab-quvvatlash talab etiladi.

Hududlardagi ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar aholi turmush darajasini yaxshilashga, ularnung daromadlarini oshirishga xizmat qiladi. Bunda mamlakatimizda shahar va qishloq hudu-

larida aholi ortasidagi nisbat muhim ahamiyat kasb etadi. 2019 yil 1 yanvar holatida mamlakatimizda aholi soni 33254,1 mln. kishini tashkil etib, 2000 yilga nisbatan 7,9 mln. kishiga, ya'ni 23,9 foizga o'sgan.

Mazkur yillarda respublika aholisining joylashuvi bo'yicha tarkibida ham sezilarli o'zgarishlar kuzatilgan (1-diagramma).

1-diagramma. O'zbekiston Respublikasida shahar va qishloq aholisi sonining o'zgarishi
(yil boshiga; ming kishi)



Manba: www.stat.uz.

2000 yil ma'lumotlari bo'yicha aholining 63 foizi qishloq hudularida istiqomat qilgan bo'lsa, 2018 yilga kelib 49,5 foizni tashkil etdi. Ammo shunga qaramasdan, qishloq hudularida aholi daromadlarini oshirish, ularni turmush tarzini yaxshilash dolzarbligicha qolmoqda. Mazkur muammo yechimi sifatida, mavjud qonuniy-me'yoriy hujjatlarni takomillashtirishni talab etiladi. Qishloq hudularida, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarning amal qilish samaradorligi ko'p jihatdan ularning huquqiy va iqtisodiy asoslarini uyg'unlashtiruvchi yaxlit mexanizmning to'g'ri ishlab chiqilishiga bog'liq.

Mamlakat aholisi aksariyat qismining turmush darajasi qishloq xo'jaligi, uning rivojlanish darajasi va sur'atlari bilan bog'liq. Shu sababli qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, qishloqlarda sanoat korxonalari tashkil qilib, ularga ish bilan band bo'limganlarni jalb qilish aholi daromadlarini o'stirishning muhim omili hisoblanadi.

Tadbirkorlik faoliyatidan olinadigan daromadlar, shaxsiy tomorqa xo'jaligi, mol-mulkdan olinadigan foyda va shular kabi boshqa daromad turlari o'ziga xos xususiyatlariga ega bolib, qishloq aholisi uchun ularning ulushi yil sayin oshib bormoqda.

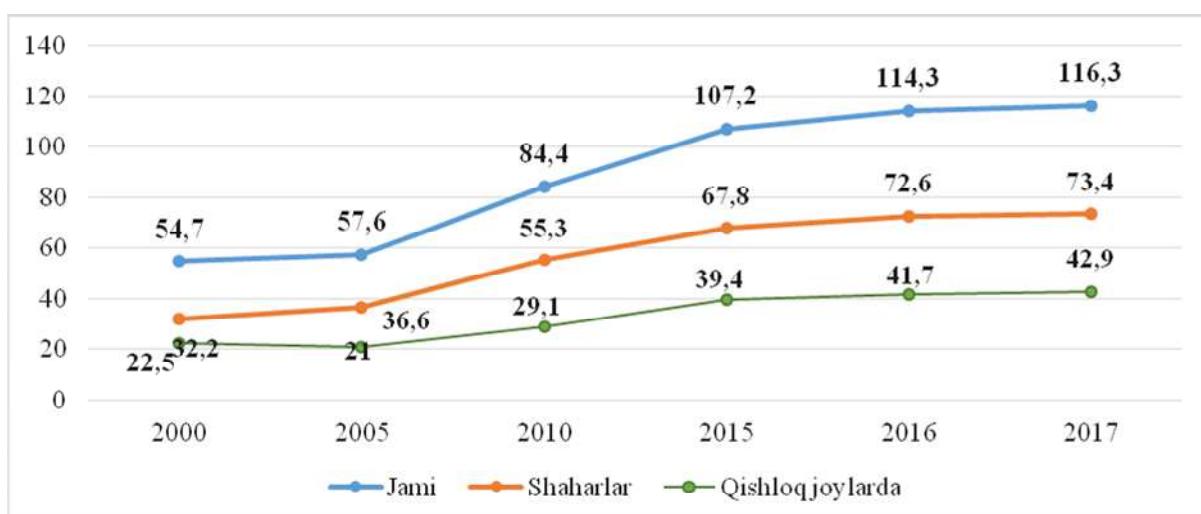
Qishloq aholisining daromadlarini oshirishning navbatdagi omili aholining pul shaklidagi xarajatlari yoki natural ko'rinishdagi iste'mol darajasi. O'z navbatida, kishilarning turli ne'matlarga

ehtiyojinig shakllanishi (oziq-ovqat, kiyim-kechak, poyabzal va boshqalar) asosan iste'molchilarning umumiy madaniyati, milliy xususiyatlariga bog'liq bo'lib, ular o'z navbatida tabiiy-iqlim sharoitiga bevosita bog'liq bo'ladi. Tarixan shakllangan odatlar va an'analar ushbu omillar ta'siri ostida iste'molchilarning alohida tovar va xizmatlarga bo'lgan talabini shakllantiradi. Shu bilan birga, iste'molchilarning yoshi, jinsi va mehnat faoliyatining xususiyatlari ta'sir ko'rsatadi. Bu omillar ularning ehtiyoj va iste'molga bo'lgan ta'siri nuqtai nazaridan tabiiy bo'lib hisoblanadi.

Tomorqa oila daromadlarining resursi sifatida yaqin orada o'z ahamiyatini yo'qotmaydigan manba hisoblanadi, chunki o'z mohiyatiga ko'ra bozor xo'jaligidir. Oila tomorqasi tabiatan tarqoq va tartibsiz xo'jalik bo'lganligi sababli ba'zan mahsulot ko'p etishtirilib, uning bozori kasod bo'lishi va arzongarov, hatto, xarajatlarni ham qoplamaydigan narxda sotilishi ham mumkin. Sotishni iloji bo'limganidan ba'zi bir mahsulotlar nes-nobud bo'lib, oila kutilgan daromadga erisha olmaydi.

Oilalar tomorqanening ishlab chiqarish imkoniyatlarini aniq hisobga olishlari, bozorning holatiga qarab nimani, qancha etishtirish, mahsulotni qaerda va qanchadan sotilishini hal etishlari tomorqadan tushadigan daromadlarni ko'paytirishning muhim sharti hisoblanadi.

2-diagramma.Chakana savdo ob'ektlari soni, ming birlikda



Manba: www.stat.uz.

Tahlillarga ko'ra, mamlakatimizda chakana savdo ob'ektlarining soni oshib borishini kuzatish mumkin, ya'ni 2000 yildan 2017 yil yakuniga qadar qariyib 60 mingta savdo ob'ektlari ishga tushirilib, ularning umumiy soni 116,3 mingdan oshdi. Savdo ob'ektlari umumiy sonidan 43 mingga yaqini (36,4 foizi) qishloq joylarida faoliyat ko'rsatmoqda.

Natijada, valyuta o'tkazmalari mintaqaviy iqtisodiy muvozanatni tenglashtirishga yordam beradi. Muhojirlarning oilalari, birinchi navbatda, pul o'tkazmalarini oziq-ovqat, bolalar kiyimlari, maktab jihozlari va boshqalarni sotib olish, keyinchalik uy-joylarni ta'mirlash va qurish kabi ustuvor ehtiyojlarni qondirishga sarflaydi. Oilalarning deyarli to'rtdan uch qismi yaqin qarindoshlariga bevosita va bilvosita yordam ko'rsatadi. Demak, xarajatlarning asosiy qismi bu-qarindoshlarga beriladigan moddiy yordam hisoblanadi.

Mehnat migratsiyasining salbiy jihatlari ham mavjud. Ya'ni, mamlakat mehnat potentsialini qisqartiradi va mehnat faoliyatini sezilarli darajada pasaytiradi. Bundan tashqari, oiladan yoshlarning chet elga chiqib ketishi natijasida, ko'proq ayollarni iqtisodiy faoliyatga jalb etilishi, bu jamiyatda gender balansining o'zgarishiga olib keladi va buning oqibatida gender ziddiyatlariga, ya'ni qishloq xo'jaligida mehnat samaradorligining pasayishi, past rentabellik qo'l mehnati ulushining ko'payishi, agrar sohada boshqaruvning primitiv usullarining kengayishi.

Shuni ta'kidlash kerakki, mehnat migratsiyasi qishloq aholisining daromadlarining oshishiga, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga yordam beradi.

Yuqoridagi fiklarga asoslanib, quyidagi xulosalar qilish mumkin: qishloq aholisining daromadlari darajasini oshirish o'z-o'zini bandligini oshirish va aholining iqtisodiy faolligini rag'batlantirish yo'li bilan erishiladi.

Shu bois hudularda qishloq aholisini ishlab chiqarish, vositachilik va savdo faoliyatini tashkil etishning eng moslashuvchan va samarali shakllari bo'lgan tadbirkorlik, jumladan, individual, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishni rag'batlantirish zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Таджиева С.У., Кодирова М.М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане. Современные тенденции развития науки и производства. Кемерово, 21-22 января 2016 г. Стр. 374-377
2. Жураева З.Т. Интеграционные процессы обучения и подготовки кадров в сфере туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 517-521
3. Навруззода Б.Н., Навруззода Л.Б. Предпринимательская концепция формирования и развития человеческого капитала. Современная наука, 2014 - cyberleninka.ru
4. Saidova F.K. The Basic Idea Of Eco-Tourism. II международная научно-практическая интернет-конференция. ФГБНУ «Прикаспийский НИИ аридного земледелия». с. Соленое Займище, 28 февраля 2017 г. Стр. 203-205

FEATURES OF INCREASING INTERNATIONAL TOURISTS IN UZBEKISTAN

Jurayev A.T.

Vise-rector of International relations,
Bukhara State University

Tourism is the world's third largest exporting sector. During the period of 2000-2018 years, international visits to global tourism increased by 2 times. Nowadays Uzbekistan is trying to increase the contribution of the tourism industry in GDP doubled. In order to gain the number of international tourism visits to our country, we try to express our opinion in the article below.

The tourism industry actively influences most areas of public life with its diversified structure. It has many opportunities to develop economical fields. For instance, transportation system, connection, road construction, hotels, public catering establishments, communal services, restaurant service, domestic service, service sphere, sales networks and etc. Tourism affects the global economy as it includes the complex and complicated areas of the global economy. It is related to individual countries, regions and even smaller regions in the same way. Tourism itself is one of the most rapidly developing sectors. Because it develops in a number of countries of the world as a unique system and brings significant revenues to the state budget. As tourism has grown in a rapid way, it has been recognized as a phenomenon of the century. Let's prove our words with these numbers.

As you can see from this diagram, international visits to global tourism doubled during 2000-2017. On the basis of GDP, the number of international visits for tourism and travel in 2017 reached to 1.326 million and increased by 7% comparing to the previous year. International earning came in at \$ 1.340 billion and +5% respectively. At the same time, 10,2 % of the world's GDP and about 10 jobs per 1 around the world. In 2017, 55% of the travel costs were spent on leisure travel and 13,2 % on business trips.

The direct role of international tourism in such high indicators has great essence. It should be noted that tourism is also an economic sphere, which today pays great attention in Uzbekistan. A number of measures are being taken in our country to accelerate and develop this sphere.

Nowadays, Uzbekistan is trying to improve tourism infrastructure for the development of the tourism industry. Below we provide information on the ongoing reforms in tourism sphere of Uzbekistan since 2017.

Number of tourists that visited Uzbekistan in 2017 has equaled to more than 2 million 520 thousand. This means an increase of 25.2 % when compared to 2016. Consequently, volume of tourism services export increased by 24 % and reached 1 billion 557 million dollars.

In 2018, 142 places for accommodation and 234 enterprises that show tour operating services were created. At the moment, there are 914 places of accommodation and 983 tour operators are functioning in Uzbekistan.

Based on the new rules of certification of tour operating and hotel industries, 442 enterprises offering tourism services were certified in 2017, including 221 hotels and 221 tour operating companies. 128 enterprises offering tour operating services received their licenses.

Republican center of preparation and retraining of tourism specialists has organized: re-qualification of 298, re-training of 292, seminars and master-classes for 470, in total 1060 specialists. We believe that all above-mentioned reforms will contribute to the increase of tourism flows in Uzbekistan, the development of the tourism industry and the economy of our country.

The First and foremost thing is that the issuing of the same legal and programmatic measures will serve as a basement for the development of tourism and travelling. The development of this sector can contribute to the interests of the multilateral public: the creation of new jobs, ensuring the employment of the population, the creation of new directions in the service sector, transport, communication, household services, hotel infrastructure and more.

Statistical data shows that international tourism has a significant proportion in the world economy. However, compared to other countries in Central Asia and Asia, Uzbekistan has shown a low level of international visits. Cooperation with our neighbors in the area of travel and tourism is one of the foundations of the state budget and the future of the sector. Agreements on sector cooperation with neighboring countries have been made, large-scale work has been done, and special attention is paid to the development of domestic tourism. First of all, because if we shape and satisfy the needs of the local population, we can easily receive foreign tourists. This can reveal our traditional customs, traditions of the Uzbeks, when the visitor visits, we offer the best nutrition and provide a cozy and warm ambience for them! At the same time, we need to improve the tourism industry, its infrastructure and database. And each of their sub-directions should be controlled and monitored in a proper way. At the same time, Uzbekistan should rely on many years of international experience.

As for international cooperation, in order to increase the number of international tourist visits in our country, we consider to implement them:

- a) Implementing promotions about tourist resources and potential in Uzbekistan;
- b) Establishing not only entrance but also outbound tourism among the Partner Countries;
- c) Developing programs to support socially vulnerable population groups, helping them organize their leisure activities;
- d) Creating charter flights for group trips from one state to another;
- e) Establishing privileges to establish a reliable and permanent partnership between tour operators and tour agencies;
- f) Creating international education system for students in this sphere to improve their knowledge on tourism and learn from world-class experiences;
- g) The introduction of an alternative visa system between the two countries for the subsequent partnership stabilization;
- h) Increasing the inclusive environment and establishing trade connections between countries by setting up business types and others;
- i) Competitions require participants to demonstrate certain skills. As a member of the competition, the guest can win a regular first prize, followed by the Grand Prix or bonuses (discounts for regular customers) each time you visit the restaurant. A combination of different marketing methods is the most effective organization in the restaurant business. [1]

In order to clarify some of these proposals, the paragraph lists not only historical monuments, medical recreational reserves, but also the development of tourism that meets modern requirements, such as the development of extreme tourism (skiing, cycling tours, mountain hiking, swimming pools, landscapes), medical tourism (relatively cheap, but high range of areas of gastronomic Tourism, agrarian tourism at a very high level, thanks to which it can be turned into one of the leading economies.

In conclusion I can say that, it is necessary to establish trade relations through business meetings, conferences, fairs, forums and meetings, to increase exports and imports between the two countries, and to radically reform tourism infrastructures, large hotels or taking into account the fact that chains are built around world-class restaurants, improve Internet-communication systems,

capitalize on streets, highways, and build large-scale joint ventures in large areas of the country. The main reason is that whenever and wherever the great things happen, then the great success is achieved!

References:

1. Н.У.Махмудова- Features of promotion and advertising in restaurant. II международная научно-практическая интернет-конференция, ФГБНУ»Прикаспийский НИИ аридного земледелия», 28 февраля, 2017, 279 стр.
2. Сайдова Ф.К.Современные тенденции развития международного туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр.108-113
3. Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic” Dimitrie Cantemir” 40, 125-130
4. Djuraeva Z.T., Mahmudova N.U., Khurramov O.K. Definitions, principles and main features of ecotourism. I Международная научно-практическая Интернет-конференция, посвященная 25-летию ФГБНУ «Прикаспийский научно-исследовательский институт аридного земледелия». Соленое Займище, 29 февраля 2016 г. Стр. 783-789

PROSPECT OF E-MAIL MARKETING OPPORTUNITIES IN TOURISM

Khurramov O.K.
senior lecturer, Bukhara State University

The relevance of the topic. In Uzbekistan, information and communication technologies and systems, as well as the Internet, including the mobile Internet, are developing and accelerating in line with world trends. Today, the number of Internet users exceeds 10 million 200 thousand, or is a third of the country's population. The level of Internet in the country increased by 4 times, the speed of Internet access increased 1.5 times.

Internet is a great place to live. With the help of this, each enterprise can carry out marketing, research and marketing of goods and services that it produces, and continue to communicate with its customers after sales. Private and small enterprises have broad access to the advantages of e-marketing based on Internet technologies.

E-mail Marketing is a set of methods used to send and receive emails to a group of people. Opt-in and opt-out are widely used. Opt-in is opt-out if you have opt-in to receive your mail, as long as the first letter of the opt-out is to refuse to accept the mail. Email marketing does not support spam.

Tourism is one of the fastest growing markets for people returning to old age. Studies in 12 European countries have shown that by 2020, 25% of the population is 60 years old. In the United States, 28% of the total number of tourists are young tourists. About 22% of Canadians traveling to Europe are tourists 55 or older.

Economic factors are as important as demographic factors. It is not enough to know how many customers the firm has. It is important to determine how much and what services they use. What factors affect the solvency of the population, including the level of economic development in the country, the size of wages, the depreciation of the money, and the unemployment. It is also important to remember that the demand for tourist services depends on the level of income.

It is important to know the structure of income distribution among different groups. The uncertainty of such a distribution is a legitimate phenomenon

E-mail Marketing (E-mail marketing) is a set of methods used to send and receive emails to a group of people. Opt-in and opt-out are widely used.

Opt-in is opt-out if you have opt-in to receive your mail, as long as the first letter of the opt-out is to refuse to accept the mail. Email marketing does not support spam.

When talking about e-mail marketing, it is very important to clearly distinguish between spam and spam, one of the biggest disasters of the modern Internet. Spam is often referred to as obsessive, redundant mails, promoting these or other sites, products, or services. It is not possible for the user to unsubscribe, and spamming will be more difficult because spammers can easily fix the sender's names.

Follow some tips to ensure that your newsletter does not infringe upon you.

Send invitations to only those who really need it. To do so, email marketing software helps create recipient groups.

Always unsubscribe from the e-mail list. To do this, at the end of the letter, specify the address of the postal service coordinator or the command of the mail robot.

Never alter the name and address of the sender, always have your email address correctly set up on your behalf or on your behalf.

We recommend sending personalized mail 6 advantages of e-mail marketing:

1. Low cost of channel.
2. Ability to collect the actual database of your customers.
3. Establish relationships between brand and consumer.

4. Take an active part in making the necessary actions (review information, comments, recommendations, procurement, etc.).

5. Ability to fully automate the process based on database segment segments.

6. Increase productivity by personalizing customer data.

Features of e-mail marketing

Most people do not know the accuracy of email marketing. There is a problem sending you spam. Nobody likes running hurdles in worried about the post box. However, in this case, the letters are sent without the prior consent of the law and without the prior consent of the subscribers, and not against their will.

In addition, email distribution is considered to be limited to all. This is one of the means of multilateral strategy. In line with your development, you will find an effective channel for effective collaboration with your customers, and establish long and reliable relationships with them.

References

1. Keith, R.J. (1981) “ The Marketing Revolution”, pp. 44-9 in Marketing classics, 4th edn, Enis, B.M. and Cox K.K.(eds), Allyn and Bacon, London.
2. Kotler, P. and Armstrong, G. (1996) Principles of marketing, Prentice Hall Englewood Cliffs, NJ.
3. Puhretmair F. Extended Decision Making in Tourism Information Systems / F. Puhretmair, H. Rumetshofer, E. Schaumlechner // Proceedings of the Third International Conference on E-Commerce and Web Technologies. – 2012. – P.57-66.
4. Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65
5. Ibragimov, N., &Xurramov, O. (2015). Types of competition in destination marketing and 6A model of competitiveness. J.: The Current Global Trends, 3(1), 22- 26
6. Хуррамов О.К. Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 344-349

IMPRESSIVE WAYS TO ATTRACT CUSTOMERS TO THE HOTEL

Dilmonov K.B.

senior lecturer, Bukhara State University

At present, both in the world and in Uzbekistan, the economy is becoming increasingly non-existent, especially in tourism. People are trying to spend their leisure time, relaxing, restoring their health, learning the world, traditions and values of people. These services represent the tourism industry. Humanity has always changed its sphere of action and sought new land. By the 20th century, such aspirations increased and became a stimulus for the development of tourism industry. In some countries, the tourism industry is developing steadily, with an annual growth rate of between 8% and 10%. This indicates the extent to which tourism is crucial in the economies of countries.

Interestingly, as a result of tourism development, transportation, market infrastructure, trade, food industry, construction, craftsmanship, advertising and other services are also developing.

Tourism is a unique holiday industry that covers the network of service providers. Tourism Cooperation The farm will help to address the problem of full and rational use of labor resources by involving non-busy or partially populated populations in community production. This is especially important for areas where industry is not well developed. Cooperation in tourism plays an important role in the development of some regions that are characterized by relatively low economic opportunities.

Tourism promotes employment in these regions, attracts unemployed people who are unemployed in the community, and extends the scope of work. Collaboration in tourism promotes the development of the economy, promotes the effective use of regional resources, and enhances the professionalism of the service sector staff. Tourist network helps accelerate and improve agricultural production. In the future, with the expansion of the public services sector, the number of employed in the service sector will increase. The accelerated development of the sector and the growth of its economic value through cooperation in the field of tourism has resulted in a great deal of benefits for the tourist industry, and the large amount of investment in this area. Despite the fact that much money is needed, investments in the tourist industry are very beneficial, as it is relatively quick. Cash receipts from foreign tourists will turn into revenues and circulate in different sectors of the national economy.

A number of factors determine the relevance of this graduation qualification. The demand for advertising services is rising day by day, as the tourism market is increasingly expanding into our lives. The advertising industry is a very complex and sensitive area. Especially in tourism industry. Because this advertisement should be able to attract sophisticated dining tourists, who say that this is coming from abroad. Everyone who wants to work in this area is very passionate and creatively talented, he must be honest in his work. It is important for these professionals to be able to use the existing circumstances in the best possible way, to know the nature of the advertising activities of enterprises and organizations engaged in entrepreneurship, to make economically different conclusions and to get a creative approach.

In our country, small business, entrepreneurship, manufacturing, services, and tourism are developing in accordance with the market economy. This, in turn, creates a high demand for advertising services. In recent years, there are a variety of advertising agencies offering advertising services in our country, and the number of companies and organizations promoting advertising.

Evaluating the effectiveness of advertising activities is important to evaluate the company's marketing goal. If the strategic task is to promote a trademark, it is important not to count the banner, but to consider the number of times its target audience has set. If the goal is to increase the salesman, the multiplier can be assessed as the ratio of productivity of the product to the number of people interested in the goods you are offering. You can rate the percentage of visitors to the server you are interested in with the query. Information about the effectiveness of the advertising company can be obtained in a variety of ways, its depth depends on the depth, accuracy and detail of its reporting.

The first object of evaluation is site accessibility. His graph will usually be the same as during the ad campaign period, as well as for a specific period of time. The transitional period in which the advertising company is moving faster than expected. In the middle, however, the average penetration rate for the ad campaign is considerably higher. This graphics mean that the company has successfully solved the issue of attracting visitors. It is important to understand that such inaccuracy is not a tool for measuring productivity. However, it is a tool for evaluating the situation of the site.

The next object of evaluation is traffic quality, that is, target audience selection, the level of audience accessible on the advertising platform is analyzed on sites that advertise as traffic, with other sources of information that may have a significant impact on the company's advertising company. Even though. Especially these rankings and catalogs belong to search engines because visitors from search engines have more customers than other visitors.

Traffic quality is not an essential part of an ad campaign analysis, but it is required for the next promotional credit. The level of traffic quality for a virtual shop is simple: how many people enter the order page, so users can get up to 60% of the traffic, taking into account the users who switch to the site after a good time. Traffic quality for content projects is determined by two indicators. Percentage of returns and depth of research. In each case, it is necessary to carry out export evaluation of the resource to determine which indicators of quality will play a role in the deck. The simplest technology of traffic analysis is to estimate the conditional activity of visitors that are counted as the number of hits per visitor. An explicit method is to explore routes from known sources. The third method is to find out where visitors from a particular site will be redeemed by returning them to the site over time.

Long-term relationships with modern marketing are useful when evaluating regular audience - visitors of a particular bandwidth for a specific period of time. Depending on the application, it is necessary to allocate a few groups of users who go to different sites depending on the theme and the speed of the site update. Growing a regular audience is a good indicator of successful website development, including the fact that the growth of the regular audience during the ad campaign is particularly susceptible to the content of projects or services that do not have specific indicators or sales figures. The rate of constant audience growth with the advertising company provides the cost of attracting a user to a regular audience. This, in turn, indicates the overall performance of the enterprise.

It is also crucial to determine the brand change as a result of the advertising campaign. In addition to traditional focus groups, technological monitoring of brand growth can be done using the capabilities of the modern Internet. An important indicator of the trademark is the type - size traffic. (that is, the number of visitors who have visited the site directly from the browser address bar or the number of visitors to it), during the ad campaign this figure is about 80% or more for all visitors.

Given the fact that advertising is one of the key factors in introducing and selling the product on the market, it is clear that for Uzbekistan, which occupies a leading position in the world tourism market, world-wide recognition of tourism products is based solely on effective advertising activities.

References

1. Durovich AB Advertising and tourism. - M., Novoe znanie, 2008.
2. Kotler F., Bouen J., Meykenz J. Marketing. Welcome. Tourism. M.: YuNITI. 2004.
3. Ovchinnikova R.Yu. Design and promotion. M.: Unity-Dana, 2010.
4. Дилемонов К.Б. Важности интернета в сфере индустрии туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 216-222
5. Махмудова Н.У., Шомуродова И.Ф. Особенности рекламы и поощрения в ресторанном бизнесе. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 279-284

THE EFFECT OF INTERNET MARKETING CONVENIENCE AND VALUABLE USE IN THE HOTEL

Khurramov O.K.
senior lecturer, Bukhara State University)
Boboqulov A.A.
student, Bukhara State University)

One of the most important achievements of information technologies in the 20th century is the emergence and development of the internet. In Uzbekistan, information and communication technologies and systems, as well as the internet, including the mobile internet, are developing and accelerating in line with world trends. Today, the number of internet users exceeds 10 million 200 thousand, or is a third of the country's population. The level of internet access has increased 4 times, the speed of internet access has increased 1.5 times.

Internet is a great place to live. With the help of this, each enterprise can carry out marketing, research and marketing of goods and services that it produces, and continue to communicate with its customers after sales. Private and small enterprises have broad access to the advantages of e-marketing based on internet technologies.

Internet marketing - marketing activities through internet, information technology and telecommunications systems. Internet marketing is also called electronic marketing, web marketing, online marketing or digital marketing.

You can watch the video, watch the photos on the internet, or read about other things about these products. You are modeling your vacation and adapting to your needs. Mountain tourism, biking, pedestrian, water, etc. You can only sort by types, prices, living conditions, cultural programs, and choose the best.

Technology advancement does not stand idle, and there is no area in which it has no effect. This development has also affected various travel documents, mainly airline tickets. In our daily dictionary we have an electronic air ticket. Such tickets are the usual tickets for the plane, and they have different views. We are interested in seeing the airline tickets decorated with the design of the airline. Such tickets also include flight information. Electronic tickets also contain the same information as they do not belong to any airline design. Electronic tickets have a number of advantages: such tickets can not be lost, lost or even discarded. Full information about the carrier and its flight is stored electronically on the aviation company's server. The customer receives a route receipt (itinerary receipt) and can be easily removed on any printer.

What are the advantages of Internet technologies, that is why online services are becoming more and more popular every day? First, there are five key advantages that online services can provide to potential customers:

1. Availability. Consumers can order goods 24 hours a day, regardless of where they are. They save time and transportation costs.

2. Information. Consumers may have full information about the business or product without leaving their home or office. They may focus on objective factors such as price, quality, service life and availability of goods (services).

3. Low emotional experiences. When using online services, the seller does not have a face - to - face contact and can not influence consumer - to - consumer and emotional factors.

4. Speed. Internet users can expect an immediate order and wait for the goods or services to be delivered at home.

5. Keep secret. Internet shopping can be made without the consent of the buyer. This is especially important for rich and famous people.

Online services also provide marketers with the following advantages:

- fast adaptation to market conditions. Marketers can quickly add products to their range, change prices and brand definitions;
- Less expenses. Internet - advertising is much cheaper than in traditional media;
- building relationships. Marketers can get more information from their buyers by analyzing their responses, sending useful tips to their clients, sending their computer programs, and promotional materials.
- audience coverage. You can count how many users visited the company site. This information will help marketers improve their ads and advertising.

It is also desirable to focus on the weaknesses of using Internet technologies.

Usually, relationships between company representatives and consumers are mutually beneficial. However, in some cases it may be quite different. In one situation, the consumer is anxious, while the second one is fraudulent, and in some cases deception and fraud can be a problem, and problems with access to people's private lives.

1. Awareness. Many people believe that the offerings from different Internet companies can create an inconvenience. Phone calls, untrained employees, and differences in the range of available goods, especially for lunch or very late check-ups, can all be angered.

Dishonesty. Certain sellers may use fraudulent consumer trust. This is particularly common in online stores. All the goods in the online store are presented in a great way, with great discounts, lifetime guarantees and simplicity of purchasing - all of which apply to attract customers who can not afford to buy.

3. Health and fraud. Some sellers place fraudulent ads on the Web in order to mislead consumers. In many cases, product descriptions can be substantially increased or reduced by a "retail price". Some non-profit organizations are engaged in collecting information about targeted consumers in their research paper.

4. Personal life. This is one of the challenges facing direct marketing. Customers are always included in the company's existing customer database when they order mail, telephone or internet orders on a product, have a credit card, or subscribe to a newsletter, their name, address and other information. On the one hand, consumers should only win. Because they are given goods that are of interest to them. But on the other hand, it is the volume of sales of marketers

Internet marketing - marketing activities through Internet, information technology and telecommunications systems. Internet marketing strategies often include:

- Increase sales volumes through the on-line Internet business introduction;
- advertising of goods and services to increase sales through traditional ways;
- Reducing the cost of doing business;
- Creating a positive image and appearance of the company.

The main purpose of the development of tourism in Uzbekistan is to ensure the introduction of market economy model at the world standards level, meeting the needs of the society, expanding the quality and scope of services.

In summary, we will summarize the achievements of Internet marketing:

- To enter the world market. The use of Internet marketing by companies allows simultaneous outsourcing of the domestic and domestic market to the world market and the expansion of unlimited capacities.

- Do you think that everything is taking place on the Internet, that is, the company is operating and what type of product is in demand, which all comes from the internet.

Cost savings, i.e. businesses do not pay excessive fees for advertising.

- Speed - acceleration of business processes.
- Very fast exchange of information
- Customers can search information about their products and what products they should pre-order at any time of the day by searching the internet for their own data.

Based on the above-mentioned Internet marketing capabilities, the most important task is to exploit the broad range of Internet marketing opportunities using the latest information technology capabilities.

References

1. Kotler, P. and Armstrong, G. (1996) Principles of marketing, Prentice Hall Englewood Cliffs, NJ.
2. Levitt, T.(1960) “Marketing myopia”, Harvard business Review, July/august, 45-56.
3. Puhretmair F. Extended Decision Making in Tourism Information Systems / F. Puhretmair, H. Rumetshofer, E. Schaumlechner // Proceedings of the Third International Conference on E-Commerce and Web Technologies. – 2012. – P.57-66.
4. Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65
5. Ibragimov, N., &Xurramov, O. (2015). Types of competition in destination marketing and 6A model of competitiveness. J.: The Current Global Trends, 3(1), 22- 26
6. Хуррамов О.К. Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 344-349

THE MAIN DIRECTIONS OF HOTEL ENHANCEMENT

Saidova F.K.
lecturer, Bukhara State University

Tourism in Uzbekistan has become a socioeconomic domain in the twenty-first century, which has a profound impact on the global economy. By 2020, the number of international tourists has reached 1.6 billion by the Tourism World Tourism Organization (UNWTO). US dollars.

Of course, the development of tourism, first of all, positively affects the development of hotels in the tourism industry. Because hotel business is an integral part of tourism and is one of the most important infrastructure services that attract tourists and satisfy the most demanding needs of tourists. Tourism promotes interconnectivity between nations, at different times, cultures of different cultures, religions, but also as a network that fosters the growth of the economy, not only ensuring the history, the nature, the study of nature, but also the relaxation of people.

Along with the development of all types of tourism in the world, some countries are the basis of the national economy. Tourism is of particular importance and priority in the service sector. Because tourism, literally, is the product of human civilization. It has been steadily advancing throughout the world. This activity has been shaped and developed as a science because of the work of human existence. Therefore, this concept has its own theoretical and practical interpretation. President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev in his speech at the Cabinet of Ministers session on the main results of 2017 and priorities of socio-economic development of Uzbekistan in 2018 - "the service industry in the country in 2018 develops and continues to grow. Thus, the need for improvement of tourist activity and strengthening of competition in the domestic market and establishment of mutual cooperation through the development of tourism, including the development of the country's tourism, remain a requirement of the day. Especially, the tourism and hotel services in the service sector are remarkable. As President emphasized: "The development of this sector, while attracting foreign tourists to our country, ensures the most important foreign exchange earnings, will make a huge contribution to the development of the country.

Uzbekistan is a country with modern touristic infrastructure. Under the leadership of President Shavkat Mirziyoyev, a large-scale work on the development of tourism in our country is paying special attention to the development of tourism and a number of regional programs are being implemented. The diversity of economic and hotel complexes, each of which consists of unique processes, suggests that there are specific features of expenditures for these subjects. In recent years, the tourism industry has been playing an important role in the economy of our country, and the hotel industry has been steadily developing in its steadfast development.

In the tourism industry, it is a hotel establishment that is closely linked to the hospitality. The rapid development of present-day tourism is a matter for the development of hotels as it is necessary to improve the quality of service, especially the hotel service, in the performance of its tasks. a complex of services, which is the main factor in the development of domestic and external tourism in the country, and the competitiveness of the international tourism market.

Tourist and hotel complex is one of the complex enterprises, where hundreds of employees are engaged in hotel services in different specialties. The main function of the hotel is to provide guests with a temporary residence. The hotel is distinguished by its capacity, i.e. the number of rooms and residence. Its organizational structure depends on its intended purpose, type of hosts accepted, and other factors. Depending on the organizational structure of the hotel, each of its employees has different rights and obligations and provides the following services. Because of their high level of service, the hotel's image and competitiveness.

The hotel is one of the most diverse specialists in the field of service. Modern hotel service bachelors, hotels and touristic complexes serve the clerks to be effective.

Nowadays, globalization and modernization services in the area of services should be in line with international quality standards in order to attain competitiveness in hotels.

Quality aspects of production and consumption of hotel services play a crucial role. A non-quality hotel business can not achieve its ultimate goal.

Research by the International Association of Customer Service has shown that costs for attracting new customers are five times more expensive than keeping an old customer. Therefore, it is an important strategy for hotel business to provide quality services that meets all the needs of our customers and meets the stated standards.

When choosing a hotel for customers to visit a repeat visit, they pay particular attention to the hotel service standards. In order to be convinced of the "correctness of the service," the service will indicate which requirements it will meet and how to clarify the validity of its compliance.

Tourist services in Uzbekistan are standardized and certified. This work is carried out by the Uzbek Center for Metrology and Standardization. All tourist services are subject to compulsory certification. "Hotel classification", which has been registered by the Uzbek State Center for Standardization, Metrology and Certification, compiled on December 31, 1998, is a compulsory certification system, and is internationally integrated with the international standards of their compliance with tourism does not come.

At the present time, the CIS standards used interstate standards for certification of tourist attractions. Therefore, today some countries have abandoned these principles and developed their own national standards. The newly established Technical Committee for tourism standardization in Uzbekistan is implementing projects to develop a new certification system.

At present, the quality of services and quality of hotel services is assessed by information technology. Tourists plan their trips through various travel sites, tourist portals and online booking systems while traveling. One such site is considered as Booking.com, which is the world's leading online hotel chain in the hotel industry. Tourists can evaluate the hotel's cleanliness, comfort, location, convenience, personality, quality and price, and Wi-Fi service criteria after their online booking.

There are 122 registered sites in Uzbekistan. 40 of them are in Tashkent, 34 in Smargang, 32 in Bukhara, 8 in Khiva and 2 in Nukus. Most visited cities in Uzbekistan are Bukhara, Samarkand, Khiva and Tashkent. I have analyzed this qualification work through the booking.com website to learn the quality of services and services provided by Uzbek hotels. In this analysis, the highest average score was 8.5 in Bukhara placement. The lowest Tashkent "7.6". Uzbekistan's positioning facilities are the lowest point of Wi-Fi service.

The opinions of visitors to the hotel play an important role. Guests of the hotel consider the elements of the ideas as the most important and necessary. The first place is based on evidence (56%), details (48%), harshness and accuracy (41%). 69% of clients want to know the context of the situation. The full description explains to the customer why the hotel is not acceptable or disliked. Two-thirds of passers women want to reflect the overall picture of the hotel, 49% of respondents think the quality of service is important.

For hotel managers, it is important to work with comments from tourists. Timely responding to commentary, correct perceptions, identifying and eliminating causes is one of the most effective ways to enhance hotel competitiveness.

References

1. Balashova E.A. Hotel business. How to achieve impeccable service - M.: OOO "Vershina", 2005. - 176.
2. Durovich A., Anastasova L. Marketing research in tourism. M.: "New knowledge", 2009, 348
3. Kuskov A. Hospitality: Tutorial - Moscow: Dashkov and Co., 2009. - 328 p.
4. Saidova F.K. Современные тенденции развития международного туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва. ГЦОЛИФК. 2017, Стр.108-113
5. Saidova F.K. The Basic Idea Of Eco-Tourism. II международная научно-практическая интернет-конференция. ФГБНУ «Прикаспийский НИИ аридного земледелия». с. Соленое Займище, 28 февраля 2017 г. Стр. 203-205
6. Djuraeva Z.T., Mahmudova N.U., Khurramov O.K. Definitions, principles and main features of ecotourism. I Международная научно-практическая Интернет-конференция, посвященная 25-летию ФГБНУ «Прикаспийский научно-исследовательский институт аридного земледелия». Соленое Займище, 29 февраля 2016 г. Стр. 783-789

MAIN ASPECTS OF CREATING TOUR PRODUCTS IN UZBEKISTAN

Farmanov E.A. lecturer, Bukhara State University
Norov B.N. master, Bukhara State University

Tourism is of particular importance in the service sector. Because tourism is a product of human civilization. It has been steadily advancing throughout the world. This activity has been shaped and developed as a science because of the functioning of humanity. Therefore, this concept has its own theoretical and practical interpretation. To make it clearer, he needs to look at and interpret such attitudes as people's movement, economic category, political situation, and active leisure.

It is no coincidence that the 6th paragraph of the Strategy for Action of the Republic of Uzbekistan for 2017-2021 is devoted to the development of tourism activities. Improvement of tourism activity and strengthening of competition in the domestic market, development of cooperation in the field of tourism is a requirement of time.

Tourism is a unifying process of production and consumption. The object is the tourist goods and services, and consumers must satisfy these goods and services during the consumer period. The utility value of the tourism consists of useful goods - goods, conveniences and landscapes (sea, sun, mountains, rivers, forests, flora, and so on) and the quality of service.

At present, the main direction of tourism development is the creation of competitive tourist products, their orientation to the international market and their adaptation to the world standards. Tourist products, offered by national tourist organizations, are based on the tourist resources of the country and, in essence, have cultural, natural and historical values. Uzbekistan is currently the only brand in the international market of tourist products called the Great Silk Road. However, this tourist product can not provide touristic capabilities for each region, and as a result only narrowly consumed.

All of this requires special analytical thinking, scientific research and the formation of tourist product, partly based on the specific conditions of the largest tourist centers. Currently, tourism products in Uzbekistan and its regions are represented as the "Great Silk Road" brand, but can not present all the capacities of the country for the time being.

Tourist organizations, which have emerged as problems during the formation of tourist products of the republic, create the same tourist product, the direction of their orientation, but the formation of a narrow tourists flowing into historical objects, the fact that the quality of tourist goods is not worth the cost, and the low level of skill in the tourism service personnel. In general, the national tourist product is at the stage of formation. It can not address fully the issues of national and regional level, and can not address the problems, impede the development of programs in the state and region, excessive visa restrictions, bureaucratic sanctions, difficulties in licensing, and ineffective work of tourist structures from regions.

The tourist product is formed on the basis of a separate tourist organization, region, and scale, which makes the difference between each organization, regional and national tourism product.

Formation of a tourist product by a separate organization is a combination of various components of this product: tourism resources, goods and services are formed as a result of the combination of the ability and qualifications of the service, without which the product can not be created. The legal formulation of tourist goods is a complicated, regulated and systemized process. The organization is a service of economic relations and tourists, based on agreements concluded with tourists. These services include placement, transportation, insurance, medical, excursion and entertainment. Tour organizers, tour operators are fully responsible for the quality of the tourist goods sold.

Selection of one or another way of marketing of the tourist product depends on the market, the specific conditions of the sale and the strategy of the tourist firms.

The sale of the offered tourist product through its own sales network or the use of intermediary services is a problem, taking into account many factors related to tourist services, as well as consumers and intermediaries.

Tourist firms using direct sales techniques have the following capabilities:

- Learning the market directly;
- Maintaining full control of sales operations;
- Savings on payment of agent services;
- Close co-operation with the consumer.

Selection of sales channels is a matter of concern, and when dealing with a smaller number of intermediaries, it is easier to maintain close communication with them, thereby seriously affecting their work, level preparation, and so on. At the same time, paying attention to the excessive number of parallel intermediaries in a particular market will result in tourist firms being strongly dependent on them. A refusal of one of them to comply with an agreement can lead to serious commercial damage to the tourist firm.

Certainly, each tourist company is expected to make more profit from the tourist activity, which is the final result. The achievement of such a result is directly related to the firm's assortment policy, ie the availability of optimal assortment of qualitative varieties by the firm, constantly using it. It is necessary to constantly improve the range of tourist goods, ie, to modernize services and to design new ones. Because today's tourism market has a dynamic transformation. Demand for recreational and recreation needs of the population changes, new types of leisure, new holiday areas and centers, resort zones are emerging.

The requirements of tourists to this or that service are constantly changing. Such changes should be taken into consideration by each tourist firm and must change its assortment policy accordingly.

There are several forms of tourist sales channels, depending on the number of intermediaries, selling touristic products, selling tour agents, selling tour operators and tourists, the traditional sales channel channel, independent of the sales channel. a channel consisting of commercial intermediaries - channels that are led by any of the vendors of the vertical sales channel - the sales channel.

At present, the sales channels of our national tourist products are mainly composed of traditional channels. In particular, touristic goods are being purchased by foreign tour operators and foreign tour operators, and the right to own tourist goods goes to commercial brokers. The next fate of the tourist product, its position in the market, and the competitive struggle are the responsibility of commercial brokers. This is also due to the fact that the tourist companies are limited in their financial capacities and can not fully comply with the tourist market constraints. One of the most important issues is the efficiency of sales channels for national tourist goods. As a result of our research, we have developed the following practical guidelines:

1. Efficiency of sales channels of national touristic goods is connected with the optimization of the movement of tourist goods and expenditures on it. Formation of touristic goods reserve by studying the number of tourist groups, the number of tourist groups, the speed of their travel, the number of average tourists in the group, the time of using touristic goods, the number of days of tourist product use. In most cases, especially in the season, there is no reserve of tourist goods. That is, numbers, avia tickets, visa issues, etc. That is why enhancing co-operation between sales channels and increasing cooperation between commercial intermediaries;

2. Formation of the sales channel of touristic goods as a result of the analysis of market conditions, supply, competition, price;

3. Taking into account that the market of tourist goods is an individualized market, the possibility of direct sales channel is great. Today, direct marketing is widely used both in the industry and in services. Establishing e-commerce in organizing sales channels for national tourist goods.

References

1. Balabanov I.T., Balabanov.A.I. "Tourism Economics" - Moscow: Finance and Statistics, 2004.
2. Ilina E.N. Tour-handling: organization of activity: Textbooks. - Moscow: Finance and Statistics, 2005.
3. Davronov I.O., Farmonov E.A (2019) “The impact of Innovations in tourism and hospitality” International Multilingual Journal of Science and Technology Vol. 4 Issue 9: 658-660
4. Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65
5. Таджиева С.У., Кодирова М.М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане. Современные тенденции развития науки и производства. Кемерово, 21-22 января 2016 г. Стр. 374-377
6. A.Juraev, T.Sobirov. Content based instruction in teaching tourism and economics courses- Proceedings of the International Scientific Conference. 2017/5/26. Volume 1., tom 208, page 215

KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKDA MARKETING TADBIRLARINING AHAMIYATI

Fayziyeva S.A.

Buxoro davlat universiteti katta o'qituvchisi

Imamkulov Aziz

Buxoro davlat universiteti talabasi

Marketing tizimi - bu qo'yilgan maqsadlarga erishish va maqsadli bozor talabini qondirish uchun marketing qismlarining aniq birikuvidir. Tarkib o'zida to'rtta asosiy qism – mahsulot yoki xizmat, narx, taqsimot va siljitiishlarni birlashtiradi.

Tovar va xizmatlarni olganda bozorga nima tavsiya etilishi sifat darajasi, sotish hajmi, kompaniyaning innovatsion darajasi, ulchovning holati, alohida shartlar tadqiqotlarning hajmi va muddatlari mavjud mahsulotni sotishni to'xtatish paytini aniqlab olish kerak.

Marketing tarkibini ishlab chiqishda bosh masala uning bir butunligi, maqsadga erishishda muvaffaqiyatni ta'minlovchi barcha omillarning o'zaro aloqasidir.

Buning har birining faoliyatida umumiy tamoyillar va vazifalar saqlanib qoladi, ammo bu yo'naliishlarning har biri o'ziga xos tomonlari bilan ajralib turadi.

Ishlab chiqarish vositalari marketingi birinchi navbatda ishlab chiqarish talablarini hisobga olishga asoslanadi. Shu sababli maqsadga muvofiqlik maqbullik kat'iy uyg'unlik eng birinchi o'rinda turadi.

Iste'mol tovarlari marketingi xilma xil talab va didga ega bo'lgan iste'molchilarining keng doiralari bilan bog'liq.

Bu sohada iste'molchi fe'l atvorining tub mohiyatini o'rganishga katta e'tibor beriladi. Xususan iste'molchilarini guruhlash, reklama, mahsulot sotishni uyuştirish, bularning barchasi iste'mol tovarlari bozorida marketing faoliyatining asosiy masalalari hisoblanadi. Masalan, do'konlarda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tamoyillari iste'mol tovarlari marketingi samarasi.

Iste'mol tovarlari xizmati marketingi ishlab chiqaruvchi bilan iste'mol o'rtasida bevosita aloqaning mayjudligi bilan ajralib turadi. Xizmatlarning ko'pchilik qismi kompleks xarakterga ega. Masalan, mehmonxonalar, jamoat ovqat joylari, ekskursion xizmat, edgorlik mollari sotish va xaqozolar paydo bo'lishi yalpi turistik mahsulot tushunchasi bilan bevosita bog'liqidir. Shu sababli ko'rsatish sohasida marketing juda katta yo'naliishga ega.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida ishlab chiqilgan marketing tamoyillariga muvofiq, zamonaviy korxona xo'jalik faoliyatining barcha tomonlari bozor talablarini, iste'molchilarining ehtiyojlarini hisobga olgan holda rejalashtirilishi va amalga oshirilishi kerak. Zamonaviy firmalarning ishlab chiqarish va sotish faoliyati sohasidagi katta yutuqlari, ishlab chiqariladigan tovarlarning xilma-xilligi va sifati, ularning sotish bozorlariga kirib borishi, operastiyalar miqyosiga ko'ra optimal bo'lgan ishlab chiqarishni yaratish bularning hammasi marketingni qo'llash natijasidir. Shu bilan marketingning tamoyillari va uslublari notijorat faoliyatida ham keng qo'llanilmoqda (g'oyalar marketingi, joylar marketingi, shaxslar marketingi va boshqalar).

Respublikamiz erkin bozor munosabatlari o'tar ekan, barcha xizmat ko'rsatish tarmoqlari korxonalari moliyaviy-xo'jalik faoliyatini asosiy iqtisodiy ko'rsatkichi - foyda bo'lib qoladi. Boshqa baholash ko'rsatkichlari o'z kuchini nisbatan yo'qota boradi. Chunki rejalashtirish mehnat jamoalarining o'ziga beriladi. Shunday qilib, rejalar faqatgina aholining tovarlar, xizmatlarga bo'lgan talabini, ishlab chiqarish sohasini esa mashina, asbob-uskunalar va boshqa ishlab chiqarish vositalariga bo'lgan talabini hisobga oluvchi ijtimoiy-iqtisodiy mo'ljaligina bo'lib qoladi. Bunday sharoitlarda tovar va xizmatlarning yuqori sifatliligi, ularni reklama qilish - bu marketingning muhim tamoyili, raqobat kurashi sharoitida korxona yashovchanligining asosiy sharti hisoblanadi.

Marketingni tashkil qilish – xizmat ko’rsatish korxonalarida bir necha yo’nalishda amalga oshiriladi va u quyidagi prinstiplarga amal qiladi:

1. Funkstional - bunda javobgarlik taqsimot, sotish, ta’milot va tovar harakatini tashkil qilish doiralariga tushadi.

2. Tovarlar prinstipi bo’yicha tashkil etish. Bunda funkstional tamoyillarga, yana har bir tovar markasi uchun boshqaruvchilar qo’shiladi.

3. Bozor prinstipi bo’yicha tashkil etish. Bunda funkstional tamoyillarga, yana har bir hudud bozorlari va iste’molchilar turi bo’yicha boshqaruvchilar qo’shiladi.

Shunday qilib, xizmat ko’rsatish korxonalarida funkstional marketing bo’linmalarining tashkil etilishiда marketing bo’limlari marketing faoliyatining xususiy funkstiylari bo’yicha ierarxik bo’linadi. Bu kabi strukturaga kichik ishlab chiqarish dasturi va tor tovar assortimentiga, kam sonli milliy bozorlar va ular segmentiga ega kichik korxonalar (marketing xizmatlari) kiraadilar. Funkstional tashkil etishning yutuqlari, bo’linmalarning boshqarishdagi soddalik, bajariladigan funkstiylarga yuqori javobgarlik. Lekin, strukturaning bunday tipi quyidagi kamchiliklara ega bo’ladi:

-tovarlarni ishlab chiqish va sotish bo’yicha maxsus bo’limlarning yo’qligi;

-bozorning mintaqviy segmentlari bo’yicha maxsus bo’limlarning yo’qligi;

-bozor talablarining o’zgarishi va iste’molchilar talablariga operativ reakstiyaning sustligi;

-marketing tashkilotlari tadbiralarini moliyalashtirish masalalarini hal etishning qiyinlashganligi.

Tovar prinstipi bo’yicha tashkil etish prinstipi tovarlar va ular guruhlari bo’yicha bo’limlar tashkil etishni talab etadi. Unda tovar bo’limlari bo’yicha mustaqil qaror qabul qiladi. Marketing xizmatining tashkiliy tuzilishi bu kabi bo’lgan shakl, avvalo ishlab chiqaradigan tovarlar assortimenti katta bo’lgan firmalarga to’g’ri keladi.

Tovar sifati bo’yicha tashkil etish shakli ham, shuningdek kamchiliklarga ega. Boshqarishning bu kabi sistemasi marketing faoliyatining o’ziga xos tomonlarini doim ham e’tiborga olmaydi. Tovarlar bo’yicha guruhlar ishchilari o’z majburiyatlarini samarali bajarish uchun etarlicha huquqlarga ega emas, boshqaruv apparatida katta sonli guruh va guruhchalar paydo bo’lishi bilan ularni ushlab turish uchun katta xarajatlarni talab qiladi.

Bozor prinstipi bo’yicha tashkil etish. Deyarli barcha xizmat ko’rsatuvchi korxonalar o’z tovarini xarakteri jihatidan turlicha bo’lgan bozorlarda sotadi.

Marketing xizmatlari xaridorlar yo’nalishlari bo’yicha ham tashkil etilishi mumkin. Bunda iste’molchilar guruhlari bo’yicha klassifikasiya amalga oshiriladi, masalan yirik xaridorlar, pirovard xaridorlar, savdo korxonalari yoki matlubot tashkilotlaridagi sotuvchilar, ishlab chiqaruvchilar uchun, sotuvchilar, olib sotish bilan shug’ullanadigan sotuvchilar. Shunday qilib marketingda, avvalo xaridorlar huquqi hisobga olinadi.

O’z tovarlarini mamlakat yoki dunyo masshtabida sotadigan firmalarning ko’pchiligidagi sotuvchilar va xaridorlarning bog’liqligi, ko’pincha geografik prinstip bo’yicha tashkil qilish shaklini oladi. Ma’lumki bozorni regional sifatlar bo’yicha o’rganish zaruriyati tug’iladi, bu narsa har bir regionning milliy, siyosiy, iqtisodiy va boshqa xususiyatlaridan kelib chiqadi. Bularning barchasi geografik (regional) prinstip bo’yicha marketing xizmatini tashkil etishni talab qiladi. Bozor va mintaqiy (geografik) prinstip, tovar prinstipi bo’yicha tashkil etishga o’xshash bo’lgani uchun, bu ikki shaklning ustunligi va kamchiliklari ham o’xshashdir.

Xizmat ko’rsatish korxonalarida marketing faoliyatini takshil etishda marketing xizmatlarining o’rni katta bo’lib, u yuqorida aytilgan strukturalari qurilish sxemalari ierarxik usulda kombinastiylash (yirik korxonalarda) mumkin bo’lgani kabi, matristaviy shaklini ham tashkilotlarda qo’llash mumkin. Bunda barcha kamchiliklarni yo’qotish va alohida farq qiluvchi sifatlarning barcha ustunliklarini konstantrastiyalashtirish uchun barcha zaruriy chora-tadbirlar amalga oshiriladi.

Shuni alohida ta’kidlash joizki, xizmat ko’rsatish sohasi korxonasi sub’ektlarining shakllanishi va taraqqiy etishida hamda ularning yuqori samaradorlik bilan ishlashini ta’minlashda

ayrim marketing muammolariga ham duch kelinmoqda. Ushbu muammolarni bartaraf qilish, uning nafaqat amaliy, balki bir qator nazariy masalalarini ham hal etish lozimligi mazkur soha samaradorligini oshirish evaziga mamlakatimiz ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti barqaror rivojlanishiga qaratilgan tadqiqot ishlari olib borilishini taqozo qilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Хуррамов О.К. Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 344-349
2. Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65
3. Ibragimov, N., &Xurramov, O. (2015). Types of competition in destination marketing and 6A model of competitiveness. J.: The Current Global Trends, 3(1), 22- 26

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Навруз-Зода Б.Н.

д.э.н., профессор Бухарского
государственного университета

Расположенный на перекресте Великого Шелкового Пути Узбекистан, имеет огромный туристический потенциал. На территории страны расположены более 7000 достопримечательных мест, памятников культуры и искусства. Основной дестинацией туристической индустрии Узбекистана являются такие его жемчужные города - Ташкент, Самарканд, Шахрисабз, Бухара и Хива. Благодаря такому огромному туристическому потенциалу и богатому культурному наследию Узбекистан за 2017-2019 годы туристская отрасль республики превратилась из *неконкурентоспособной в конкурентоспособную отрасль* благодаря применению на практике следующих инновационных мер развития туризма:

Во-первых, осуществлена либерализация визового режима в Узбекистане. В результате чего значительно упрощен порядок оформления виз. Введена единая туристская виза, выдаваемую на месяц, значительно упрощен порядок оформления виз для граждан ряд стран, ля граждан Японии, Южной Кореи и Сингапура введен безвизовый режим, отменены визы для граждан соседних государств – Туркменистана, Киргизии и Таджикистана. В результате либерализация визового режима в период январь-сентябрь 2017 года 224022 зарубежным гражданам, из них 96752 туристам и 32898 предпринимателям предоставлены въездные визы, что по сравнению с аналогичным периодом 2016 года на 24% больше выданы туристических и 27% - предпринимательских виз [3].

Во-вторых, в корне улучшается качества оказания услуг на железнодорожных и автовокзалах и в аэропортах страны. В настоящее время в международных аэропортах городов Ташкент, Самарканд, Бухара и Ургенч внедрены системы «зеленый коридор» для иностранных туристов. В аэропортах страны созданы туристические центры, предназначенные предоставлять необходимые информации на иностранных языках о туристических услугах.

В-третьих, активизация привлечения иностранных инвестиций и развитие системы государственно-частного партнерства в сфере туризма. Создаются благоприятных условий для ведения бизнеса в сфере туризма путем развития государственно-частного партнерства

В-четвертых, открытие новые объекты туристического показа, создание новых туристических маршрутов . Так, в городе Бухаре начата реализация проекта строительство современного туристического комплекса "Кадимий Бухоро".На территории комплекса планируется возвести современные гостиницы, культурно-оздоровительные и торгово-развлекательные центры с целью создаются условия для полноценного круглосуточного досуга иностранным туристам. В Узбекистане создается свободная туристская зона «Чарвак», расположенная в горах Ташкентской области на берегу Чарвакского водохранилища, которая открывает возможность развития экстремального и горного видов туризма, включая катание на лыжах, сноубординг, полет на парашюте и дельтаплане, велоспорт, мотоспорт и виды экстремального спорта, а также экологического и сельского туризма [2].

В-пятых, внедряется смарт-технология в туристских объектах Так, уже более 50 исторических памятников города Бухары оснастили QR-кодами. Ведутся работы по оснастке QR-кодами гостиниц, ресторанов и других объектов сферы туризма страны [1].

В-шестых, переход на рыночный обменный курс национальной валюты. В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 2 сентября 2017 года № УП-5177 «О первоочередных мерах по либерализации валютной политики» одним из приоритетных

направлений государственной экономической политики в области дальнейшей либерализации валютного рынка является исключительное использование рыночных механизмов при установлении курса национальной валюты по отношению к иностранной валюте. С 20 августа 2019 года в стране введена система продажи наличных долларов США в коммерческих банках страны. Значительно упрощена правила ввоза и вывоза валюты в стране.

В-седьмых, *туристические центры страны внедрена система «безопасный туризм»*. В городах Бухары, Самарканде, Хиве и Шахрисабзе начали действовать ситуационные центры, призванные обеспечить безопасность туристов.

В результате освоения вышеуказанных новаторских мер количество туристов, посетивших Количества иностранных туристов, посетивших Узбекистан в 2018 году, увеличилось в 2 раза по сравнению с предыдущим годом и составило 5,3 млн. человек. Из них 4,6 млн. человек – граждане стран Центральной Азии, 406 тыс. человек – из стран СНГ и 326,5 тыс. человек – из дальнего зарубежья. Также увеличились показатели по внутреннему туризму – за год поездки по Узбекистану совершили 15,4 млн. узбекистанцев. Выросло число туроператоров: на 1 января 2019 года зарегистрировано 983 туроператора. [4]. Эти данные свидетельствуют о повышении конкурентоспособности туристической отрасли Узбекистана.

Список литературы

- 1.В Узбекистане получит развитие смарт-туризм.
<https://news.mail.ru/society/32174257/> [16.01.2018].
- 2.В Узбекистане создается свободная туристская зона «Чарвак». <https://news.mail.ru/economics/31865186/?frommail=1>[06.12.2017].
3. Количества туристических виз в Узбекистан увеличился на четверть
- 4.В 2018 году Узбекистан посетило рекордное количество туристов. <https://uznews.uz/ru/article/13575> [03.10.2019].
5. Навруз-Зода Б.Н. Туризм в Узбекистане: от неконкурентоспособности к инновационной конкурентоспособности. Актуальные проблемы развития туризма: Материалы международной научно-практической конференции, 12-13 марта 2018 г./ под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РГУФКСМиТ. – М., 2018. – 516 с. С.468-476.

ROLE OF STATE-PRIVATE PARTNERSHIP IN QUALITY OF EDUCATION SERVICES

Tokhirov J.R.

PhD student, Bukhara State University

In the conditions of the market economy, it is possible to succeed in the implementation of large-scale socio-economic projects of general national importance, if the overall effect of the state and business consolidation is combined. The effective integration of the "education-science-entrepreneurial" triangle into the country's innovation development is an urgent issue that plays an important role in the solution of the problem of public-private partnerships. Today, businesses need to be actively involved in the development of social investment in education. Because the share of the state in the economy is gradually decreasing, the share of business is growing steadily. The state budget will not be able to allocate sufficient funds to address all social issues. This will require the financial support of business.

Cooperation with the government or public-private partnership is a collaborative effort between the subjects to create conditions for the development of the education system in the region beyond their core 8 commitments. This is to satisfy the needs of the students, to meet the needs of the business entities and people living in the region, that is, the will of potential employers. [1]

The quality of educational services is also a criterion for assessing competitiveness of educational institutions. Therefore, it is important to study the main ways to improve the quality of educational services based on public-private partnerships.

Tourism, which is one of the most profitable and most dynamic sectors, especially after oil extraction and processing, provides 10% of the world market of production and service, according to the World Tourism Organization's analysis. 6% of global GDP, 7% of global investment, 11% of world consumption expenditures, 5-6% of all tax revenues, and 16 of these are in the area of hospitality. These figures have a direct impact on the tourism sector's activity [2].

If the employee is not the only expert and he knows his job well, it can be innovative, but if he analyzes and focuses on the process of perception of the flexible intelligence with a flexible mind. Employees should ask themselves each day, as Deming has emphasized many years ago - "What did I do to reduce the costs when I worked?" In reducing the cost of exploitation, we should not affect our quality or performance of our guests when dealing with coercion. [3]

We believe that tourism development in the country is related to the quality of tourism education services, respectively. The country should pay great attention to this issue.

Theoretical and methodological bases of the study are the theory of modern and classical economics. It contains the views and teachings of foreign scholars on the concepts of education system services, the theory of human capital, cooperation with the government or the state-private partnership. The method used dialectic method of estimation, statistical and statistical analyzes, analysis and synthesis, induction and deduction, causes and consequences, space and time, systematic approach, and the traditional methods of financial and economic analysis were used in the functional relationship between the results and factors.

The main function of government partnerships or public-private partnerships is the development of educational complexes, such centers combine education, research and similar organizations and organizations. Such an innovative approach will enable higher education institutions to improve the quality and profitability of education in the educational process. It strengthens its material and technical base, is the basis of broad and deep research, it is the basis for training highly qualified personnel and time breathing. At the moment, there are significant changes in state and business relations, ie the state bodies are establishing a mutually beneficial relationship, not a one-sided administrative rule. In this case, the principle of state business rather than business is the priority. The validity of such principles serves to the principles of mutual interest and is based on the mutual agreement of the parties. Such changes are primarily related to the theory of mixed or

partial economy, and the general vector of development as the formation of a new stage in the interaction of the state and business, which leads to the expansion of private equity interventions, means the opening of closed doors for private business and capital, [4; 5].

However, given the fact that the education system should always live in the future, there is a great deal of work to be done. Therefore, the Higher Education System may increase the amount of financial resources that can be used to implement the program of integrated development of the OTT, if it can generate the overall effect of consolidating the power of the state and business.

Based on the above, the interaction of the state and business is an important factor in the development of the modern market economy, because the successful implementation of public-private partnerships depends on the readiness of the state to engage with business.

The scientific literature contains a large number of studies on the study of the issues of the SCO organization of scientists. In particular, the scientific and theoretical features of the state of the art include K.A. Antonova, A. Alpatov, O. Belokrylova, I.E. Bolegov, B.G. Varnavsky, E.A. Dynin, L.I. Efimova, V.A. The works of such scientists as Mikheev are considered in the World Bank Reports.

Economist K.A. Antonova called the United States of America "public-private partnership as a driving force of Russia's socio-economic development" as an institutional alliance between the state and business, between government and private institutions [6].

Also, V.G. Varnavsky, A.V. Klimenko and V.A. The author of Korolev's "Public-Private Partnership. Theory and Practice" in the textbook "The USSR is a public-private partnership between public and private sectors, with respect to government and public institutions, institutions and organizations engaged in publicly-funded projects, expresses itself as a legally enforced form of interaction [7].

E.A. Dynin argues that "the USSR is a process of uniting material and non-material resources of society (state or local self-governance) on long-term and mutually beneficial basis for creating social services or providing social services [8].

Public and private partnerships are interpreted differently by various international financial institutions, foreign and national economists and experts. In particular, the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) is an agreement between the government and one or more private partners (co-financiers or co-operative organizations) in which partners provided that the state provides services and the purpose of the private investor's profit sharing, and the effectiveness of this relationship depends on how the risks are shared with a private partner[9].

MG Gerard states that the USSR is a combination of private capital and, at times, increasing the quality of social services or attracting state capital to manage state assets [10].

In the definition issued by the International Monetary Fund, "the USSR is an agreement for the private sector to provide infrastructure and infrastructure services traditionally provided by the state" [11].

In addition, in the scientific and economic literature, the ILO is a national and international, large-scale, local, but always crucially important and important for the implementation of socially significant public projects, involving the government's specific authority over social objects, partnerships for public and business partnerships, concessionaire and operating leasing, transport, bridges, tunnels, hospitals, schools and other social infrastructure relationships between risk sharing and profit sharing in the organization of the enterprise, agreement on risk and income distribution among state-owned and private companies, responsibility and liability distribution, medium-term and long-term public-private partnerships, subject to PPP public and municipal property, as well as services provided by the budgetary sector, and the private sector with a wide range of economic activities. relationships with the private sector, privatization, privatization, bridges, highways, pipelines, airports, ports, private sector long-term lease, strategic relationships in the region, important relationships with the region to achieve common economic interests, not the government's involvement in business and its deep interference in the economy, but also in

cooperation with it, on project advice, such as the relationships in achieving common goals of the food policy.

In order to improve the quality of education and the quality of the education services, private businesses take over the leadership of this institution for the purpose of implementing the state order, ie, the "director" positions. It is clear that the principles of achieving a specific goal are in line with the principles of governance - improving the quality of educational services - private business:

1. Creates a logistics management institution.

2. Public authorities, on the basis of a contract with local governments, take over state funding for the execution of the government order, which manages and finances the concept and strategy for the development of a particular institution, and manages the company's financing and timely implementation. The existence of a single goal set by the company and the state hereby guides the following principle - pupil and student resources, which in turn facilitates and implements the relationships between state bodies and self-governing bodies.

3. Private education or management company educational institutions are responsible for the effective utilization of buildings, existing goods, define, modify, and remediate ways to maximize the effectiveness of the educational process, ie repair, use different methods and receives forms.

4. Private business provides educational institutions with qualified personnel, carries out the process of re-training in higher education institutions, provides corporate refinement (trainings on corporate trainings, seminar trainings, sector trainings and so on), attracting prominent scientists and scholars on a contract basis, to communicate with employers in practical communication. In such ways, professors and students of higher education institutions have practical skills. Scientific research-educational-practical complexes are formed.

5. A private business uses modern technology to effectively manage high quality education, uses intellectual resources, looks for various funding sources, and creates academic schools.

It should be noted that collaboration with the state of education or public-private partnership involves two forms of co-operation:

- Construction activities - Reconstruction and reconstruction of the educational facility
- Educational services activities [12].

The nature of public-private partnerships or public-private partnerships is that such an agreement is of a public nature so that in implementing such a project, the consumer should be provided with social services as well as legitimate criteria: ensuring that universal and secondary education is free.

Thus, cooperation with the state of education or public-private partnership will address the following tasks:

- Public partnership or cooperation between the government and the private sector will strengthen the rights and interests of the parties legally and normally;
- The range of exemptions to business will be expanded;
- Strengthening the guarantees of cooperation with the state or public-private partnership;
- In case of non-fulfillment by the state of cooperation or public-private partnership, sanctions are imposed;
- Expansion of property and financial capacity of education through the extrabudgetary funds;
- Increasing the competitiveness principles of the educational institution through fundamental and applied research;
- Creates an innovative infrastructure for educational process.

The fulfillment of the aforementioned tasks will serve as a significant incentive for the quality of education in the country.

In particular, cooperation with the government in the education system or the government's private sector will increase the effectiveness of the funds, allowing the state to use special skills not available to civil servants, and to introduce innovative ideas into the educational process, meet new requirements that arise from time and market requirements.

Thus, public-private partnerships are literally mutually beneficial relationships with the private sector to provide services. the effective integration of the "education-science-entrepreneurial" triangle into the country's innovation development is an urgent issue that plays a crucial role in the solution of this problem of public-private partnerships. Today, businesses need to be actively involved in the development of social investment in education. Public-private partnerships create the necessary conditions for the involvement of technology, labor and investment funds in the accelerated development of tourism education services and the quality of education.

List of literatures

1. Dmitrieva E. A. Razvitie gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v sfere vysshego professionalnogo obrazovaniya. Diss.kand.ekon.nauk (Development of public private partnership in the Cand.econ.Sci.thesis). Moscow, 2012.
2. Tukhliyev ISS, Kudratov G.Kh., Pardaev M.Q. Planning of tourism. Textbook. Publishing house "Economy Finance". Tashkent. 2010. p. 4.
3. By Arturo Cuenllas. Innovation in hospitality management. Madrid. Spain. 2012 year -P 8.
4. Varnasky V. G. Partnerstvo gosudarstva i chastnogo Sector: Formy, project, risk (Cooperation between government and private sector: forms, projects and risks). Moscow, "Nauka" Publ., 2005.
5. Varnasky V. G. (Public-private partnership in Russia: problems and outlooks). Otechestvennye zapiski = National proceedings, 2004, no. 6. (in Russ).
6. Kabashkin V.A. State-private partnership in the regions of the Russian Federation: educational aid / V. Kabashkin - Moscow: Delo, 2010. P.120.
7. Varnavsky V.G., Klimenko A.V., Korolev V.A. State-private partnership: theory and practice: teaching aid / Varnavsky V. G., Klimenko A. V., Korolev V. A. - Moscow: SU-HSE, 2010.
8. Dynin E.A. Business risks in a public-private partnership / Dynin E. A. // Society and Economics. - 2007. - № 5-6. P.111.
9. Dedicated Public-Private Partnership Units: A Survey of Institutional and Governance Structures, OECD, 2010.
10. Gerrard M.B. What are the Differences from Privatizations? // Finance & Development. 2001. Vol.38.
11. Public-Private Partnerships. International Monetary Fund, 2004.
12. Model of public-private partnership in the system of primary and secondary vocational training for St. Petersburg and the Leningrad region. // St. Petersburg, 2013 - C.7.
13. <http://www.biznes-daily.uz/ru/birjaexpert/36781-ijtimoiy-mdia-markting>

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ – АКТУАЛНАЯ ЗАДАЧА СФЕРЫ ТУРИЗМА

Азимов О.Х.

докторант Бухарского
государственного университета

Туризм является отраслью, которая оказывает значительное влияние на социально-экономическое развитие территорий. Данный вид народнохозяйственной деятельности характеризуется мультиплекативным эффектом, генерируя образование доходов в смежных отраслях экономики. Среди видов туризма ключевую роль стал играть внутренний туризм как основной источник финансовых поступлений от туристской деятельности. В регионах Узбекистана внутренний туризм развит слабо, что связано с несовершенной инфраструктурой отрасли, несоответствием цены на туристские продукты их качеству, а также недостатком квалифицированных кадров. В последнее время особую значимость для данного направления приобрело воздействие внешних факторов, таких как неспокойная geopolитическая обстановка в ряде стран, кризисные явления в экономике, запрет выезда россиян на популярные зарубежные курорты

Для туристических регионов, характеризующихся монопрофильностью структуры экономики, актуальной задачей является поиск внутренних источников развития. При этом особое значение для территории приобретает развитие отраслей, которые обладают мультиплекативным эффектом, то есть положительно влияют на смежные отрасли народного хозяйства, создавая новые рабочие места, повышая мобильность населения, а также вклад в бюджеты всех уровней, обеспечивая экономический рост территории. В качестве сектора экономики, обладающего подобными характеристиками, может рассматриваться туризм. Согласно данным Всемирной туристской организации, на эту сферу приходится 9,8% мирового валового внутреннего продукта, каждое 11-е рабочее место. Туристская отрасль индуцирует развитие до 32 смежных отраслей народного хозяйства. Кроме того, она выступает в качестве способа диверсификации экономики, обусловливая повышение устойчивости социально-экономических систем. При этом следует отметить, что развитие данной отрасли не исключает традиционного пути развития производственного сектора экономики (машиностроение, обрабатывающая промышленность, нефтегазовый сектор и т.д.), а способствует более эффективному использованию имеющегося у региона потенциала, в частности туристских ресурсов.

В 2014—2016 гг. в структуре туристического рынка произошли серьезные изменения, связанные с сокращением выездного турпотока вследствие существенного снижения курса национальной валюты, влиянием экономического кризиса, длительным запретом на продажу туров для наших граждан по ведущим выездным направлениям, а также неспокойной geopolитической обстановкой в мире. Это обусловило сокращение спроса на зарубежные направления и увеличило интерес к отдыху внутри страны.

В Узбекистане внутренний туризм, предполагающий перемещения граждан внутри страны в целях туризма, развит не в полной мере. Между тем в экономике зарубежных стран (США, Китай, Япония и др.) он обеспечивает до 80% денежных поступлений в структуре видов туризма

Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена противоречием между высокой социально-экономической значимостью сферы внутреннего туризма и недостаточным уровнем ее развития в регионах в современных экономических условиях. Целью исследования является научное обоснование направлений, обеспечивающих развитие внутреннего туризма в регионе с учетом влияния внешних факторов. Для ее достижения были рассмотрены имеющиеся подходы к понятию «внутренний туризм», выполнен анализ развития данной сферы в регионах, а также определено влияние на нее внешних факторов.

Для развития внутреннего туризма принято ряд законов и постановлений, но для внедрения их в жизнь нужно реализовать определенных мер. В числе основных направлений развития – деловой туризм, развитие туристской инфраструктуры и формирование доступной и комфортной туристской среды с помощью кластеров. Цель создания туристского кластера – повышение конкурентоспособности территории на туристском рынке за счет синергетического эффекта. Основным механизмом реализации стратегии авторы предлагают рассматривать государственно-частное партнерство. Для этого предлагается:

- создать единую унифицированную систему туристской навигации, туристские информационные центры, банк информационных материалов;
- развивать транспортную и дорожную инфраструктуру: запускать туристские автобусы, обустраивать стоянки, авто туристские кластеры на ключевых трассах государственного значения, строить придорожные гостиницы;
- обновлять железнодорожные вагоны, самолеты на внутренних авиалиниях, туристские автобусы, развлекательные объекты (аттракционы, оборудование парков культуры и отдыха), фуникулеры, канатные дороги, вокзалы и автостанции;
- стимулировать малый и средний бизнес в сфере гостеприимства (мини-гостиницы, мини-отели, хостелы, гостевые дома), развивать национальные/иностранные гостиничные сети;
- для регионов, не вошедших в кластер, а также на районных уровнях определить перспективные туристские продукты, в частности, развивать агротуризм и строить сельские дома отдыха, проводить экскурсии и фестивали в приграничных областях для гостей из соседних стран.

Для примера рассмотрим ситуацию развития внутреннего туризма Российской Федерации в последние годы. Анализируем статистических данных и делаем выводы от полученных результатов.

Плюсы внутреннего туризма для страны (государства):

- значительный вклад туризма в создание национального богатства (вклад в ВВП), поскольку во внутреннем туризме денежный капитал полностью оседает в стране и не вывозится зарубеж (по данным Ростуризма только за 2014 год российские туристы вывезли из страны \$50 млрд., а если брать промежуток с 1991 по 2014 годы, то это \$450 млрд.). На отдых за границей россияне ежегодно в среднем тратят около 10 млрд. долларов. Если эта или даже меньшая сумма останется на родине, тогда потраченные на отдых деньги отправятся сначала к российскому предпринимателю, далее - они будут облагаться налогами, которые затем пополнят доходную часть российского бюджета. Доходы от туризма в ВВП России составляют 1,5%, а с учетом мультипликативного эффекта около 6%. При этом вклад от внутренних туристов в туристском ВВП страны составляет 77,3%, в то время как вклад от иностранных туристов 22,7%;

• создание новых рабочих мест и снижения уровня безработицы в стране. В России число рабочих мест в туризме составляет 1,4% от общей занятости (983 тыс. чел.), а с учетом смежных отраслей - около 5,6% (около 4 млн. чел.). К 2025 году в России количество рабочих мест достигнет 6%;

• развитие туристской инфраструктуры, которая имеет двойственное назначение, направленное как на сами туристские потоки, так и на улучшение уровня жизни местного социума;

- формирование и становление патриотизма местного социума.

Плюсы внутреннего туризма для туриста:

• отсутствия необходимости оформления загранпаспорта и визы, а, следовательно, экономия денежных средств времени, и наличие большей уверенности в том, что отдых состоится (исключен отказ в выдаче визы). Например, по данным ФМС лишь около у 30% жителей РФ есть загранпаспорт, а 60% россиян вообще никогда не были заграницей. Есть такой документ для выезда у 39% россиян в возрасте 25-40 лет, столько же обладателей

среди учащихся и студентов (39%). Кроме того, в 2014г. «невыездными», пооценкам экспертов, стали еще около 4 млн. сотрудников силовых ведомств и госкомпаний, чиновников, а также членов их семей и значительная часть этого турпотока была перенаправлена на курорты Кавказа

И Крыма;

- отсутствие языкового барьера, что избавит от массы возможных неприятностей и курьезных ситуаций;
- определенная психологическая степень безопасности. Данный фактор проявился относительно недавно, и подкрепляется декабрьским опросом 2015 г. «Левада-центр», где почти половина россиян - 45% считает, что ездить за рубеж стало слишком опасно. О значимости данного фактора свидетельствует даже то, что он во многом превышает показатель ценового критерия, где лишь 11% опрошенных отмечали его, как причину отказа от зарубежного отдыха с возможной переориентацией на внутренний туризм;
- не высокая степень акклиматизации на российских курортах для тех, кто собирается провести отпуск с детьми: погодная акклиматизация, пищевая акклиматизация (вызванная непривычной пищей и т.д.), природная акклиматизация (вызванная насекомыми и паразитами, вызывающими разные заболевания) и т.д.;
- возможность всегда пригласить родственников или друзей туда, где отдыхает турист;
- повышение культурного уровня социума путем познания истории и культурных особенностей своей страны и ее регионов.

Из-за стремительно дорожающих доллара и евро россияне отказываются от покупки зарубежных туров и снижение продаж турпутевок по зарубежным направлениям наблюдалось на протяжении всего 2015 года. На внутреннем рынке влияние курсов иностранных валют не столь значимы, поскольку здесь преимущественно зафиксированы рублевые цены, которые на большинство объектов не менялись вплоть с 2014 года и здесь специалистами фиксируется большая глубина продаж. Однако и здесь есть негативные precedents, но вызванные отнюдь не изменениями курсов валют, а жаждой экономической наживой. Так, например, уже сейчас некоторые российские курорты повысили цены на летний период 2016 года на 30%. Это во многом связано с тем, что курорты пребывают в некоторой эйфории, ожидая, что все туристы, не поехавшие в Турцию и Египет, поедут к ним, но это произойдет только при разумно обоснованных и оптимально выверенных тарифах без искусственного завышения цен.

Из выше приведенных фактов можно делать выводы о том, что внутренний туризм – это сфера где все еще нужно много чего реализовать. В Узбекистане это направления туризма очень слабо развита. Имеются огромные запасы ресурсов развития множество видов туризма, направленного именно для внутренних туристов. Со стороны государства начаты программа «Узбекистон буйлаб саёхат кил» (Путешествуй по Узбекистану) в прошлом году, и программа стала популярной среди местного населения. Субъекты туризма должны организовать побольше таких программ для развития участия местного населения во внутреннем туризме.

Использованные литературы:

1. Леонидова Е. Г., Развитие внутреннего туризма в регионе, журнал Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз, 2017.
2. Что нужно для развития туризма? Стратегия 2030, <https://www.uzbekistan.de/ru/nachrichten/kultur-nachrichten>
3. Быстров С. А., Внутренний туризм как стратегически важное направления развитие туристского рынка РФ, «Современные научные исследования. Выпуск 5», 2016
4. Тагаев Б.А., Туристик салоҳият ва унинг имкониятларидан самарали фойдаланиш истиқболлари (тошкент вилояти мисолида), Экономика и финансы (Узбекистан), 2015
5. Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic ”Dimitrie Cantemir” 40, 125-130

ЕВРОПЕЙСКИЙ СЕРВИС В РЕСТОРАНЕ

Файзиева С.К.

Преподаватель Бухарского
государственного университета

Издавна сервировка олицетворяла собой уважительное отношение хозяина дома к своим гостям. Это древнейшее искусство складывалось в соответствии с традициями той или иной страны. Чтобы правильно украсить стол к званному вечеру, необходимо соблюсти простые правила и обычай подачи блюд, расстановки посуды и столовых приборов. Красиво оформленная еда приносит больше положительных эмоций и создает особую атмосферу.

Сервировка столов в разных странах мира во многом зависит от национальных черт и особенностей принимать гостей. В этой статье мы рассмотрим, как сервируют стол в разных странах мира, и каковы особенности данного процесса.

Во французском стиле

Во Франции сервировка стола также имеет ряд отличительных чертой. В первую очередь это обусловлено статусом страны, как законодательницы моды, правильного стиля и хорошего тона. Ключевой тематикой декора в французском стиле является романтика. Именно поэтому для свиданий чаще всего используется именно данный тип сервировки. Однако мало кто знает, как правильно воссоздать атмосферу Франции при помощи столовых приборов, посуды, скатерть и салфеток.

Первое правило гласит – внимание на текстиль. Без белоснежной скатерти, кружевных салфеток и интересных дорожек французы не приемлют садиться за стол. Это совсем не значит, что нужно потратить много денег на покупку новой скатерти, главное чтобы она была свежей и идеально выглаженной.

Поверхность можно украсить яркой дорожкой, разместив ее по центру. Для этого применяют и разные палантины, шарфы или парео.

С чем у вас ассоциируется романтика? Большинство сразу же вспомнили о цветах. При оформлении стола во французском стиле следует отдавать предпочтения букетам цветов с крупными бутонами. Поместить композицию из цветов можно как в небольшую вазу, так и на специальную подставку для фруктов.

Если вы готовитесь к ужину, не забудьте о свечах. Мягкий свет привнесет уют и романтику в ваш дом и понравится даже самому придирчивому гостю. Все дополнительные элементы декора должны соответствовать цветовому оформлению. Они могут гармонировать с посудой либо со скатертью и вазой для фруктов.

Еще одним важным элементом убранства стола во Франции является элегантность. Подойдут старинные подсвечники, хрустальные бокалы и винтажные столовые приборы.

В скандинавском стиле

Накрыть стол в скандинавском стиле не так сложно, как может показаться. Данный тип декорирования отличается экологичностью, холодной сдержанностью, четкими линиями и элегантностью подачи. Сервировочные предметы изготавливаются из натуральных материалов, а основной акцент делается на фактуре.

По мнению большинства дизайнеров, именно этот стиль является универсальным. Он отлично подходит для званного обеда, уютных посиделок с друзьями, свадебного торжества и неформального банкета. Предпочтение отдается посуде нейтрального или белого цвета и текстилю насыщенных, свежих оттенков (зеленых, красных, бирюзовых, серых, голубых, бежевых).

Также отличным решением станет покупка льняной скатерти и деревянных подставок под блюдца и стаканы.

Сервировка стола начинается со скатерти, после чего в центр ставится композиция из цветов, обязательно с добавлением еловых веток, эдельвейса и мха. Для вечерней сервировки подойдут стеклянные, деревянные подсвечники. При поиске идеальных свечей обращайте внимание на более толстые варианты с ароматическими свойствами.

В итальянском стиле

Все мы знакомы с изысканной итальянской кухней, однако о сервировке этой страны известно совсем немного. Подавать блюда необходимо в особом порядке, дождавшись, когда они остынут после длительного приготовления.

Выделяют следующие правила идеальной сервировки стола в итальянском стиле:

Текстиль должен быть одного цвета, лучше всего белого или бежевого. На официальных мероприятиях класть салфетки принято слева от основного блюда, на неформальных это правило чаще всего не соблюдается (тогда салфетки размещаются непосредственно на тарелки).

Винтажные столовые приборы всегда в чести у итальянских жителей. Серебренные, позолоченные и хрустальные бокалы, резные подсвечники и ваза необычной формы – все это отлично впишется в интерьер гостиной или кухни.

Серебро является неотъемлемым атрибутом любого застолья. Это могут быть различные декоративные элементы, столовые приборы или тарелки с серебряной окантовкой по краю.

Обратите внимание на сервировку хлебной тарелки. Это самое удивительное, что можно встретить в европейской кухне. Ее принято размещать слева от основного блюда, так легче дотянуться до ароматной нарезки и понять какой вкусной может быть простая пища. Предпочтение отдается монопорционному хлебу, однако можно встретить и нарезанный небольшими кусочками хлеб.

Интересный факт: в некоторых домах Италии принято класть хлеб прямо на скатерть – этот обычай был замечен еще в средние века.

Сервировка стола в каждой стране имеет свои отличительные черты. Однако это совсем не значит, что вам нужно придерживаться только одного из возможных стилей. В современном мире все большее внимание уделяется творческому подходу в оформлении различных элементов интерьера. Не стоит забывать об этом при соблюдении столового этикета, и тогда у вас точно получится удивить своих гостей.



В 2019 году большое количество туристов посещают город Бухару, для предприятий общественного питания внести изменения в стили сервировки столов в ресторане, кафе не помешало бы , так как каждый турист хотел бы увидеть частичку своей культуры и своего стиля сервиса в другой стране.

Использованные литературы:

1. Дилмонов К.Б. Важности интернета в сфере индустрии туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 216-222
2. Таджиева С.У., Кодирова М.М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане. Современные тенденции развития науки и производства. Кемерово, 21-22 января 2016 г. Стр. 374-377
3. Djuraeva Z.T., Mahmudova N.U., Khurramov O.K. Definitions, principles and main features of ecotourism. I Международная научно-практическая Интернет-конференция, посвященная 25-летию ФГБНУ «Прикаспийский научно-исследовательский институт аридного земледелия». Соленое Займище, 29 февраля 2016 г. Стр. 783-789

XIZMATLAR SIFATINI BAHOLASH VOSITALARI

Qodirov A.A.
Buxoro davlat universiteti
katta o`qituvchisi

Xizmatlar bozorida sifat deganda mo'ljal qilingan iste'molchi nimani tushunishi mehmondo'stlik korxonalari uchun muhim ahamiyatga ega, ya'ni «sifat» tushunchasini muhokama qilishda iste'molchining shahsiyati diqqat markazida turadi.

Xizmatning sifatiga baho berishda iste'molchi o'ziga berilgan narsani o'zi olishni hohlasa u narsaga solishtiradi. Muayyan xizmatga berilgan baho iste'molchining shunday xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalarga murojaat etish tajribasiga, xizmat haqidagi bilimlariga, shahsiy hohish – istaklariga hamda xizmat ko'rsatuvchi korxonaning imijiga bog'liq bo'ladi. Foydalaniluvchi xizmat tanlab qabul qilish, moslashish va ta'assurotlarni kuchaytirish effektlariga bo'y sunadi. Tanlab qabul qilish ayni bir xizmatni turli iste'molchilar har xil qabul qilishini anglatadi. Bu iste'molchilar fe'l-atvori, qiziqishlari, shaxsiy fazilatlari, bilimlari, shuningdek xizmatdan foydalanish holati bilan belgilanadi. Xizmatning sifatini qabul qilishning vaziyatga doir xususiyatlariga xizmat ko'rsatilgan vaqt (masalan, barcha tafsilotlarni shoshilinchda payqamaslik, xotirjam vaziyatda esa yaxshilab ko'rib olish mumkin), muayyans haroit (masalan, yomon ob-havoda kurort mehmonxonalarida dam olayotgan mijozlar nomerdag'i mebel va jihozlarga diqqat bilan e'tibor bera boshlaydilar, ularda ovqatlanish sifatiga qiziqish ortadi va h.k.) kiradi.

Sifatni qabul qilish xizmatdan foydalanish chog'ida kutilgan natijaga moslashishi mumkin. Agar qabul qilingan sifat kutilgan natija doirasidan biroz chetga chiqsa, foydalanuvchi uni o'z mo'ljaliga moslashtiradi. Biroq, qabul qilingan xizmat kutilgan natijaga mutlaqo mos kelmasa, kontrast effekti vujudga keladi: kutilgan natijaning kattaligi kontras effektini kuchaytiradi.

Foydalanuvchi birovning – xizmat yoki uning tarkibiy qismlari bilan tanish bo'lgan do'stlari, hamkasblari, qo'shnilarini tajribasidan foydalanishga harakat qilgan hollarda ta'assurotlarning muttasil kuchayishi sodir bo'ladi. Natijada ijobjiy taassurotlar mustahkamlanadi, salbiy ta'assurotlar esa siqib chiqariladi yoki buning teskarisi sodir bo'ladi.

Foydalanuvchining xizmat sifatini qabul qilishining yuqorida tavsilangan modeli mazkur tushunchaga quyidagi uch tarkibiy qism birligi deb qarash imkonini beradi:

- asosiy sifat;
- talab etilgan sifat;
- hohlangan sifat.

Asosiy sifat – xizmatning foydalanuvchi bo'lishi shart deb hisoblagan xossalari yig'indisi. Mijoz mazkur sifatning mavjudligiga umid qilib, ishlab chiqaruvchi bilan ularni muhokama qilishni lozim topmaydi. Mehmonxona korxonasi xizmatlari uchun asosiy sifatlarga quyidagilar misol bo'lishi mumkin:

- mehmonxonaga joylashishda toza choyshab, yostiq jildi va sochiqlarning mavjudligi;
- mehmonxona nomerining har kuni tozalanishi;
- televizor hamda nomerda mavjud boshqa apparaturaning buzilmay ishlash kafolati;
- mehmon bilan yakuniy hisob-kitobda xato qilmaslik va x.k.

Xizmatning asosiy sifatini ta'minlash korxonadan bu yo'nalishda muttasil ish olib borish va xarajatlar qilishni taqozo etishi mumkin. Xizmatning asosiy sifatiga lozim darajada e'tibor bermaslik korxona obro'siga putur yetishi va mijozlar yo'qolishiga olib keladi.

Talab etilgan (kutilgan) sifat – xizmatning texnik va funktsional xususiyatlari yig'indisi. Ular xizmat ishlab chiqaruvchining rejasiga qay darajada muvofiqligini ko'rsatadi. Odadta ishlab chiqaruvchi xizmatning talab etilgan xossalari reklama qiladi va kafolatlaydi. Mehmonxona xizmatlarining talab etilgan texnik xossalariiga quyidagilar misol bo'ladi: nomerlarda kommunal sharoit (vanna, dush, hojatxona), konditsionerlar, konferentszallar, muzokara xonalari va h.k.ning

mavjudligi. Mezmon xona xizmatlarining talab etilgan funktsional xossalariiga quyidagilar kiradi: nomerlarda va qavatlarda tunu kun xizmat ko’rsatilishi, yangi gazeta va jurnallar har kuni yetkazib berilishi va h.k.

Hohlangan sifat – iste’molchi xizmatning mavjudligi haqida faqat orzu qilishi mumkin bo’lgan sifati. Sifatning hohlangan ko’rsatkichlari xususiyati shundaki, ularni iste’molchi o’zi o’ylab topmasligi kerak. Iste’molchi, qoida tariqasida, mazkur sifat ko’rsatkichlarini talab qilmaydi, ammo o’ziga taklif etilgan xizmat tarkibida ularning mavjudligini yuksak baholaydi. Hohlangan sifatli mehmonxona xizmatlariga quyidagilar misol bo’ladi: nomerlarda yo’ldoshli va kabelli televideniening mavjudligi; mijozga mehmonxonadan xotira sifatida fen, zont, pardoz anjomlari va h.k.ni taklif qilish; kechki ovqatga bepul shampan vinosi taqdim etish va sh.k. Agar hohlangan sifatni o’z ichiga olgan xizmat yaxshi ko’rsatilgan bo’lsa, u mijozning o’ziga ko’rsatilgan xizmatlardan qoniqish darajasini oshirishi, ishlab chiqaruvchi uchun bozor sektorini yanada kengaytirishi mumkin.

Xizmat ko’rsatish sifatini baholash xaridor rolida ishtirok etadigan malakali kishilar tomonidan olib boriladi. Ular aniq vaqtida mehmonxona tashkilotini tekshirishadi. Yig’ib olingan ma’lumot xizmat ko’rsatish standarti sifatini o’z maromida saqlash va sust tomonlarini aniqlab, ularni bartaraf etishdan iborat. Bu metod xizmat ko’rsatish sifatini nazorat qilishning davomiy va uzluksiz dasturni yaratishga yordam beradi.

Foydalanimgan adabiyotlar:

Дилмонов К.Б. Важности интернета в сфере индустрии туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 216-222
Махмудова Н.У., Шомуродова И.Ф. Особенности рекламы и поощрения в ресторанном бизнесе. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 279-284

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

Арипова М.С.

Преподаватель Бухарского
государственного университета

В условиях развития рыночных отношений создание свободных экономических зон рассматривается как важное звено в реализации принципов открытой экономики. Их функционирование связывается с либерализацией и активизацией внешнеэкономической деятельности. В свободных экономических зонах экономика имеет высокую степень открытости внешнему миру, а таможенный, налоговый и инвестиционный режимы благоприятны для внешних и внутренних инвестиций. Помимо этого образование свободной экономической зоны может означать то, что страна, не желая полностью открывать свою экономику иностранному капиталу или повсеместно использовать особый инвестиционный климат, использует частичную, локальную открытость в виде специальной зоны.

Изучение мирового опыта показывает, что имеются существенные различия в динамике, формах, методах, а главное, эффективности функционирования СЭЗ в различных странах. В промышленно развитых странах СЭЗ ориентированы, прежде всего, на стимулирование предпринимательства в отсталых районах, развития экспортного производства и роста занятости как в самих СЭЗ, так и в прилегающих районах. В развивающихся странах создание СЭЗ имеет целью развитие экспортного производства в зонах-анклавах обычно слабосвязанных с экономикой страны. Результаты функционирования СЭЗ в развивающихся странах можно оценить как неоднозначные. Наибольший экономический эффект от СЭЗ был получен в тех развивающихся странах, которые отличались ситуацией общего экономического подъема (Китай). {2}

В 1978 г. в Китае были созданы свободные экономические зоны в 14 прибрежных городах. Цель - развитие внешней торговли. Основной инструмент - налоговые и таможенные льготы. На каждый гектар зоны в период ее становления ежегодно вкладывалось примерно 15-17 млн. долл. США. Всего с момента создания по 1987 г. в СЭЗ Китая было привлечено приблизительно 22 млрд. долл. Через них проходило 2/3 внешнего товарооборота страны. В 1990 г. экспорт только одной зоны Шенъчжень составил 3 млрд. долл. {2}.

Во всем мире создание свободных экономических зон имеют нижеследующие экономические цели:

привлечение иностранного и национального капитала благодаря специальным льготным экономическим механизмам, стабильной законодательной базе и упрощению различных организационных процедур;

использование преимущества международного географического разделения труда и международного обращения капитала для расширения экспорта готовых изделий, рационального импорта и создания импорт замещающего механизма производства;

ликвидация монополии внешней торговли через предоставление доступа к различным формам внешнеэкономической деятельности всем организациям и предприятиям СЭЗ;

рост валютных поступлений в бюджет страны и регионов. {3}

Ныне эффективная реализация развития СЭЗ может осуществляться при соблюдении следующих обязательных условий:

формирования на государственном уровне четкой концепции в области СЭЗ, учитывающей как общегосударственные, так и региональные интересы;

разработки и принятия соответствующей законодательно-нормативной базы, регулирующей процесс создания и функционирования СЭЗ;

организации СЭЗ на ограниченной территории, исключающей нарушение принципа единого экономического пространства страны;

взаимной экономической заинтересованности как местных, так и государственных органов в создании свободных зон;

возможности (и готовности) федеральных органов направить значительные бюджетные средства для формирования инфраструктуры СЭЗ, с понимаем того, что реальный эффект для страны может быть получен лишь в перспективе;

предоставления иностранным и иностранным инвесторам, действующим в СЭЗ, лучших условий для ведения хозяйственной деятельности, чем те, которые они имеют за рубежом и на остальной территории Узбекистана.

Принцип селективности свободных экономических зон может вполне сочетаться с задачей противодействия индивидуализации льгот. Более того, создание конкурентной среды на отдельных участках экономического пространства - перспектива для Узбекистана гораздо более реальная, чем выравнивание стартовых условий развития методом «сплошной» либерализации. Важно только, чтобы преференциальные режимы применялись не ради раздачи льгот определенным предприятиям, отраслям или территориям, а с целью стимулирования инновационных форм хозяйствования, обеспечивающих технологический рывок Узбекистана.

В частности, речь идет о новых организационных формах соединения науки, производства и бизнеса, представленных в современном мире различными парковыми структурами (промышленные, научные, технологические парки). Другое стратегически оправданное направление - реализация преимуществ транспортно-географического положения Узбекистана и потенциала ее припортовых территорий. Создание здесь широкой сети свободных экономических зон не только ускорило бы интеграцию Узбекистана в мировые хозяйствственные связи, но и притянуло бы к ней колоссальные потоки товаров и капиталов, которые в настоящий момент направляются в аналогичные зоны зарубежных стран.

Финансовые средства, столь скучно выделяемые из бюджетов разных уровней, должны использоваться прежде всего для формирования и поддержки объектов экономического роста. Под объектами экономического роста, согласно, понимаются отдельные коммерческие организации, локальные свободные экономические зоны, способные решать задачи не только собственного развития, но и содействовать улучшению социально-экономической ситуации в окружающем их районе или сфере деятельности. Узбекистан, накопив опыт использования режимов СЭЗ для экономического развития на трех успешных проектах, перешел к широкому использованию этого эффективного экономического инструмента в масштабах экономики страны. Причем спектр решаемых с его помощью проблем существенно расширяется – стимулирование развития экономически проблемных регионов, развитие высокотехнологичных экспорт ориентированных производств, повышение конкурентоспособности отраслей экономики. В целом, в настоящее время на территориях СЭЗ реализовано около 70 инвестиционных проектов на общую сумму \$1,5 млрд., при этом свыше половины вложенных инвестиций – это средства прямых иностранных инвесторов. В результате создано около 5 тысяч рабочих мест. На стадии реализации находятся более 200 проектов общей стоимостью свыше \$1,5 млрд. (в т.ч. свыше \$400 млн. прямых иностранных инвестиций), что позволит создать еще около 22 тыс. рабочих мест. {4}

Перед республикой стоят масштабные задачи по реформированию всех сторон жизни населения, и в решении этих задач свободные экономические зоны могут оказать значительную помощь. Свободные экономические зоны – один из важнейших инструментов экономической политики привлечения инвестиций для расширения экспортного потенциала,

внедрения инновационных идей, ноу-хай, технологий, а также поддержки отстающих регионов. Эффективное использование этого инструмента позволит обеспечить значительный рывок в развитии экономики республики и, в конечном счете, благоприятно отразится на благосостоянии населения.

Список литературы:

1. Ларина Н.Н., Кисельников А.А. Региональная политика в странах рыночной экономики: Учеб.пособие для ВУЗов/Н.Н.Ларина, А.А.Кисельников.-М:Наука,2005.- 259 с.
2. Капустин А.Свободные экономические зоны: мифы и реальность /А.Капустин//Экономика предприятия.- 2005.- № 2.- С.27
3. Лемешко М. Свободные зоны не свободны от кризиса/М. Лемешко//Деловые люди.-2008.- N 3.-С.44-46.
4. Указ Президента Республики Узбекистан от 12.01.2017 г. №УП-4931 «О создании свободных экономических зон «Ургут», «Гиждуван», «Коканд» и «Хазарасп»».

КОРХОНА ИШ ФАОЛЛИГИНИНГ ИҚТисодий мазмуни ва ТАҲЛИЛ ҚИЛИШНИНГ АСОСИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Уракова М.Х.

Бухоро Давлат университети катта ўқитувчи,

Негматов М.Ш.

БухДУ ва ҚФУ қўшма дастури талабаси

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида ҳар қандай хўжалик юритувчи субъект ўз тасаруфидаги барча ресурслар - молиявий, моддий ва меҳнат ресурслари ҳаракати ҳамда улардан фойдаланиш самарадорлигини тўғри бошқаришни таъминлаши зарур бўлади. Самарасиз бошқарув усулларидан фойдаланиш уларни иқтисодий начорлик ҳолатига олиб келиши мумкин. Корхона молиявий ресурсларини тўғри ва мохирона бошқариш учун биринчи навбатда, унинг молиявий аҳволи, ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини аниқлаш ҳамда таҳлил қилиниши лозим бўлади. Хўжалик субъектларининг иқтисодий ва молиявий мустаҳкам бўлишининг илдизи, асосий омили унинг фаолиятида намоён бўлади. Уларнинг ишчанлик фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичларни ўрганиш молиявий ҳолат таҳлилида муҳим ўрин тутади. Корхоналарнинг бозордаги ўрни, молиявий ва иқтисодий салоҳияти, мавқеи кўп жиҳатдан, унинг ишчанлик фаолияти кўрсаткичларининг ҳолатига боғлиқ бўлади.

Хўжалик юритувчи субъектларнинг ишчанлик фаоллиги кўрсаткичлари уларнинг молиявий ҳолатига баҳо беришда муҳим кўрсаткичлар ҳисобланади. Иқтисодий таҳлил бўйича адабиётларда иш фаоллиги асосий ва жорий активларни айланиши, карз мажбуриятларни айланишини ифодаловчи кўрсаткичлар сифатида ўрганилган.



Бу кўрсаткичларни корхоналар молиявий ҳолатига баҳо беришдаги аҳамияти, муҳимлигидан келиб чиқиб, уларни алоҳида ўрганиш ва тавсифлаш лозим. Мамлакатимизнинг иқтисодчи олимлари М.К.Пардаев ва Б.А.Хасановларнинг фикрича иш фаоллиги деб: «Корхонани ўз мақсадига эришиш йўлида иқтисодий ва молиявий салоҳиятдан самарали фойдаланиш эвазига мунтазам равишда иқтисодий ўсишни таъминлашдан иборат чора- тадбирларга айтилади». Иш фаоллигини асосий кўрсаткичи сифатида фойда ва рентабеллик кўрсаткичлари олинган ҳолда муаллифлар томонидан қўйидаги кўрсаткичлар тизими таркибланади, (1-чизма).

Иқтисод фанлари доктори, профессор. Э.Акрамов томонидан корхона молиявий баркарорлигини таъминлашнинг муҳим омили сифатида олинган иш фаоллиги кўрсаткичи корхонада иқтисодий ўсишга, корхонани бир хил даражада ривожланишига олиб келувчи, маҳсулотни ишлаб чиқариш режаларини бажарилишига имкон берувчи, сотишни кўламини оширишга олиб келувчи муҳим дастак сифатида қаралади. Муаллиф томонидан корхона иш

фаоллигини қуидаги боғланиши келтирилади (2-чизма). Бу қоида халқаро амалиётда «Корхона иқтисодини олтин қоидаси» деб юритилади.



Биз томондан хўжалик субъектларининг иш фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичларни қуидаги таркибда ўрганиш тавсия қилинади, (3-чизма).

Бизнинг фикримизча, “Хўжалик субъектларининг иш фаоллиги деганда, уларнинг асосий ва айланма маблағлар ҳамда ўз маблағлари ва четдан жалб қилинган маблағлари билан боғлиқ айланувчанлик кўрсаткичларини таҳлил қилиш асосида молиявий барқарорлигини таъминлаш борасидаги амалий тадбирларга айтилади”.

Хўжалик субъектларининг молиявий барқарорлигини баҳолашда ишчанлик фаолиятини таҳлил қилиш муҳим ҳисобланади. Таҳлил натижаларидан ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш бўйича ички хўжалик имкониятларини аниқлаш ва уларни ишлаб чиқариш айланмасига жалб қилиш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиша фойдаланилади.

Корхона молиявий ресурсларини тўғри ва моҳирона бошқариш, ишчанлик фаоллигини ошириш учун биринчи навбатда, унинг молиявий аҳволи, ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини аниқлаш ҳамда таҳдил қилиниши лозим бўлади. Эндиликда корхонада иқтисодий жараёнларнинг содир бўлиши ва унга маълум даражада фойда келтириш учун моддий ва меҳнат ресурслари билан бирга номоддий активлар ҳам иштирок этади.

Уларнинг жамламасини олдингидек моддий ва меҳнат ресурслари деб аташ етарли бўлмайди. Шу туфайли уларни корхонанинг иқтисодий салоҳияти деб аталиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Чунки бунда моддий ресурслар билан биргаликда номоддий активлар ва меҳнат ресурслари тўлиқ ўз ифодасини топади.

Корхонанинг иқтисодий салоҳияти деганда унда содир этиладиган иқтисодий жараённи тўлиқ таъминлайдиган барча моддий ва меҳнат ресурслари ҳамда номоддий активлар тушунилади. Ҳозирги шароитида молиявий таҳлилнинг муҳим хусусиятларидан бири унинг корхона иқтисодий салоҳиятини, яъни мулки, заҳиралар ва харажатларни ҳар томонлама ўрганишдир. Улар корхонанинг бир меъёрида ишлаши ҳамда маҳсулот ишлаб чиқариши ва шартнома бўйича сотиш, ахолига хизмат кўрсатиш режасини таъминлашга етарли бўлиши лозим. Айниқса, балансга қараб, корхона мол- мулки таркибини ўрганиш, соф маблағ ҳолатини аниқлаш, имконият меъёрини ўлчашга ёрдам беради. Чунки корхоналар мулкининг таркибини ўрганиш ва уни кўпайтириш йўлларини аниқлаш ишчанлик фаолиятининг таҳлилида муҳим ўрин тутади. Таҳлил этишда, активларни ҳолатига, жойлашган ўрнига, жойига, жавобгарлик субъектлари бўйича ўзгаришларига, активларнинг ҳаракатланишига, самарадорлигига ва унинг ўзгариш сабабларига муҳим аҳамият берилади.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, ҳозирги кунда барча корхоналарда ўз вақтида пул тушумларининг келиши, ҳисоблашиш интизомига риоя қилиш, хусусий ва қарз маблағларининг тўғри нисбатга бўлишини таъминлаш, молиявий тартиб ва интизомга, иқтисод ва тежамкорликка риоя қилиш муҳим аҳамият касб этади. Ушбу талабларни бажарилмаслиги эса корхоналарни иқтисодий начорликка олиб келиши мумкин. Бунинг учун эса амалиёт ишчанлик фаолиятини таҳлил қилитт зарурлигини тақозо этади. Хўжалик

субъектларининг ишчанлик фаоллиги таҳлили молиявий таҳлилнинг таркибий қисми ҳисобланади. Ишчанлик фаоллиги кўрсаткичларини таҳлил қилиш унинг молиявий-хўжалик фаолиятини баҳолашда муҳим аҳамият касб этади.

Foydalanilgan adabiyotlar:

Уракова М.Х. Роль малого бизнеса и частного предпринимательства в повышении занятости населения.экономика и эффективность организаций производства Издательство: Брянская государственная инженерно-технологическая академия (Брянск) ISSN: 2310-936X.Номер: 20 Год: 2014 Страницы: 54-55

Уракова М.Х. Особенности бухгалтерского учета процессов инновационной деятельности и рекомендации по его совершенствованию. Вопросы науки и образования, 2018 - cyberleninka.ru

Таирова М.М. Гиязова Н.Б. Поддержка предпринимательской деятельности в Узбекистане. - International scientific review, 2016 - cyberleninka.ru

ICHKI TURIZM SALOHIYATINI OSHIRISH YO'LIDA

Tairova M.M.

Buxoro davlat universiteti dotsenti,

Murotova N.U.

Buxoro davlat universiteti talabasi

Turizm - iqtisodiyotning yuqori daromad keltiradigan va jadal rivojlanayotgan yirik tarmoqlaridan. Ayni paytda, mazkur tarmoq dunyo mamlakatlari va xalqlarining madaniyat sohasidagi amaliy muloqotida o‘ziga xos robita vazifasini o‘tamoqda. Jahon sayyohlik sanoatida turizmdan tushayotgan daromad avtomobil ishlab chiqarish, neft va gaz sanoatidan keyin uchinchi o‘rinda /turadi. Dunyoda turizm sohasida 195 million kishi – ish bilan band aholining sakkiz foizi mehnat qilmoqda. Jahon sayyohlik tashkiloti ma’lumotlariga ko‘ra, dunyo bo‘yicha sayyohlar oqimi yiliga 4-5 foiz o‘smoqda. Bugungi kunda mamlakatimizda ushbu sohada 865 sayyohlik tashkiloti – 506 sayyohlik operatori va 359 mehmonxona faoliyat yuritmoqda. Ma’lumki, mamlakatimiz ichki turizmni rivojlantirish borasida katta salohiyatga ega. Xususan, respublikada 5000 dan ortiq turizm namoyish obyektlari (arxitektura yodgorliklari va arxeologik obidalar, monumental san‘at yodgorliklari, muzeylar va boshqa diqqatga sazovor joylar), 380 ga yaqin ziyyarat turizmi obyektlari va 220 dan ko‘proq eko-agroturizm obyektlari (o‘rmon xo‘jaliklari, qo‘riqlanma hududlar, eko-parklar mayjud.

Mamlakatning turistik sohadagi imkoniyatlarini ro‘yobga chiqarishda ichki turizmni rivojlantirish muhim o‘rin tutadi. Zero, har qanday yangi turistik mahsulotga, avvalo, mahalliy sayyohlarda qiziqish uyg‘otib, so‘ngra uni xorijiy sayyohlarga taqdim etish samarali yo‘l ekanligi xalqaro tajribada tasdig‘ini topgan. Umuman olganda, biror mamlakat miqyosida turizm intensivligi 50 foizdan oshsa, ya’ni mamlakat umumiyligi aholisining 14 yoshdan katta qismining yarmidan ko‘pi bir yilda hech bo‘lmaganda bir marotaba sayohat qilsa, bu o‘sha mamlakatda turizm ommaviy tus olganidan dalolatdir. Sayyohlik xizmatlari ko‘rsatish sohasiga madaniyat, telekommunikatsiya, savdo, ovqatlanish, sanoat sohasi tashkilotlari hamda muassasalari, ommaviy axborot vositalari faol jalb etilmoqda. Mamlakatimizda ichki turizm salohiyatini keng targ‘ib etish, hududlardagi sayyohlik bazalari, dam olish zonalari, pansionatlar, sanatoriylar va kurortlar, rekreatsion va ekoturistik tashkilotlar faoliyatini yanada takomillashtirish borasida keng qamrovli ishlar amalgalashirayotir. “Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta’minalash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-3514-sonli qarori ijrosini tasdiqlandi.

Mahalliy turizmnинг milliy modelini yaratishda boshqaruv asosiy o‘rin tutadi. Shuning uchun ham menejmentni jahon talablari darajasiga yetkazishda quyidagi omillar dolzarb hisoblanadi:

turizmda kichik va xususiy tadbikorlik faoliyatini to‘g‘ri yo‘naltirish;

O‘zbekistonning turistik imkoniyatlari bilan chet ellik investorlarni tanishtirish va ulardan unumli foydalanish;

ichki turistik bozorda o‘zaro raqobatni yanada kuchaytirish;

zamonaviy turistik komplekslarni bunyod etishda chet el sarmoyasini jalb etishga erishish;

jahon bozorida talab katta bo‘lgan xalqaro turistik yo‘nalishlarni yo‘lga qo‘yishda va ishlab chiqishda qatnashish;

milliy urf-odatlar va tarixiy arxitektura yodgorliklarini asl ko‘rinishda saqlab qolishga erishish;

milliy turistik mahsulotlarni yagona markaga birlashtirish;

turizm sohasi uchun malakali mutaxassislarni tayyorlashni takomillashtirishdan iborat bo‘lishi kerak.

Samarqand, Buxoro, Toshkent, Xiva, Shahrisabz, Marg‘ilon singari shaharlarimizda xalqimizning boy tarixi haqida hikoya qiluvchi qadimiy obidalar avaylab saqlanayotganligi hamda milliy hunarmandlik markazlari faoliyat ko‘rsatayotgani mazkur hududlarda nafaqat xalqaro, balki

ichki turizmni ham jadal rivojlantirishda muhim omil bo‘layotir. Xususan, Buxorodagi madaniy va tarixiy yodgorliklar, jumladan, Masjidi Kalon va Chor Bakr majmualari, Bahouddin Naqshband, Abduxoliq G‘ijduvoniy kabi buyuk ajdodlarimizning qadamjolarini ziyorat qilish maqsadida minglab hamyurtlarimiz mazkur viloyatga sayohat qilmoqdalar. Tegishli tashkilot va o‘quv muassasalari bilan hamkorlikda ichki yo‘nalishlar bo‘yicha safarga chiqish istagida bo‘lgan yurtdoshlarimiz uchun avtobuslarda imtiyozli narxlarda sayohatlar uyushtirilmoqda. Bu yurtdoshlarimizning o‘lkamiz boy madaniy merosi va qadimiy tarixi, shuningdek, istiqlol yillarda shahar va qishloqlarimizda amalga oshirilayotgan ulkan bunyodkorlik ishlari bilan yaqindan tanishishida muhim ahamiyat kasb etmoqda. Mamlakatimizda ichki turizm infratuzilmasini rivojlantirish borasida olib borilayotgan keng ko‘lamli ishlar sayyoohlarga qulay sharoit yaratish va ularning o‘z sayohatlarini mazmunli o‘tkazishiga xizmat qilishi bilan bir qatorda O‘zbekistonimizning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotiga ham munosib hissa bo‘lib qo‘shilmoqda.

Xulosa o‘rnida shuni aytish mumkinki, sohadagi ushbu o‘zgarishlar bevosita davlatimiz rahbarining sohaga bo‘lgan e’tibori va tashabbuslari bilan amalga oshirilmoqda. Bu esa mahalliy va xorijiy turistlar O‘zbekiston hududida o’zlarini batamom qulay sezishlari, sayohatdan mammun bo‘lishlari hamda yana qayta sayohat qilishlari uchun kerakli chora-tadbirlarni amalga oshirish ishlarini davom ettirishni taqozo etadi.

Foydalilanigan adabiyotlar:

Таирова М.М.Уровень развития туристской инфраструктуры в республике Узбекистан. - Вопросы науки и образования, 2018 - cyberleninka.ru

Таирова М.М., Игамбердиева Ф.М. Конкурентоспособность предприятий в рыночных условиях экономика и эффективность организации производства.Издательство: Брянская государственная инженерно-технологическая академия (Брянск) ISSN: 2310-936X Номер: 20 Год: 2014 Страницы: 72-75

Таирова М.М. Гиязова Н.Б. Поддержка предпринимательской деятельности в Узбекистане. - International scientific review, 2016 - cyberleninka.ru

Уракова М.Х. Особенности бухгалтерского учета процессов инновационной деятельности и рекомендации по его совершенствованию. Вопросы науки и образования, 2018 - cyberleninka.ru

TURIZMDA INNOVATSIYALARDAN FOYDALANISHNING O’ZIGA XOS JIHATLARI

Boltayeva M.Sh.
Buxoro davlat universiteti katta o’qituvchisi

Har bir industriya texnologiyalar bilan boyitilgan ular asosida ishlab biznes faoliyatining unumorroq bo’lishini ta’minlaydigan transformatsiyalardan o’tib boryapti, mehmonxona xizmatlarini ko’rsatish industriyasi ham bundan mustasno emas.

“Online” buyurtma qilish tizimlari, mijozlar bilan ishslash menejmenti, ijtimoiy tarmoqlar va “aqlii” (smartphone) telefonlar mehmonxona biznesining yangi ko’rinish olib mijozlarga xizmat ko’rsatishning yangi darajasiga moslashishiga undayapti. Aqlii gadjetlarga murojaat ekspertlar naznida buyuk kelajakka ega:

Yorug’lik, harorat, uyg’otgichar, televizor, radio va shunga o’xshagan xona xizmatlarining birgina “aqlii” gadget (tablet, smartphone, PC) bilan boshqarib bo’lishi yoki

Mehmonlar o’zlarining gadjetlariga o’rnatib olishlari mumkin bo’lgan ilovalar yordamida o’z xonalarining boshqaruvini qo’llariga olishlari mumkin bo’lishi shular jumlasidandir.

Ammo bu qulayliklarni qabul qilish yoki qilmaslikni faqatgina mehmonxa biznesi bilan shug’ullanayotgan rahbarlarning birgina qarori bilan hal qilib bo’lmaydi, chunki bu sohada faoliyat yuritayotgan ishchilar va mijozlar kundalik hayotda bu innovatsiyalar menejmenti va iste’moli bilan to’qnashishadi. Shu bois innovatsiyalar bu biznesning inson o’rnini egallovchi robot-mashina deb emas balki uni mustahkamlovchi omili sifatida ko’rilishi lozim. Aynan shuning uchun bu ilmiy ishning konseptsion g’oyasi innovatsiyalar va texnologiya innovatsiyalarining mehmonxona biznesida qo’llanishing iqtisodiy va shu bilan bir qatorda ijtimoiy jihatlarini o’rganib chiqib xulosaga kelishdir.

Bunda e’tibor qaratilgan asosiy faktorlardan biri “MIJOZLAR OQIMI”ning ta’sirchanligi bo’ladi, ya’ni biznesning o’sish yoki tushish analizi orqali kerakli savollarga ko’pchilikning fikriga asoslangan holda javob olinadi. Eng yuqori saviyadagi xizmat ko’rsatish bu sektordagi biznesning eng asosiy ustunlaridan biridir, ammo innovatsiyalar, texnologiyalar buning muntazam ta’minotini osonlashtirib mijozlar xotirasidan o’chmas darajadagi yangi taassurotlar berib biladimi? Ilmiy ishning maqsadi shu kabi dolzarb savollarga imkon qadar mukammal va ilmiy asoslangan javoblar topib, mutaxassislar ixtiyoriga topshirishdir.

O’zbekiston Respublikasida 2017-yilning 30-noyabr kunida tashkil etilgan “O’zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi” bir qator funksional majburiyatlarni bajarish mas’uliyatini olgan. Xizmat ko’rsatish sohasidagi innovatsion faoliyat ham shular jumlasidandir. Vazirlikning tashkil etilishida O’zbekiston Respublikasi prezidentining 2017-yil 29-noyabrdagi PF-5264 sonli “O’zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligini tashkil etish to’g’risida”gi farmoni hamda 2017-yil 30-noyabrdagi PQ-3416 sonli “O’zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi faoliyatini tashkil etish to’g’risida”gi qarori asos qilib olingan.

Mamlakatimizda ham innovatsiyalar asri Turizmni rivojlantirish yo’lidagi sa’y harakatlar mehmonxona industriyasini anchagina rivojlantirdi. Muhtaram prezidentimiz Shavkat Miromonovich tashabbuslari bilan qabul qilingan farmonu qarorlar yurtdoshlarimizni befarq qoldirayotgani yo’q. Ayniqsa viloyatimizda – Buxoro viloyatida o’z milliyligimiz madaniyatimizni o’ziga uyg’unlashtirgan mehmonxona konsepsiylari paydo bo’la boshladи.

Vazirlar mahkamasining 2018-yil 7-avgustdagи 631-sonli qarorida yurtimiz fuqarolariga “Uy Mehmonxonalar” tashkil qilishlari uchun imkoniyatlar yaratildi. Yurtboshimizning 5611-sonli (2019-yil, 10-yanvar) farmonlarida esa uy mehmonxonalar faoliyatini muvofiq sertifikatlash talablari joriy etildi.

Mehmonxona servislarning sifati va saviyasini oshirish yo’lidagi urinishlar va harakatlar turli xildagi texnologik va innovatsion jarayonlarning vujudga kelib keng tarqalishiga sabab bo’ladi.

Ayni damda, mijozlar o’zlarining texnologiyalardan keng miqdorda foydalanishi oqibatida, shuningdek tezkor kommunikatsiyalar va axborot almashinuvining jadal suratlarda tezlashib borishi evaziga turli xildagi mehmonxona xizmatlarini ko’rsatuvchi kompaniyalarning mavjud xizmatlari haqida ma’lumotga ega bo’lib, su ma’lumot asosida keyingi harakatlarini belgilab olishyapti. Ayniqsa internet foydalanuvchilari orasida ma’lumotlarni zudlik bilan o’zlashtirib olish va personallashtirish bu jarayonning tezligini va qulayligini ta’minlaydi.

Turizm sohasidagi innovatsiyalar ko’p qirrali hodisa bo’lib, muntazam o’sib borayotgan sohalar ro’yhatini boshqarib boradi.

“Oracle Hospitality” ishchi guruhi tomonidan o’tqizilgan so’rovnoma 3000 nafar AQSH va Yevropalik sayyoohlар qatnashib ularning 64 foizi innovatsiyalar va texnologik o’zgarishlar dam oluvchilarining sayohati uchun “juda muhim” deb hisoblashgan. Innovatsiyalarning mehmonxonalar tomonidan amaliyatga tatbiq qilinishi ularni raqobatda qo’llab quvvatlaydi. Bular quyidafilar:

Kalitsiz kirish – mehmonlar uchun “wifi” tizimli mehmonxona kartalaridan foydalanibgina xonadan foyldalanish ham qulaylik yaratса ham sayohatning ortiqcha noqulayliklardan xoli va sokin bo’lishini ta’minlaydi

Mobil ilovalar – telefon va boshqa gadjetlari orqali o’zi ma’lum muddatga xarid qilgan nomeri ustidan egalik qilish imkoniyatiga ega bo’lgan sayyoohlар sayohatidan mammun bo’libgina qolmay o’zi istaganidek hordiq ham chiqaradi

Robotlar – inson bajaradigan vazifalardan aynan bir turdagisini mukammal qilib, ma’romiga yetkazib bajarishi evaziga va barqaror sifat ta’minotini ta’minlagani sababli ham mijozlar uchun ham qiziqarli ham qulay xizmat ko’rsatish vositasi o’rnida bo’ladi.

Virtual reality (VR) – virtual reallik

Aslida esa zamonaviy gadgetlarning bir biriga simsiz kontaktsiz ulanishi evaziga istalgan smartfondan ulanib istalgan joyda: uyda, ko’chada, ishda qo’llansa bo’ladigan Virtual Reallik tanlangan mehmonxona yoki biror joyning virtual illyuziyasini ko’z o’ngimizda gavdalantiradi. Bu kabi innovatsiyalardan o’rinli foydalanish esa mehmonxona menejmenti va direktorlar kengashining oqilona iqtisodiy rejalar asosida ish ko’rishi bilan tasniflanadi.

Ushbu imkoniyatlardan ruhlangan yurtdoshlarimiz ayniqsa, viloyatdoshlarimiz “har bir oila – tadbirkor” davlat dasturi asosida imtiyozli kreditlar va boshqa turdagи bank kreditlari evaziga, respublikamizning eng yirik “Turizm O’choq”laridan biri bo’lgan Buxoromizda yangi “Uy Mehmonxonalar” konsepsiyalarini tashkil qilishyapti

Buxoro viloyati turizmni rivojlantirish departamenti tashabbusi bilan ushbu mehmonxona konsepsiyalarini keng targ’ib qilish, xalqning iqtisodiy sharoitini yaxshilash singari xayrli ishlarga qo’l urilmoqda

Turizmni rivojlantirish departamenti tomonida ishlab chiqilgan yana bir yangi “Eco-Tourism” yo’nalishi ham o’zida yangi innovatsion mehmonxona konsepsiyasini uyg’unlashtiradi unga ko’ra; xorijiy va mahalliy mehmonlar qishloq va ovullarimizdagи ekologik toza havo va shart sharoitlar bilan tanishib o’zida milliylikni aks ettirgan paxsa uylarda qolishadi, xizmat ko’rsatish esa zamon talablariga javob beradi

turibdiki innovatsiyalar mehmonxona biznesining har bir jabhasidan chuqur o’rin egallab bormoqda. Bunda foydali ish koeffitsienti juda ham yuqori bo’lib ishchi kuchi sarflaydigan energiya va vaqtning evaziga muqobil va barqaror innovatsion texnologiyalar ish unumdorligini ikki barobar oshirib biznesning xarajatini ikki baravarga tushiradi. Bu esa o’z navbatida ish joyini saqlab qolishga urinadigan malakali kadrlarning shakllanib chiqishiga turtki bo’ladi.

Shunda innovatsianing iqtisodga qo’shadigan hissasini hisobga olmagan taqdirda ham, umumiyl hisobda ko’zga ko’rimas ijtimoiy va malakaviy yuksalishning ham innovatsiyalar bilan uzviy aloqasi bor.

Foydalanilgan adabiyotlar:

Болтаева М.Ш. Экологические и природные ресурсы в туризме в развитии экономического потенциала бухарского региона. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Москва, 09-10 марта 2017 г. Стр. 202-207

Болтаева М.Ш. Проблемы развития апк в узбекистане и пути их решения. Приоритетные направления развития современной науки молодых учёных аграриев. Соленое Займище, 11-13 мая 2016 г. Стр. 1036-1038

Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic” Dimitrie Cantemir” 40, 125-130

Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65

РЕСУРСЫ В ТУРИЗМЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА БУХАРСКОГО РЕГИОНА

Гиязова Н.Б.,

стар. преподаватель, Бухарский государственный университет,

Каюмова З.А.

стар. преподаватель, Бухарский государственный университет

Опыт многих туристских регионов показал, что продуманный подход к развитию отрасли туризма может принести значительные экономические приобретения. Анализируя потенциал Бухарского региона в области развития туризма, большинство ученых и практиков сходятся во мнении, что экономические преимущества от развития въездного и внутреннего туризма очевидны, но достигнутые на сегодня результаты не являются достаточными.

Уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает Бухарская область, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма в стране, так как представляют собой лишь один из элементов туристского предложения. В настоящее время в нашей стране значительная часть материальной базы туризма нуждается функциональной реконструкции. Первочередные мероприятия по развитию инфраструктуры туризма региона должны быть сосредоточены на регионах, требующих относительно низких капиталовложений, где развитие туризма позволяет рассчитывать на скорую отдачу. Естественная природная среда или ее отдельные элементы: пейзажи, памятники природы, определенные виды растений или животных, или их сочетание. Согласно данным UNWTO, экологический туризм – одно из наиболее динамично развивающихся направлений в туризме.

Экотуризм — это ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения. Испокон веков окружающая среда обеспечило жизнедеятельность местных жителей путем использование природных ресурсов в различных направлениях и целях. Одним из современных направлений, который стремительно развивается - это туризм, точнее экотуризм. Еще одним звеном развития местной инфраструктуры может послужить аграрный туризм. Экотуризм и аграрный туризм считаются выгодными направлениями по причине того, что не требует значительных вложений, но можно достичь высоким экономическим показателям.

Полвека назад окружающая природа не рассматривалась как выгодный объект для инвестиций в сфере туризма. Сегодня бизнесмены в разных частях мира вкладывают средства в организацию экологических маршрутов. С каждым годом развивается это направление и в Узбекистане, в частности и в регионе Бухаре. Все больше туроператоров страны включают в портфель услуг организацию экотуров. Причем ряд компаний специализируются исключительно в этой сфере. Конечно, здесь должен пройти определенный этап развития. Нужны гиды. Необходимо объяснять жителям районов, благоприятных для экотуризма, как важно сохранять природу. Нужно понять, что экотуризм выгоден и для местных жителей.

Экология и есть та самая ниша, которая и дает ресурсов для использования в сфере туризма, и нуждается в помощи для поддержания ее нынешней состояния. В Бухарском регионе имеется множества природных, экологических ресурсов, заповедников, заказников, лесоохотнических хозяйств, где обитают и хранятся несколько сотен видов флоры и фауны. Например, заповедник "Джейран", в нем мы можем увидеть несколько видов животных, которые занесены в Красную Книгу. Или в расстоянии 130 км от областного центра находится озеро Денгизкуль, где законом запрещено доступ массовым посещениям, и в прошлом году немецкие ученые нашли в озере совершенно нового вида рыбы, которая не

известен науке. Или имеются множество термальных источников, которые используются только местными жителями.

Также, можно посчитать ряд факторов, которыми являются опорой для развития экотуризма:

- использование источников альтернативной энергии - при проведении экотуров можно предлагать различные услуги путем использования источников альтернативной энергии;
- предложение экологически чистых условий - например, возможность переработки использованных ресурсов и их отходов;
- использование передовых экологических технологий в транспортной системе - использование транспортных средств с экологически безопасными видами топлива, или использование скоростных электрических поездов и т.д.
- специализация по "экотурам" - появления на рынке туроператоров, специализирующиеся по экологическим турам.

В целом, развития экологического туризма в Бухарском регионе основан на ряд факторов формированных до или после начала процесса сохранения экологического состояния окружающей среды. Кроме того, роль местного населения, туристов, социально-экономических изменений на локальном уровне имеет важное место в развитии экономического потенциала региона.

Список литературы

Алейникова Э. Прелести и риски экотуризма, или Почему общественность в тревоге? Сборник экологических статей. —Ташкент, 2008.

Джуроев А.Т. Особенности развития экотуризма в Испании.- Испания, 2014.

Таирова М.М. Гиязова Н.Б. Поддержка предпринимательской деятельности в Узбекистане. - International scientific review, 2016 - cyberleninka.ru

Уракова М.Х. Особенности бухгалтерского учета процессов инновационной деятельности и рекомендации по его совершенствованию. Вопросы науки и образования, 2018 - cyberleninka.ru

MARKETINGNING ZAMONAVIYLASHISHIGA INTERNET TEXNOLOGIYALARINING AHAMIYATI

Ergasheva A.F.

Buxoro davlat universiteti o'qituvchisi,

Atamuradov Sh.Sh.

Buxoro davlat universiteti talabasi

Markening tarkib topishida iste'molchi fe'l-atvori dinamikasining rivojlanishini to'liq tushunishga urg'u berish kerak. Biz marketingni qo'llayotgan korxonalar tijorat kompaniyalari bilan chegaralanmaganligidan xabardor bo'lishimiz kerak. Marketing metodlari turizm kengashi, muzeular va xayriya tashkilotlari bepul yoki imtiyozli ta'tillarda qariyalar yoki nogironlar uchun qo'llaniladi. Ammo, bozor chegarasida bu zamonaviy o'zgarishlarga muvaffaqiyatlari moslashgan, boshqaruv resurslarini bozor tadqiqoti va iste'mol tendensiyalarini o'rganishga yo'naltirgan, shu bilan birga taqsimot kanallarini va eng kuchlisi hisoblangan kompaniya aloqalari takomillashtirgan korxonalardir.

Marketing rivojlanish xuddi ijtimoiy va biznes bosimi oqibati kabi zamonaviydir. Eng ko'p tarqalgan marketing rivojlashi hisobi bo'lib ishlab chiqarish evolyutsiyasi sotuvar va nihoyat AQSH dagi Pillbury kompaniyasi marketingini farqlagan, Keith tomonidan taklif etilgan sxema hisoblanadi. 1950-yili Keith(1981) ko'p sur'atlar bilan o'sib borayotgan iste'molchilar oriyentatsiyasi "iqtisodiy fikrlash, bir virtual inqilob erishish, biznes uchun uzoq ko'zlagan maqsadlari bo'ladi" deb bahslashgan. U, 1950 yillarda oxirida, iste'mol orientatsiya endigina biznes tushuncha sifatida qabul qilinishni boshlayotgan degan xulosaga keldi. Adabiyotga ko'z tashlaydigan bo'lsak, marketing tarixi va zamonaviy biznes amaliyoti hisobi 3 aniq bosqich sifatida namoyon bo'ladi:

Ishlab chiqarish davri. Bu mahsulot yetarlicha arzon narxda bo'lsa, ular sotib olinadi degan ishonch bo'lgan vaqtida yuz bergen. Shuning uchun ham mahsulotni urg'u berilgan izchil pasaytirilgan narx bilan bozorga yetkazish muhim bo'lgan. Boshqaruv markazida tashqi, bozor yo'naltirilgan e'tibor emas, balki ichki, mahsulot yo'naltirilgan e'tibor jalb qilish ishlab chiqarish samaradorligini oshirdi. menejment uchun muhimroq maqsad bozoriga eng past baho taklif qilish mumkin bo'lgan standartlashtirilgan mahsulot ishlab chiqish edi.

Sotuv davri. Bu kompaniyalar ular yomon shakllantirish mahsulotlarini sotishga uringan evolyutsion bosqich hisoblanadi. Bu sotish yanada samarali vositalarini izlanishiga olib keldi. Raqobat kuchayganda, kompaniyalar turli xil bozorlar va ularning savdo texnikalarini takomillashtirish haqida ko'proq bilmasdan yashay olomasliklarini tushunishdi. Shuning uchun ular talabiga ta'sir qilish va oddiy savdo yo'li bilan ularning ta'minoti qoniqtirishga moslashtirishga urunishdi

Marketing davr. Bu davr oldingi falsafalarga qarama-qarshi usul bo'lib, korxonalar nima ishlab chiqargan mahsulotni emas, sotish mumkin bo'lgan mahsulotlar bilan ta'minlash boshlashi bilan xarakterlanadi. Tashkilotlar iste'mol boshchiligidagi yondashuvni qabul qilingan va marketing mix yaxshilashga e'tibor qaratildi. Ushbu davr mijozlar ehtiyojini qondirish va iste'molchilar ehtiyojini qondirilishini ta'minlash rejalashtirishdagi eng samarali asos bo'ldi va o'sha tashkilotlar muvaffaqiyatga erishish uchun tashqariga e'tibor berishlari kabilar bilan samarali e'tirof etildi.

Turizm industriyasi yangi diqqatga sazovor joular barpo etishga, mahsulotni yaxshilashga, mehmonxonalar qurishga va texnologiya investitsiyasiga katta miqdori pul sarflayapti. Xavf darajasi minimumga bo'lishi uchun yagona yo'l mijozning ehtiyojlariga bog'liq mahsulotlar ta'minlovchi

marketing falsafasini qabul qilish orqalidir. Ammo, barcha tashkilotlarning qattiq raqobat muhitda ishlashi, boshqaruv moslashuvchanligi va harakalar to`plamiga zid keladi. Marketing iste`molchi va bozordan boshlaydi. Ushbu jarayon mijozning suverenitetini aks ettiradi. Bunday yondashuv to`g`ri strategiya bo`lishi kerak, chunki oxir-oqibat ertaga turizm bozorini iste`molchi shaxsiy xarajatlari orqali qo`llab-quvvatlaydi.

Marketing munosabatlari asos bo`lib, qachondir mijoz birinchi marta g`olib bo`lishigacha oshishi mumkin bo`lgan, biznesning maqsadini uzoq muddatli iqtisodiy nafga diqqatini qaratganligidir. Chunki mavjud mijozlarni yo`qotmaslikdan, yangi mijozlarni jalb qilish 5 dan 10 baravargacha qimmaroq tushishi mumkin. Shuning uchun ham tijorat nuqtai-nazaridan takroriy xaridga natijasida iste`molchilar hayoti davomida sotib olgan mahsulotlariga asoslangan tushuncha mavjud. Bunday yondashuv, uzoq muddat davomida olingan daromadga o`rnatilgan sotib olish va istiqbolini konvertatsiya xarajatlari imkoniyatini beradi. Samarali savdo va foyda sxemasi to`g`ri proporsional ravishda munosabatlar davomiyligi yaxshilashiga olib keladi.

U uzoq va qisqa muddatli rejalshtirishni o`z ichiga oladi. bu strategik rejalshtirish va taktik faoliyat bilan bog`liq. tashkilotning uzoq muddatli muvaffaqiyati resurslar va aktivlarining samarali foydalanishni talab qiladi, ayni vaqtda taktik harakat esa rejalarini kursda tutishni talab etiladi.

Samarali, rentabel usullarini talab qiladi. Marketingning asosiy tashvishi uzoq muddatli foydaga erishish maqsadida har bir tashkilotda korxonaga maqbul yoki minimal xarajat evaziga mijozning maksimal qoniqishini va qiymatini ta`minlashdir. Biroq ko`p tashkilotlarda, dilemma shuki, boshqaruv savdo va foyda bajarishi munosabati qisqa muddatli muvaffaqiyat bilan baho beriladi.

U, integrallashgan kompaniya muhitini rivojlantirishga talab qiladi. Tashkilot harakatlari va tuzilishi maqsadli mijozlar ehtiyojlari bilan mos bo`lishi kerak. Tashkilotning har bir xodimi mijozlari qondirish darajasini maksimallash har bir bo`linish bilan bir umumiy korporativ, marketing muhitida ishtirok kerak. Integratsiya faqatgina tabassum yoki xushmuomalalik emas. Mijozga xizmat qilishdagi to`sifalar yo`q qilinishi kerak. Iste`molchilar ehtiyojlari o`zgarishiga muvofiqlashishiga duch kelish va javob berishga tashkiliy tuzilmalarni ta`minlashga javobgarlik tashkilot bo`ynida hisoblanadi. Bunday muhit, mijozlar va bozor talablariga muvofiq har bir va butun tashkilot bo`limi moslashuvi madaniyatiga asoslangan bo`lishi kerak.

Internet marketing rivojlanish tarixi 1969 yil oxirida AQSh Xavfsizlik vazirligi harbiy bo`limning ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) nomli kompyuterlar tarmogini yaratishidan boshlangan. Bunday tarmoqning foydaliligin tez orada anglagan universitet va kollej olimlari ma`lumot almashinuvi uchun o`xshash tarmoq yaratdilar. Sekin-sekin o`zarbo`nglangan yangidan-yangi lokal tarmoqlar paydo bo`la boshladi. Shunday qilib, XX asrning 80 yil oxirlariga kelib, Internet deganda xalqaro "tarmoqlar tarmog'i" tushunila boshlandi. Internet rivojlanishi davomida individual va korporativ foydalanuvchilar elektron aloqalari shakllandi. Bu esa axborotni ancha qiymatga ega va topish ancha oson bo`lgan yangi elektron sohaning yaratilishiga asos bo`lgan. Internet-bunday yangi iqtisodiyot ko`rinishi paydo bo`lishining ham sababi, ham natijasi, fundamental texnologik va iqtisodiy o`zgarishlar mahsuli hamda uning muhiti va bozori hisoblanadi. Bularning hammasi iqtisodiyotda sezilarli o`zgarishlarni keltirib chiqardi. Biznes yuritishning asosiy munosabatlari va modellari o`zgardi:

ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko`rsatuvchilarning ustunligidan, dalolning keyin iste`molchining etakchi roligacha;

ommaviy ishlab chiqarishdan buyurtmaga ishlab chiqarishgacha;

material resurslar va aktivlar muhimligidan axborot, bilim, salohiyat muhimligigacha.

1990 yil boshlarida Internetning faol tijoratlashuvidan yangi atamalar paydo bo`ldi: internet biznes, elektron tijorat va internet marketing. Axborot texnologiyalari biznes muvaffaqiyatida ilgari hech qachon bunday muhim rol o`ynamagan edi. Haqiqatdan ham, bugungi kunda istalgan sohani axborot texnologiyalaridan xoli tasavvur etib bo`lmaydi. Axborot texnologiyalari rolining o`sib borishi barcha faoliyat turlariga ta`sir ko`rsatyapti. Etakchi mamlakatlar Internetni ishlatish va internet marketing rivojlanishida yuqori yuksalishga erishishmoqda.

Internet marketing - marketing faoliyatini internet, axborot texnologiyalari va telekommunikatsion tizimlar orqali amalga oshirilishidir. Internet marketing - elektron marketing, web marketing, online marketing yoki digital marketing ham deb ham ataladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

- Davronov I.O. (2015) “Tourism potential of Uzbekistan” Lucrările Seminarului Geografic ”Dimitrie Cantemir” 40, 125-130
Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism. International Scientific and Practical Conference World science.2015. Vol 4. p. 61-65
Ibragimov, N., &Xurramov, O. (2015). Types of competition in destination marketing and 6A model of competitiveness. J.: The Current Global Trends, 3(1), 22-26
Махмудова Н.У., Шумуродова И.Ф. Особенности рекламы и поощрения в ресторанном бизнесе. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 279-284

TURISTIK MAHSULOT SOTUVINI JADALLASHTIRISH OMILLARI

Shadiyev A.X.

Buxoro davlat universiteti o'qituvchisi

Sotuv kanallarini tanlash o'zida mas'uliyatli vazifani mujassam etadi, buni hal etishda vositachilar soni kam bo'lganda ular bilan yaqin aloqa o'rnatishni ta'minlash osonroqligi va shu bilan o'ziga ularning ishiga jiddiy ta'sir etishni, savdo xodimlarini yetarli darajada tayyorlashga erishish va hokazolarni hisobga olish zarur. Shu bilan birga muayyan bozorda vositachilarning parallel ishlayotgan ortiqcha soniga e'tibor berish turistik firmalarning ularga kuchli tobe bo'lib qolishiga olib keladi. Ulardan birining tuzilgan shartnomani bajarishdan voz kechishi turistik firmaga jiddiy tijorat zararini yetkazish mumkin.

Turistik mahsulot kanalini tanlash to'g'risidagi qarorga ta'sir etuvchi bir qator omillarni ajratish mumkin:

- Turistik mahsulot xususiyati;
- Turistik mahsulot afzalligi;
- Turistik mahsulot taklif etuvchining geografik joylashuvi;
- Raqobatchilarning mavjudligi;
- Raqobat kurashining darajasi;
- Turistik mahsulot assortimentining kengligi;
- Turizm infratuzilmasining rivojlanish darajasi;
- Mehmono'stlik industriyasining holati;
- Iste'molchilarning uzoq-yaqinligi va boshqalar.

Shuni aytish mumkinki, turistik mahsulotning ommaviy iste'mol etilishi, assortimenti kengligi qanchalik yuqori bo'lsa, sotuv tarmog'i shunchalik sertarmoq bo'ladi. Bir hududda iste'molchilar yuqori darajada jamlangan bo'lsa, sotuvning bevosita tarmog'i joylashgan bo'lsa vositachilardan foydalanib sotish muvofiq bo'ladi.

Sotuv kanallarining u yoki bu usulini tanlashda birinchi navbatda tijoratlashgan jarayonning barcha funktsiyalarini bajarish, ikkinchidan raqobatchilarga ko'ra yaxshi tijorat ishlarini bajarish, uchinchidan boshqa kanallarga nisbatan ancha past xarajatlar sarflanishini hisobga olish lozim. Shu bilan birga sotuv tizimining aniq bir kanalini tanlab olish bir qator omillar va turistik mahsulotning o'zining ko'rsatkichlari, xarid tabiat, bozorning holati va hokazolar bilan belgilanadi. Demak, sotuv kanallarini tanlashda ma'lum bir mezonlar majmuidan foydalaniladi.

Turistik mahsulotlar sotuv kanallarini tanlash mezonlarida ham muhim ko'rsatkichni iste'molchi, turistik mahsulot va turistik korxonaning xususiyatlari, shuningdek infratuzilmalar faoliyati tashkil etadi.

Sotuv kanallarini tanlashda yuqoridagi uch asosiy omillardan tashqari yana turistik korxona marketing faoliyati bilan bohliq bo'lgan uch muhim omil: bozorni qamrab olish, sotish bilan bog'liq xarajatlarning miqdori va sotuv jarayonining nazorati ham muhimdir.

Sotuv kanallarining barcha shakllari ham bir xil xususiyatlarga ega emas. Sotuv kanallarining shakllari turli belgi va xususiyatlar bo'yicha bir biridan keskin farq qiladi. Ana shu farqlar yuqorida ta'kidlab o'tilgan mezonlar bilan birgalikda taqqoslanib, turistik firma uchun eng maqbولي tanlanadi. 6-jadvalda marketingda sotuv kanallarining turli shakllarini qiyosiy jihatlari keltirib o'tilgan.

Ushbu kanallarning pog'onasi va uzunligini tanlash uchun quyidagi bir necha mezonlardan foydalaniladi:

Foya olish mezonlari. To'g'ridan-to'g'ri sotish kanallari ko'proq miqdorda turistik mahsulot sotish va shunga munosib foya olish imkonini beradi. Turistik firma o'zi yaratigan turistik

mahsulotni o`zi sotishga harakat qiladi va bundan tushgan tushum to`liqligicha turistik firma hisobiga tushadi, ya`ni vositachi ishtirokisiz.

Xarajatlar mezonlari. Marketing amaliyotida asosan bir qoida mavjud. Unga asosan agar turistik mahsulot chakana savdo bilan shug`ullanuvchi tijorat vositachilari “to`g`ridan-to`g`ri yetkazib berish” foydali ekanligi o`z isbotini topadi, chunki bunda qo`shimcha xarajatlar (vertikal va har xil shartnomalar uchun) kam bo`ladi, ya`ni turistik mahsulotni ulgurji sotuvchi shaxs qo`ygan ustamadan kam bo`ladi va mijozni jalg qilish, ya`ni turistik mahsulot reklamasi uchun ketadigan sarf-xarajatlari evaziga kam bo`ladi.

O`zgaruvchanlik mezoni. Sotuv kanallarini tashkil qilish o`z-o`zidan dinamik jarayonni ifodalaydi. O`z o`rnida bu jarayon doimiy aniqliklarni talab etadi.

Nazorat qilish mezonlari. Agar turistik firma taklif qilgan turistik mahsulotni sotish jarayonida qancha ko`p vositachi ishtirok etgan bo`lsa, buni nazorat qilish shunchalik past bo`ladi. Ishtirok etgan vositachilarning o`ziga yarasha iqtisodiy qiziqishlari mavjud. Bu qiziqishlarning bir-biriga mos kelmasligi sotuv kanalida o`zaro nizolar keltirib chiqaradi.

Turistik firma asosiy sotuv kanallari ishini o`rganib chiqib bu jarayonini takomillashtirish haqida qaror qabul qiladi. Keyingi navbatda tanlangan kanal ishini yuritish qoladi. Bu kanalni boshqarish alohida tanlab olingan vositachilar va ularni rag`batlantirishni talab qiladi, hamda ularning keyingi ish faoliyatini baholashdan iborat.

Sotuv kanalini tanlash orqali turistik firma iste`molchilarning qaysi segmentlari, qanday darajada turistik mahsulotni sotish alternativ variantlari mavjud, qaysi yo`lni tanlash faqatgina turistik mahsulotni yaratish uchun ketgan sarf-xarajat va tushumidan tashqari turistik mahsulotning va turistik firmaning imiji katta rol o`ynaydi. Sotuv kanalini tanlash turistik firmaning strategik qarori hisoblanadi. Odatda, bu kanallarni qisqa vaqt ichida o`zgartirish, iloji yo`q vazifadir. Bu kanallarni o`zgartirish xatarlidir, chunki ba`zi iste`molchilar turistik mahsulotlarni aniq bir vositachilar orqali olishni afzal bilishadi. Turistik firma uchun bunda eng asosiy masala bu ishni obdon o`rganib chiqish va aniqlash, ya`ni sotuv kanalining qaysi tuzilmasi ular uchun imkonli bor hisoblanadi Quyidagi masalalar bo`yicha qarorlar qabul qilinadi:

Sotuv kanali uzunligi;

Birgalikda faoliyat yuritish mumkin bo`lgan vositachilar turlari, ya`ni (ulgurji savdo bilan shug`ullanuvchi, kichik hajmdagi ulgurji va chakana savdo bilan shug`ullanuvchi vositachilar);

Har bir darajada bir xil turdag'i vositachilar soni (ya`ni bozorni qamrab olishga qarab);

Turistik mahsulotni halqaro turizm bozoriga sotish kanali xususiyatlari.

Sotuv kanallarini tanlash turistik firma uchun o`ta strategik qaror hisoblanadi. Sotuv kanali – bu turistik mahsulotni o`zi qabul qiladigan yoki ma`lum bir turistik mahsulotni so`ngi iste`molchiga yetkazib berish maqsadida boshqa shaxsga yetkazib beruvchi tashkilotlar yoki alohida bir shaxslar yig`indisidir.

Milliy turistik mahsulotlar sotuv kanallari samaradorligi ko`p jihatdan kanalni tashkil etish shakliga ham bog`liqdir. Turistik mahsulot mustaqil tijorat vositachilari orqali yoki turistik firmaga qarashli bo`lgan tobe vositachilar orqali sotilayotganiga ham ko`p jihatdan bog`liqdir. Turistik mahsulotlar sotuv kanallari turistik mahsulot va turistik xizmatlar sotuv kanallariga ajralgan holda shakllanishi mumkin.

Turistik mahsulotni mustaqil turistik firmalar tomonidan vertikal marketing tizimini shakllantirgan holda sotuv kanali faoliyatini qo`lga qo`yilishi. Bu shaklda turistik mahsulotlar sotuv kanali markazlashgan tartibda turistik firma turoperatorlik faoliyati turpaketni shakllantirishdan to sotishgacha bo`lgan faoliyatni bir tizimga qamrab oladi.

Turistik mahsulotlar sotuv kanalining ikkinchi qismi turistik xizmatlar sotuv kanallaridan iboratdir. Turistik xizmatlar sotuv kanali turistik xizmatlarni taklif etuvchilar va ularni jamlab bir tizimga keltirib sotish tarmoqlarini o`z ichiga oladi.

Lekin turistik mahsulotlar sotuv kanallarini alohida qismlarga ajratib, amalga oshirish samara bermaydi. Turistik mahsulotlar bu – kompleks bo`lib, tur, turistik xizmatlar, ekskursiya va transfert xizmatlarni o`z ichiga oladi.

Turistik mahsulotlar murakkab, ko`p funktsiyali, turli turistik xizmat va servislardan tashkil topadi. Turistik mahsulotlar sotuv kanallari faoliyatini tahlil qilishda asosan qiymat ko`rsatkichlaridan keng foydalaniladi. Turistik mahsulot sotuv kanallari faoliyatini natural ko`rsatkichlarda ifodalash murakkab.

Foydalanilgan adabiyotlar:

Таджиева С.У., Кодирова М.М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане. Современные тенденции развития науки и производства. Кемерово, 21-22 января 2016 г. Стр. 374-377

Хуррамов О.К. Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 344-349

Дилмонов К.Б. Важности интернета в сфере индустрии туризма. //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России// Материалы международной научно-практической конференции. Москва.ГЦОЛИФК. 2017, Стр. 216-222

BUXORO HUDUDIDA EKOTURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLLI YO'LLARI

O'rroqova D.B.

Buxoro davlat universiteti o'qituvchisi

Ekologik turizm – bu tabiiy turizmning insonlarni birlashtiruvchi o'simlik va hayvonot dunyosini o'rghanishga ilmiy yondashuv, tabiat qo'yniga sayohat, tabiiy - iqlim resurslari - okean, dengiz, daryovako'llar, sun'isuvhavzalari, cho'l va qumliklar, tog'lar va ulardagi sharshara suv omborlari, g'orlar, qir - adirlar, qo'riqxona v bog'larga dam olish kunlari hordiqchigarish bilan o'rghanishni birgalikda amalga oshiriladi. Turizmning ushbu turida qo'riqlanayotgan tabiat hududlari alohida o'rinni tutadi.

Mamlakatimizda nafaqt tarixiy-madaniy memoriy yodgorliklar balki ekologik turizm bilan bog'liq noyob tabiyati, lanshaft(cho'llar, tog'lar,daralar),tabiiy va suniy ko'llar,turli noyob hayvonlari va o'simliklar dunyosi bilan mashhurdir. Bu hududlar Samarqand, Buxoro, Xiva,Toshkent viloyati va vodiylar kiradi.Ekologik turizm bugungi kunda eng ko'p foyda keltiruvchi turizm turlarida biri bo'lib,ko'pgina mamlakatlarda tezkorlik bilan rivojlanmoqda. Buxoro viloyatida mavjud ekoturistik hududlarni kompleksli rivojlanish, tabiat yodgorliklariga zarar yetkazmasdan ichki turistlar va xorijdan kelgan turistlar uchun turistlar uchun qiziqarli obyektlar,ya'ni muhofazaga olingan hududlar doirasida sayohatlar,turistik xizmatlar taklif qilinsa ekologik turizmni hududiy rivojlanishining muhim asosi hisoblanadi. O'zbekiston tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi hamda turizmni rivojlanish qomitasi Buxoro viloyatida ekologik turizmni rivojlanish dasturi miqiyosidagi o'rni hamda ahamiyatini iuning hudud salohiyati va rivojlanishiga mone'lik qilayotgan salbiy omillarni etiborga olib,ekologik turizmning rivojlanishiga qaratilgan quyidagi chora-tadbirlarni ishlab chiqdi.

1. Jahonda ekologik turizm rivojlangan mamlakatlar tajribasini o'rghanib hududga moslashtirish kerak.

2. Viloyatimizda sayillar, ko'pkari, bog'dorchilik, sabzavot-polizchilik hamda uzumchilik tarmogi keng rivojlangan hosil yig'ish bayramlari,cho'llarda safari va ov turini tashkil etish.

3.Hududda ekologik turizmni rivojlanish yo'llarining qisqa muddatda hamda uzoq muddatli o'zini oqlaydigan loyihalar ishlab chiqish hamda viloyat hokimligi tomonida qo'llab-quvatlanishi maqsadga muvofiq bo'laredi.

4.Hududiy kartalarning yo'qligi, turistning ijaraiga olgan yoki shaxsiy transportda harakatlahshi uchun Gis-GPRSlarida, internet orqali izlangan hududlar to'grisidagi ma'lumotlar yo'qligi tabni xiraqiladi.

5.Tabiy yaratilgan qo'riqxonalarni ibog'larni ,suv omborlarni "Jayron"qo'riqxonasi atrofida yurtalar tashkil etish kelgan turistlar uchun joylashtirish ,ovqatlantirish va tashish xizmatlarini tashkil etish.

6. Ekoturistik obyektlarni elektrenergiya (yoritish, televideniya, radio, aloqavax.k)i.f.n. N.S.Ibragimov, (BuxDUK katta ilmiy xodim izlanuvchisi) – tomonidan yaratilgan "Ekomehmonxona" g'oyasi orqali amalga oshirish mumkin.

7. Tadbirkorga va investorlarga ishlash uchun keng yo'l ochish kerak.

Turistlarni joylashtirish uchun yurtalarni qurish soha rivoji hamda qishloq joyida ko'pgina yangi ish o'rinalarini yaratish imkonini beradi. Buxoro viloyatida qishloq turizmini rivojlanishning sharoiti va imkoniyati bisyor. Ekologik turizmni tashkil etish uchun sharoit mavjud.Ekoturistik zonalar tashkil etilgan hududlarda transport va yol xizmatlarini yaxshilash kerak. Ekologik

turizmning afzalliklari u uchun keng komfartabelniy mehmonxonalar qurish kerak emas.Bunda shaharlik ichki turistlaruchun ham horijlik sayyoohlar uchun ham birdek qiziq bo`lgan qishloqda yashovchi insonlarning yashash turmushiga qiziqishi sabablidir

Ekologik turizmni rivojlanirish tabiat komplekslariga etkazadigan ta`siri ko`lamiga bogliqligi jihatidan aniqlash qiyin bo`lgan bevosita va bilvosita ta`sirlarga ajratiladi.

1.Bevositayokito`gridanto`grita`sirquyidagilardaniborat

-Insonlarningfauna va floraga ta`siri

2.Bilvosita ta`sir quyidagilardan iborat

-tabiyyashashmuhitiningo`zgarishi;

-geografikmuhitningo`zgarishi;

-inson tomonidan o`simlik dunyosi hamda hayvonot dunyosini genetik o`zgartirish ham bularga bo`lgan qiziqish ekologik turizmni rivojlanishiga sabab bo`ladi.

Bilvosita boshqarish usuli esa turistlar hulq-atvorini o`zgartirish,ta`limi

Ekologik turizmi turlarini shakllantirishda turistning bu turdan maqsadlarini o`rganish kerak.

1-jadval

Ekologik turizmi tashkil etishda sayyohatchilar segmentini o`rganish tartibi

Qatnashchilar ishtirokiga ko`ra	Individual tur,oilaviyturvaDo`stlar yoki korxona tomonidan jomoaviy turlaga
Qancha vaqt, kun	Turning dovimiyligiga ko`ra
transport	Avtomobilda, hayvonlarxizmatidafoydalanish
Turist ruhiyatiga ko`ra	Tavakkalchi Motiv
Yashash sharoitiga ko`ra	Madaniyatlar yaqin bo`lgan davlatlarga badoradi Yangichahissiyotlartuyishninxohlaydi. Faolvao`zgaruvchan
Maqsadiga ko`ra	Mamlakatni yoki hududni oldindan o`rganib keyin sayotga chiqqanligi Oldindan ularnnig tilini o`rganadi. Sayohatchi yangi madaniyatni o`rganis uchun keladi Shoping-do`stlarivayaqinlari uchun sovg`alar xarid qiladi Bu sayohatdan yangi bilimlar hissiyotlar va xotiraqoladi Sayohatchi erkin o`zi tanlagan pezajni rasmgaoladi yoki chizadi. Aniq masadli Sayohatchi ekologik turizmni tanlashidan maqsad unga tabiat qo`ynidagi sokinlik yoqadi

Mutaxassislar fikricha, bir marta ekoturizmga sayohatga chiqqan kishining fikri oshadi,dunyo qarash ijobjiy tomonga o`zgaradi, shuningdek insonlar yaxshi xordiq olishlariishning samaradorligini oshishiga xizmat qiladi.

Buxoro hududida ekoturizmning ahamiyatlari tomoni shundaki, sayohatlarni deyarli butun yil davomida tashkil etish mumkin.Turistlarni jalb etish uchun birinchi navbatda qulay xizmat ko`rsatish sharoitlarini yaratish, ularni transport bilan ta`minlash va Buxoroning turistik salohiyatini chet ellarda targ`ib qilishni amalga oshirish zarur. Buxoroda ekologik turizm rivojlanib borayotgan bo`lsada, unda ovchilik, baliqchilik kabi shakllari ko`proq tarqalgan. Ammo ularning samarasi tabiiy hududlar va milliy parklar uchun juda past, chunki topilgan daromadlar buzilgan ekologik muvozanatlash va saqlashga doim ham sarflanavermaydi. Shu bilan birga, sayohatlarning atrof-

muhitni o`rganish va uni turistik sarf-xarajatlar hisobiga qo`llab-quvvatlashga qaratilgan ekologik shakllarni ham rivojlantirish lozim.

Buxoro hududida olib borilayotgan keng iqtisodiy-ijtimoiy islohotlar ekoturizmni rivojlantirishga ham katta hissa qo`sadi va turizm sohasining yana bir turi ekoturizmning yanada rivojlanishini ta`minlaydi.

Foydalilanigan adabiyotlar ro`yxati:

Aliyeva M.T., Umarjonov A.«Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti»

T: «Moliya» 2005

Axmedov X.I, Allabergenov A.A. «Turizmfaoliyatinitashkiletish» T: 2004

Birjakov M.B.«Vvedeniye v turizm».Uchebnik. SPb.Izd. dom «Gerda», 2006

Ryabovoy I.A., Yu.V. Zabayev, Ye.L. Drachevoy. «Ekonomikaiorganizatsiyaturizma». Uch. posob. M: 2006

Tuxliyev I.S. «Turizmasoslari» Samarkand 2008.

Qudratov G.H, Tuxliyev I.S. Turizm iqtisodiyoti. Qo`llanma. SamISI –2007.

ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛИДАГИ ТАДҚИҚОТЛАР

THE DIFFERENCE BETWEEN A LITERARY AND A NONLITERARY TEXT

Khakimov Kh. I., UzSWLU

There is a classical sense in which literary and nonliterary may be distinguished. This distinction is important for those studying Literature. In the context of classical literature studies, literary and nonliterary refer to stylistic elements. This is also a distinction important to those wishing to establish careers as literary authors.

The literary text is a complex whole, the elements constituting the text are arranged according to a definite system and in a special succession. This kind of a complex organization of a literary production, its construction is called composition. Composition of the text is stipulated by its contents, it reflects the complexity of life phenomena, depicted in the text, and the comprehension of life connections, as well as cause and effect relations, characteristic of the given writer.

Composition of a literary work depends on its plot. A plot is a plan of a literary composition reflecting its immediate content. It is a scheme of connected events comprising the main stages in the development of conflicts and revealing principal traits of people through their actions.

As they write in the internet sites “Literary text is defined as a wide variety of imaginative and creative writing that leads to the appreciation of the cultural heritages of students. Literary is defined as something related or associated with literature or scholarly learning and writing”. In literary theory, a **text** is any object that can be "read," whether this object is a work of literature, a street sign, an arrangement of buildings on a city block, or styles of clothing. It is a coherent set of signs that transmits some kind of informative message. This set of symbols is considered in terms of the informative message's *content*, rather than in terms of its physical form or the medium in which it is represented.

Literary works are those that have significantly complex and detailed literary devices particularly in metaphor and symbolism. Also important are literary elements of chronology and psychological characterization. Metaphor and symbolism are significant and distinguish literary from nonliterary because deeper meanings are embedded in the text through these techniques. A text rich in metaphor and symbolism will impart both literal and figurative meanings and will accommodate deeper and more layered themes.

The element of chronology is significant because the times present, past and future can be used to serve greater purposes than cause and effect, before and after sequencing of events. Chronology can either develop unity or create fragmentation; it can be cohesive or it can disrupt and disturb. Psychological characterization, which makes the character more important than the character's actions, develops and exposes the mental, cognitive and emotional processes that build or curtail relationships, drive or thwart motivation, bring happiness and luck or despair and anguish.

In contrast, nonliterary refers to texts that are thin on metaphor and symbolism: these texts want to tell a story and to entertain. The thematic elements and issues are simple and easily identifiable, if there are themes rather than simple morals. Chronology is true to life with a few flashbacks for providing backstory if needed. Action and events outweigh character development and psychological depth.

These distinguishing characteristic are applicable, with variations, to fiction and nonfiction. Literary nonfiction may be considered represented by biographies and autobiographies that seek to explore the metaphors and the symbols suggested by real life experience in order to understand

universal characteristics of human life. Chronology may be used to explore a wider range of associated events and relationships, while psychological understanding drives the progress and depth of the narrative revealing inner motives, confusion, restlessness etc in order to examine the human condition and the driving forces behind success and failure, happiness and sorrow.

Non-literary text forms an independent part of a publication .Non-literary texts are informational writing: factual material, informational explanations, newspaper articles, textbooks, journal and diary entries, and so forth that are published in newspapers, Informative magazines current affairs news and educative articles. Non-literary composition uses facts and figures to proof a point. Examples of non-literary texts are personal diaries, current affairs news, journals, text books and articles. Non-literary composition is written objectively. In contrast, literary texts are fictional compositions based on the artist's will and imaginations and are therefore subjective. Poetry, novels, short stories and dramas are written in a particular way, and this is referred to as literary text. In literary texts, authors creatively create feelings and ideas to entertain their audiences. Examples of literary texts are poems, short stories and dramas. They have been described as “the best words in the best order”.The use of sound of words make poems sound like songs when read aloud. Poems have a particular appearance that shows they are poems before even reading the words. Poems have shorter lines than most sorts of writings.

Language features refer to the sound of the language in literature, the use of specific vocabulary to describe and clarify the literature or anything used in storytelling to draw the reader's attention. Language features are the ways in which spoken, written and visual texts are shaped according to personal, historical, cultural, social and workplace contexts. Language features can be everything that the artist-writer uses with particular artistic intentions that is employed in literature and storytelling. Language features of poems are art form that expresses ideas through language, which can be recognized, identified, interpreted and analysed. Literary language features are the means authors use to create meaning through language.

The list of the used literature

1. <http://www.enotes.com/homework-help/what-difference-between-literary-non-literary-text>
2. <http://www.studymode.com/essays/Compare-And-Contrast-Literary-Text>

NATIONAL SPECIFICITY OF CONCEPTS

Khaydarov Z.Kh., UzSWLU

Social-cultural zone – it unites cognitive features, which impact the connection of a concept with everyday life and culture of a nation: traditions, concrete scholars or representatives of literature and art, literary works and etc. (Z. D. Popova, I. A. Sternin)

Basic structural components of a concept – image, informational content and interpretational space – are allocated in different sectors of a concept, accordingly, their placement in the structure of a concept is not strict. So, the informational content of a concept may belong to the nuclear and near periphery, and features of an interpretational space may belong to a nuclear or other types of periphery.

In this sense, the content of a concept and a structure of a concept must be differentiated in the theory and description of concepts.

The content of a concept is formed by cognitive features, which reflect separate peculiarities of conceptualizing object and is defined as a set of these features. The content of a concept is regulated through space principle – nuclear, near, far and the farthest periphery. The description of a concept is carried out through allocating the features of a concept from nuclear to the farthest periphery according to the minimizing the brightness of these features.

The structure of a concept includes basic structural components of different cognitive nature, which form a concept – sensitive content, informational content and interpretational zone, and is described as counting cognitive features, belonging to every of these structural components of a concept.

National specificity of concepts is seen in the presence of differences in concepts of the same name in various national cultures, and is seen in the presence of endemic, unique concepts, belonging to only one culture. (Z. D. Popova, I. A. Sternin)

National specificity in similar concepts of various cultures is observed through their non-fully coincidence by their inner content. For example:

“Sun” in Russian culture does not coincide with “Quyosh” in Uzbek or “Oftob” in Tajik. The language units expresses what attitude a person has towards this “sky eye”. It is shown that Uzbek man spending most of his time under sun’s hot lights will never say “solnishko” as a Russian man does. At the same time, Russian man also is not aware of sun’s destroying power. But an Uzbek man has absolutely different attitude towards the moon, which gives pleasure and coolness, so, an Uzbek man relates all beautiful things to moon. However, the same attitude towards the moon is not observed in Russian culture.

Both the concept of sun and the concept of moon exist in Uzbek and Russian cultures, but their contents are nationally specific.

National specificity of concepts is observed in the presence of non-coinciding cognitive features, in variety of brightness of cognitive features of national concepts, in different space organization of concepts of the same name, in differences of image component, interpretational space, in the presence of different classifiers and their different statuses in categorization of denotation – some classifiers are more important in one culture, others are important in another culture and etc.(Z. D. Popova, I. A. Sternin)

However, in most cases national specificity of concepts is observed in the presence of non-equivalent concepts in national concept-spheres.

Non-equivalent concepts can be observed through non-equivalent language units. Non-equal unit is always an index of some uniqueness, national specificity of concept in the mind of nation. For instance, the following Russian concepts and language units are non-equivalent:

*авось, духовность, интелигенция, непротивление, пошлость,
порядочность, смекалка, разговор по душам, выяснение отношений,
соборность* (Z. D. Popova, I. A. Sternin)

The followings are examples of English national specific concepts:

Life quality, Privacy, Self, Quality time, Tolerance, Political correctness, Fun, Fortnight, Challenge, Fair play, Diffamation. (Z. D. Popova, I. A. Sternin)

German national specific concepts:

Spass – all things that give pleasure and fun,

Feierabend – the time between the end of working day and going to bed. (Z. D. Popova, I. A. Sternin)

Chinese non-equivalent concept:

Shan wei – unpleasant smell of sheep (Z. D. Popova, I. A. Sternin)

But, it should be taken into consideration that inexpressiveness by words does not guarantee conceptual non-equivalence of a concept. In another language concept can be verbalized by phrasemes, fixed word combinations and can have fixed defining phrase. Additionally, a concept can be present in national concept-sphere, but can not be verbalized. For example, Chinese concept *ling shi* (zero food, for instance, nuts, ice-cream and etc.) is present in Russian concept-sphere (Russian people understand that this kind of food exists, but it is not real food, they say “Is it a food?”), but there is not language unit for expressing it. (Z. D. Popova, I. A. Sternin)

So, if in defining national specificity of concept the description of concepts in two cultures and comparing these concepts according to the content of cognitive features, statuses and structures are needed, the observation of non-equivalent, endemic concepts claims cognitive, cultural and historical analyses.

Used literature

1. Пулатов Т «Язык, автор, жизнь», «Литературное обозрение», 1976, № 8, с. 109 с.
2. Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи. – Воронеж.: ВГУ, 1985.. – 179 с.

CORRELATION OF THE CATEGORY OF IMPLICITTNESS WITH OTHER STYLISTIC DEVICES

Kushacova Barnokhon Yuldashevna
UzSWLU

The term “activation, activization” is a key term both for cognitive linguistics and theory of text interpretation. “Activization” is understood as stimulation of certain parts of the brain in the process of speech activity under the influence of verbal signals aimed to represent certain knowledge structures (KCKT, 1996). Proceeding from this notion, we can suppose that in the fictional text some language units are used with a deliberate aim to activize the knowledge structures relevant for the conceptual information of the text. The process of activizing knowledge structures in the text can be described this way: under the impact of some verbal signals a certain contour scheme (frame) is activized, but many slots of this frame are not filled yet, they are implicit. Explication of these slots is achieved by the study of frame associations, contextual links, encyclopedic knowledge of a verbal signal – stimulus. So, from the linguistic and methodological points of view it is of a paramount importance to find in the text verbal signals, key words, signs, which promote the activation of knowledge structures as means for reaching interpretative goals. In this respect the role of antronomisms which function in fiction as a stylistic device called Antonomasia, should be particularly singled out.

Traditionally antonomasia has been explained in terms of stylistic devices based on the use of proper names. There are two types of antonomasia: 1) proper nouns are used in the notional meaning; 2) notional lexemes acquire the status of proper nouns. From the position of cognitive linguistics antonomasia is regarded as an associative-stereotyped image aimed to activize knowledge structures of literary, mythological, encyclopedic character. The cognitive mechanism of this stylistic device, as G.G.Molchanova states, is based on the cognitive operation, which is called conceptual integration (blended spaces, blended viewpoints). It means blending two concepts in one word substituting long descriptions (2007:51).

The pragmatic intention of the antonomasias used here is to call forth a flow of associations, to activize links between individual personal names given to separate persons and their characteristic features and behavior.

We have discussed the pragmatic intention “to activize knowledge structures” on the material of antonomasia. However, antonomasia is only one of the means to realize this pragmatic intention. There are undoubtedly many other language units capable of representing frames and activizing knowledge structures in the text. Among them are key words, repetitions, metaphors, allusions, symbols, euphemisms and others.

These forms of cohesion also include recurrent usage of one and the same stylistic device (simile, allusion, metaphor), if its basis is identical and the forms of realization are different.

Rhythm-creating forms of cohesion are hardest for perception. They chiefly belong to poetry. Such phenomena as meter and rhyme serve not only the purposes predetermined for them by the very form of poetic works, but act as means of cohesion.

The rhythm-creating form of cohesion is almost elusive in prosaic works, since the rhythm of prose refers to such categories about which we say "it is inexplicable, but it is felt". Yet, if in a number of successive spans we can see certain identical syntactic structures, their rhythmic organization can be recognized as a form of cohesion.

By image cohesion we mean such forms of connection, which echoing the associative ones, arouse notions of sensually perceptible objects of reality. The peculiarity of this kind of cohesion consists in the fact, that the author connects not objects or phenomena of reality, but images, through which these objects are depicted.

One of the best known forms of image cohesion is a sustained metaphor. This stylistic device can develop communication inside a syntactical whole or, integrating the entire literary production,

it can join two or more parallel communications into one united whole. Furthermore, a sustained metaphor, possessing the ability of realizing itself simultaneously both within the limits of a syntactical whole and the entire literary work does not only serve as means of creating intertextual connections (linkage), but, being a stylistically marked element of the text (focus), it facilitates revelation of the text contents and its theme (topic) through a number of minute particular themes or subthemes.

It has been already mentioned, that a significant role in disclosing the category of text wholeness is played by a sustained metaphor. That may be confirmed by the analysis of numerous examples with sustained metaphors in the famous Forsyte cycle by the well-known English writer J.Galsworthy.

It is necessary to draw a demarcating line between cohesion and integration. These concepts are mutually stipulated, but they are different from the point of view of their forms and means of expression. Cohesion represents forms of connection-grammatical, semantic and lexical — between separate parts of the text, defining the transition from one context-variative segmentation of the text to another. Integration represents unification of all parts of the text for the sake of achieving its wholeness. Integration can be realized by cohesion means, but can also be based on associative and presupposition relations. Cohesion is a category of the logical plane, integration — rather of a psychological plane. Cohesion is linear, integration is vertical.

While analyzing the ways of integration it is important to keep in mind, that the united parts of the whole are not obligatorily subordinated to one another and all of them taken together are not subordinated to the most significant one. The force of integration lies in the fact that it discloses the interrelation of parts, sometimes placing them into the position of equipollent or close by the ethical principles expressed in them or by their artistic-aesthetic functions.

The most important thing in the process of integration is the centripotence of the parts in the text.

The list of the used literature

1. Ашурова Д.У. Прагматика художественного дискурса // Лингвистика ва ахборот технологиялари. – Тошкент, 2011. С. 7–9.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования – М.: Наука, 1981. –139 с.

SPECIFIC PECULIARITIES OF IMPLICITY AS A TEXT CATEGORY

Doctor Madjidova R.U.
associate professor of UzSWLU

It is known that language has two levels of expressing thoughts: explicit and implicit. The explicit is what has its own, complete immediate verbal expression, the implicit is what has no such verbal expression, but is suggested by the explicit, expressed and comprehended by the addressee with the help of the explicit, as well as the context, linguistic and pragmatic situations and other factors. Therefore we can't say that the explicit has its own expression, and the implicit has not. They both have their own expression, but their kinds are different: the first one is direct and immediate and the second one is indirect and hidden. The explicit and implicit are in a certain sense two opposite forms of expressing thoughts.

When we say that the implicit has no complete verbal expression of its own, in fact it means that it has incomplete, partial verbal expression or no such expression at all. However, in principle, everything that is expressed implicitly can be explicated, i.e. explicitly.

In the very correlation of the explicit and implicit it is the implicit, that presents a specific, scientific problem, but not the explicit. The explicit is a superficial, obvious line of expressing a thought, the implicit is a concealed, accompanying, secondary line. The analysis of the implicit presupposes the following questions: what the man says and what he means by it; what is concealed in his utterance, what is implied by his words; what he keeps in mind, what lie is hinting at, what is the hidden meaning of his words.

Very often the conveyance of the implicit becomes a primary and even the only purpose of the utterance, moving the explicit to the background. V.I. Moroz compares the act of thinking with an iceberg, calling the explicit its "above-water" part and the implicit—its "under-water" part.'

The problem of the implicit acquires a special significance in studying literary texts, as the essence of imaginative literature lies in the fact, that its ideas are expressed by means of images, i.e. something abstract is expressed by means of something concrete. Consequently that means that literary texts should consist of two layers or two levels: the obvious surface layer (explicit) and the deep-lying, concealed layer (implicit). Moreover the implicit layer may have different levels which results in different degrees of grasping the meaning by different readers (addressees). The idea of a belles-lettres work must be implicit, it shouldn't be self-evident and unequivocal, and it is the law of imaginative literature, its sense, the basis of its artistic significance. In this respect F. Engels wrote, that tendency must ensue from the situation and reality by itself, it should not be specially underlined.

It is also interesting to quote L.Feyerbakh's opinion about the essence of a clever and witty manner of writing which "presupposes a wit in the reader as well, it doesn't speak out everything, it expects the reader himself to say something about the interrelations, conditions and limitations under which the given state of things may be significant and conceivable".

The first man to pay attention to the problem of the implicit was Aristotel. At present time the implicit is researched from the position of logic, philosophy, psychology and literary criticism.

In the linguistic literature the problem of the implicit was touched upon by³. R. Galperin, V. A. Kukharenko, I. Arnold and others. Implicitness is often identified with the concepts of subtext, implication, suggested meaning.

Implicitness of the text is a concept of structural-semantic-character, the implicit level has its own structural unit — an implicate.

Among the most wide-spread types of implicates in belles-lettres text we distinguish the following:

- a) An implicit title. It expresses in a concentrated form the main idea or theme of a literary production and requires for its realization the macrocontext of the whole work.

An implicit title plays an important role in literary texts because after the final retrospective explication it becomes an extremely capacious expression of the author's point of view, derived from the text thanks to interpretation.

b) implication of precedence.¹ It denotes such compositional structure of a literary text which gives the reader an impression that he is a witness of some continued story and the preceding events, facts and personages are supposed to be familiar.

c) an implicit detail. This term unites a multitude of implicates, which mark the external characteristics of a phenomenon, intimating its deep-lying meaning.

First of all we should distinguish kinds of implicitness:

a) deliberately introduced into the text by the author;

b) undeliberate, occasional.

It is natural that only implicates of the first kind will become an object of the interpreter's attention. They are consciously intended for the interpreter's, reader's consideration. Yet not all of them yield to unambiguous decoding, to a great extent it depends on the reader's linguistic, philological, cultural competence— his "background knowledge", as well as on the time remoteness of the literary work, the conditions of writing it and other facts.

The greater is the linguo-gnosiological competence of the interpret, his background knowledge, general culture, philological erudition, the more deep — strata of implicitness will be revealed to him in reading a belles-lettres text.

The category of implicitness of a literary text is a manifold complex phenomenon, comprising other categories: retrospection¹ and prospectation, modality, cohesion and integration etc. With the help of correct interpretation it discloses the hidden subterranean -stratum of a literary text, its main idea.

The list of the used literature

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования – М.: Наука, 1981. –139 с.

NEOLOGISM AS A RESULT OF THE NOMINATION PROCESS

Nishonov I.A., AndMBI

Relative stability of the nomination process provides the broadening of the nominating abilities of the language and opportunities of their usage for any creative aims. Appearing of new events, machines, scientific discoveries, etc. i.e. the evolution of the human culture causes the evolution in the language as there is a need of nomination these new things which come into man's life. This language evolution is expressed in the change of nomination, i.e. correlation between form and meaning of the vocabulary unit.

Thus it the vocabulary of the language which is the first to undergo the process of changes (unlike the grammar or phonetics which are hardly changes within decades). James Murray said: “It is not today what it was a century ago, still less what it will be a century hence. Its constituent elements are in a state of slow but incessant dissolution and renovation. Old words are ever becoming obsolete and dying out; new words are continually pressing in”.

During the 20th century and the beginning of the 21st century the process of broadening of the old fields of nomination and appearing of the new ones which is explained by the rapid development in the science, culture, mass media. Any new conception or device which comes to the human life needs to be fixed in the languages. And it's obvious that nowadays “the English language just like any other European language is now facing a neological boom”.

John Ayto, a lexicographer and author of The Oxford Dictionary of Modern Slang and A Century of New Words, writes: “Every year about 900 new words, or neologisms, enter the English language. The process by which a word becomes established is fairly clear: first, people in positions of influence must use it.

Then comes a tipping point, when so many people use a neologism that it spreads like wildfire. The media are crucial to spreading new words quickly. Once a word has been in existence for some time, and is used by different sources, it enters the dictionary and the language. The criteria for entry are not fixed; it's more of a hunch that a word is going to be around for a while.”

A neologism is a word, term, or phrase which has been recently created (“coined”) — often to apply to new concepts, to synthesize pre-existing concepts, or to make older terminology sound more contemporary. Neologisms are especially useful in identifying inventions, new phenomena, or old ideas which have taken on a new cultural context. The term “e-mail”, as used today, is an example of a neologism.

Neologisms are by definition “new”, and as such are often directly attributable to a specific individual, publication, period or event. The term “neologism” was itself coined around 1800; so for some time in the early 19th century, the word “neologism” was itself a neologism.

Neologisms can also refer to an existing word or phrase which has been assigned a new meaning. No new scientific or cultural phenomenon is possible without neologisms, new words or new interpretations of old words to describe and explain reality in new ways. How could Aristotle have developed the logic of syllogisms or Newton the theory of dynamics without new vocabularies and definitions? They were neologists, and everybody wanting to contribute new knowledge must be. For new knowledge there is no way around the creation of new terms and concepts. To reject neologisms, often despicably, is to reject scientific and cultural development of the humankind.

Neologisms tend to occur more often in cultures which are rapidly changing, and also in situations where there is easy and fast propagation of information. They are often created by combining existing words or by giving words new and unique suffixes or prefixes. Those which are portmanteaux are shortened. Neologisms can also be created through abbreviation or acronym, by intentionally rhyming with existing words, or simply through playing with sounds. Neologisms often become popular through memetics – by way of mass media, the Internet, word of mouth (including academic discourse, renowned for its jargon, with recent coinages such as Fordism,

Taylorism, Disneyfication and *McDonaldization* now in everyday use). Every word in a language was, at some time, a neologism, ceasing to be such through time and acceptance. Neologisms often become accepted parts of the language. Other times, however, they disappear from common usage. Whether a neologism continues as part of the language depends on many factors, probably the most important of which is acceptance by the public. Acceptance by linguistic experts and incorporation into dictionaries also plays a part, as does whether the phenomenon described by a neologism remains current, thus continuing to need a descriptor. It is unusual, however, for a word to enter common use if it does not resemble another word or words in an identifiable way. (In some cases, however, strange new words succeed because the idea behind them is especially memorable or exciting.) When a word or phrase is no longer "new," it is no longer a neologism. Neologisms may take decades to become "old," however. Opinions differ on exactly how old a word must be to no longer be considered a neologism; cultural acceptance probably plays a more important role than time in this regard.

Kerry Maxwell, a modern Britain lexicographer in her book “From Al desko to Zorbing. New Words for the 21st century” describes over 200 new English words that are in use today.

The list of the used literature

1. John Ayto. *Say something new*. - The Times. August 27, 2007
2. Murray James A.H.“General Explanations. A New English dictionary on historical principles”.- Oxford, 1933.- p.146
3. Zabotkina.V.I, Stepanov.G.I. “Neologisms in the modern English”.- Laliningrad: Nauka,1982.-p 165

SPECIFIC PECULIARITIES OF LITERARY DISCOURSE IN LITERATURE REVIEW

Doctor Sultonova Sh.M.,
Associate professor, UzSWLU

The literary review of linguistic personality from pragmatic point of view makes it inevitable to introduce the new term – “discourse”. The term "discourse" contains more than ten various definitions, and sometimes they even tend to contradict each other. For instance, Merriam Webster's online dictionary defines this term as “a mode of organizing knowledge, ideas, or experience that is rooted in language and its concrete contexts”.

N. D. Arutyunova provides the following definition of a discourse: “Discourse (from French "discours"-“speech”) is a coherent text with extralinguistic, pragmatic, sociocultural, psychological and other factors; it is a text used in conceptual aspect. It is the speech which is considered as purposeful social activity, and as the component participating in interaction of people and mechanisms of their consciousness (cognitive processes). The discourse is a speech that is “immersed in life”. It is important to mention that initially the term "discourse" in the ancient French linguistics generally meant the speech and was used as a synonym to the term "text"; the concepts designated by these terms also were considered as identical.

Teun Adrianus van Dijk, a scholar in the fields of text linguistics and discourse analysis, was the first to distinguish the differences in the notions of "text" and "discourse" in his work "Strategies of discourse comprehension". He presents his own model for semantic interpretation of discourse and formulates the various components of strategic approach such as propositional strategies, local coherence strategies, macrostrategies, schematic strategies, production strategies etc. to discourse processing. He also states, “The model cannot and will not spell out at the moment, such as surface structure parsing and full knowledge representation. Furthermore, it suggests many ways in which the model could be and should be extended: the role of beliefs, opinions, and attitudes; the nature and the role of stylistic, rhetorical, conversational, and interactional strategies; and, in general, the embedding of the model into a broader model of strategic verbal interaction in the social context”[1983, p.385].

According to Ashurova, “the notions of “text” and “discourse” are correlative, but not equivalent. Text is a part of discourse, it is created in the process of discourse” (Cited by Ashurova, 2012:76 according to Kubryakova, 2001). Ashurova explains “discourse” as “culturally conditioned and socially oriented communicative activity”. According to her explanation, “discourse is a text in dynamics. It is a purposeful social activity based on interaction of language and cognition” [2012, p.140].

Of great interest are the notions of "text" and "discourse" put forward by E. S. Kubryakova and O. V. Alexandrova. According to them, discourse must be kept in mind as a cognitive process connected with a real speech production, creation of speech work, and the text is the final result of speech activity process, which takes the form of a certain finished (and fixed) form [1997, p.19-20].

The similar point of view is traced in the works of V. I. Karasik, T. Plekhanova, P. Verdonk, K. Wales, G. Leach and M. Short. P. Verdonk defines the text as a finished speech fragment from the communicative point of view, and discourse as a process of text activation in relation to the corresponding context or in other words, the reader's or the listener's reconstruction of the message, which is transmitted by the writer or the speaker.

According to V. I. Karasik, "the discourse represents the phenomenon of an transitional order among speech, communication, language behavior, on the one hand, and it denotes fixed text remaining in "the bottom line" of communication, on the other hand" [2004, p. 276]. He describes discourse as the text in the situation of real communication [2004, p. 285].

Karasik outlines three approaches through which discourse can be viewed and analyzed: linguistic, sociolinguistic, pragmatic. “The linguistic approach presupposes the analysis of discourse in the aspects of its completeness, correctness and logicality. In its sociolinguistic perspective, discourse deals with the participants of communication, their social and cultural status and roles. From the position of linguopragmatics the mode of discourse including the channel (if it is spoken or written or a combination of the two), register, style and genre of communication are taken into consideration” [2012, p76-77]. As T. Plekhanova highlights, the discourse is a speech in context, or speech + context. “As the context is a broad notion, the term "discourse studies" includes such approaches as linguistic, literary, psychological, stylistic, genre, sociolinguistic, rhetorical, argumentative, conversational, ethno methodological and truly discursive” [2003, p. 21].

To sum up, the following assumptions can be singled out as a result of aforementioned theoretical analysis based on the notions discourse:

--Despite the differences between the notions of text and discourse, they cannot be completely separated since they are closely correlated with one another in terms of their users (addresser and addressee, i.e. author and reader), relationship (text is a part or result of discourse) etc.

--Although different linguists define discourse in various ways, they all back up the claim that discourse is interpreted in the context and based on specific situation.

--It is the belief of majority prominent linguists that in the process of discourse analysis, particularly in literary review, linguistic, social, pragmatic, cultural, psychological factors of communication should be taken into consideration.

The list of the used literature

1. Ashurova D.U., Text linguistics. Tashkent – 2012
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград.: Перемена, 2004. – 390 с.
3. Кубрякова Е. С., Александрова О. В. Виды пространства, текста и дискурса // Категоризация мира: пространство и время: М.: Диалог-МГУ, 1997.о
4. Плеханова Т. Ф. Текст как диалог. – М.: Мглу, 2003. – 251 с.

MAVSUM-MAROSIM QO'SHIQLARI

Abdurahmonova Saltanat
Termiz davlat universiteti adabiyot
kafedrasи o'qituvchisi

Barchamizga ma'lumki, xalq og'zaki ijodi xalq ma'naviyati va madaniyatini aks ettiruvchi ko'zgu hisoblanadi. Uning shakllanishi qadim-qadimlarga borib taqaladi . Xalq boshidan kechirgan kechinmalar, hissiyotlarni o'z ijodiyotida aks ettirgan. Folklor o'z ichiga lirk, epik, dramatik hamda maxsus turni qamrab oladi, ushbu turlar bir qancha janrlardan tashkil topgan. Xususan, epik tur rivoyat, lof, latifa kabilardan tashkil topgan bo'lsa, inson hislarini o'zida mujassam etgan lirk tur marosim folklorining barcha ko'rinishlari, ijodining ko'pgina turlari, qo'shiqning hamma xillari, ashula va shu kabilardan iboratdir. Bular orasida tarixiylik jihatdan qo'shiq o'ziga xos ahamiyat kasb etadi, sababi qo'shiq san'atning insoniyat tomonidan eng avval o'ylab topilgan turi sifatida qayd etiladi.

Dastavval qo'shiq atamasiga to'xtalsak. Kuyga solib ijro etiladigan kichik lirk she'rga nisbatan qo'shiq termini ishlataladi. Mahmud Koshg'ariyning “Devonu lug'otit-turk” asarida “ ir “ deya talqin qilingan. Lirk qo'shiqlar, mehnat qo'shiqlari, mavsum-marosim qo'shiqlari kabi turlardan tashkil topgan ushbu janr nozik va murakkab kechinmalarni jilvalantirishi bilan boshqa janrlardan yaqqol ajralib turadi , desak, aslo mubolag'a bo'lmaydi. Xususan , mavsum-marosim qo'shiqlari elimizning bayramlari, udumlari, an'analari bilan bevosita bog'liqdir. **Mavsum marosim qo'shiqlari** — xalq folklorining yil fasllarini belgilovchi, turli marosim hamda an'anaviy bayramlar jarayonida aytilgan qadimiylar qo'shiq turlaridan biri hisoblanadi. Unda biror mavsumda o'tkaziladigan marosimga xos jihatlar mavjud. “Yor-yor”, “Kelinsalom”, “Yo, Haydar” , “Sust xotin” “Choy momo” kabilar mavsum-marosim qo'shiqlariga misoldir. Ularning ba'zilari biror bayram munosabati bilan aytilda, ba'zilarining aytishishi uchun ma'lum vaziyat talab etiladi. Misol uchun, shamolni to'xtatish uchun “Choy momo” , shamolni qo'yib yuborish uchun “Yo, Haydar” (bu qo'shiqning bor-yo'g'i to'rt misrasigina saqlanib qolgan) kabilar ijro etilgan. Bundan tashqari, qurg'oqchilik yuzaga kelgan vaqtarda yomg'ir yetarli miqdorda yog'masa, qishloqning kayvoni ayollarli yig'ilib, qo'g'irchoq-qo'riqchiga keksa ayol kiyimini kiydirib, el orasida “Sust xotin” qo'shig'ini aytib yurganlar:

Sust xotin, suzma xotin,
Ko'lankasi maydon xotin.
Yomg'ir yog'dir, ho'l bo'lsin,
Yer-u jahon ko'l bo'lsin.
Shaftolilar barg yozdi,
Sust xotin, suzma xotin.

Sust xotin zardushtiylik dinida yomg'ir tangrisi sifatida e'tirof etilgan. Ushbu marosim o'tkazilgach, xalqdan yig'ilgan sadaqa evaziga Sust xotinga atab is chiqarilgan.

Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, marosim qo'shiqlari biror bayram ,tantana o'tkazilgan mahallarda ham ijro etiladi,xususan, hozirga qadar saqlanib kelayotgan to'ylarda ijro etiladigan kelinsalom, yor-yorlar ham xalq qo'shiqchiliginin nodir namunalaridandir. Kelinsalom,yor-yorlar har bir hududda o'ziga xos talqinga ega,masalan, Surxondaryo viloyatining Uzun tumanida yor-yorning bir qancha ko'rinishlari bor : ba'zi hududlarda yor-yorlar bir qancha ayollar tomonidan doira jo'rligida ijro etilsa, boshqa joylarda bir ayol tomonidan hech qanday cholg'u asbobisiz aytildi. Hatto yor-yorning matnida ham qisman o'zgarishlar mavjud bo'ladi. El orasida keng tarqalgan qo'shiq sifatida yor-yor qayd etiladi. Bundan tashqari , xalqimizning ko'z-u qorachig'I bo'lgan farzandlarga ham atab elimiz tomonidan ko'plab marosim qo'shiqlari aytilgan, xususan , u beshikka ilk bora belanayotganda quyidagicha marosim qo'shig'i ijro etilgan:

Allasi keldi,

Babasi keldi,
Qoch, qoch, egasi keldi.
Ket, ket, babasi,
Keldi egasi,
Uxlab dam olsin,
Quvnab uyg’onsin.

Bolalarни uxlatish paytida ham go’dak kuchli, baquvvat bo’lsin, vatanparvar bo’lsin deya onalari,momolari tomonidan allalar aytilgan. Ushbu allalarning so’zlari maqsadga yo’naltirilgan bo’lib, har so’zida kuchli ma’no mujassam bo’ladi.

Mavsum-marosim qo’shiqlarini “ ma’lumotlar ombori” deb ham atash mumkin, bu borada Ramazon aytimlariga to’xtalsak:

Bir yilda bir marta keladi ro’za,
Ro’zaning savobi tegadi sizga,
Ramazon.

Darhaqiqat, ushu qo’shiqqa e’tibor bersangiz, ro’zaning yilda bir bora kelishi haqida so’z borgan hamda ro’za tutish savob ekanligi alohida ta’kidlangan. Mavsum-marosim qo’shiqlari nafaqat xalq qadriyatlarini o’zida aks ettiladi, balki unda diniy xususiyatlar ham mujassam bo’ladi. Jumladan : “...Muhammad ummatiga xos ramazon...” degan misralarda ham diniy qadriyat namoyon bo’lgan. Mavsum-marosim qo’shiqlari xalq ijodiyotining muhim, ajralmas qismi sanaladi.

Xalq orasida quvonchli kunlar bilan birga qayg’uli onlar ham yo’q emas, albatta. Ayniqsa, o’lim -eng og’ir mushkulotdir. Ana shunday paytda xalq tomonidan marsiyalar ijro etilgan. Marsiyalar o’limga bag’ishlangan qo’shiqlar hisoblanadi. Ular ham marosim qo’shiqlarining bir turi sanaladi. Unda vafot etgan odamning yaxshi sifatlari aytilib, u bilan o’tgan vaqtlar xotirot sifatida yod etiladi va bu qo’shiq mazmunida o’z aksini topadi. Marsiya mavzusiga ko’ra, otaga, onaga, yaqin qarindoshlarga bag’ishlangan turlarga bo’linadi, xususan, bu marsiya aytishda ko’rinadi:

... bizni tashlab ketgan, otamov, otam,
Ko’nglimizni g’ashlab ketgan otamov, otam...

Marsiya qo’shiqlarida o’tgan odamga nisbatan “ishongan tog” , “yelkadosh” , “orqadosh” kabi ifodalar aytildi. Koshg’ariyning “ Devonu lug’otit-turk”asarida Alp Er To’ngaga bag’ishlangan marsiya namunasi mavjuddir.

Qo’shiq-inson hayotini yorituvchi go’zal vosita. Unda namoyon bo’lgan mazmun xalq hayotini, uning boshidan o’tkazgan hodisalarini yaqqol namoyon etib beradi. Chunonchi, mavsum-marosim qo’shiqlari,yuqorida aytib o’tganimizdek, xalq ko’rgan vaziyatlardan kelib chiqib kuylangan qo’shiqlar sanaladi. Mavsum-marosim qo’shiqlari sonining salmoqdorligi xalq og’zaki ijodi namunalari qanchalar darajada boy ekanligini ko’rsatib beradi.

Foydalilanigan adabiyotlar:

1. Safo Matchonov, Sharafjon Sariyev. Adabiyot.-T.:Sharq,2011.
2. Adabiy turlar va janrlar (uch jildli) .-T. : Fan,1992.
3. Wikipedia.org
4. Zyouz.com
5. Google.uz

COMPLIMENT AS A SPEECH ACT: THEORETICAL VIEW

Abror Alisher o'g'li Hafizov
UzSWLU, Tashkent, Uzbekistan

In everyday life, there are a number of speech acts we can choose to show positive politeness, for example, greetings, thanks, friendly terms and expressions of concern, as well as compliments. A compliment is a speech act which explicitly or implicitly attributes credit to someone other than the speaker for some “good” (possession, characteristic, skill, etc.) which is positively valued by the speaker and the hearer [Holmes, 1988, p. 17].

Since the 1970s, pragmatists and linguists have attributed great importance to the study of speech act behaviour, such as Apology, Request, Compliments, Refusal, and Complaint. These studies show that the social situational factors, which exert their influences on the use of the speech acts, include age, gender, education, social distance, social relationship, style, ethnicity, and so on.

Compliments, as a positive speech act, will be inevitably influenced by these factors. Compliments and compliment responses have been described as highly formulaic speech acts according to Wolfson and Manes, (1980). For instance, the most appropriate response to a compliment is “thank you” in western societies. However, Chinese would most of the time reject compliment. Despite the strong awareness of the prescriptive form, many speakers still feel embarrassed by compliments and feel uncomfortable when they respond to them (compliment).

The founding father of speech act theory, British philosopher John Austin, proposes the concept of “performative”, which states that the issuing of an utterance is the performing of an action. Austin (1962) distinguishes performatives from constatives, that is, declarative statements whose truth or falsity can be judged. Sentences such as “I do” (as uttered in the course of the marriage ceremony), “I name this ship the Queen Elizabeth” (as uttered when smashing the bottle against the stern), and “I bet you two dollars it will rain tomorrow” are all examples of performatives. He further notes that to achieve their performative function as speech act, such utterances need to meet certain contextual conditions, called felicity conditions, which were later formalised by Searle (1969).

According to Austin (1962), the utterance that a speaker produces conveys three layers of meaning interrelated to one another: the literal meaning of the utterance produced by the speaker, the speaker’s intention conveyed in the utterance, and the effect that the utterance has on the hearer.

The three layers of meaning are linked to three types of acts: locutionary acts, illocutionary acts, and perlocutionary acts. A locutionary act is the production of sounds and words with meaning; an illocutionary act is the issuing of an utterance with conventional communicative force achieved in saying something; and a perlocutionary act is the actual effect achieved by saying something [Austin, 1962, p. 92-101]. For example, when someone says ‘Don’t smoke!’, he does not just utter the words ‘don’t’ and ‘smoke’, which subsume the locutionary act, but he also performs an illocutionary act, namely, that of urging, advising, or ordering someone not to smoke. If, as a consequence of this utterance, someone stops smoking, the perlocution is that the speaker convinced someone not to smoke.

Although Austin proposes a classification of speech acts [1962: Lecture 12], Searle [1976, p. 8] argues that Austin’s classification “does not maintain a clear distinction between illocutionary verbs and acts; nor are the categories based on consistently applied principles.”

Furthermore, Searle relies on some taxonomic principles, which reflect the different types of conditions underlying speech acts, and proposes five different classes of speech acts:

1. Representatives: commit the speaker to the truth of the expressed proposition (e.g. asserting)
2. Directives: are attempts by the speaker to get the addressee to do something (e.g. requesting),
3. Commissives: commit the speaker to some future course of action (e.g. offering)
4. Expressives: express a psychological state (e.g. thanking) and
5. Declaratives: immediately pronounce changes in the institutional state of affairs (e.g. appointing).

Searle contributes further to the speech act theory by discussing the importance of indirect speech acts. Searle [1975] opines that direct speech acts are defined as utterances in which the propositional content (sentence meaning) of the utterance is consistent with what the speaker intends to accomplish (speaker meaning) [Searle, 1976, p. 18]. For indirect speech acts, such a relation need not exist. As a result, sentence meaning and speaker meaning may be different. For example, a speaker may utter the sentence “Can you reach the salt?” and mean it not merely as a question but as a request to pass the salt. The problem posed by indirect speech acts is how it is possible for the hearer to understand the indirect speech act when the sentence he hears and understands means something else.

The earliest and most detailed account of compliment response was done by Pomerantz (1978) who classifies compliment response into two categories: acceptance and rejection. She states that compliment responses pose a dilemma for recipient where he/she agrees with and/or accepts compliments and avoids self-praise. Shezi, (2005) conducted a study on compliments and compliment responses among the Zulus in South Africa. The study examined various ways in which compliments may be realised and responded to in Zulu language, especially the functions and the most common patterns.

The results have shown that compliments can be used in a variety of social situations which among others, includes: parties, evening receptions, graduation ceremonies, etc. Shezi (2005), reports that the most important function of compliments in Zulu is to reinforce a bond of solidarity between the speaker and hearer.

The study has also shown that women use a lot of compliments on appearance and on material things such as clothes, while men seldom use compliments. Moreover, men prefer to use the compliment response pattern “thank you” or appreciation token in a high frequency compared to their female counterparts who prefer challenge, sincerity, and question.

The functions of complimenting are varied. People may compliment one another to maintain or re-establish a social relationship, to reinforce a desired action (e.g., teacher-student interaction), or to soften a speaker’s discourse before uttering a face threatening act (FTA) Holmes (1986); Brown and Levinson (1987). Holmes (1988) maintains that compliments appear to be functionally complex speech acts which serve as “solidarity signals, commenting on friendships, attenuating demands, smoothing ruffled feathers and bridging gaps created by possible offenses”. Compliments are usually intended to make others feel good.

The primary function of a compliment is most obviously affective and social, rather than referential or informative. They are generally described as positively affective speech acts serving to increase or consolidate the solidarity between the speaker and addressee. In brief, compliments have been said to “grease the social wheels” and thus to serve as “social lubricants” that create or maintain rapport Wolfson (1983).

Thus, the relationship between participants is crucial in accurately interpreting the functions of a compliment. However, compliments may have a darker side. Compliments can be used to express sarcasm or disapproval, to put someone down, to insult, to manipulate, and to threaten the addressee’s negative face. Brown and Levinson (1987) claim that a compliment can be regarded as a face-threatening act to the extent that it implies the complimenter envies the addressee in some way, or would like something belonging to the addressee.

It is also true that compliments may be considered somewhat face-threatening in different cultures or social groups. Holmes (1988) suggests that in some situations, men in New Zealand may interpret compliments negatively as face threatening acts.

References:

1. Austin, J. L. How to do Things with Words. MA: Harvard University Press, 1962
2. Holmes, J. “Paying Compliments: A sex-preferential positive politeness strategy.” Journal of Pragmatics, 1988, pp. 12:445-465.
3. Johnson, D. M. and Roen, D. H. “Complimenting an Involvement in peer Reviews: Gender variation”. Language in Society, 1992, 21(1): pp. 27-57
4. Pomerantz, A. “Compliment Responses: Notes on the Cooperation of Multiple Constraints.” In Schenkein: Applied Linguistics, 1978, pp. 79-112
5. Searle, J. Speech Acts. Cambridge: Cambridge University Press, 1969.
6. Searle, J. A Classification of Illocutionary Acts. Language in Society 5, 1976, pp. 1-23.

A SIGN AS A WORD IN THE INTERNET DISCOURSE

Javokhir Kozimjon ugli Komilov

Kokand branch of Tashkent State Technical University

Most internet users are accustomed to the application of shortened words in their chats, SMS and other forms of social networks. People try to restrict the amount of letters or change letters with numbers and graphical characters. Actually, the youth want to write only first letters for everyday expressions. For example, capital letter combinations “ILY” is used instead of “I love you” or “NVM” abbreviation is applied in the meaning of “Never mind”. By this way they exchange their ideas fast not to lose the topicality of their ideas, because time plays a great role in the internet discourse. Therefore, network users shorten their clauses or words in their writing for fast exchanging.

This process was started by the effect of the language on the Internet, but as one could see through the text, it is the Internet which is steadily increasing its influence on the language. David Crystal shares this opinion, as he says, that the current Internet situations are likely to change and evolve with time. He contributes this rapid change to technological development which is, according to him, “putting users under constant pressure to adapt their language to the demands of new contexts, and giving them fresh opportunities to interact in novel ways” (Crystal 2001). When looking back on history, this would be the logical conclusion to make, due to the already seen changes, technological development has brought upon mankind. Regarding this, Crystal states that the Internet will not only be isolated to computers, but is likely to be found on many new communication related innovations (some examples of this exist even now: iPhones, PDA-s, Tablets etc). This new technology will, according to him, bring new language styles and new sub-genres of it, as did the “radio” which “brought a new kind of language, which quickly yielded several sub-varieties (commentary, news, weather...)” and “then television added a further dimension, which similarly evolved sub-varieties” (Crystal, 2008). Through this kind of evolution new Internet situations will arise accompanied by their appropriate types of computer-mediated discourse.

The number of newly coined abbreviations, initialisms and acronyms will rise with each day, following the evolution of Internet language, making communication on the Internet even easier, faster and more creative. These newly coined terms will probably keep on infiltrating dictionaries and vocabularies of all languages, assuming their use in face-to-face interaction and the media keeps on increasing. Due to the probable and announced technological development this is a very likely outcome. All of the above mentioned elements will also help in the evolution of the newly emerged linguistic discipline, Internet linguistics.

Through the text one could also see the functions the Internet plays in preserving and spreading various languages. The ways in which the Internet and its users are doing this increases each day, and one can only hope that new and more permanent possibilities will arise out of the, already mentioned, technological development. Whether English will continue to be the number one language of the Net depends only on the Internet users and their language of choice.

There are seven single letters that are mainly used to express one word or phrases in texting. They are B, C, I, O, R, U, Y letters of the English alphabet. The reason of these abbreviations is that letters have similar pronunciation with several words. In fact, the verb “be” is expressed by the letter B, “see” is characterized by the letter C, plural form of to be, “are” is shown with the letter R and pronoun “you” is often presented by the letter U based on their pronunciation. In the social web field, these letters serve to increase the speed of information sending or receiving because of time saving. Somehow, it gives a fun to internet users with using unusual texting. For these reasons, words or phrases are turned to abbreviations in the age of information technologies.

In addition, there are another type of shortened forms of words and it is also widely used in the internet discourse, named numeronyms. Usually, the numbers 1, 2, 4, 8, 9, 0 are used to express words or union of sounds in the discourse. Obviously, 2 and 4 are utilized instead of whole words in this sort of abbreviations and other numbers express some parts of words due to their similar pronunciation. For example, the words to, too, for are changed by 2 and 4, other numbers are used with letters such as no1, any1, gr8, l8r, communic8, K9 and 10x. This way of abbreviating words has already turned to the common usage of words in texting around the globe.

In conclusion, it goes without saying that people want to transfer their emotions as fast as possible to their receivers in sending information. In the process of communication with their friends, internet users apply their short or number based form of words to provide fast online cooperation. The future of the co-relation between language and the Internet is hard to predict. This is due to the fact that no one can predict the changes new technologies will bring. Nevertheless, some facts are certain, such as that the process of influence between the both will only evolve and is not likely to stop in the near future, and that the increasing influence of the Internet on the language is likely to increase even more, because there is not much language can give the Internet that has not already been given. When this process will stop, or when will it be changed, depends only on the rapid technological changes. Seeing how the radio and the television brought on new linguistic changes and then passed the torch to a new technological novelty, it is safe to assume, that somewhere in the future, the Internet will do the same.

The list of used literature

1. Crystal, David. “Language and the Internet” Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
2. Crystal David, Txtng the gr8 db8. – Oxford university press, 2008.
3. www.smart-words.org

THE ROLE OF TECHNOLOGY IN LEARNING FOREIGN LANGUAGE

Muxamatjonova Diyora Rustam qizi

Student of the third course Foreign language and literature

Supervisor: Xoshimova D.R

Toshkent region Chirchik state pedagogical institute

The use of technology has become an essential part of the learning process inside and outside of the classroom. Every language classroom always uses some form of technology. Modern technologies that are used to form the communicative competence of a schoolchild in learning another language are the most productive for creating an educational environment that provides a person-oriented interaction of all participants in the educational process. Technology continues to grow in importance as a tool to help teachers facilitate language learning learners. This study focuses on the role of using new technologies in learning English as a second/foreign language.

Technology has always been an important part of teaching and learning environment. It is an essential part of the teachers' profession through which they can use it to facilitate learner's learning. When we talk about technology in teaching and learning, the word 'integration' is used. With technology being part of our everyday lives, it is time to rethink the idea of integrating technology into the curriculum and aim to embed technology into teaching to support the learning process. That is to say, technology becomes an integral part of the learning experiences through to teaching and learning process (Eady & Lockyer, 2013). Furthermore Tomlison (2009) and Genc Iter (2015) say that computer-based activities provide learners rapid information and appropriate materials. They continue that internet materials motivate learners to learn more. In addition, Larsen-Freeman and Anderson (2011) supported the view that technology provides teaching resources and brings learning experience to the learners' world. Through using technology, many authentic materials can be provided to learners and they can be motivated in learning language.

Technology is the most useful tool for learners. Learners should use technology as an important part of their learning process. Teachers should model the use of technology to support the curriculum so that learners can improve the true use of technology in learning their language skills (costley, 2014; Murphy, DePasquale &McNamara, 2003). The use of technology helps teachers meet their learners' educational needs. According to Bransford, Brown and Cocking (2000), the application of the computer technology enables teachers and learners to make local global societies that connect them with the people and expand opportunities for their learning. They continued that the positive effect of computer technology does not come automatically; it depends on how teachers use it in their language classroom.

REFERENCES

1. Ahmadi, M.R (2018). The use of technology in English language learning: A literature review. *International Journal of Research*.
2. Costley,K.C.(2014.)*The positive effects of technology on teaching and learning student learning*.
3. Eady,M.J., & Lockyer, L. (2013). *Tools for learning: technology and teaching strategies: Learning to teach in the primary school*. Queensland University of Technology, Australia. Pp71-89.
4. Gençler,B.(2015). How does technology affect language learning process at an early age? *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 199(2015), 311-316.
5. Bransford, J.,Brown, A., & Cocking, R. (2000). *How people learn: Brain, mind,experience and school*. Washington DC: National Academic Press.

LINGUISTIC PERSONALITY IN THE LIGHT OF MODERN ASSUMPTIONS OF LINGUOPERSONOLOGY

Shodiyev Shuhrat Karomatovich
EFL Teacher at the State Specialized
Secondary Boarding School #8 in
Gijduvan District, Bukhara Region

Over the past decades, a large scope of research articles devoted to studying the linguistic personality have been published in Russian and foreign linguistics. Scientists give different interpretations to this term and discuss the structure and properties of linguistic personality from different aspects. However, the difference in interpretations and approaches to the analysis significantly complicates understanding of the phenomenon and makes its studying more difficult. In this situation, we are more interested in revealing the general tendencies and properties in the structure of linguistic personality (which make it the universal object of study in various linguistic disciplines) rather than describing the linguistic personality and its structure. In this connection, we would like to propose several ideas, which have emerged when trying to understand the structure of linguistic personality and which can determine the specific character of its analysis using different scientific approaches. Of course, in order to ensure complete description, we need to refer to the conventional studies and briefly outline the point of view of the classical researchers for this problem.

The study of linguistic personality in linguistics is connected with Y.N. Karaulov, one of the authoritative linguists in the field, who understands linguistic personality as “a complex of abilities and characteristics of a human, determining his creation of speech production (texts)” [1, p. 247]. It is supposed to reveal specificity of linguistic personality structure in details. The verbal semantic level is the simplest one in this model in terms of its organization. This level was referred to as zero, since Y.N. Karaulov believes that no individuality can be seen behind the sense connections of words, their combinations and lexical semantic relationships. “Individual words and relationships between them” act as units through the variety of “paradigmatic, semantic-syntagmatic and associative connections”. This level is correlated with words by Y.N. Karaulov, it can represent only the extent to which one knows a language. The analysis of this level means “either comprehensive description or differential description, which records only the individual differences and is performed for the averaged concept of the given linguistic structure”. [2, pp. 36-53]

After Karaulov, who suggested analyzing linguistic personality according to three levels (structural-linguistic, cognitive, motivational), other linguists suggested their own three level model. For example, I.P. Susov points out three levels in linguistic personality: formal-semantic, cognitive-interpretational and social- interactive [3, pp. 7-13]. V.D. Lyutikova holds different opinion: “The level model of linguistic personality, developed by linguists, reflects a general type of a personality, so it can hardly be applied to the analysis of every specific personality. Verbal, cognitive and pragmatic levels are identified in an individual verbal situation.

Moreover, any personality combines elements of stability and changeability; it is affected by outer influence and is not devoid of inner conflicts. The presence of stability and changeability in linguistic personality, being influenced by various factors, makes the structure of linguistic personality even more complex” [4, p. 185].

All these possibilities of interpreting the nature of linguistic personality yield two main interpretations: the broad (collective linguistic personality) and narrow (individual linguistic personality) ones. Within the framework of broad interpretation of this term, one can speak about Russian linguistic personality, linguistic personality of an Englishman etc., about linguistic personality of a translator, a contemporary economist, bearer of a dialect, etc. In this case, linguistic

personality acts as an abstract notion, whose model is based on the analysis of features of speech (oral and/or written) of certain native speakers.

The narrow interpretation allows one to analyze the specificity of linguistic personality of a certain communication entity (e.g., linguistic personality of Z.M. Babur or L.N. Tolstoy, etc.). This meaning is related not to the linguistic personality but to its verbal implementation to a greater extent.

It must be admitted that none of the described models is complete. The most objective picture that best represents the reality can be obtained only when we will be able to design a universal model based on all the models that have been proposed in linguistics thus far. In this respect, any new attempt at modeling will be extremely useful for further research in the field of linguopersonology, communicative linguistics, linguodidactics or cultural linguistics. One can hope that a universal model will be eventually developed, which will be capable of representing the linguistic / verbal personality with allowance for features of each of the research spheres mentioned above.

To sum everything up the term of linguistic personality can be regarded as a key notion of verbal-semantic, communicative-pragmatic, thesaurus-cognitive assumptions in linguopersonology.

References:

1. Karaulov Y.N. Russian Language and Linguistic Personality/ AS USSR. Department of Literature and language. Moscow, 1987. -247p.
2. Karaulov Y. N. Russian Language and Linguistic Personality. Moscow, Editorial URSS, 2004. -pp. 36-53 (in Russian).
3. Susov I.P. Activity, consciousness, discourse and linguistic system // Linguistic communication: Processes and units. Kaliningrad, 1988. -pp. 7-13
4. Lutikova V.D. Linguistic personality and idiolect. Publishers of Tyumen State University, 1999. - 185-186 pp.

THE CONCEPT OF USING FLIPPED CLASSROOM TO ENHANCE EFL LEARNING IN SECONDARY SCHOOLS

Shodiyev Shuhrat Karomatovich
EFL Teacher at the State Specialized
Secondary Boarding School #8 in
Gijduvan District, Bukhara Region

Abstract: Recent advances in technology and in ideology have unlocked entirely new directions for education. An issue of having inactive students in class, time pressure and students' complaints about having too much homework are some of the main challenges that almost every teacher has to deal with on a daily basis.

To overcome these problems, flipped classroom is a perfect choice as the model encourages students' active participation, promotes support from teacher and peers to handle homework and allows more free time in class. The flipped classroom model seems to be favorable in secondary education. This is because the model lends itself to active learning.

Introduction

Jonathan Bergmann and Aaron Sams, two chemistry teachers in Colorado, needed to help students who had missed class – because of sickness or for other reasons – catch up on their schoolwork. It was massively inefficient, in fact impossible, to try to teach each student each missed lesson, one at a time. Therefore, they decided to create a series of videos of their lectures for the absent students to watch at home. Soon, the students who had attended class began watching the videos for clarification as they worked on their homework assignments. Then, educators and students from other districts found and used the videos as well. Watching all this, Sams realized that the videos could be used routinely to teach core course material the night before each class met, with class time the next day used to engage with students and ensure understanding; the conventional instructional model could be “flipped.” More teaching time was gained, and more effective teaching and learning achieved. The next school year, Bergmann and Sams began recording lectures for every class and every unit, flipping their classrooms completely (Bermann & Sams, 2012). Now, teachers across the world are making the decision to flip their classrooms, offering short video lectures at home, and using class time for application of the material learned at home (Bishop & Verleger, 2013; Educuse, 2012; Herreid & Schiller, 2014).

Blended learning and the flipped classroom model

The arrival of Information and Communication Technologies (ICT) has had a huge impact on all aspects of society, including education. Based on the benefits, the implementation of ICTs in the educational field in general (Mazur, Brown & Jacobsen, 2015; Coelho, Galante & Pires, 2016), and in the Foreign Language Teaching (FLT) field in particular (Basal, 2015; Prefume, 2015; Egbert, Herman & Lee, 2015) has been extensively studied and defended.

Blended learning integrates the use of the Internet into regular classroom environments while preserving the face-to-face interaction between learners and instructor (Tucker, 2012). This way, the benefits of computer assisted learning and face-to-face teaching are combined (Hsieh, Wu & Marek, 2016), and students' satisfaction tends to be higher in blended learning classes (Baepler, Walker & Driessen, 2014) compared to traditional teaching methodologies. Blended learning has become popular in recent years (Ahmed, 2016) and, especially, one type of blended learning called the flipped classroom, which is receiving increasing attention from scholars all over the world (Wong & Chu, 2014; Hao, 2016; Muldrow, 2013). The reason for its popularity could be due to the failure of former traditional teaching methods (Muldrow, 2013), where time constraints do not allow for a proper mastering of the content and students' needs cannot be addressed individually because of the amount of students per class.

The core idea of the flipped classroom is to invert the traditional class sequence of having the content lecture in class followed by homework at home. So in the flipped classroom the content is

introduced watching video tutorials at home and in-class time is used to work on activities related to that content. Face-to-face time can be used for problem solving and hands-on activities in a student-centered environment, which is the basis of this teaching model (Basal, 2015; Muldrow, 2013; Bergman & Sams, 2012).

The implementation of the flipped classroom into foreign language teaching

The flipped classroom approach applied to English as a foreign language learning (EFL) has had a positive impact on the EFL learners' attitudes, engagement, participation, and performances. However, this strategy had not yet been well examined. Most of the existing studies that include technology and student-centered methods were conducted in higher education rather than in secondary school (Sarah & Yousif, 2016; Moran 2014). English instruction in secondary schools has a long tradition and its teaching methods vary from very traditional grammar-based ones to very modern communicative ones. In some schools, teachers explain the grammatical points of the lesson and make students do pattern practices. In other schools, students enjoy games or role-playing activities without any or some grammatical explanations.

Many studies indicate that the flipped classroom strategy positively affects students' performance and proficiency levels in different kinds of English language areas. Furthermore, the flipped classroom strategy can encourage learners and make them concentrate more on the learning process. Hung (2015) showed that 80% of the participants in flipped classes spent more time and effort learning on their own compared to students in traditional classes. However, this does not mean flipped classroom strategy will always succeed, and there are some studies that have failed when implementing the strategy. Kang (2015) states that the key to the successful flipped classroom model could rely on how pre-preparation assignments and in-class activities were well integrated to acquire the benefits of a synergy effect from both.

A flipped classroom can be divided into two learning environments: outside and inside the classroom. Both sides must be perfectly integrated for this model to be effective. The first step for teachers is planning in detail what will happen in each environment. The second step is selecting a variety of appropriate activities that address the needs of all learners. Such an approach may provide rich learning opportunities for students with different learning styles. The third step is to determine how to integrate tasks and activities that occur in both environments. This step is especially important since a flipped classroom is intended to be a blended approach. Therefore, no part can be planned or implemented separately. The fourth step is to use a learning management system (LMS), presenting all activities in an organized way. An LMS is an integral part of flipped classroom, because it connects the outside and inside parts like a bridge. In a flipped classroom, videos are recorded before a lesson and sent to students over the Internet. Rather than simply captured lectures, these videos must include animations, quizzes, or other elements that engage students. Monotonous videos will make them passive learners. An LMS helps keep all the tools needed for a flipped classroom under control in a single place. Many LMSs have free, easy-to-use sites on the Internet (e.g., www.schoology.com, www.edmodo.com, www.khanacademy.org or www.mheducation.com), perfect for establishing an organized flipped classroom. With an LMS, teachers can send videos, activities, and assignments; contact students; check and grade assignments; and link to other resources. This learning environment is open and accessible 24 hours a day, 7 days a week. Another underlying idea of the flipped classroom is to provide a non-stop connection between teachers, students and materials, which can only be achieved through an LMS.

Conclusion

Flipped learning or a flipped classroom is a kind of blended learning. The concept is not new, but the term is recent. Generally, the flipped model has been presented as using lecture videos outside the classroom. It allows teachers to spend class time on more engaging activities that enhance the content of the lecture and present learning experiences outside the classroom by using appropriate technologies. The flipped classroom can provide several benefits:

- free classroom time;
- opportunities for personalize;
- opportunities for more student-centered learning;
- a continuous connection between student and teacher;
- increased motivation of students;
- a learning environment full of familiar tools, and
- variety in lecture content attuned to different learning styles.

In the literature, some drawbacks of flipped learning have been identified. However, as a researcher and a language teacher, I believe that, other than technical issues, the success of a flipped learning model depends on the teacher applying it. In order to derive the above-mentioned benefits, teachers should know the relevant theories first. Teachers wanting to flip their classrooms should bear in mind that flip learning is not simply adding lecture videos outside the classroom. Choosing appropriate, engaging activities for classroom time and having a constant connection with students through the use of an LMS and other web tools are also important.

References

1. Bergmann, J. & Sams, A. (2012). *Flip your classroom: Reach every student in every class every day*. Eugene, Oregon: International Society for Technology in Education.
2. Bishop, J.L. & Verleger, M.A. (2013). The flipped classroom: A survey of the research. American Society for Engineering Education.
3. Educause (2012). 7 things you should know about... Flipped classrooms. Educause Learning Initiative.
4. Herreid, C.F., & Schiller, N.A. (May 2014). Case study and the flipped classroom. *Journal of College Science Teaching*, 42(5), 62-67.
5. Mazur, A.D., Brown, B., & Jacobsen, M. (2015). Learning designs using flipped classroom instruction. *Canadian Journal of Learning and Technology*, 41(2), 1-26.
6. Coelho, D., Galante, A. & Pires, A. L. (2016): «Online Collaboration for English Learners: Implementing and International Project with Edmodo». *The Electronic Journal for English as a Second Language*, 19(4), pp. 1-15.
7. Basal, A. (2015): «The implementation of a Flipped Classroom in Foreign Language Teaching», *Turkish Online Journal of Distance Education*, 16 (4), pp. 28-37
8. Prefume, Y. E. (2015): Exploring a Flipped Classroom Approach in Japanese Language Classroom: A Mixed Methods Study (Doctoral dissertation, Baylor University, Texas, USA).
9. Egbert, J., Herman, D. & Lee, H. (2015): «Flipped Instruction in English Language Teacher Education: A designed based Study in a Complex, Open-ended Learning Environment», *Teaching English as a Second or Foreign Language. The Electronic Journal for English as a Second Language*, 19 (2), pp. 1-23.
10. Tucker, B. (2012): «The Flipped Classroom. Online instruction at home frees class time for learning», *Education Next*. 12(1).
11. Hsieh, J. S. C., Wu, W.V. & Marek, M. W. (2016): «Using the flipped classroom to enhance EFL learning», *Computer Assisted Language Learning*, pp. 1-25.
12. Baeppler, P., Walker, J. D. & Driessen, M. (2014): «It's not about seat time: Blending, flipping, and efficiency in active learning classrooms», *Computers and Education*, 78, pp. 227-236.
13. Ahmed, M. A. E. A. S. (2016): «The Effect of a Flipping Classroom on Writing Skill in English as a Foreign Language and Students' Attitude Towards Flipping», *US-China Foreign Language*, 14(2), pp 98-114.
14. Wong, K. & Chu, D. W. K. (2014): «Is the Flipped Classroom Model Effective in the Perspectives of Students' Perceptions and Benefits? », in Cheung, S. K. S., Fong, J., Zhang, J., Kwan, R., Kwok, L. F. (eds.), *Hybrid Learning. Theory and Practice*, Shanghai, Springer, pp. 93-104.
15. Muldrow, K. (2013, November): «A New Approach to Language Instruction – Flipping the Classroom», *The Language Educator*, pp. 28-31.
16. Sarah S., & Yousif A. (2016). The Flipped Classroom Impact in Grammar Class on EFL Saudi Secondary School Students' Performances and Attitudes.
17. Moran, C.M. (2014). Changing Paradigms: A Mixed Methods Study of Flipping the English Language Arts Classroom.
18. Hung, H. T. (2015). Flipping the classroom for English language learners to foster active learning. *Computer Assisted Language Learning*, 28(1)81–96.
19. Kang, N. (2015). The comparison between regular and flipped classrooms for EFL Korean adult learners.

PUBLITSISTIK MATNLAR SARLAVHALARINING FONOSTILISTIK(FONETIK) XUSUSIYATLARI

Sobirova Dilnoza
BuxDU o‘qituvchisi

Bugungi kunda jurnalistika nafaqat yurtimizda, balki butun dunyoda eng muhim va dolzarb sohalardan biri hisoblanadi. Buni “School of Journalism and Communication” vakillari Shao Baohui va Nik Norma Nik Hasanlar ham alohida ta’kidlaydilar: “Journalistic role is considered as one focal indicator that reflects journalists professional values and practices. It is one aspect or component of journalistic professionalism” (Jurnalistika bugun jurnalistlarning professional qadriyatları va amaliyotlarini aks ettiradigan asosiy omillardan biri hisoblanadi. Bu jurnalistik professionalizmning bir tomoni yoki tarkibiy qismidir. *Tarjima bizniki*).

Darhaqiqat, ayni damda OAV hayotimizning ajralmas bo‘g‘iniga aylanib ulgurgan ekan, shu o‘rinda publitsistik matnlarning o‘ziga xos xususiyatlari va ahamiyati haqida so‘z yuritishni o‘rinli deb bilamiz.

Ma’lumki, publitsistik matnlar OAV orqali yuzaga chiqadi. OAV keng ommaga axborot beruvchi vositalar hisoblanadi. OAV ifoda shakliga ko‘ra ikkiga bo‘linadi:

- a) og‘zaki shakl;
- b) yozma shakl.

Bu shakllar efirga uzatiladigan (og‘zaki) va nashr etiladigan (yoyma) kabi nomlar bilan ham ataladi. Shu jihatdan biz publitsistik matnlarni ham og‘zaki va yozma kabi turlarga ajrata olamiz. Televideniye dasturlari va radioeshittirishlar og‘zaki publitsistik matnlarga, matbuot orqali xususan gazeta, jurnal va axborotnomalar orqali e’lon qilinadigan matnlar esa yozma publitsistik matnlarga misol bo‘la oladi.

Jahon publitsistikasida ham sarlavha publitsistik matnning eng asosiy tarkibiy qismi sifatida e’tirof etiladi: “A headline is text above a newspaper article, indicating its topic. The headline catches the attention of the reader and relates well to the topic[4]” (Sarlavha - gazeta maqolasining yuqorisidagi nom, uning mavzusi. Sarlavha o‘quvchi e’tiborini maqolaga qaratadi. *Tarjima bizniki*).

Ma’lumki, publitsistik uslub ekstralngistik shart-sharoitlar bilan chambarchas bog‘liq holda o‘z lingvistik-uslubiy xususiyatlarini namoyon etadi. Bu xususiyatlar til qatlamlarining barcha sathlarida o‘z ifodasini topadi. Jumladan, fonetik-fonologik sathda kitobiy va so‘zlashuv elementlarini talaffuz qilishning uyg‘unligi, unlilarni va undoshlarni birdan ortiq yozish hamda talaffuz etish, so‘zlarni (ataylab) noto‘g‘ri talaffuz qilish, alliteratsiya, assonans va boshqalar mazkur uslubning lingvistik xususiyatlarini ochib beradi.

Tildagi fonemalar o‘zining asosiy vazifasi so‘z ma’nolarini farqlash bilan birga emotsiyal-ekspressiv va appelyativ vazifani ham bajaradi. So‘zlovchi va tinglovchi bu xususiyatlarni tovush vositasida bayon etadi va anglaydi. Jumladan, “matndagi konnotativ ma’no, ayniqsa, bir so‘zdagi unli va undosh tovushlar birgalikda takrorlanib talaffuz qilinganida yanada kuchli ifodalananadi. Bunda tovushlarning nutqiy cho‘ziqligi uzoq davom etadi. Bu holat qahramonning ichki kechinmasi, uning ruhiy tushkunligi, iztirobi, achinish kabilarni real aks ettiradi:

– **Nima-a-larr** deyapsan? Ablah, hali Rustamovga shunday deganman, degin? (O‘.Usmonov)“ [1,9].

Publitsistik matn sarlavhalarini kuzatish davomida yuqoridagi kabi unli va undosh tovushlarning takror talaffuz qilinishining guvohi bo‘ldik. Biroq bunda ma’no bo‘yog‘i ruhiy tushkunlik, achinish, iztirob emas. Masalan, “**Motorrr**” (“Zo‘r TV” dasturi). Bunda “**Motorrr**” so‘zidagi “r” tovushining takror talaffuz etilishi so‘z anglatgan predmetning ovoziga taqlidni ham ifodalaydi.

“So‘z bo‘g‘inlarida ishtirok etmagan alohida, yakka holda olingan bitta unli ham cho‘zib talaffuz qilinishi mumkin. Bunda ishonchsizlik, hayrat, kuchaytirish ma’nolari ifodalananadi. O‘-o‘-

o’! Ming la’nat. Yuzimdagи qora qon-ku! (O’.Hoshimov)[1,9]. Og‘zaki matn sarlavhalaridan biri “*Ooo, dam shou*”(MY5 dasturi)dir. “*Ooo, dam shou*” sarlavhasini eshitgan kishida uch xil tasavvur uyg‘onadi. Birinchisi “odam(kishi) shou”, ikkinchisi “ooo, dam shou” ya’ni “tinchlik saqlansin” shou” ma’nolarini beruvchi tasavvur bo‘lsa, uchinchisi “hordiq” ma’nosidagi shou”. Og‘zaki matn sarlavhasi bo‘lgan ushbu “*Ooo, dam shou*” uchinchi ma’noda qo‘llangan. Bunda yakka holda olingen bitta unli cho‘zib talaffuz qilinishi natijasida(“ooo”) hayrat ma’nosи anglashiladi. Xullas, unli va undosh tovushlarning cho‘ziqlik darajasi ekspressiv bo‘yoq miqdorini belgilaydi. Ulardan foydalanish aytilmoqchi bo‘lgan fikrni jonli va jozibali bo‘lishini ta’minlaydi. Sarlavhalarda bu holatning aks etishi o‘quvchi(tomoshabin, tinglovchi)da publisistik matnga nisbatan qiziqish uyg‘otishga, e’tiborning kuchayishiga xizmat qiladi.

Ma’lumki, alliteratsiya jumla tarkibidagi so‘zlarning bosh tovushlari takroriga asoslanadi. Publisistik matnlarda bu kabi tovushlar takrori mavjud sarlavhalar talaygina. Masalan, yozma publisistik matnlarda: “*She’riyat shu’lasi*”(“Yoshlik” jurnali, 2017-yil, 10-son) “*Olimlik orzusi*”(“Ma’rifat” gazetasi, 17.11.2018), “*Tilimiz tilsimi*”(“Yoshlik” jurnali, 2017.11-son), “*Bu bog‘lar bir bog‘lar bo‘ldi*”(“Yoshlik” jurnali, 2017-yil 6-son), “*Bo‘stonliq bag‘ridagi bedorlik*”(“Yoshlik” jurnali, 2017-yil 10-son), “*Qashqadaryo, qaydasan?*”(“Yosh kuch” jurnali, 2018-yil 5-son), “*Fizika fani fidoyisi*”(“Ma’rifat” gazetasi, 24.10.2018), “*Davlat dasturi doirasida*”(“Ma’rifat” gazetasi, 24.10.2018), “*Millat mulki*” (“Ma’rifat” gazetasi, 20.10.2018).

Og‘zaki publisistik matnlarda esa “*Dunyodan daraklar*” (“Toshkent” telekanali dasturi), “*Sport saboqlari*” (“Sport” telekanali dasturi), “*Suhbatda sayohat*”, “*Mamlakat manzillari*”, (“Dunyo bo‘ylab” telekanali dasturi), “*Javondagi javohir*”, “*Ertamiz egalari*”, (“Mahalla” telekanali dasturi) kabi.

Sarlavhalarda bu kabi tovushlar takrorining mavjudligi o‘quvchi(tomoshabin, tinglovchi)larning e’tiborini tortishga va, tabiiyki, qiziquvchilar auditoriyasining kengayishiga xizmat qiladi.

“Gazetachilikda maqolalarga sarlavha qo‘yish o‘ta muhim ish. Maqola yozish bir mahorat bo‘lsa, sarlavha topish yana bir mahorat. Axborot oqimining bugungi shiddati ta’sirida o‘qishga, mutolaa qilishga arzirli ko‘plab maqolalarning ham o‘qilmay qolib ketayotganiga sabab ularga yomon, e’tiborni tortmaydigan sarlavha qo‘yilganida desam mubolag‘a bo‘lmaydi. Bozor peshtaxtasiga ko‘zga ko‘rinarli qilib terib qo‘yilgan biror mahsulot xaridorni o‘ziga chorlaganidek, yaxshi sarlavha ham o‘quvchi e’tiborini qozonishi lozim[2, 164]”. Shu o‘rinda atoqli adib Abdulla Qahhorning sarlavha xususida o‘z qahramonlari tilidan bildirgan fikrlarini keltirishni joiz deb topdik: ““Elektrik tezligida bajarilsin”, deb sarlavha qo‘ydim,— dedi kerilib,—jurnalistlikda sarlavha qo‘yish bir hunar. Amerikada sarlavha bir gazetaning sinishi yoki sarmoyasiga sarmoya qo‘silishi masalasini hal qiladi... — Shuning uchun, ey bolalar, sarlavha qo‘yishni o‘rganingiz,— dedi Murodxo‘ja domla. — Hech kim sizday ikki yil muttasil muharrir bo‘lgan emas. Men bilaman... siz tajribali...[3, 119]”

Xullas, publisistik matnlarning muvaffaqiyati to‘g‘ri tanlangan sarlavhalar bilan chambarchas bog‘liq. Yaxshi sarlavhalar asarning muvaffaqiyatini belgilaydi. Yomon sarlavhalar esa ijod namunasining tanazzuliga sabab bo‘ladi.

Shuningdek, sarlavhalar tarkibida tovushlar bilan bog‘liq uslubiy figuralarning qo‘llanilishi o‘quvchilarda publisistik matnlarga nisbatan qiziqish uyg‘otishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Haydarov A. Badiiy tasvirning fonostistik vositalari . Filol.fan.nomz. dis.avtoresfati. – T., 2008, 22 b.
2. Meliboyev A. Jurnalistika: kasb, ijod, mahorat. 100 savolga 99 javob. “G‘afur G‘ulom” – T.: 2015, 100 b.
3. Қахҳор А. Асрлар. I жилд. “Ғафур Гулом”. – Т.: 1987, 600 б.
4. Shao Baohui, Nik Norma Nik Hasan. Journalistic Roles among Chinese Language Press Journalists in China and Malaysia// Elsevier Ltd., 2014.

ШАРЬИЙ АТАМАЛАРНИНГ ЯСАЛИШИ

Юлдашев Тобашар
ТДШИ ўзбек ва рус тиллари
кафедрфси ф.ф.н катта ўқитувчиси

Маълумки, сўзлар атама сифатида ишлатилганда маҳсус маъно касб этади. Бир сўзнинг ўзи турли соҳаларда турли маъноларда келади. Масалан: руҳн сўзи шеършуносликда вазн бўллагини билдирса, фикҳда ислом асосини ва намознинг ички амалини билдиради. Вазн сўзи шеъриятда шеърнинг ёзилишини ва ўқилиш тартибини билдирса, тилшуносликда сўз шаклини билдиради. Луғавий маъноси уй бўлган байт сўзи назмий асарларда шеърнинг икки мисрали бўлгани билдирас, нужум илмида толе буржини билдиради. Шунинг учун фаннинг ҳар соҳасини тўғри ўзлаштириш ва ундаги атамаларнинг маъносини аниқлаш лозим.

Алишер Навойининг “Сирожу-л-муслимийн” асаридағи шаръий атамалар туб ва ясама шаклига эга. *Тамуг, улгу, учмақ, тенгри* кабилар туб атамалардир.

Ясама атамалар ҳозирги ўзбек тилида бўлгани сингари содда, қўшма, мураккаб, жуфт сўзлардан иборат.

Тенгрилик, худойлик, бандалиқ, ўлукса, тануғлуқ каби сўзларда атамалар -лик, -лик, -лук, -са каби аффикс ёрдамида тузилган: *Тенгри + лиқ, худой+лик, бандा+лик, тану+ғ+лук, ўл+ук+са*. Қўшма сўзлар икки ёки ундан ортиқ сўзлардан тузилган: *соҳибнисоб, фаризагузор, ийдоҳ кунтугар, кунботор, соҳибсур*.

Бирикма атамалар оз бўлсада учрайди: *дин эли, тенгри тақдиди, озир куни*.

Жуфт сўзлардан иборат атама кам учрайди: *кусуф-у хусуф* намози.

Асар тилида ясама атамалар қўйдагича ясалган:

1. Сўзга қўшимча қўшиш йўли билан:

-ат (-ят) қўшимчаси билан ясалган сўзлар. Бу аффикс от ва исм типидаги сўзлардан от ясади: *кароҳийат, жамоат, тижорат, шариат*;

-лик, (-лик, -лиғ // -лук, -лук) аффикси исмларга қўшилиб, бирор нарсага эгаликни билдирувчи мавҳум маъно англатувчи отлар ясади: *Худолик, жаннатлик, тануғлук, ариғлиғ, Тенгрилик, поклик, бандалиғ*;

-сиз қўшимчаси эга эмаслик маъносидаги сўз ясади: *Каффоратсиз, нийятсиз*;

Но- олд қўшимчаси эла эмаслик маъносидаги сўз ясади: *ноболиғ, номуайян*;

бе- олд қўшимчаси (перефикси) бирор нарсага эга эмаслик маъносини англатувчи сўзлар ясади: *бесуннат, бенафл, бефариза, бекафорат*;

-хон аффикси бирор юмуш билан машғул бўлувчи шахс оти ясади: *намозхон*;

-гоҳ аффикси ўрин-жой маъносини билдирувчи отлар ясади: *ийдоҳ, саждагоҳ*;

-шунос аффикси бирор бир касб билан шуғулланувчи шахс оти ясади: *шаръшунос, фикҳшунос*;

-гузор аффикси ҳам бирор нарса билан шуғулланувчи шахс оти ясади: *фаризагузор*;

-дор бу аффикс қўшилиши натижасида “бўйин эгувчи, қарам” маъносини билдирувчи шахс оти ясалади: *қарздор, фармонбардор, рўзадор*.

Асар тилида транспозицион усул билан ҳам сўз ясалган.

Бундай сўзлар сирасига асосан сифатдошнинг исм туркумига ўтиши асосида шаклланган қуйидаги сўзларни киритиш мумкин:

-мутакаллим;

-мутаяммим.

2. Композиция усули.

Бу усулда икки ва ундан ортиқ лексик морфема иштирокида янги бир тушунча ифодаланади. “Сирожу-л-муслимийн”да ишлатилган шаръий атамаларнинг аксарияти қисмини изофий бирикмалар ташкил қиласи.

Кўшимча сўз шаклидаги шаръий атамалар сони кўп эмас: *Соҳибинисоб, соҳибсур.*

Хуллас, мумтоз адабиётимизда қўлланилган сўз ва атамалар туркий тиллар, жумладан, ўзбек тили терминологиясининг ривожланишида асосий манба вазифасини ўтаган. Мазкур типдаги сўз ва атамаларни ўрганиш ва тадқиқ қилиш мумтоз адабиётимизни яхши тушунишга замин яратади. Шаръий атамаларнинг келиб чиқиши, генеологияси ва лексик-семантик таҳлили ўзбек тили тарихини ўрганиш учун аҳамиятлидир.

Алишер Навоий фикҳ атамашунослигида бошқа муаллифлар сингари фақат араб тилшунослиги анъаналарига суюниб қолмадилар. Балки, бу борада туркий тил лугат хазинасидан ҳам фойдаландилар. Шундан келиб чиқиб, бу муаллифлар қўллаган атамаларни туркий, арабий, форсий ҳамда гибрид катламларга ажратиш мумкин. Гибрид атамаларнинг каттагина қисми эса улуғ сўз санъаткорининг кашфиётидир. Чунки, бундай ясалишда асос арабий ё форсий бўлишига қарамай, туркий тилнинг хусусиятлари, имкониятлари намоён бўлган.

АДАБИЁТЛАР

1. Рустамов А. Фонетико-морфологические особенности языка А.Наваи: Автореф.дис...канд. филолол.наук.- Тошкент:1966,-61с.
2. Рустамов А. Наваининг бадий маҳорати.- Тошкент: F.Ғулом нашиёти, 1979. -213 б.
3. Рустамов А. Биринчи ғазал шарҳи Алишер Наваий ғазали / Шарқ юлдузи.-1987. №2. Б -176-179.
4. Рустамов А. Сўз хусусида сўз. Тошкент: Ёш гвардия, 1987. -155 б.
5. Рустамов С.А. Махмуд Кошғарий лугатининг лексикографик хусусиятлар: Филол.фан.номз...дис. Тошкент: 1998. -24 б.

ИНГЛИЗ ВА ЎЗБЕК ТИЛЛАРИДА ШАРТ МУНОСАБАТ ИФОДАЛОВЧИ КОНСТРУКЦИЯЛАР “ВАҲДА БЕРИШ” НУТҚ АКТИ СИФАТИДА

Минниқулов Ислом Урол ўғли
ЎзДЖТУ, Тошкент, Ўзбекисто

Мақолада инглиз ва ўзбек тилларида шарт конструкцияларнинг “ваҳда бериш” нутқ акти сифатида ифодаланиши таҳдил қилинади ва уларнинг комиссив нутқ акти вазифасини бажариш каби прагматик аспекти очиб берилади.

Инглиз ва ўзбек тилларида шарт муносабатли конструкциялар “ваҳда бериш” мазмунидаги нутқ акти вазифасини бажаради. Масалан:

The old goblin behind the counter clapped his hands and a younger goblin approached.

“I shall need the Clankers,” he told the goblin, who dashed away and returned a moment later with a leather bag that seemed to be full of jangling metal, which he handed to his senior. “Good, good! So, if you will follow me, Madam Lestrange,” said the old goblin, hopping down off his stool and vanishing from sight, “I shall take you to your vault” [Rowling, 2007, p. 531-532].

Контекст: Мингбоши ва Мирёқуб Мингбошининг уйида овқатланиб ўтиради. Овқатланиб бўлгач, Мингбоши Зебининг отасининг фикри (Зебини Мингбошига турмушга бериш ҳақидаги фикри) қандайлигини сўради ва Зеби унга манзур бўлганини айтди.

Мирёқуб: Сиз илгари қизнинг ўзидан гапириб беринг. Қалай, овози маъқул бўлдими?

Мингбоши: Сўраб нима қиласан? Сенга бутун авлиё-анбиёларни шафе келтириб айтаманки, ўша қиз менга насиб бўлса, ундан кейин хотин олишини бас қиласан! [Чўлпон, 2015, б. 110].

Юқоридаги парчаларда шарт муносабат ифодаловчи “*Good, good! So, if you will follow me, Madam Lestrange, I shall take you to your vault*” ва “*ўша қиз менга насиб бўлса, ундан кейин хотин олишини бас қиласан!*” конструкциялари ишлатилган ва ушбу шарт формалар тилнинг грамматик сатҳида шарт эргаш гапли қўшма гап (синтактик бирлик) сифатида намоён бўлади. Сўзловчи мазкур шарт конструкциядан “ваҳда бериш” каби имплицит нутқ акти вазифасини бажариш мақсадида фойдаланади.

Шунингдек, қиёсланаётган тилларда қуйидаги шарт муносабат ифодаловчи конструкциялар ҳам имлицит тарзда “ваҳда бериш” каби нутқ акти вазифасини бажарувчи шарт маъно ифодаловчи тил бирликларига мисол бўла олади:

“Look at the time,” Mrs. Weasley said suddenly, checking her wristwatch. “You really should be in bed, the whole lot of you – you’ll be up at the crack of dawn to get to the Cup. Harry, if you leave your school list out, I’ll get your things for you tomorrow in Diagon Alley. I’m getting everyone else’s. There might not be time after the World Cup, the match went on for five days last time.” [Rowling, 2000, p. 64].

“I am not from the asylum,” said Dumbledore patiently. “I am a teacher and, if you will sit down calmly, I shall tell you about Hogwarts. Of course, if you would rather not come to the school, nobody will force you –”

“I’d like to see them try,” sneered Riddle [Rowling, 2005, p. 270].

Контекст: Мингбоши додхога арз билан келган кампирни Султонхон қарши олар экан, кампирнинг Қиёмиддин ҳожининг онаси эканлигини билгач, унга ёрдам беришгга рози бўлади. Буни эшитиб турган Зеби ҳам бу қарорни маъқуллади.

Зеби: *Хўн, холажон, Қиёмиддин ҳожи қамнинг ишлари бўлса, албатта, тўгрилаймиз. Паранжингизни олиб, бир нафас ўтиринг, бирор пиёла чой ичиб, дам олиб кетарсиз.*

Кампир: *Йўқ, айланай, ўтирсан, кечга қолиб кетарман. Шомдан кейин ёлгиз кетишга қўрқаман* [Чўлпон, 2015, б. 235].

КОНТЕКСТ: АКАЛАРИ ВА ҚЎШНИ БОЛАЛАРНИНГ МАҲАЛЛАГА КИНО КЕЛАРМИШ ДЕГАН ГАПИНИ ЭШИТИБ, МЕН ҲАМ БОРАМАН ДЕБ ТУРИБ ОЛГАН БОЛАКАЙНИ АКАЛАРИ КИНОГА ОЛИБ БОРМАСЛИК УЧУН УНИ АЛДАБ КЕТАДИ.

БОЛАКАЙ: МЕН ҲАМ БОРАМАН.

АКАЛАРИ: БҮРТИ, БОРАСАН. *АЙТГАН ИШЛАРИМИЗНИ ҲАММАСИНИ ҚИЛСАНГ, ОБОРАМИЗ* [Ў. ҲОШИМОВ, 2012, Б. 26].

МИСОЛЛАРДА АЛОҲИДА БЕЛГИЛАБ ҚЎЙИЛГАН ШАРТ МАЪНО ИФОДАЛОВЧИ ГАПЛАР ЎЗ ЎРНИДА “ВАҶДА БЕРИШ” МАЗМУНИДАГИ НУТҚ АКТИ БЎЛИБ КЕЛГАН ВА БУНДА МАЗКУР ШАРТ ЭРГАШ ГАПЛИ ҚЎШМА ГАПЛАРНИНГ ЭРГАШ ГАП ҚИСМИДАГИ ФЕЪЛНИНГ ҲОЗИРГИ ЗАМОН ВА БОШ ГАП ҚИСМИДАГИ ФЕЪЛНИНГ КЕЛАСИ ЗАМОН ШАКЛЛАРИ БУНДАЙ КОНСТРУКЦИЯЛАРНИНГ “ВАҶДА БЕРИШ” КАБИ ПЕРФОРМАТИВ НУТҚ АКТИ ВАЗИФАСИНИ БАЖАРИШДА АҲАМИЯТ КАСБ ЭТИШИНИ КУЗАТИШИМИЗ МУМКИН.

ШУНДАЙ ҚИЛИБ, ТАҲЛИЛ НАТИЖАЛАРИГА ТАЯНГАН ҲОЛДА ҚУЙИДАГИ ХУЛОСАЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШИМИЗ МУМКИН:

ИНГЛИЗ ВА ЎЗБЕК ТИЛИДА ШАРТ ФОРМАЛАР МАЪЛУМ КОММУНИКАТИВ КОНТЕКСТДА “ВАҶДА” МАЗМУНИДАГИ КОМИССИВ НУТҚ АКТИ ВАЗИФАСИНИ БАЖАРАР ЭКАН, БУНДА КОНТЕКСТ ВА СЎЗЛОВЧИНИНГ КОММУНИКАТИВ МАҚСАДИ АҲАМИЯТГА ЭГА;

ҚИЁСЛАНАЁТГАН ТИЛЛАРДА “ВАҶДА БЕРИШ” МАЗМУНИДАГИ НУТҚ АКТИ ВАЗИФАСИНИ БАЖАРАЁТГАН ШАРТ КОНСТРУКЦИЯЛАРНИНГ ТИЛНИНГ СИНТАКТИК САТҲИДА ИМПЛИЦИТ ТАРЗДА ИФОДАЛАНИШИ ЎХШАШ ХУСУСИЯТДИР.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙҲАТИ

1. ROWLING J.K. HARRY POTTER AND THE DEATHLY HALLOWS. NEW YORK: HARRY POTTER PUBLISHING RIGHTS, 2007.- 759 Р.
2. ROWLING J.K. HARRY POTTER AND THE GOBLET OF FIRE. NEW YORK: SCHOLASTIC PRESS, 2000.- 755 Р.
3. ROWLING J.K. HARRY POTTER AND THE HALF BLOOD-PRINCE. NEW YORK: HARRY POTTER PUBLISHING RIGHTS, 2005.- 671 Р.
4. ЎТКИР ҲОШИМОВ. ДУНЁНИНГ ИШЛАРИ: ҚИССА-Т.: “MERIYUS” ХНМК, 2012.-272 Б.
5. ЧЎЛПОН. КЕЧА ВА КУНДУЗ: РОМАН-Т.: “ЯНГИ АСР АВЛОДИ”, 2015.- 332 Б.

ҚИРГИЗ ХАЛҚ ҚҮШИҚЛАРИДА ТАҚИНЧОҚЛАР ОБРАЗИ ВА УЛАРГА БОҒЛИҚ ҚАДИМИЙ ЭЪТИҚОДЛАР

М.И.Сулаймонова

Андижон давлат университети
Қирғиз тили ва адабиёти таълим
йўналиши катта ўқитувчиси

Қирғиз фольклорида лирик жанр мухим аҳамиятга эга. Лирик жанр асосини қўшиқлар ташкил этади. Қўшиқларда миллийлик, халқ руҳиятинининг бой тафаккури, ҳаётий тушунчалари акс этади ва турли хил маросимларнинг бетакрорлигини таъминловчи бадиий қисм вазифасини ҳам ўтайди. Дарҳақиқат, бу вазифани ўтаган халқ қўшиқларида тақинчоқлар образи алоҳида ўрин тутади. Чунки бу қўшиқларда тақинчоқларга боғлиқ эътиқод, фетишизм мавжуд.

Фетишизм – ибтидоий одамларнинг қадимги эътиқодига кўра, нарса ва буюмларга сифинишни билдиради. [4.42b] Қирғиз халқ ижодининг яратилишида фетишизм мухим рол ўйнайди. Мана шундай ҳолатни ўзида мужассам этган қирғиз халқ қўшиқларидан мисолларни келтириб ўтсак:

*Шалдыр-шулдор шакек чык,
Саймалама жсоолук чык!
Жоолукту белге чалабыз,
Шакекти колго салабыз.*

Бу қўшиқда «*шакек*», яъни узук деган сўз қирғиз халқининг рамазон («*Жарамазан*») қўшиғидан олинган. Узук уй бекаси, яъни аёлга нисбатан айтилмоқда. Рамазон айтиб келганларга хонодон аёли қўш қўллаб атаган насибасини халтасига ташлаган. Ўша пайтда аёлнинг қўлидаги узуги кўринган. Шу маънода «*шакек чык*» яъни, узук чиқ ва бизга насиба етказ деб аёлни чақириш мақсадида айтишган.

Үй эгаси насиба олиб чиққандан кейин рамазон айтuvчилар хонодон эгаларига дуолар қилишган. Бу дуоларда ҳам тақинчоқлар образлантирилган:

*Бактыңды қыдыр колдоп,
Карааның сүрдүү болсун.
Кызың мончоктуу болсун,
Уулук он чакты болсун. [1.208 б]*

Мунчоқ – шодалардан тизилиши боис халқ уни онага ўхшатади. Она ҳам болаларининг бошини қовуштириб, оилани шакллантириб турувчи инсон. Мунчоқ доналари ҳар хил бўлганидай, болалар ҳам ҳар хил ёшда, ҳар хил характер-хусусиятда бўлади. Кўпинча мунчоқ фарзанд рамзини ифодалайди, лекин бу қўшиқда “қизинг мунчоқли бўлсин”, яъни зебу-зийнатга бой бўлсин деган маънода келмоқда.

Никоҳ тўйида бўлажак келинчакка никоҳ узуги ва сирға совға қилиниши кўпчилик халқлар орасида ўзига хос анъана тусини олган. Шунинг учун никоҳ тўйига алоқадор ёр-ёр (“Жар-жар”) халқ қўшиқларида келинчаклар тақадиган тақинчоқлар (узук, маржон, билакузук, занжир кабилар) кўп образлантирилгани кўзга ташланади.

Қирғизларда ҳам бошқа халқлар сирға тақиши удуму қадимдан мавжуд бўлганлиги боис бу ҳолат қирғиз халқ қўшиқларида ҳам ўз аксини топган:

*Кырчын, кырчын, кырчын тал,
Кырчын талга жалкың сал.
Жылкың миңге жеткенде,
Кыз балага сөйкө сал.
Кыз баланын сөйкөсү,*

Тайдан болот турбайбы.

Қирғиз халқи жуда урф-одатларга бой. Улардан бири - келинга сирға тақиши (“Сөйкө салуу”) аңынаси. Бу аңынага күра икки томон ўзаро келишгандан кейин күёв томон келинга сирға тақади. Сирға тақылган кундан бошлаб, қизнинг боши боғланган ҳисобланади. Қиз, яъни бўлажак келин тақылган сирғани ҳеч қачон ечмайди. Чунки сирға ечишса икки ёш бир-бирларига етишиши учун тўсиқлар пайдо бўлиши мумкин деб ирим қилишган. Авваллари бўлажак келинга кўзли катта чангак сирғалар тақишиган. Қайси қизда кўзли катта чангак сирға бўлса, демак у қизнинг боши боғланган, яъни эгалланган ҳисобланган. Чунки боши очиқ қизлар кўзли катта чангак сирға тақишиган эмас. Боши очиқ ва эгалланган қизларни шу сирға орқали ажратишиган.

Қирғиз халқ оғзаки ижодида айтишув жанри мавжуд. Бу жанр сирасига кирувчи “Қизлар айтишуви”да (Акыйнек) ҳам тақинчоқларнинг образлантирилишини кўришимиз мумкин:

Менин энем сурасаң

Шуру чачпак шылдырайт.

Сенин энең сурасам,

Талкан таптай жсалдырайт [2.13б]

Чачпак – бу аёлларнинг сочига тақадиган тақинчофи. Айтишув қўшиғида “шуру чачпак”, яъни дурлар билан безатилган тақинчоқ образи берилган. Бу айтишувда икки қиз ёки икки келин бир-бирларининг юриш-туришини, хулқ-авторини, афт-ангорини ҳазиломуз асия қилишган. Шу сабабли аёллардаги бор нарса ва буюмлар ҳам тилга олинган.

Адабиётлар

1. Кадыров Ысмайыл. Кыргыз маданиятынан тамган тамчылар. –Б.: 2011. – 208 б.
2. Кыргыз адабияты 6-класс үчүн хрестоматия-окуу китеbi. Бишкек – 2007.
3. Safarov O. O’zbek xalq og’zaki ijodi. – T., 2010.
4. Фахретдинова Д.А. Ювелирное искусство Узбекистана. – Ташкент: Издательство литературы и искусства, 1988.

RHETORICAL QUESTIONS IN RELIGIOUS TEXTS OF ARABIC LANGUAGE

Badia Omonillayevna Turakhonova
Uzbekistan state world languages university

Interrogative is allied with understanding and knowledge. It is said: I interrogate someone, i.e. to request him to make me understand (Zamakhshary, 1982).

Interrogation is a branch of request composition and mainly revolves around requesting information to reach a practical benefit previously unknown to the inquirer (Adeema ,2011). At times, interrogation could have a different objective rather than requesting information.

Rhetoric scholars have counted various instances during which interrogation has expanded, as they have revealed such during their study of various texts: denial, reprimand, disposition, exclamation, surprise, admonishment, reminding, boasting, and aggrandizement.

Interrogatives particles have included, in all Quranic contexts, rhetorical meanings while interrogation nouns have demonstrated, in 23 spots, direct meanings “direct interrogative” and rhetorical meanings in other spots (Halima, 2013).

Additionally, Khamees (2015) stated that rhetorical questions are frequently used to serve many functions in any language. These functions include eloquent expression of polite speech acts and emotions such as sympathy, anger, admiration, etc., which makes languages more beautiful and articulate.

According to Halima (2013), the rhetoric meanings are numerous and scholars disagreed on their number. Some stated that they are six; others stated that they are ten, and others stated that they are 32. However, the majority of scholars established that they are ten general meanings from which others are derived. They are: denial, establishment, order, negation, test, multiplication, wish, motivation and equality. The other meanings including reproach, mockery, dispraise, challenge, are considered as sub-meanings. The study will depend on this categorization in analyzing the data as it depends on the opinion of the majority of scholars.

Those meanings will be illustrated as following :

1. **Denial:** According to Jurjani, denial is to ask about an unknown something to make the listener pay attention to the mistake. Sibawayh divided interrogative for denial into two sections:

• Interrogative for Reproach: means reproach for something occurred in the past to indicate that it should not occur.

(How can you disbelieve in Allah? Seeing that you were dead and He gave you life) (Al-Baqarah: 28).

هُمْ حَيَاكُمْ أَمْوَاتًا وَكُنْتُمْ إِلَّا تَكُونُونَ (كيف)

• Interrogative for Lying: includes denial for reproach as it applies to something that will occur in the future.

(Would they then wish for our torment to be hasten on?).

أَفَبَيْعَدُوا يَسْتَعْجِلُونَ (٢٠٤)

Zamakhshary said that disbelievers deny torment by Allah by way of mockery.

2. **Determination:** As stated by Suyuti, it means to make the addressee acknowledge something such as: Did We not expand for you, [O Muhammad], your breast? (Ash-Sharh,1).

أَلَمْ نَشْرُحْ لَكَ صَدْرَكَ (الشرح,1)

Determination may be mentioned together with other meanings such as determination by reproach and exclamation such as:

Do you order righteousness of the people and forget yourselves while you recite the Scripture? Then will you not reason? (Al-Baqarah,44)

أَتَمُؤْمِنُونَ النَّاسَ يَمْلَأُونَ الْأَرْضَ أَفَلَا يَتَعْقِلُونَ (البقرة،44)

And may be mentioned with threat, such as:

Indeed, their appointment is [for] the morning. Is not the morning near?"(Hud,81)
إِنَّ مَوْعِدَهُمُ الصُّبْحُ أَلَيْسَ الصُّبْحُ بِقَرِيبٍ {هود، ٨١}

3. Order: Interrogative also can be used to convey the meaning of order as follows:

And say to those who were given the Scripture and [to] the unlearned, "Have you submitted yourselves?" And if they submit [in Islam], they are rightly guided; (Ali'Imran, 20)
ال عمران، 20(لَوْقَلَيْنَ أُولُو الْكِتَابَ وَالْأَمَمَيْنَ أَأَسْلَمُمْ فَإِنْ أَسْلَمُوا فَقَدْ اهْتَدَوْا

The usage of interrogative in this verse means to embrace Islam.

4- Wish:

أَيْنَ الْمَفْرُ (الْقِيَامَةُ، ١٠)

Yusuf Ali: That Day will Man say: "Where is the refuge?"

/?ayn/ is used in the above verse to express a wish, in other words that the disbeliever wishes to escape the punishment but cannot find the exit.

According to what is mentioned above, the examples show that research regarding the functions of interrogatives always relied on classical Arabic (Quran and poetry), which indicates that there is a need to investigate this phenomena in MSA (newspapers).

Finally, Sibawayh, Ibn Jinni, Zamakhshary, Suyuti and Mubarrad stated more than 39 rhetoric meanings for interrogative in the Holy Quran and poetry in addition to the presence of more than one rhetoric meaning for one interrogative as stated above.

The list of used literature:

1. Halima. R. 2013, Rhetorical Interrogative and its Significance in Quran. A master degree thesis and a part of the "Arabic Rhetoric between Innovation and Improvement" project, Faculty of Arts, Algeria. "*Regdal Halima*.
2. Khamees .K .S (2015). *An Assessment of EFL Learners' Ability to Identify and Interpret .Department of English*, College of Arts ,Al-Iraqiya University, Iraq. Arab World English Journal (AWEJ) Vol.6. No3 September 2015

“MA’RIFAT” TUSHUNCHASI VA UNGA TURK ADABIYOTIDA MUNOSABAT

Boltaboyeva Hulkaroy Hamidullayevna
(TDSHI filologiya fakulteti Turkiy tillar
kafedrasi stajor-o‘qituvchisi)

“Ma’rifat” tushunchasining mohiyatini anglash uchun arabcha “a’rafa” so‘zidan olingani va uning “bilim”, “ilm” kabi tushunchalarni anglatishini kuzatamiz. Bu o‘zak so‘zdan “maorif”, “ma’rifat”, “irfon” va boshqa so‘zlar ham yasalganki, ularning hamma ma’nolari tamoman ma’rifat tushunchasi bilan bog‘liqidir. Bu so‘z “O‘zbek tilining imlo lug‘ati”da quyidagicha izohlangan: *Ma’rifat* - bilim, fan; ma’lumot; tanishish.

1. Ta’lim-tarbiya, iqtisodiy, siyosiy, diniy, falsafiy g‘oyalar asosida kishilarning ong-bilimini, madaniyatini oshirishga qaratilgan faoliyat. Masalan, Ma’rifat bilim va madaniyatni yoyish va yuksaltirishning hamma turlari va sohalarini o‘ziga qamraydi. “Muloqot” jurnalidan.

2. Tasavvufda har bir sufiy ruhiy kamolotga erishish yo‘lida bo‘sib o‘tadigan bosqich (maqom)lardan biri (II, 4).

3. *Ma’rifatli* Ma’rifatga erishgan. Misol: O‘zbekiston Shahrining gulab va yashnab tur-gan ma’rifatchi o‘lkasiga aylandi. Gazetadan. Boshga romol tashlagan bilan iffatli va ma’rifatli bo‘lavermaydi. Gazetadan .

Bu so‘zning izohi va o‘zbek tilida qo‘llanilishiga doir ma’lumot. Endi uning tushuncha sifatidagi ma’nosini anglash uchun “O‘zbekiston Milliy Ensiklopediyasi”ga nazar tashlaymiz:

MA’RIFAT - kishilarning ongini, bilimini, madaniyatini oshirishga qaratilgan ta’lim-tarbiya. U tabiat, jamiyat va inson mohiyati haqidagi turli bilimlar, ma’lumotlar majmuasini ham bildiradi.

Ma’rifat ilmu urfon ma’nosida ham ishlatiladi. Ma’rifat tushunchasi madaniyat, ma’naviyat tushunchalari bilan bog‘liq. Ma’rifat ma’naviy qaramlikni bartaraf qiladi, insonga kuch-qudrat ato etadi. U kishilarni jaholatdan qutqaradi, buzuq ishlardan qaytaradi, yaxshi xulq va odob egasi bo‘lishga yordam beradi. Ma’rifatli kishilardan tashkil topgan jamiyat ravnaq topadi, kelajagi porloq bo‘ladi. Ma’rifat - bilim va madaniyatning qo‘shma mazmuni bo‘lib, maorif uni yoyish vositasidir. Ma’rifatni hayotga singdirish maorif tizimi orqali amalga oshiriladi.

Tasavvufda Ma’rifat sufylarning ruhiy kamolotga erishuvining asosiy bosqichlaridan biri sifatida talqin etiladi. Ushbu tushnchaning lug‘aviy va istilohiy ma’nosini shuni korsatadiki, u bilim egallash, ilmli bo‘lish bilan birga ta’lim, tarbiya va ma’lumotlar jamlanmasi kabi yo‘nalishlarni ham aks ettirar ekan.

Mana shunday ma’nolarga boy bu so‘z barcha ilmiy va badiiy adabiyotlarning asosi bo‘lganini adabiyot tarixi ko‘rsatib turibdi. Islomiy adabiyotda bu so‘zga e’tibor qur’oni karimdan boshlangani, uning hadis, Tafsirlarda davom etganini tushunish mumkin. Bundan tashqari turkiy xalqlar adabiyotida ma’rifatchilik yo‘nalishi Mahmud Koshqariyning “Devonu lug‘otit turk” asariga kirgan manbalarda ham uchrashi uning juda qadimdan mavjud ekanini korsatadi. O‘n birinch srdayo‘lga Yusuf Xos hojibning “qutadqu bilig” (“Saodatga boshlovchi bilim”) asari ham boshdan oyoq ma’rifat masalalariga bag‘ishlangani hammaga ma’lum. Ahmad yassaviyning “hikmat”larida islom ma’rifati juda yuksak darajada aks etganini asar mundarijasidan yaxshi bilamiz. Adib Ahmad Yugnakiyning “Hibatul haqoyiq” (“Haqiqatlar armug‘oni”) asarida esa bilimga chorlovchi hadislari va ularning she’riy talqinlari berilgan. Tasavvuf adabiyotida ma’rifatning alohida maqom sifatida qaralishi, unga erishish sufylilik yo‘lining tarqqiyot bosqichlaridan biri bo‘lgani ham ma’lum.

Onadoli adabiyotida Jaloliddin Rumiyning 2 Ma’naviy “masnaviy”sida ma’rifat qanday yuksak bosqichlarda tasvirlangani ham kitobxonlarga ma’lum. Onadoli turklari orasida ilk turkcha asarlar bitgan Sulton Valadning adabiy merosida “Maorif” (ayrim nashrlarda “Ma’rifatnomma”) asari muhim orni tutishi turk adabiyoti tarixi mutaxassislari yaxshi bilishadi. Usmonli she’riyatida, nasrida, tazkira va risolalarida ma’rifat masalalalari qanchalik yuksak orin tutilgani haqida fikr yuritsak, biz

ishning asosiy yo‘nalishidan chalg‘igan bolamiz. XIX asr turk adabiyotida Tanzimot davri va undan keyingi davrlarda hamma o‘zgarishlar uchun ma’rifat asos bo‘lganini kuzatish mumkinki, nihoyat 2 “Safahot” asarining asosiy g‘oyasini ham Ma’rifat masalalari tashkil etadi, desak xato bo‘lmasa kerak. Chunki bu asarda ma’rifatning hamma ma’nolari: islomiy bilimlar majmuasi ham, maktab, o‘quv muassasalari ham, ilm va bilimning dasturiy yo‘nalishlari ham, ta’lim-tarbiyaning hamma sohalarida ham o‘z aksini topgan. Shuning uchun ham biz ushbu so‘zning ma’no-mohiyatini yaxshi anglab olsakkina, bu murakkab asar hatlarida yotgan ma’rifiy ma’nolarni to‘g‘ri ilg‘ashimiz mumkin bo‘ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Ersoy Mehmet Akif. Safahat, Istanbul, 1987. s.600.
2. Ersoy Mehmet Akif, Safahat, Ankara, 2008, 544 sf.
3. Islom Ansiklopedisi. 1. cild. Ankara, 1984.
4. Koshg‘ariy M. Devonu lug‘otit turk. 1-3 jild. T.: Fan, 1961-1963.

TEACHING ENGLISH TECHNICAL WORDS TO HIGH SCHOOL STUDENTS

Djumabaeva Aytgul Bazarbaevna
English senior teacher of Nukus branch of
Tashkent State Agrarian University

Technical terms are likely to occur only in a specialized field or to occur with a much higher frequency in a specialized field than in a different field or in a variety of other texts. Such a frequency comparison can be readily carried out by a specially designed computer program with the help of a spreadsheet. To be effective the following conditions need to be met. The frequency data from the technical text and the comparison corpus figures can be adjusted to match the size of the technical text and so that a ratio can be calculated comparing the frequency in the technical text with the adjusted frequency in the comparison corpus. That is, to be classified as a technical term, a word had to occur at least 50 times more often in the technical text than in the comparison corpus, or occur only in the technical corpus. For example, in technology, articulate refers to the circulation and movement of parts, outside the field it can also refer to speaking. Similarly, trunk refers to a part of the car in vehicle technology, but can refer to a suitcase or a major rail route outside that field. These homonyms however make up only a small proportion of the non-overlapping items identified only by the rating scale.

The majority are items like automobile, settle, slotting, manufacture, vessel, factory, computer, which are commonly used both within and outside of the field of anatomy with essentially the same meaning. Thus neither tagging a corpus for part of speech nor tagging homonyms would solve the problem of distinguishing these words as terms. Fifty-four items were identified by the computer-based approach which was not classified as terms by the rating scale. Here are some of these items starting with those with very high frequencies in the technology corpus- work piece, loan, hardening, legal, wages, salary, user, fracture, produce, tool, price, drive. These words are common in technical texts but are not classified as technical terms because they do not directly refer parts of the techniques.

Rather they are common collocates of technical terms-anterior ligament, transverse process (here process means “a producing part”). These words would be home in a technical dictionary but on their own they are not technical terms. If the goal of a computer-based approach is to identify terms and their collocates, then it is more successful. The proportion of terms and collocates correctly identified would be 77,6% and the overall accuracy rate 91.9%. However, not all measures are equally important. The percentage of terms and non-terms correctly identified is an overall measure of accuracy.

To be effective, primarily the number of terms correctly identified needs to be high. This is the most important measure. It has strong construct validity in that when it is being used each rating involves asking the question “How strongly related is the meaning of this word to the specialist field of technology?” which is the essence of being a technical term. It is however laborious to apply. It has quite a good overall rate and reasonably consistent success in identifying terms and non-terms.

The goal of this study is to compare approaches to identifying terms so that the most reliable, valid, and practical approach could be determined. The rating scale approach was assumed to be the most valid and comparison with the other approaches has confirmed the wisdom of this assumption.

The reason for carrying out these studies is to arrive at a good method for identifying and selecting technical terms so that it is possible to gain some idea of how large technical vocabularies are, how important technical words are in texts, and what technical words are like (Chung and Nation, 2003). Studies of anatomy and applied linguistics texts have shown that technical vocabularies can be very large proportion of the running words in texts, and technical vocabularies can differ greatly in the kinds of words they contain technical terms in the applied linguistics text

studied are words that commonly occur in other uses of the language- negotiation, interaction, incidental and many of these amongst the commonest words of English.

There are other applications of the methodology for identifying terms, such as dictionary construction, the preparation of glossaries, indexes and databases, and the preparation of teaching materials. These kinds of matters are still being researched by linguistics and methodology experts.

Literature

1. Chung, T.M. (2003) Identifying technical vocabulary. *Reading in a Foreign Language* 2, pp. 193-1234.
2. Chung, T.M., Nation, I.S.P. (2003) Technical vocabulary in specialized texts. *Reading in a Foreign Language* 15 (2),pp.103-116.
3. Crandall,J (Ed.). (1987). *ESL through content-area instruction; Mathematics, science,social studies*. Englewood Cliffs; Prentice Hall Regents.

THE LANGUAGE OF ADVERTISING

Mahmudova Umida Ural kizi
Ph.D. student of Karshi State University

President of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev signed a decree “On Uzbekistan’s Development Strategy” in 2017. The Decree has approved Uzbekistan’s Five-Area Development Strategy for 2017-2021 years. It is important to ensure that new products and technologies are being introduced, thus ensuring the competitiveness of national goods in the local and foreign markets. Developing marketing strategies to protect the local market and active access to foreign market in the context of globalization is one of the most pressing challenges of today. Although marketing has played a significant role in economy in recent years, this area has been studied. Advertising has an important influence in the socio-economic and political relations between people in various sectors of society. Year by year the development of industry in the Republic and the increase in the demand for various types of services raise the role of the advertising industry.

In the beginning, it is important to define advertising itself. The term comes from the Latin word to the advertiser to shout loudly or to notify, which reflects the original function of advertising - information are shouted out or read out in squares and in other places where people gather, advertising always carries information, however, if advertising is always information, information not always an advertisement. Many specialists give definition for advertising:

“Advertising is any paid form of non-personal presentation and promotion of goods, services or goods that a certain sponsor orders and finances”. (Ph.Kotler)

“Advertising includes oral, written or audiovisual message addressed to the people for the purpose of informing and influencing them to buy the products or to act favorably toward idea or institution.” (Frank Presbrey)

“The secret of all effective originally in advertising is not the creation of new and tricky words and pictures, but one of putting familiar words and pictures into new relationships.” (Leo Burnett)

“Advertising consists of all activities involved in presenting to a group a non-personal, oral or visual, openly sponsored identified message regarding a product, service, or idea. The message called an advertisement, is disseminated through one or more media and is paid for by the identified sponsor.”(William Stanton)

However, the advertisement represents the central activity of the manufacturer and the consumer in the conditions of market competition, representing intermediary activity to accelerate the sale of goods and services created in the national economy.

THE HISTORY OF ADVERTISING

The history of advertising is belonged to evolution of humankind scientists said that the initial steps of advertising were in Ancient Empires in Egypt they used papyrus with the information of the upcoming sale of slave[1]. Written advertising has existed pretty much as long as writing. In Thebes in Ancient Egypt Hapu the weaver killed two birds with one stone when advertising for a runaway slave; “...For his return to the shop of Hapu the weaver, where the best cloth is woven to your desires, a whole gold coin is offered...”[2]. In Babylon, they used dirt splits with inscriptions about salesman, shoemakers and clerks. Greeks used street callers who announced ships’ arrival and its cargo of metals, wine and species[3]. In ancient China, the earliest advertising known was oral, as recorded in the Classic of Poetry (11th, 7th BC) of bamboo flutes played to sell confectionary[4]. Gutenberg’s printing press in 1438 began the era of mass communication in that now printed materials could be mass produced whereas prior to the printing press, books and other printed materials had to be made individually. First English domestic newspaper called Weekly News, by Nicholas Brown Thomas Archer, printed in 1622 and first advertisement appeared in 1625. In

September 1621 Archer was imprisoned for publishing without a license. Then Nicholas Bourne obtained a license to print translations. At least 350 publications would appear between 1642 and 1665[5]. Other newspapers were the Mercurius Britannicus in 1665 and La Gazette 1631 who linked the new paper to the address Bureau by printing classified advertisement in La Teuille du Bureau d'Adresse (1633-1651), one of La Gazette's supplements[6]. They were considered beginners of modern advertising. In 1657, in London, there was an attempt to set up eight address offices 16-page advertising periodical called The publish adviser (referred to as the Publick Advertiser printed their services that involved Shipping, Stage Coaches and Lost and Stolen[7]. First chocolate advertisement in the Publick Adviser is quoted in June 1651. “.... *In Bishops gate Street, in Queen's Head Aley, ata a Frenchman's house, is an excellent West India drink called chocolate to be sold, where you may have it ready at any time, and also unmade, at reasonable rates.*” [8]. Next advertisement for tea appeared Mercurius Politicus on 30th September 1655.” “.... *That excellent, and by all Physicians, approved China drink, called by the Chineans Tcha, by other nations Tay, alias Tee, is sold at the Sultaness Head Cophee House, in Sweeting's rents, by the Royal Exchange, London*”[9]. Frank mentions some adverts from Needham's paper on 256-7” The first newspaper was published in 1704 in United States(USA). In 1729 the Gazette by Benjamin Franklin (1706-1790) which is considered the true beginning of advertising that pages of “New Advertisements” for products such as soap, ships, books, tobacco, chocolate and other wares. During the periods advertising evaluated by social changes such as rapid urbanization, massive immigration, and labor unrest, abuses of capitalism, world wars and mass culture. Therefore, advertising supports the consumer to enjoy life and shows the citizen became the modern consumer.

There is no exaggeration to say that the 20th century was “the century of advertising”- that advertising became so popular, than ever before. Development of industrial production, multicolor printing, analog and digital radio, television, satellite communications and finally computers and the Internet. Day to day it is becoming more professionally organized and more quality performed.

THE LANGUAGE OF ADVERTISING

The language of advertisements plays an important role in promoting a range of products and services. Advertising helps to attract the attention of the audience and persuades them to buy the advertised product. From the linguistic point of view, some linguistics have dealt with the analysis of advertising language which used in advertising texts. For example, Leech's (1966) work on English language advertising, Rees (1982) work on advertising linguistic devices that used in advertising messages such as parallelism, metaphor, metonymy, puns, rhyme, and homophones. Myers (1994) focuses on alliteration, assonance, rhyme, ellipsis and puns. Brierley (2002) shows language games, similes, repetition, paradox, omission and ambiguity. There are a lot of factors which reflect linguistic and stylistic choices, the formation of textual messages of advertisement, the target audience, the use of persuasion techniques and type of advertisement are among the most prominent [10]. Before creating the advertising message, it is difficult to define can be distinguished: specific addressees such as men, women, teenagers, specialists, etc. and supposed addressees, when advertisements are oriented at wide and heterogeneous audience [11]. Therefore, many advertisers use psychological, cultural and social persuasive manipulations use a huge spectrum of lexical, rhetorical, syntactical and other linguistic devices in creating of advertising message to achieve intended audience. Another way of persuasion involve emphasis on the novelty of the product through adjectival descriptions, metaphoric language with celebrities and some famous place names or statistical experiments.

ADVERTISING COMMUNICATION

For success of advertising it is important for advertisers to know how the message may be met by customers on the market. Though advertising has become more competitive, the nature of ads stands the same. It means of communication that gives information to the customer about products or services in a visually or verbally and help them to make the decision what is the best for them. General theory of communication consists of at least two people, for example addresser-who

receives the information and addressee – who receives the information. Concept of advertising, the addresser is a company who wants to sell a product or service, the addressee is a customer who wants to satisfy their needs while choosing the different kinds of products and services.

- One-way is a term for advertising, that the receiver cannot react directly after decoding the message.

- Public – it is appealing to wide audience, such as in case of literature[12].

- Verbal – messaging is communicated via the words that we use.

The verbal message is an important part of our communication, but the way we communicate non-verbally is equally, and something more important[13]. In printed advertising the non-verbal aspects of communication are limited to pictures, quotations, bold letters where the message of the advertising encoded into symbols and texts. It is important to advertisers to use effective language to attract their target audiences and make them react to the advertisement in a positive way, as “language has a powerful influence over people and their behavior.” McQuarrie described “communication of meaning is secondary, audience response is primary.”[14]. Advertising is the communication link between the seller and the buyer or consumer. It does not just provide information about the products and services, but it is an active attempt at influencing people to act by appealing to there is not just the flow of information, but goes further to influencing and persuading people to action. This is just one side of the advertising function i.e. the communication side.

References:

1. *Svetlana Frolova* “The role of advertising in promoting a product. Thesis, Centri university of applied sciences Degree programme in Industrial Management May 2014 p2.
2. Quoted in History of Advertising; Ancient History, Middle Ages and the Early Days on the Trivie Library.com.
3. The History of advertising – (Lic. Daymette Montenegro Morales) Universidad de Matanzas “Camilo Cientuegos”, Via Blanca Km.3, Matanzas, Cuba.) (CD de Monografias 2012. p3.
4. en.wikipedia.org-Advertising
5. A.W.Ward&A.R.Waller(eds) “The history of newspapers in this period.”
6. http://jcraymond.free.fr/celebrites/R/Renaudot/Renaudot_Presse.php
7. Frank., The English Press in Continental Monthly (Feb, 1864) 51, p.258.
8. [>> and Sampson p.69.](http://www.nestle.co.uk/our_brands/About_our_brands/Confectionery_and_Cakes/History_of_Chocolate.htm)
9. Frank., The English Press in Continental Monthly (Feb, 1864) 51, p.246,255,257,)
10. Jurgita Vaicenoniene., “The language of advertising” Vertimos-Verte-Vortotojas. 2006.45.
11. Smetoniene I. “Gargines reklamos stilius”. Vilnius, Vilniaus universitetas. 2001
12. Elena Romanenko., Linguistic analysis of online Advertising in English., Prague 2014., p10.
13. Verbal vs. Non-verbal communication Managing Mental Health matters. www.workplacestrategiesformentalhealth.com.
14. McQuarrie, Edward F and Barbara J.Philips. Go figure! New directions in Advertising rhetoric. Armonk, N.Y.M.E. Sharpe, 2008. Print.

THE METHODS OF TEACHING IN PRIMARY EDUCATION

Mokhinur Otabek kizi Pozilova

student from department
of English language and literature
of Andizhan State University

Annotation: In this thesis is given the effective ways in teaching of young learners. The main attention is paid to teach pupils and improving their speech skills.

Key words: method, present simple, present continuous, warm-up, songs, pictures, inductive approach, mother tongue, authentic situation.

It is clear that teaching in primary schools is different from teaching secondary schools. Young children tend to change their mood every time, and they find sitting an hour extremely difficult. On the other hand, they show a greater motivation than adults to do things that appeal to them. Since it almost impossible to cater to the interests of about 25 young individuals, the teacher has to be inventive an selecting interesting activities, and must provide a great variety of them.

I worked with my teacher to create effective methods of teaching in primary education. Our teaching approach is neither purely communicative nor audio-lingual; it also involves features of total physical response, which is particularly appropriate for young children. The main goal is to achieve communicative competence, but the manner of teaching includes audio-lingual features, such as single drills and activities deriving from total physical response.

The lesson will describe is designed for seven-to-ten-year-olds at the beginning levels. The topic of the unit is ‘Everyday life’. The pupils must describe their one day and what is going on in his life. The grammatical focus is in the present tenses(simple and continuous). First, teacher must give full explanation about present tense with life examples. The present continuous has several function, but, since the new form is challenging enough, I will stick to the present time reference and will focus only action in process. The structural pattern of the verb is also new. In order to automatise it several drills are necessary, I want to share our lesson procedure:

Warming-up. This step is essential in preparing the learners for the lesson. Imagine that their previous lesson was mathematics, and how far their thoughts may be from English. Our experience shows that pupils respond enthusiastically to songs and welcome them as a warm-up activity. Using songs the classroom has a whole range of advantages. Some of them are listed by Garcia-Saez[1984], e.g., creating a positive feeling for language learning, awakening interest during the lesson, stimulating pupils to greater oral participation, and breaking the monotony of the day. The song chosen for this lesson (‘Are you sleeping, are you sleeping...’) has an additional function: when singing the song, the learners are using the new tense form subconsciously; thus, it breaks the ice in introducing difficult and strange grammar.

In the lesson I taught pupils present continuous by the way in the song and showed the colourful pictures and we talked about them. (e.g, What is he

reading?) Of course, the teacher should always provide more than two examples.

Explanation. In the explanation phase pupils are forced to think about the elicited sentences and analyze them for themselves. The teacher's question serve as hints or clues to point the learner in the right direction. We always prefer a cognititve, inductive approach, which involves the learners in analyzing and explaining the use of a structure, because this supports their understanding of it. In this lesson, at this early stage of language learning, the teacher might be justified in switching to the mother tongue both to save time and to keep things from getting too complicated. The Natural Approach to language learnings holds that only acquired (in contrast to learned) knowledge is effective in use, while knowledge of rules applies only to monitoring the language output (see e.g., Krashen and Terell 1983); nevertheless, it is thought that familiarity with language rules and their automatisation will facilitate the language – learning process. In my experience, pupils do not hesitate to make use of structures they have learned once and automatized to such a degree that they are able to use them subconsciously.

So, as we cannot expect, in a 45-50 minute lesson, to finish this work, the teacher should have the students complete it as homework. It might be a good start for the next lesson to compare the different stories that the pupils come up with. They can go ahead with more authentic situations for using the present continuous, either in the form of dialogues or simply in describing different actions, e.g., ‘Look out of the window and tell me what is going on in the street’.

REFERENCES

1. Garsia-Saez,C.184.The use of songs in class as an important stimulus in the learning of language.Paper presented at the Annual Meeting of the Southwest Conference on the Teaching of Foreign Languages.Colorado Springs,Colorado.
2. Graham,C.1978.*Jazz chants*.New York:Oxford University Press.
3. Krashen,S.D. and T.Terell.1983 *The natural approach*. Cambridge:Cambridge University Press

INGLIZ TILI DARSALARIDA O'YINLARDAN FOYDALANISHDA LUG'ATNING O'RNI.

Sharipova Iroda Azamatovna
Navoi Davlat konchilik instituti
“O'zbek va chet tillar” kafedrasini o'qituvchisi

Ingliz tilini o'rganuvchilar uchun o'rganishning mukammal qismlaridan biri bu so'z boyligini oshirishdir. Ta'limi o'yinlardan lug'at darslarida foydalanish juda muhimdir bir necha o'n yillar davomida mashhur. Shuning uchun, ushbu hujjat foydalanish oqibatlarini ko'rib chiqdi.

Ingliz tilini chet tili yoki ikkinchi darajali ingliz tilida lug'aviy o'rganishni takomillashtirish bo'yicha o'yinlar til konteksti. Turli tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, o'yinlar so'z boyligini o'rganishda foydali chunki ular talabalarning so'zlarni yodlash qobiliyatini rivojlantiradi, talabalarning o'zaro munosabatlarini rag'batlantiradi, ularning kommunikativ ko'nikmalarini oshirish va talabalarning g'ayratini oshirish. O'yinlar ham yordam berishi mumkin o'qituvchilar til foydali va mazmunli bo'lgan kontekstlarni yaratish uchun. Bu ish o'qituvchilar va talabalarni so'z birikmalarini yaxshiroq tushunishga yo'naltirishga qaratilgan o'quv o'yinlari. Ushbu hujjat o'yinlarga asoslangan o'quv faoliyati va uslublarini taklif qiladi sinf xonasi. Ta'lism o'yinlari ko'proq e'tiborni jalg qilishiga va ularda qo'llanilishiga umid qilaman yangi lug'atlarni yanada samarali o'rganish va o'rgatish uchun sinfda.

Hozirgi kunlarda lug'atni o'yinlar orqali o'rganishga katta e'tibor berilmoqda. O'zbekistonda ta'lism dasturlarining ahamiyati o'sib bormoqda, shu sababli chet tili bilish ko'nikmalarini oshishi uchun yangiliklar yaratilmoqda. Oxirgi yangiliklarga ko'ra o'yinlar va ta'lism birlashtirilsa, u ta'lism va tarbiya muhitini rivojlantirishga yordam beradi. O'yinlardan foydalangan holda o'rgangan o'quvchilar ijobjiy nuqtai nazarga ega bo'ladilar va o'rganish jarayonida ko'proq motivatsiya hosil bo'ladi.

Ingliz tilidagi so'zlarni lug'atni chet tili sifatida o'rganish jarayonida o'yinlardan foydalanishning ta'sirini ko'rib chiqish. Ingliz tilidagi lug'at, asosan, ajratilgan so'zlar kabi kontekstdan tashqarida o'qitiladi, bu o'qitish uslubining asosiy tanqidi shuki, yakka holda so'z boyligini o'rganish qiyinchilik tug'diradi. Talabalarni so'zlarni topish bilan shug'ullanadigan mashg'ulotlar, masalan o'yinlardan foydalanish o'quvchilarga maqsadli so'zlarni osonroq eslab qolishlariga imkon beradi.

Biroq, so'z o'yinlaridan maksimal darajada foydalanish uchun mos o'yinlarni tanlash kerak. O'yinni har safar ishlatischda talabalarning bilim darajasi va madaniy kelib chiqishi hisobga olinishi kerak, shuningdek, u past til qobiliyatiga ega bo'lgan talabalar uchun foydali bo'lishi va guruhdha osongina qo'llanilishi kerak. Ko'pgina tajribali darsliklar va uslubiy qo'llanmalar mualliflari o'yinlar shunchaki vaqtini to'ldiruvchi faoliyat emas, balki katta tarbiyaviy ahamiyatga ega deb ta'kidlashadi.

Ushbu hujjat o'yinlarni so'zlarni o'rganish uchun stresssiz vosita sifatida amalga oshirish uchun asoslarni taklif etadi. O'yinlar o'rganish so'zlarini kontekstualizatsiya qilish imkoniyatiga ega bo'lishi mumkinligiga ishoniladi.

Shu bilan bir qatorda, kompyuter o'yinidan foydalanishda talabalarning so'z boyligini o'rganishga ta'sirini o'rganish bo'yicha tadqiqot o'tkazdi. Ingliz tilini bilmagan, talabalar o'qish jarayonida qatnashdilar, ular eksperimental va nazorat qilish bo'yicha ikki guruhgaga bo'lindi; eksperimental guruhdha ular raqamli o'yinidan foydalandilar, nazorat guruhidagi esa ingliz lug'atni an'anaviy usullar orqali o'qitildi. O'qitish davri oxirida ular ishtirokchilarning chiqishlarini taqqoslashdi. Ularning tadqiqotlari natijalari shuni ko'rsatdiki, eksperimental guruhdagi bolalarning o'rtacha balli nazorat guruhidagi talabalarniki yuqori edi. Bu talabalarga inglizcha lug'atni o'rgatishda raqamli o'yinlardan foydalanishning ijobjiy ta'sirini ko'rsatti; shuning uchun ular "talabalar o'yinlardan foydalanish ularning o'rganishini osonlashtiradi, chunki o'yinlar ularning e'tiborini jalg qiladi va ularni rag'batlantiradi".

Xuddi shunday o'yinlarning guruhlarga so'z boyligini oshirishga ta'siri bo'yicha tadqiqot o'tkazildi. Ularni o'rganish maqsadi talabalarga yangi so'z boyligini ongiga singdirishga yordam berish yo'lini topish edi. Tadqiqot ikkita guruhda o'tkazildi. Ular talabalarni eksperimental va nazorat guruhiga bo'lishdi. Eksperimental guruh onlayn dars beradigan, o'yinni nazorat qiladigan, guruhni esa muntazam dars berishadi. Tadqiqotlarining natijalari shuni ko'rsatdiki, o'yinlar nafaqat guruhni ruhlantiradi, balki talabalarni rag'batlantiradi va o'zlariga bo'lgan ishonchni oshiradi. Bundan tashqari, o'rganish uchun o'yinlardan foydalangan talabalar yangi so'zlarni an'anaviy usul orqali o'rgangan o'quvchilarga nisbatan yangi so'zlarni o'rganishda ko'proq muvaffaqiyat qozonishadi.

Ushbu maqolani talabalarning o'quv o'yinlaridan foydalanishidagi til o'rganishini yaxshilash maqsadida qo'llash mumkin. O'qituvchilar o'z talabalarini ijodiy tildan foydalanishga jalg qiladigan usullarni izlashlari kerak. Lug'at o'yinlaridan foydalanib, talabalar tildan yanada kommunikativ foydalanishlari mumkin. O'yinlardan foydalanish kabi usullar ba'zida so'z birikmalarini o'qitish va o'rganish uchun ishlatiladi. Ular faqat cheklangan vaqt uchun ishlatiladi. O'yinlar o'qituvchilarga til o'rgatish uchun foydali va mazmunli bo'lgan kontekstlarni yaratishda yordam beradi. O'yinlardan foydalangan holda, o'qituvchi turli xil kontekstlarni yaratishi mumkin, ulardan talabalar muloqot qilish, ma'lumot almashish va o'z fikrlarini ifoda etish uchun foydalanishlari mumkin. O'qishni samarali rivojlantirish uchun o'yinlar talabalarda o'ylash usullarini o'z ichiga olishi kerak va nima bo'layotganini tushunishi kerak. Aslida, o'rganish mulohaza qilish uchun yaxshi imkoniyat. O'qituvchilar talabalarini o'quv jarayonida o'yinlardan foydalanishga undashlari kerak. Shuningdek, ular o'quvchilarining ushbu lug'aviy o'yinlardan foydalanishini nazorat qilishlari kerak, bu esa o'yinning tuzilishi va qoidalari o'rganishdan yuqori mavqega ega ekanligi ishonch hosil qiladi. O'yinlar orqali so'z boyligini o'rganish - bu guruhlarda qo'llaniladigan samarali va qiziqarli usullardan biridir.

Ta'lif o'yinlari chet tili darslarda tez-tez ishlatiladi. Ular talabalarga javobgarlik va jismoniy va aqliy faol bo'lish imkoniyatini beradi, ular o'qituvchiga emas, balki talabalarga yo'naltirilgan, ular talabalarning e'tiborini osongina tortadi, o'zaro munosabatlarni kuchaytiradi va rasmiy o'quv jarayonida o'ynashdan zavqlanib, talabalarни ijtimoiylashtiradi. Bundan tashqari, talabalar burilish, individual ishslash va boshqalar bilan birgalikda umumiyoq maqsad sari ishslash kabi ko'plab ko'nikmalarini egallaydilar va rivojlantiradilar.

Va nihoyat, shuni ta'kidlash kerakki, yangi tadqiqot yo'nalishi - bu ko'proq o'qishni osonlashtirish uchun chet til darslariga ko'proq o'yinlarni kiritish. Turli o'yinlar orqali aniq va mavhum so'zlarni o'rganish samaradorligini tadqiqot uchun yana bir yo'nalish sifatida qarash mumkin. Texnik vositalar yordamida yaratilgan tillarni o'rganish dasturlari talabalarga so'z boyligini oshirishga yordam berishi mumkin, shuning uchun turli xil ilovalarning so'z birikmalarini o'rganishga ta'sirini aniqlash uchun yaxshi tadqiqot maydonidir.

Foydalilanigan adabiyotlar

1. Beglaryan, S.G. Oliy ta'lifda ingliz tili darslaridagi o'quv o'yinlari / S.G. Beglaryan // Zamonaviy pedagogikaning dolzarb muammolari: IV int. Materiallari. ilmiy conf (Ufa, 2013 yil noyabr). - Ufa: Yoz, 2013 .-- S. 77 - 79.
2. Stronin, M.F. Ingliz tili darsidagi o'quv o'yinlar / M.F. Stronin. - M.: Ta'lif, 2001 .-- 370 p.
3. Hoshimov U, Yoqubov I. Ingliz tili o'qitish metodikasi // "Sharq" 2016 .-- S. 70 – 79.

МО‘MINJON MUHAMMADJONOV TOSHQINNING “TURMUSH URUNISHLARI” ASARIDA TA’LIM SOHASIDAGI QARASHLARNING IFODALANISHI

Sherg‘oziyeva Gulnozaxon Adaxamjonovna

Andijon davlat universiteti mustaqil tadqiqodchisi,

Andijon viloyati Shahrixon tumani

60-maktab ona tili va adabiyot fani o’qituvchisi

Yurtimizning XX asr boshlaridagi madaniy hayoti haqida va shu davrda yuz bergan voqealari xususida hikoya qiluvchi asarlar ko‘p emas. Mo‘minjon Toshqinning “Turush urunishlari” asari o‘zining boshidan kechirganlari, o‘z ko‘zi bilan ko‘rgan voqealarni bayon qiladi. Asar tom ma’noda memuar asar hisoblanadi. Unda muallif o‘z bolalik paytlari, yigitlik hamda katta yosh davrlari haqida mumkin qadar hikoya qilgan. Mo‘minjon Toshqin o‘z davrining adabiyotshunos olimi, jurnalist va jadid namoyandasi sifatida boshqa jadid yozuvchilar kabi eski maktab va madrasa ta’limi, ustoz va tolibi ilmlarning ahvoli, eski maktablarning o‘qitish tizimidagi qoloqliklar, fikrsiz xurofot kishilari hamda yangi madrasa, yangi hayot tarzidagi xalq turmushini tasvirlashga harakat qilgan va ular orqali o‘z ta’biri bilan aytganda “bilimsiz va nodon xalqni biroz bo‘lsa-da ibratlantirish” maqsadida bo‘lgan.

Mo‘minjon Toshqin bolalik chog‘larida eski usuldagagi ta’limni olgani va yangi tartibdagi maktabning Turkiston o‘lkasiga hali nomi ham yetib bormagani, unday maktablarning borligini eshitmaganliklarini ta’kidlaydi. Shu bois eski tartibdagi maktabda tahsil olganini xotirlaydi. Eske maktabda “Ko‘rpa maxzum” laqabli Zohidxon qori domla qo‘lida tahsilni boshlagani, domlaning o‘zi ishlaydigan changga botgan maktabga juda mos tushadigan kiyinish uslublari-yu o’sha davr Turkiston kishilari xarakterida uchraydigan illatlarni ham o‘zining teran

nigohi, ziyorak qarashlari bilan anglagan holda tasvirlab o‘tadi: ”Tabiatlarida Turkistonning eski kasallaridan anchagina bor bo‘lib, qora qosh, qora ko‘z ham qip-qizil olmadek yuz egasi bo‘lg‘an ba’zi maktab bolalarg‘a ko‘p bo‘lmasa ham ozroq ko‘zlarining qirrasi tushib turar edi”[1].

Eski maktabda 25 kishi zo‘rg‘a sig‘adigan bolaxonada 30-40 shogird sig‘ib o‘tirishlari, xonaning ahvoli achinarli holda ekanligi, juda ayanchli tarzda tahsil olganliklarini ta’kidlaydi. Haftiyak, Qur‘on kitob o‘qiganlari bilan uning ma’nosini tushunmay, nima o‘qiyotganlarini his qilmay, ko‘r-ko‘rona o‘rganayotganlari muallif tasvirida yaqqol ko‘rinib turadi: ”Ostimizda churuk bo‘yra, ko‘plarimiz tuproqqa qorilg‘an bo‘lib, domlamiz u yoq-buyoqqa ketgan chog‘larida haligi bo‘yrалardan sindirib qo‘chqor yasab urushturur, ham ot, arobalar yasar eduk. Bir-birimizning to‘ppilarimizni olib irg‘itishib, ota-onas, ota-ettilarimizg‘acha qolmasdan bolaxonador qilib so‘kishib, bir-birimizning yelkalarimizga, bo‘ynilarimizg‘a ayri minishib, maktab changini burqullatib ko‘kka chiqarib, shovqin-suron va to‘polonlar qilishib o‘tirur edik. Bizning maktabning o‘z zamonasig‘a yarasha gimnastika (tarbiyai badaniya)si *ham* shul, sharqisi ham shul o‘yinlar edi”[2].

Domlasi bor paytlarda esa shovqin solib, baqirib, qichqirib birov “Chorkitob”, birov “So‘fi Ollohyor” (“Sabot-ul ojizin”), birov “Maslak-ul muttaqiyin”, “Xoja Hofiz”, “Navoiy”, “Fuzuliy”, “Bedil”, “Qur‘on”, “Haftiyak” va mayda suralarni boshlarini tebrata-tebrata o‘qishlarini, bu baqir-chaqirlar esa, domlaning tayog‘idan, kaltaklaridan qo‘rqani uchungina o‘qishlari o‘quvchini shu davrlar tolibi ilmlarining ahvolini yaqqol tasavvur qilish imkonini beradi. Boz ustiga bu qorilik ilmi ularning nazdida ilmli bo‘lish, ikki dunyo saodatiga erishish uchun emas, balki shu davr kishilarining qanchalar ta’magir ekanliklari, bu ilmdan riokorlik yo‘lida foydalanishlarini ko‘rishimiz mumkin. “Bu ‘qoriliq” degan narsa islom dunyosida ramazon kunlari Qur‘on sotib avqot (vaqt - G.Sh) o‘tqazish uchun chiqarilg‘an bir hiyla-firib bo‘lsa ham, buning to‘g‘risida musulmonlar orasida qiziq-qiziq e’tiqodlar bor edi. “Qori Qur‘on” bo‘lg‘an kishi katta olimlardan ham darajasi yuqori bo‘lur, qabrda tana firday qiyomatg‘acha ko‘kragi chirimasdan yotar emish ham domla va ota-onalarini tamug‘ o‘tidan qutqarur emish[3]!..”

Shunday sharafga erishish, o‘g‘lini qori qilgani uchun dadasi ko‘p yaxshi kishi ekan degan maqtov gap eshitish uchun otasi qori bo‘lishini xohlagani, bu mashaqqatli ishga uch-to‘rt yil urinib, hech bir bir narsa o‘rganmaganini xotirlab, umri behuda o‘tganiga alohida to‘xtaladi:” Mana shul sharafga noyil bo‘lmoq va “o‘g‘lini qori qilib oldi, ko‘b yaxshi kishi ekan!” degan maqtovli gapga yetishmoq uchun otam qori bo‘lishimni ma’qil qilg‘an va domlam ham mana shul qiyin ishga solmoqqa bel bog‘lag‘an edi [4] !..”

Hech narsa o‘rganmaganliklariga qaramay, barcha maktabdor domlalar kabi uning ustozи ham bog‘ hovlilarga olib borib, “hashar” nomi bilan bir necha kunlar ishlatar, bu mardikorchilikka na ota-onा, na mullabachchalar qarshi biror so‘z ayta olmas edilar. Muallif yashagan davr uchun maktab bilim oladigan, ilm o‘rganadigan muqaddas go’sha, ilm maskani emas, balki bola ulg‘ayganda eslasa ham yuragi qaqlaydigan, bolalik chog‘ida esa o‘zini zindondagi mahbus kabi his qiladigan bir joy edi:“Qoriliq to‘g‘risida ko‘b kaltaklar yer va ko‘b dapqir uzoq yerkarg‘a qochib ketar edim. Ko‘b tayoqlar sindi, orqalar yorildi, biroq bir tiyinlik ma’ni, bir chaqalik foyda ololmadim. Bir kun ko‘tarolmaydurg‘an og‘ir bir “ozodliq” qotushib, umr zoye bo‘ladurg‘an bu maktab zindonidan qutuldim. Maktabdan chiqqan chog‘imda, yoshim 12-13 larda bo‘lib, menda savod ham, xat ham yo‘q edi, quq-qurug‘ edi”[5].

Bu hol XIX asr oxiri XX asr boshidagi eski maktablar va tolibi ilmlari hayotidan birgina misol. Qorilik nomli ta’magirlik va riyokorlik asosi hisoblangan hunarni egallash yo‘lidagi zahmatlar, olti-yetti yoshli murg‘ak bolalarning o‘qish-o‘rganish o‘rniga mashaqqatli ishlarga mashg‘ul qilinishlari aksariyat domlalarining insofsiz, o‘qib ilmlariga amal qilmaydigan kishilar toifasidan ekanliklaridan dalolat beradi. Mo‘minjon Muhammadjonovning ushbu asarida keltirilganidek, bu davr ijtimoiy muhitidan kelib chiqqan holda zamon talabiga ko‘ra mullabachchalar kelajakda yaxshi hayot kechirishlari hamda obro‘-e’tiborli inson bo‘lib yetishishlari uchun, albatta, qorilik ilmini egallashlari zarur edi. Lekin “Turmush urunishlari” asarida yoritilganidek, o‘sha davrdagi o‘qitish tizimi va tartiblari bilan bunday maqsadga erishib bo‘lmas edi:”Biz uzun mashaqqatli ham ta‘maning katta quroli bo‘lg‘an bu ishni 6-7 bola bo‘lib boshlag‘an bo‘lsaq-da, 3-4 yil urunib, hech bir narsa bo‘lolmadik, qaytag‘a shuncha umrimiz bekorg‘a ketdi” [6]. Buning sabablaridan biri usuli qadim maktablarining ham iqtisodiy, ham ma‘naviy jihatdan qoloq ekanligidir. Ma‘lumki, XX asr boshlariga qadar masjidlar qoshida madrasani xatm qilgan kishilar, ta’lim-tarbiyaga qiziqqanlar o‘z uylarida, mahallaning maxsus binolarida maktab ochganlar va ularni “maktabdor” deb yuritganlar. Eski maktablarning rasmiy dasturi bo‘lmasan, arab harflarini o‘rgatib bo‘lgach, “Qur‘on” suralarini o‘qish va yodlatishga, ulug‘ shoirlar asarlarini o‘rgatishga asosiy e’tibor qaratilgan.

Asrlar davomida buyuk allomalar, ulug‘ mutafakkirlarni tarbiyalab yetishtirgan, ilm ahllari safiga qo‘sghan mahalliy maktablar so‘nggi 3-4 asr davomida jahon taraqqiyotidan butunlay uzilib qolgan, ta’lim-tarbiya tizimi parokandalikka yuz tutgan edi. Islom dini qonunlarini, muqaddas “Qur‘oni Karim” oyat-ahkomlarini buzib talqin qiluvchi mutaassiblar, buning ustiga, mustamlaka

sharoiti bu holni yanada chuqurlashtirgan edi. Shu bois, asarda tasvirlangandek hollarga duch kelish o‘sha davrda odatiy holga aylanib bo‘lgandi.

Ko‘rinadiki, M. Toshqinning “Turmush urunishlari” asari XX asr boshlaridagi usuli qadim maktablari va davrning ijtimoiy manzarasi haqida o‘quvchida to‘laqonli tasavvur uyg‘otadi. Asarning o‘ziga xos jihatni ham ana shunda ko‘rinadi.

Foydalilanigan adabiyotlar:

1. Mo‘minjon Muhammadjonov. Turmush urunishlari / So‘zboshi va nashrga tayyorlovchi Muqaddas Tojiboyeva. - Toshkent: MUMTOZ SO‘Z, 2016. -B.9.
2. Mo‘minjon Muhammadjonov. Ko‘rsatilgan asar. -B.9.
3. Mo‘minjon Muhammadjonov. Ko‘rsatilgan asar. -B.9.
4. Mo‘minjon Muhammadjonov. Ko‘rsatilgan asar. -B.9.
5. Mo‘minjon Muhammadjonov. Ko‘rsatilgan asar. -B.10.
6. Mo‘minjon Muhammadjonov. Ko‘rsatilgan asar. -B.10.

HINDIY TILIDAGI FITONIMLARNING ETIMALOGIK TAHLILI

Tajimova Yulduz
TDSHI II kurs magistranti

Tilshunoslik bo‘limi hisoblangan Etimologiyaning asosiy vazifasi qadimiy manbalarni hamda til lug‘at tarkibining shakllanish jarayonini va uning dastlabki, qadimiy holatini tiklashdan iborat. Har bir til leksikasida muayyan miqsordagi so‘zlar borki, ularning shakli bilan ma’nosи o‘rtasidagi bog‘liqlik shu til egalari uchun tushunarsiz bo‘lib qolgan, chunki so‘zning tarixan o‘zgara borishi uning dastlabki shakl va ma’nosini xiralashtirib qo‘yadi, bunday so‘z strukturasini tildagi mavjud yasalish qoliplari orqali izohlab bo‘lmaydi. Etimologik tahlilning maqsadi muayyan so‘zning qachon, qaysi tilda, qanday yasalish qolipi bo‘yicha, qaysi til materiali asosida qanday shakl va ma’noda paydo bo‘lganini aniqlashdir. Etimologik tahlilning asosiy metodi qiyosiy-tarixiy usul bo‘lib, u fonetik qonuniyatlar, morfologik qoidalar, morfologik o‘zgarishlarga tayanib ish ko‘radi. Bunday tadqiqot natijalari til tizimi va strukturasidagi turli jarayonlarni hamda so‘zlarning etimologik ma’nolarini aniqlashda, etimologik lug‘atlar tuzishda ahamiyatlidir. Muayyan til uchun o‘zlashma hisoblangan so‘zlar etimologiyasini aniqlash unchalik qiyin emas.

So‘z etimologiyasining ilmiy etimologiya, soxta etimologiya va xalq etimologiyasi kabi turlari bor. Ilmiy etimologik tahlil til tarixiga, lajha va shevalarga murojaat qilish, faktlarni turli yo‘llar bilan qiyoslash orqali yuzaga keladi. Lisoniy birliklarni etimologik tahlil qilishda ular tarkibida tejamkorlik natijasida ro‘y bergen o‘zgarishlarga jiddiy e’tibor qaratiladi.

Soxta etimologiya eskirgan yoki o‘zlashma so‘zning morfologik tuzilishi va boshqalar xususiyatini noto‘g‘ri tushunish natijasida yuzaga kelgan.

Tillardagi so‘zlarning dastlabki kelib chiqish ma’nosи etimologik lug‘atlarda beriladi. Ensiklopedik nashrlarda, jumladan, O‘zbekiston milliy ensiklopediyasida, odatda, boshqa tildan o‘tgan so‘zlargagina etimologiya ko‘rsatiladi. O‘zbek tilshunosligiga bag‘ishlangan bir qator tadqiqotlarda va ayrim sohalar bo‘yicha tuzilgan lug‘atlarda etimologik izlanishlar mavjud bo‘lsada, Etimologiya to‘la ma’nodagi fan sohasi sifatida shakllanib yetmagan. Prof. Sh.Rahmatullayevning “O‘zbek tilining etimologik lug‘ati” kitobi ham, keyingi yillarda tadqiqotlatda keng qo‘llanilyapti.

O‘simpliklar to‘g‘risidagi dastlabki ma’lumotlar qadimgi sharq xalqlari qo‘lyozmalarida uchraydi.

O‘simpliklarni tekshirishga bag‘ishlangan eng qadimgi ma’lumotlar yunon faylasufi Aristotel ishlarida uchraydi. Aristotelning shogirdi Teofrast birinchi bo‘lib o‘simpliklarning hayotiy shakllari tasnifini bergan, o‘simpliklarni daraxtlar, butalar, yarim butalar va o‘tlarga ajratgan. Teofrast botanikaning otasi hisoblanadi. O‘rta asrda yashagan vatandoshlarimiz Beruniy va Ibn Sino asarlarida ham shifobaxsh o‘simpliklar to‘g‘risida ko‘plab ma’lumotlar beriladi. Endilikda o‘simpliklar qoplaming biosferadagi ahamiyati, biosferaning eng muhim komponenti sifatida ularni muhofaza qilish, o‘simpliklar dunyosi genofondini saqlash, o‘simplik boyliklaridan oqilona foydalanish muammolari birinchi o‘ringa chiqdi. Bu masalalar tilshunoslik sohasida ham muhim ahamiyatga ega.

Botanika institutida olib borilgan geobotanikaga oid materiallar asosida 4 jilddan iborat “O‘zbekistonning o‘simpliklar qoplami va ulardan oqilona foydalanish” asari nashr qilindi. Botanika institutida dorivor va efir moyli yem-xashak hamda oziq-ovqat sifatida ishlatalidigan o‘simpliklarni aniqlash va ulardan foydalanish sohasida ham bir qancha ilmiy tadqiqot ishlari bajarildi. J. K. Saidov rahbarligida o‘simpliklarning cho‘l sharoitiga moslashuv xususiyatlari ustida ilmiy tadqiqot ishlari olib borildi. Noyob va yo‘qolib borayotgan turlarni muhofaza qilish sohasida olib borilgan ishlar asosida 1984-yilda 163 o‘simplik turini o‘z ichiga olgan “O‘zbekiston Qizil kitobi” yaratildi.

O‘simpliklar morfologiyasi, anatomiysi, ekologiyasi va fiziologiyasi sohasida cho‘l o‘simpliklarning qurg‘oqchilikka moslanishining o‘ziga xos morfologik xususiyatlariiga oid ko‘p ilmiy tadqiqot ishlari olib borildi va yirik monografiya hamda to‘plamlar nashr etildi.

Tilshunoslikda o'simlik nomlari yildan-yilga ko'payib bormoqda. Bu esa til sohasida fitonimlarning yangi nomlari oshib borayotganidan dalolat. Misol uchun: 2016-yilda Hindistonda **183 xil o'simlik** turlari kashf qilingan.

Bizga ma'lumki, hindiy tili leksikasiga xos bo'lgan “an'anaviy etimologik tahlil” nuqtayi nazaridan so'zlar tatsama (sof sanskritcha), tadbhava (sanskritdan o'zgarish bilan kirgan so'zlar), deshi (mahalliy so'zlar) hamda videshi (chetdan kirgan o'zlashmalar) so'zlariga bo'linadi. Ushbu bo'linishga ko'ra misollar tahlil qilinganda, ko'pchiligi sof tatsama so'zlar qatlamiga mansubligi aniqlandi. Masalan:

बहुगृष्णि- (S) m-s. (bot) - hind tamakisi

बिंचु- (S) m-r. (bot) - yong'oqli palma

कबुलदार- (S) m-r. (bot) obnus daraxti (xurmo daraxti oilasiga kiruvchi tropik osimlik)

कपितथ- (S) m-r. (bot) o'rmon olmasi

चंडी- कुसुम (S) m-r. (bot) qizil oleandr

चंदन- (S) m-r. (bot) - Sandalniy daraxt

चंपक- (S) m-r. (bot) champak

मंगारि- (S) m-s. (bot) - pandanus

Tadbhva so'zlarining fitonimlar tarkibida uchrashi:

बन- ककड़ी- m-r. (bot) qalin bargli gardeniya

निसोथ- m-s. (bot) hindiy yalapasi v.h.v

Deshi (mahalliy so'zlar) turiga mansub fitonamik so'zlar

बेला- m-r. (bot)- hinduston jasmini

अगर- m-r. (bot)- aloe

अदरक- m-r. (bot)- imbir v.h.k

Videshi (kechdan kirgan so'zlar) fitonimlarga bir qator misollar:

बैद- M (P)- majnuntol

बयुआ- m-r. (bot) - olabo'ta, sho'ra

उद- m-r. (bot) – mash

लवंग- (S) m-r. (bot) - gvazdika daraxti v.h.k

Xulosa qilib aytganda, fitonimlarga oid leksik birliklarni etimologik tahlili natijasiga ko'ra, ular orasida eng ko'p tatsama so'zları 63%(150tasini) , undan so'ng tatbhava so'zları 21%(50tasini), videshi so'zları 12%(30tasini) tashkil etdi. Tahlil natijalariga ko'ra, deshi guruhiga oid 5 ta (2 %) leksema topildi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. L.E. Pizani V., Etimologiya, per. sital., M., 1956;
 2. Sevortyan E.V., Etimologicheskiy slovar tyurkskich yazmkov, T., 1-4, M., 1974-84;
 3. Xolmonova Z. Tilshunoslikka kirish. –T., 2007. –B.108.
 4. Shamatov O.N. Janubiy Osiyo tillariga kirish. –T.: Tosh DSHI nashriyoti, 2003. –B. 23.
 5. Shamatov O.N, Rahmatov B.R.O'zbekcha-xindiycha lug'at. -T,2014.
 6. Rahmatullayev Sh., O'zbektilining etimologik lug'ati, T., 2000.
 7. Русско-хинди словарь. Под ред. В.М.Бескровного –М: ГИС, 1957. 321. С
 8. Хиндий-русский словарь. В двух томах. –М; 1972. 134. С
 - 9.Хожиев А. Лингвистик терминларнинг изоҳли лугати. Тошкент уқитувчи «Ак нашриёти» 1955
 - 10.Будагов Р.А. Проблема развития языка. –М., 1965.
 - 11.В.М. Бескровный.Хинди-русский словарь.-Москва.1953.
- Internet sahifalari
1. <http://www/botanika.com>
 2. <http://www/o'simliklar> olami.

XALQ O'YINLARINING NOMLANISH NAZARIYASI

Hamidova Nigora Urinovna

Navoi davlat konchilik instituti

“O'zbek va chet tillar” kafedrasи katta o'qituvchisi

Qadimlarda odamlar ongли ravishda tilni bilishni boshlaganda, narsalar, hodisalar, voqealar va, odamlar xalq o'yinlariga o'ziga nom bera boshladilar. Xalq o'yinlarining nomlari - bu asosiy aloqa vositasi. Xalq o'yinlarining nomlari har doim ko'proq ma'noni anglatadi, ma'lum bir ma'noga ega bo'ladi. Dunyo tushunarsiz tarzda qurilgan, ammo bizning tushunchamizda bu o'rini. Va shuning uchun qadimgi zamonlardan beri xalq o'yinlarining nomlari uning qanday o'yin ekanligini, o'tmishi, kelajagi va buguni bilan deyarli bog'liq ekanligi ko'rindi.

Xalq o'yinlar - bu an'anaviy bayramlar yoki milliy taqvim bayramlarda boshlang'ich o'yin turlari bo'lib, hozirda ular etno-madaniy festivallar va musobaqalar shaklida o'tkazilib kelinmoqda. Bundan tashqari, bunday tadbirlar davomida folklor jamoalarining chiqishlari, hunarmandchilik va etno-oshxona taomlari yarmarkalari ham o'tkaziladi. Ularning hammasi o'z nomlariga ega.

Xalq oyinlari o'zi nima? Xalq o'yinlari har doim barcha jamiyatlarda tarbiyaviy vazifani bajargan. Ta'limning boshqa turlaridan farqli o'laroq, xalq o'yinlarida bu jarayon oson va raqobat shaklida kechadi. Ularning yordamida jismoniy va aqliy rivojlanish mumkin. Qoida tariqasida, xalq o'yinlari hamma uchun ochiq va shuning uchun ular ta'limning eng demokratik turi hisoblanadi.

Qadimgi xalq o'yinlari odamlarning turmush tarzi, ularning kundalik hayoti va mehnat odatlari, milliy qadriyatlar va printsiplar, sharaf va jasorat haqidagi g'oyalarni, jismoniy kuch va aqlga ega bo'lish istagini o'zida mujassam etgan. Ularning ishtirokchilari chaqqonlik, tezkorlik va harakatlarning go'zalligi, zukkolik, chidamlilik, ijodkorlik, g'alaba sari intilish va jamoaviy harakatlar kabi fazilatlarni namoyish etishlari kerak edi.

An'anaviy o'yinlar oylar va quyosh sikllari va yil davomida qishloq xo'jaligi tadbirlari bilan chegaralangan an'anaviy milliy taqvim yoki an'anaviy bayramlarning marosimlari va bayramlarining bir qismi sifatida o'tkaziladi. Shu sababli, ular o'xshash landshaft va iqlim zonalarida istiqomat qiluvchi ko'pchilik odamlar uchun bir xil vaqt oralig'iga tushadi. Xuddi shu sababga ko'ra, an'anaviy o'yinlar sanasini va nomini ko'chirish ma'nosiz.

O'yin qoidalariga katta ma'rifiy ahamiyat beriladi. Ular o'yinning butun yo'nalishini belgilab beradi, ishtirokchilarning xatti-harakatlari va xatti-harakatlarini, o'zaro munosabatlarni tartibga soladi, iroda va xarakterni tarbiyalashda yordam beradi. Shuningdek, ular faol fikrlashni rag'batlantiradi, ongni kengaytirishga yordam beradi, atrofdagi dunyo haqidagi fikrlarning ravshanligini ta'minlaydi va barcha aqliy jarayonlarni takomillashtirishga yordam beradi.

O'zbek xalq o'yinlari nomlari o'ziga xos xususiyatlarga ko'ra quydagicha tasniflanadi:

- Ov (Gang, Jambil, Lappak, Oshiq, Xappak, Chirgizak);
- Cho'ponlar o'yinlari (Tuptosh, Kotarma tosh, Echki oyin, Chopon va shoqol, Qadama tayoq, Chillik, Podachi, Chanta, Chuv-chuv va boshqalar);
- Hunarmandchilik bilan bog'liq o'yinlar (Dandarak, Charxpalak, Besh torcham, Paqilloq, Lanka, Chig'iriq, Uzuk askari, Varrak, Sartarosh, Ko'z bog'lari va boshqalar);
- qishloq xo'jaligi bilan bog'liq o'yinlar (Palaxmon, Jon burgam, Somon sepdi, Chanoq oyin, Shaftoli shaker, Qoriqchi va boshqalar);
- Imitatsion o'yinlar (Xola-Xola, Topaloq, Kim oladi-yo, Ayiq oyin, Xorazm urtashtirish, Oqsoq turna, Bosari, Asalari, G'ozlar va boshqalar);
- Harakat o'yinlari (Chunka shuvoq, Chim otish, Kim tex, Xurkach, Tufaloq, Chori chambar, Mushuk-sichqon, Yoghoch soliq, Durra olish, Xalinchak va boshqalar);

Xalq o'yinlarning onomastik nomlarining tasnifi ikki belgi - etnik va taqvimga asoslanadi. O'yinlarning onomastik nomlarining etnik holati marosim va semiotik xususiyatlar bilan belgilanadi. O'yinlarning taqvim holati ular o'tkaziladigan milliy bayramlar bilan belgilanadi. Va bu

ularning sport nomlarida tubdan farqli ekanligini bildiradi. Xalq o'yinlari nomlari dasturi taqvim va etnik holatlarga qarab tuzilgan.

Xalq o'yinlarini nomlanish amaliyoti odatiy huquq printsiplariga - an'anaviy mezonlar asosida natijalarini tarixan ishlab chiqilgan usullariga asoslanadi. Bundan farqli o'laroq, xalq o'yinlarining onomastik nomlanishi deb oldin nomlangan o'yinlar zamonaviy qonunlarda raqib jarayonining onomaastik nomlanishi o'ziga xosligida ifodalangan protsessual jihatlarga egadir.

Onomastik nomlanish nazariyasi kontekstida an'anaviy o'yinlarning tipologiyasi etnik yo'nalish bo'yicha qurilgan. Bundan tashqari, mavjud xalq o'yinlari tasnifiga integratsiyalashishni osonlashtirish uchun tipologiya shuningdek toifalar bo'yicha nomlanish taqdim etiladigan musobaqalar turlari bo'yicha qurilgan.

Ko'pincha an'anaviy o'yinlarni nomlash murakkab jarayonni o'tkazish orqali amalga oshiriladi. O'zining etnik tarkibidan Umumjahon amaliyoti va umumiyl tushuncha shuni ko'rsatadiki, an'anaviy o'yinlarini nomlanishi xalq urf-odatlariga to'la mos ravishda o'tkazilishi kerak.

Xalq o'yinlarni nomlash xalq o'yinlarni rivojlantirish bilan shug'ullanadi, shuningdek, madaniyat, sport, ta'lim va xalqaro aloqlar sohasidagi munitsipal, mintaqaviy va davlat hokimiyati va idoralari mutaxassislarining umumiyl madaniy va kasbiy vakolatlarini kengaytirish maqsadida ta'limda “Xalq o'yinlarini onomastik nomlash” kursi dasturi ishlab chiqildi. U xalq o'yinlari ishtirokida mamlakatimiz bir qator joylarida amalga oshirilmoqda.

ADABIYOTLAR:

1. Levashov E.A. Geografik nomlardan olingen sifatlar lug'ati. - M., 1991 yil
2. Murzaev E.M. Ommabop geografik atamalar lug'ati. - M., 1991 yil.
3. Kilasov A.V. An'anaviy o'yinlar va etnosport: umumiyl tasniflash // Jismoniy madaniyat nazariyasi va amaliyoti, 2014 yil.
4. Staltman V.E. Onomastik leksikografiya. - L.: Fan, 1991 yil.

ЧЕТ ТИЛЛАРНИ ЎРГАНИШНИНГ АФЗАЛЛИКЛАРИ

Бахтиёрий Тохир Бахтиёр ўғли
Жиззах политехника институти

Тил миллатнинг руҳи, унинг ор-номуси, маънавий қиёфаси, орзу умидларининг намунасиdir. Дунёда халқлар кўп ва улар ўзлари истиқомат қиласиган гўшанинг лисони бўйича сўзлашадилар. Тил инсон вужудида кон-қонига сингиб оқади десак адашмаймиз. Турк маърифатпарвар ижодкори Исмоилбек Гаспирали айтганидек: “Миллатнинг икки асоси бордур, уларнинг тили ва динидур. Агар миллат ҳаётидан шу иккисидан бири суғуриб олинса, бу миллат таназзулга юз тутур”. Дархақиқат, чиндан ҳам ўз она тилига эга бўлган миллатнинг бугуни ёруғ эртанги куни эса албатта порлоқ бўлади. Бугун шиддат билан ривожланиб бораётган давр нафақат ўз она тилини балки ўзга халқ вакилларининг ўз она тилларини ҳам ўрганишни талаб қилмоқда. Негаки чет тиллар ўзга халқ вакиллари билан мулоқот қилиш, савдо-сотик ишлари ёки дипломатик шартномаларни имзолаш учун ҳам зарур.

Албатта, минглаб тиллардан фойдаланишнинг имкони йўқ, бироқ технологиянинг ривожланиб бориши туфайли айрим халқлар ўз тилларидан кўра замонавий тиллардан фойдаланишни афзал кўришмоқда. Шунинг учун ўз она тилларига ўзлашма сўзларни қўшиб, гапларни аралаштирган холда гапирмоқдалар. Тил ўрганиш кишининг онгу шуурини маънавият гуллари билан безайди. Аммо ярим чала гапириш асло тартибга тўғри келмайди. Бугун интернет тилининг 81% фоизи инглиз тилига тўғри келар экан, юкори кўрсатгични қанчалар кўплигини кўрсатаётган бу тил халқаро тил ҳисобланиб, бугун минглаб инсонларнинг юрагига кириб бормоқда. Бугун юртимизнинг барча вилоятларида жойлашган дўконлар, кўнгил очар масканлар, хаттоқи оромгоҳларнинг номлари бугун инглизча ном билан аталмоқда. “Тил билганни эл билади дейди” - доно халқимиз.

Ўзбек тилини яҳши билган инсон чет тилларини ўрганишла асло қийналмайди. Негаки она тилимизда учрайдиган кишилик олмошлари, замонлар ва сифатлар инглиз тилида ҳам учрайди. Бироқ ўзбек тилида ясаладиган гаплар инглиз тилида тескари тузилади. Она тилимизда учта замон бўлиб, улар ўтган замон, ҳозирги замон ва келаси замонларга бўлинади. Бироқ инглиз тилида ўн олтита замон бўлиб, улар иш харакатнинг давомлигини ҳам билдиради. Биргина “Present Continuous” замонини олайлик. У қўйидаги холларда ишлатилади. Ҳозир содир бўлиб турган иш-харакатни ифодалашда “now, today, this minute, this month, this year, at the moment” ва бошқа пайт равишлар билан: “The children are playing outside today” - “Бугун болалар ташқарида ўйнашяпти” ёки “What are you doing now?” - “Ҳозир нима килаяпсиз ?” ёки “I’m reading a book.” - “Men kitob o‘qiyarman.” [1]

Биз бундай мисолларни кўплаб айтишимиз мумкин, лекин инглиз тилида замонлар мухим рол ўйнайди. Граматик жиҳатдан инглиз тилини қонун қоидаларини билган инсон мулоқот қилишда қийналишини таъкидлайдиганлар ҳам орамизда кўп учрайди. Чақалоқ дунёга келганда унга катталар томонидан ҳар бир нарсанинг номлари бирин кетин ўргатилади. Сўзлашиш туфайли қулоқ ҳамда тилнинг ҳаракат функциялари тўхтовсиз равишда ишлаб туради. Уларнинг ишлаш тезлиги тобора кучаяди. Инглиз тилида ҳам худди шундай луғат ёдлаб уни мимикалар иштироқида ифода этиб тингловчисини жалб эта олиш нутқнинг ҳам ривожланишига олиб келади. Кўзгу ёрдамида тилимизни равон чиқаришимиз мумкин. Мулоқот бўлмаган жойда тилни мураккаб ўрганиб бўлмайди. Шу сабаб кўзгуга қараб луғатда ёдлаган сўзларимизни баланд ва паст овозларда такрорласак хотиранинг ҳам чиникишига сабаб бўлади. [2]

Бу машғулотларнинг барчаси тилни мураккаб ўрганишда қўл келади. Хўш чет тилларни нима учун ўрганишимиз керак?

Чет тиллар бугун ривожланиб бораётган замон билан бирга юришга ундаиди. Шунинг учун ҳам чет тилини ўрганиш ва уни инсон ҳаёти давомида қўллаши мақсадга мувофиқдир.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки, тил ўрганиш кишилик жамиятида турган энг катта масаладир. Президентимиз Ш.Мирзиёев нафақат олий талим муассасалари балки мактаб ва мактабгача таълим муассасаларида ёш авлодга чет тилларни ўргатиб бориш зарурлигини таъкидлаб ўтганлар. Бу таълимга берилаётган эътибор албатта ўзининг ижобий самарасини беради, десак янгишмаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. M.A.Rustamov, M.I.Asriyans – “Ingliz tili grammatikasi”, Toshkent,, 206-yil.
2. Internet manbai – www.teachingpronunciation.com

COMPARATIVE ANALYSIS OF VERBS OF PERCEPTION IN ENGLISH AND TURKISH

Inogomova Nigora
trainee teacher
of Faculty of Eastern Philology, TSIOS

Abstract. The article is devoted to the comparative studies of structural and typological peculiarities of verbs of perceptive semantics of the English and Turkish languages representing the basic means of perception. On the base of the five types of perception: visual, auditory, gustatory and tactile, there are three groups of verbs of perception – active, passive and copulative ones in lexical-semantic field of perception.

Key words: perception, verb, method of perception, analytical constructions, language universal.

Among the processes involved in the working of information, a significant place belongs to the sense perception, which provides the person with basic information about the world around him. According to Sekuler and Blake, perception is a biological process wherein the brain derives descriptions of objects and events in the world, using information gathered by the senses.

Verb is the most complicated unity of lexical system of language, its dominant and central figure. Every language has a way of referring to basic sources of sensory perception: through sight, through hearing, through smell, through taste and through touch. Verbs of perception denote the reflection by the human consciousness of the external environment, properties and objects of the external world. Ruzin defines them as perceptional modi.

It is necessary to distinguish: perception as a real fact, compatible with speech; perception as a real fact incompatible with speech; perception as a memory; perception as imagination. The kernel of the field of perception is made up of verbs that designate perception as a real fact compatible and incompatible with speech.

According to Muravieva, «the main criterion for classifying verbs as perceptual is not the ability to designate - the fact of observation, but the ability to be used in the reproductive register of speech, that is, in the actual process time».

Mustajoki divides the verbs of perception into active (*to listen, to see, to smell / dinlemek, bakmak, koklamak*) and passive (*to hear, to see, to feel / işitmek, görmek, kokmak*). «Only active verbs can indicate the extraction of information».

Viberg adds to the third group of verbs of perception named copulative verbs. The paradigm of basic perception verbs that makes the object of our study is exemplified below, using Oxford English Dictionary and The Big Turkish Dictionary as the source for our research.

The process of perception is dual process, involving both the act of perception itself (*to look*) and its result (*to see*). In the first case, the value of the object of perception is sometimes irrelevant. In the synchronous realization of the process of perception lies its main difference. It is extremely rare to see, but to see nothing. This dual nature of the process of perception is reflected in the level of all modes of perception and is a language universal. The third universal (copulative) could recognize the presence of a verb characterizing the action of an object emitting its own signals for the perceptor.

Visual perception	
to look	bakmak
to glance	göz atmak
to notice	fark etmek
to make out, to discern	ayırt etmek
to peep	dikizlemek
to survey	muayene etmek

to see	görmek
to watch, to see, to observe	gözetlemek
to look around	bakınmak
to contemplate	seyretmek
to stare	gözünü dikmek
to look	görünmek

In both languages there are three kernel verbs of visual perception. In English, verbs of visual perception are separate lexemes, whereas in Turkish one can speak of two types of verbal analytic structures: 1) verbal nouns with a noun indicating the organ of sight *göz / eye* creating idioms *göz atmak, gözüni dikmek*; 2) verb-infinitive forms which are composed of the related words to the organ of sight such as *bakis/glance, görüş/sight, dikiz/peek, gözetim/supervision* adding suffixes of extended stems (-ış, -dir, -ir, -it, -in) or suffixes that attach to nominal to form verbs (*eylem yapan ekler*); 3) verbal phrases consisting of the nouns which means function of the organ of sight – *muayene/inspection, seyir/watching, fark/difference, ayirt/distinction* and the auxiliary verb *etmek*.

Hearing perception	
to hear	işitmek
to catch	duymak
to listen	dinlemek
to overhear	kulak misafiri olmak
to catch, to pick up, to locate	duymak
to listen	dinlemek
to heed	kulak vermek
to know	öğrenmek
to sound	duyulmak
to be heard	sesi gelmek
to ring out	çalmak

In both languages, auditory perception expresses full-valued kernel lexemes. Verbs of auditory perception figure in the English language, and in the Turkish language, besides these kind of verbs (*işitmek, dinlemek*), there are verbal nouns with a noun indicating the organ of hearing *kulak / ear* and the perceptual signal word of hearing *ses / sound* creating idioms *kulak misafiri olmak, kulak vermek, sesi gelmek*. Moreover, there are the verbs formed from the nouns (*duyu/sense, duygu/sensation=duymak, ög(akıl) / mind(intelligence)=öğrenmek*) which are not directly connected to the organ of hearing.

Olfactory perception	
to sniff, to smell	koklamak
to inhale	nefes çekmek
to inhale	içine çekmek
to smell	kokusunu almak
to feel	(burnu) koku almak
to partake of	(tadını) tatmak
to smell	kokmak
to be fragrant	hoş bir koku neşretmek
to smell, to scent	koklamak
to breathe	esmek
to reek (of), to stink (of)	pis kokmak

to exhale	nefes vermek
-----------	--------------

In English, the verb *to smell* can mean: *koklamak*, *kokusunu almak*, *kokmak*, i.e. there is no distinction between the action of perception and the act of perception itself. In the Turkish language, such differentiation is possible due to verbal noun constructions with a noun denoting the generic concept of the perceptual signal *koku/odour* creating compound verbs and the verbal types formed from this noun. There are also the compounds consisting of the noun which defines the action of breathe – *nefes/breath* and regular verbs creating idioms.

Tactile perception	
to feel, to palpate, to grope	ellemek
to touch	değmek, dokunmak
to feel	duymak, hissetmek
to have sensation	hissetmek
to sense	duymak
to feel	duyulmak

In English, the verb *to feel* can mean: *ellemek*, *duymak*, *hissetmek*, *duyulmak*, express the action of perception and the very act of perception. In English, the verbs of kinesthetic perception are separate lexemes *to palpate*, *to feel*, whereas in the Turkish language, the main part of tactile verbs consist of the word which means the perceptual signal – *duyu/sense* and *his/feeling*. However, the active verb is composed from the organ of touching – *el/hand* adding suffix that attach to nominal to form verbs.

Gustatory perception	
to taste, to try, to sample	tadına bakmak, denemek
to taste, to try, to partake	(tadını) tatmak
to taste, to degustate, to degust	gurme yapmak, çeşniye bakmak
to taste	tat almak
to taste	tadı olmak

In English, the verb *to taste* can mean: *tatmak*, *tadına bakmak*, *tat almak*, *tadı olmak* i.e. the range of its meanings includes both perception actions, the act of perception itself, and the emission of the corresponding perceptual signals. In English, individual verbs express different aspects of taste perception.

In the Turkish language there are also 90% of gustatory verbs made of the taste signal word *tat/taste* creating idioms with regular verbs.

To sum up, there are the kernel lexemes of verbs of perception illustrated on the following table:

Sensory modality	Passive	Active	Copulative
<i>Vision</i>	see	look/watch	look
	görmek	bakmak	görünmek
<i>Hearing</i>	hear	listen	sound
	içitmek	dinlemek	duyulmak
<i>Olfactory</i>	smell	smell	smell
	kokusunu almak	koklamak	kokmak

<i>Tactile</i>	feel	feel/touch	feel
	duymak/hissetmek	ellemek/dokunmak	duyulmak
<i>Gustatory</i>	taste	taste	taste
	tat almak	tadına bakmak	tadı olmak

Thus, the isomorphism of two languages consists in the presence of verbal means of representation of the triple nature of the process of perception. In addition, there is the verb (*feel/duymak*) in both languages, which can be used not only among its own type of verbs of perception (*tactile perception*) but also in another type: in English, *feel* might be used for olfactory (*feel – burnu koku almak*) whereas, in Turkish, it could mean hearing perception (*duymak – catch*). Allomorphism of languages is explained by their structural and typological features.

English is characterized by the presence of full-valued verbal lexemes, polyfunctional polysemy which allows the expression of various aspects of the process of perception of one token depending on the context. In conclusion, all types of verbs of perception are ‘bidirectional’ (Rojo and Valenzuela used this term to verbs of perception in Spanish) besides *hearing*. Moreover, three of them, *olfactory*, *tactile* (partly) and *gustatory* perception, are ‘tridirectional’.

The Turkish language abounds with verbal-nominal and verbal-gerundial constructions, in which there are nouns that designate the generic concepts of the perceptual signal *duyu/sense*, *tat/taste*, *koku/odour* or organ of perception *göz/eye*, *kulak/ear*. Differentiation of the aspects of perception is often due to the semantics of the suffixes of extended stems and the suffixes that attach to nominal to form verbs, in addition, combined with the auxiliary verb *etmek* or regular verbs.

BIBLIOGRAPHY

1. Матвеева Т. М. Перцептивная категория вкуса и лингвистические средства ее реализации: автореф. дисс. ... к. филол. н. Челябинск, 2005. 200 с.
2. Моисеева С. А. Глаголы восприятия в западно-романских языках: автореф. дисс. ... д. филол. н. Воронеж, 2006. С.132
3. Муравьева Н. Ю. Категория перцептивности в семантике глагола и в тексте: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2008. С.11.
4. Мустайоки А. Теория функционального синтаксиса: от семантических структур к языковым средствам. М.: Языки славянской культуры, 2006. С.213.
5. Рузин И. Г. Модусы перцепции (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус) и их выражение в языке: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 1995. С.79.
6. Gabain A.V. Eski Türkçenin Grameri (Çev. Mehmet Akalın). Ankara: TDK Yay, 2003. 313 s.
7. Göksel A., Kerslake C. Turkish: comprehensive grammar. New York, 2005. pp. 56-57.
8. Hengirmen M. Türkçe Temel Dilbilgisi. Ankara, 2006. ss. 300-304.
9. Lewis G.L. Turkish grammar. Oxford, 1985. pp. 143-157.
10. Murphy R. English Grammar in Use. 4th Edition. Cambridge, 2016.
11. Oxford English Dictionary. Oxford University Press: 2016.
12. Redhouse İngilizce-Türkçe Büyük Sözlük (Kırmızı). İstanbul, 2012.
13. Rojo A. and Valenzuela J. Verbs of sensory perception: An English-Spanish comparison // Meta. Journal des traducteurs, Vol 46, n°3, 2002. pp. 467-494. P. 483.
14. Sekuler R. and Blake R. Perception. New York: McGraw-Hill. 1994.
15. TDK Büyük Türkçe Sözlük. Ankara, 2011.
16. Viberg Å. The verbs of perception: a typological study//Explanations for Language Universals. Berlin: Mouton de Gruyter, 1984. pp. 123-162.

ДРАМАТУРГИЯДА «АЖИНИЁЗ» ОБРАЗИНИНГ ТАСВИРЛАНИШИ

Палымбетова Малика Жанабаевна
КДУ таянч докторанти(*PhD*)

Мустақилллик даври бизларга эски қадриятларимизни, меросларимизни халқимизга қайтариб, халқимизга маънавий озиқ бериб, ўзлигимизна танитди. Бизнинг эски тарихимизни англашда маданият ўчоғи бўлган миллий адабиётимизнинг бир жанри драматургия ўзлигимиз ёзни англашда фаоллик кўрсатди. Драматургиянинг юраги бўлган пьесалар тарихий йўналишда яратилиб тарихимизни англашга ҳиссасини қўшиди. Айниқса, халқнинг кўтар қўзи бўлган XIX асрдаги мумтоз шоирларимиз «Ажиниёз», «Бердақ» ҳақида ёзилган драматик асарлар фикримизнинг далилидир.

Ўзбекистон Қаҳрамони, Ўзбекистон ва Қорақалпоғистон халқ шоири И. Юсуповнинг либреттоси «Ажиниёз», биринчи қорақалпоқ миллий операси бўлиб, 1987-йили Н. Мухамеддиновнинг режиссёргида биринчи марта саҳналаштирилган. 2014-йили декабр ойида халқимизнинг буюк мумтоз шоири Ажиниёз Қўсибоя ўғлининг 190 йиллик юбилейи муносабати билан янги гуруҳда қайта саҳналаштирилди. [1]

Операдаги воқеалар Ажиниёз шоирнинг Хива шахридаги Шерғози мадрасасини тамомлаб, ўзи туғилиб ўсган қишлоғига қайтиши билан бошланади. Шоир ўз элига бўлган соғинч ҳиссини, ватанга, она юртига меҳр-муҳаббатини қўшиқ ариялар орқали етказади. Шоир яшаган даврда қорақалпоқ халқи уруғ қавмга бўлиниб, ҳар бирининг ўз бийлари бўлган.

Операда ўша даврдаги бойлар, бийлар ўргасида келишмовчиликлар оқибатида тез-тез жанжаллар бўлиб, натижада уларнинг жабрини камбағал халқ кўрган. Операнинг бош қаҳрамони Ажиниёз эса бу келишмовчиликларнинг олдини олишга ҳаракат қиласиди. Халқни бириктириб, уларга тушунтиришга ҳаракат этади. Бироқ Панаҳон уни тингламайди. Бўзатауда Пиримбий бошчилик қилган халққа душманлар томонидан тез-тез хужумлар уюштириб турган. Бўзатаў шахрини вайронлар қилиб халқни сургун қиласиди. Бу сургун этилган халқнинг орасида Ажиниёз ҳам бор эди.

Операда, шунингдек, Ажиниёзнинг суюклиси Хонзода ҳам асосий қаҳрамонлардан бири. Лекин Ажиниёз ўзининг Айбўрек исмли қизни ёқтиришини, Айбўрекка ўз тенгини топишини маслаҳат қиласиди. Бундан сўнг Ажиниёзни Хонзодадан айириш мақсадида, Хонзодага кўп ёмонликлар қиласиди.

Опера сўнггида Ажиниёз билан Хонзода халқнинг фотиҳасини олиб турмуш қуради. Опера режиссёр Н. Ансатбоев томонидан саҳналаштирилиб, ундаги мусиқалар Қорақалпоғистон халқ артисти – А. Абдуллаева томонидан ижро қилинган.

Опера режиссёр томонидан катта маҳорат билан бажарилиб, саҳна талабларига тўлиқ жавоб беради. Ажиниёз яшаган давр кўз олдимизга қиласиди. Муаллиф шоирнинг хаёти ва ижодини уйғунлаштириб баён қиласиди. Бу опера қорақалпоқ адабиётидаги дастлабки опера бўлишига қарамай муаллифнинг билимлилиги, зехнлилиги, бу жанрни яхши ишланганлиги сабабли бебаҳо опера даражасига кўтарила олди. Шу боис ҳам, «Ажиниёз» операси сал кам ўттиз йилдан буён саҳнамизда қайта-қайта саҳналаштирилиб, халқимиз назарига ҳавола қилинмоқда.

Ёзувчи ва драматург М. Низановнинг «Зийўар» драмаси «Амударё» журналининг 2011-йилнинг №6 сонида, 2012-йилнинг №1 сонида эълон қиласиди. Драмага муаллиф томонидан жанр жиҳатдан икки актли, саккиз картинали тарихий, мусиқали драма деб таъриф берилган. Драма-қорақалпоқ халқининг буюк донишманд шоири Ажиниёз Қўсибоя ўғлига бағишлиланган бўлиб, асарда шоирнинг 1860-1864-йиллардаги, яъни ўн олти ёшдан қирқ ёшгача бўлган даври тасвирланган. Асардаги сюжетлар тарихий ҳақиқатга асосланиб олинди. Ажиниёз 1840-йили Хивадаги Шерғози хон мадрасасига ўқишига киради ва уни битиришдан олдин ҳамма талabalар Қутлимурат иноқ мадрасасига ўтказилади. У ерда

мадрасани тамомлайди. Бу йиллар Хивани Оллоқул хон сўраб турган даврга тўғри келади. Ажиниёз ўқиган мадрасанинг эгаси Қутлимурод иноқ ўша хоннинг тоғаси ва маслаҳатчиси бўлган, Шўрахон шаҳрининг ҳокими бўлиб ишлаган.

1855-йили Хивада катта қийон-кески вазиятлар бўлади. Хон урушда ўлиб, ўрнига ўн тўрт яшар Қутлимурод бола хон сайланади. Бундан хабар топган ўгай акаси Матниязбек (Хивадан ташқарида яшаган) явмит йигитларидан катта лашкар тўплаб, Хивага юриш қиласи ва ўгай иниси Қутлимуротни ўлдиради. Лекин Хива халқи босилмай, Матнияз бекни тутиб олиб, ўлдиради. Фурсатдан фойдаланиб Сайид Муҳаммад Баҳодирхон метер Муҳаммад Якубнинг ёрдамида 1855-йили тахтга ўтиради. У деярли Хивани ўн йил сўрайди. Бу ўн йил ичидаги қорақалпоқлар билан туркманлар орасида кўп норозиликлар бўлади. 1858-1859-йили (аниқ қайси бир йили экани тарихий манбаларда ҳам кўрсатилмаган) Бўзатаўни босқинчи ёв талайди. Афсоналарда явмитлар чопган деб аталади. Лекин айрим тарихчиларнинг маълумот беришича явмит йигитларидан жамланган хон лашкарлари бўлиши ҳам эҳтимол, деган тахминлар бор. Бу ҳақиқатликка яқин келиши ҳам мумкин. Сабаби, хондан норози қорақалпоқлар Кўнғирот хонлигини тузиш максадида тез-тез бош кўтариб турган.

Сайид Муҳаммад Баҳодур хон кўнғиротли Қутлимурот бийнинг кизига уйланади. Бироқ бийнинг иниси Жийемурот (тарихий манбаларда номи кўрсатилмаган) Бўзатаў бузғунчилигига хон лашкарлари айбордor деб гумон қилиб, хонга қарши юриш қилмоқчи бўлади. Буни эшитган Сайид Муҳаммад Баҳодур хон кўп кўл билан дарё орқали келиб ёқада тўхтайди. Хон эл билан кўп сухбат уюштиради. Унинг ўзи ҳам қайноғасига қарши уруш очиш тилаги бўлмайди. Натижада 1864-йили дарё бўйидан урушмай, орқага қайтади. Драма мана шу воқеаларни ўз ичига олади. Хиванинг бу икки хони ҳам драмада персонаж сифатида қатнаштирилади [2].

Драмада сюжет Ажиниёзнинг суйган ёри Гулзода билан сухбатидан бошланади. Драматург шундай диалог орқали қаҳрамон характерини, руҳий кечинмаларини очиб бера олган. Ёзувчи маҳорати билан кўрсата олган бу кўриниш, яъни қаҳрамон характерининг ички дунёсини, ўй-хаёлига кириб, унинг қийналишларини, ички психологиясини тушунишга ва уни ўқувчининг, томошагўйнинг юрагини ларзага келтирадиган даражада тасвиirlangan.

Драмадаги қаҳрамонлар ўртасидаги ўзаро сирлашиб сухбатлашишлар орқали бир томондан Зийўарнинг донолигини, маҳорат, ақллилик билан айтган насиҳат сўзларини кўрсатмоқчи бўлади. Иккинчи томондан, шу айтилган ҳар бир донолик гаплар орқали Зийўарнинг психологизмини очиб беради. Манна, бу ҳам М. Низановнинг қаҳрамон характерининг психологизмини очиб беришдаги яна бир муваффақияти десак муболага эмас.

Драматург Гулзода ва унинг туғишилари образида эски феодал даврнинг оғир, аянчли оқибатларини, иккюзламачиликка асосланган низомлари билан одоб-икром меъёрларини очиб беради.

Драматургнинг Зийўар ҳақидаги яхши ниятлари унинг образининг ишончли яратилишига салбий таъсир қилмайди, аксинча муаллиф Зийўар образини ҳамма қарама-қаршиликлари билан яратиб беради. Бу драма қорақалпок драматургиясига қўшилган катта ҳисса деб ҳисоблаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Раҳманова Г. Бердақ атындағы қарақалпақ академиялық музикалы театры. Нөкис, «Билим» 2017
2. Нызанов М. Зийўар. //Эмиўдэргя, 2011. №6.

МИРОВОЙ ЩЕДЕВР ПОД НАЗВАНИЕМ «ТЫСЯЧА И ОДНА НОЧЬ».

Астанова Гулнора, канд.фил.наук доц.
кафедры узбекской лингвистики БухГУ
Кушназарова Дилдора, студент 2го курса
факультета узбекской филологии БухГУ.

Проходят годы, десятилетия, века, но не угасает интерес читателей, специалистов-филологов, историков-востоковедов к выдающемуся литературному творению под названием «Тысяча и одна ночь». Эти сказки с изумительным совершенствованием выражают гармонию и необычайную силу цветистой, «узорчатой» фантазии народов Востока: арабов, персов, индусов.

Наверное, был бы крайне изумлен средневековый арабский филолог, если бы узнал он, что арабская словесность войдет в мировую культуру прежде всего народными сказками и новеллами, которые по праздничным дням рассказывались на рынках и в кофейнях для увеселения толпы и, в отличие от придворной поэзии и ученой прозы, третировались филологами-туристами как «низкий жанр».

А между тем человечество теперь признало, что знаменитое собрание арабских сказок принадлежит к числу наиболее известных памятников мировой культуры. История Шахрезады поражает необычностью: рассказывая свои сказки и прерывая рассказ с наступлением рассвета на самом интересном месте, находчивая Шахрезада спасает свою жизнь, заставляя супруга своего забыть о казни, ведь царь Шахрияр обещал казнить на исходе брачной ночи каждую новую жену.

Книги «Тысяча и одна ночь» упоминаются в многочисленных исторических хрониках раннего и позднего средневековья. Она не явилась творением какого-либо одного автора . Части этого удивительного свода сказок складывались и шлифовались в течение многих столетий и лишь к XVI-XVII векам он сложился в том виде, в каком он известен современному читателю.

В основу литературного памятника, по всей видимости, лег арабский перевод индийских и иранских сказок, входивших в иранский сборник «Хезар эфсане» («Тысяча преданий»), о существовании которого сообщают арабские источники еще в X веке. В емкую рамку «Тысячи преданий» профессиональные арабские рассказчики и переписчики на протяжении почти десяти столетий включали все новые и новые рассказы местного и иноземного происхождения , переделывая их и располагая каждый по своему усмотрению, что и привело различиям состава и композиции дошедших до нас рукописей этого свода.

Если сделать краткий исторический экскурс, то можно, по всей видимости, сделать следующие резюме:

1) первейшим элементом и главным ядром «Тысяча и одной ночи» является созданный в IX или X веке арабский перевод персидского сборника «Хезар эфсане»;

2) книга «Тысяча и одна ночь» не имеет отдельного автора или состаителя; она является эволюционным созданием многих поколений длинной цепи специалистов-повествователей и переписчиков.

Думается, этим и объясняется «неодинаковость» языка изложения: в одних местах он чуть ли не высококлассический, а в других-почти простонародный.

Надо отметить, что ученые Запада проявили большой интерес к изучению свода сказок. Представляют большой интерес работы, выполненные такими исследователями, как Зотенберг, Макдональд, Литман, Шовен. Считая Египет родиной «Тысяча одной ночи», Шовен утверждал, например, что книга сказок имела по крайней мере двух авторов: один из них был египтянином, а другой евреем, принявшим ислам. Отсюда, по его мнению, и большое количество евреев в сборнике и обилие повествований о «неверных», вставших

впоследствии на путь истинной веры. Шовен даже называет имя этого еврея-некоего Ибрахима Маймуну, жившего где-то в 1518г.

Впрочем, теория эта была подвергнута резкой критике со стороны одного из видных исследователей «Тысяча одной ночи» Эструпа, который писал, что вывод Шовена об Ибрахиме Маймуне не стоит выведенного яйца. [1,204]

В России изучение свода сказок начинается в начале XX века, когда на востоковедческую арену вышли такие замечательные исследователи, как И.Ю.Крачковский, А.Е.Крымский, а позднее Б.Я.Шидфар, И.М.Фильшинский. В Узбекистане изучение книги «Тысяча одна ночь» началось давно. В 1930 г. в Ташкенте появляется оригинальный перевод сказок на русский язык, мастерски выполненный М.А.Салье. [2,8т.]На узбекский язык книга была переведена более давнее в 1912-13гг. Это был перевод Ахрара Махдума [3,Т.1.] и Сиддия Хандайликия. [4,в 2т.]

Известный узбекский ученый-арабист, член–корреспондент Академии Наук Республики Узбекистан в своей книге «Арабский народный роман» много внимания уделяет генезису «Тысячи и одной ночи», останавливается на вопросе о связи сборника с народной сирой (романом). [5.256.]

«По ряду причин, - пишет Н.И.Ибрагимов,-произошло так, что книга «1001 ночь» получила широчайшее распространение и пользуется до сих пор наибольшей популярностью в самой различной читательской аудитории. Причиной этой популярности являются, в первую очередь, высокое мастерство и художественное чутье средневековых сказителей-профессионалов, которые, очевидно, положив в основу некое «сказочное» ядро сборника, сумели обработать и присоединить к нему наиболее интересные короткие эпизоды из самых различных источников – от Библии и средневековых литературных арабских антологий до отдельных народных романов разного характера: героических эпопей («Повествование об Умаре ан-Нумане»), фантастических повестей («Рассказ о царице змей») и плутовского романа («Далила-хитрица и Зайнаб-обманщица»). Несомненной заслугой современных арабских ученых следует считать установление непосредственной связи между книгой «1001 ночь» и наодным романом».

Не только для специалиста-историка, но и для всякого любознательного читателя книга «Тысяча и одна ночь» является неисчерпаемым источником самых разнообразных сведений о жизни арабских городов в период расцвета Багдадского халифата, во времена правления мамлюкских султанов и турок в Египте. Материал «Тысячи и одной ночи» весьма разнообразен и в жанровом отношении. Если из Индии и Ирана в книгу пришла волшебная сказка и дидактическая притча (часто притча о животных), то бытовая новелла, короткий анекдот и эпические сказания являются созданием арабской фантазии.

В волшебных сказках мир обыденный реальности, описанный тщательно, до мельчайших подробностей, и мир фантастики переплетаются, сосуществуют, подменяя друг друга. Эта мысль хорошо иллюстрируется рассказами о путешествии Синдбада –морехода, о путешествии в медный город, при этом дается описание страны Каф.

В бытовых новеллах и в коротких анекдотах выведена целая галерея типов, принадлежащих и различным слоям городского общества. Богатые купцы и бедные ремесленники, правители, их министры: советники, чиновники, судьи, сводни и колдуны, учителя, ловкие плуты-вот далеко не полный перечень персонажей сказок Шахрезады. Ярко и многогранно обрисован халиф Харун ар-Рашид (годы правления 786-809), его жена Зубейда и визирь Джафар.

Важным элементом фабулы во многих сказках являются джинны, ифриты и прочие фантастические существа. При этом воля и поступки «земных» персонажей и их фантастических «помощников» настолько естественно сливаются, что волшебный и реальный миры образуют некое органическое единство, в котором картина жизни средневекового мусульманского города проступает сквозь фантастическую оболочку, придающую повествованию особую увлекательность и поэтичность.

В целом «Тысячи и одной ночь» представляет собой универсальную картину жизни позднесредневекового арабского города.

Художественный метод произведений «Тысячи и одной ночи» еще весьма элементарен. Характеристике персонажей общи, схематичны. В рассказах действуют не люди, не личности, а условные типы (царь, везир, купец, судья, ремесленник, нищий). При этом те или иные качества героев обычно не прявляются в их действии, поведении, о них читателю лиш сообщают, как сообщают имя героя и другие сведения о нем.

В этой минимальной индивидуализации персонажей отразилось сознание средневекового общества, в котором личность еще невыделилась из сословия и не воспринималась в своем индивидуальном своеобразии.

Литературы:

1. Эструп И. Исследование о 1001 ночи и ее составе, возникновений и развитией. /Пер. с датского Т. Ланге. - Л.:Изд.во.Лазаревск ин-том.вост.яз., 1904.-204с
- 2.Тысяча и одна ночь:В 8 т./Пер.с араб.М.А.Салье.Таш.,1992г.
- 3.АНИВ РУз.Л№77.
- 4.АНИВ РУз.Л№10551
- 5.Н.Ибрагимов. Арабский народный роман.-М.:»Наука»,1984.-с.256

THE CONTENT OF VERBS IN ENGLISH GRAMMAR

Turaeva Maftuna Boboyorovna,
Termez State University, Uzbekistan
(E-mail:maftunaboboyorovna@gmail.com)

Abstract: This article reveals the content of verbs claimed as a part of grammar. Content of verbs envelopes a part of grammar with the help of different special rules and particular exercises.

Key words: Grammar, verb types, action verb, linking verb, auxiliary or helping verb, transitive verb, intransitive verb.

1. Introduction

Nowadays the demand on learning foreign language is increasing day by day. Conditions of reforming all characteristics of grammar the question of the world assistance to improvement of quality of scientific-theoretical aspect of grammar process is especially actually put. Grammar is defined by Orwell as “the way language manipulates and combines words in order to form longer units of meaning”. [1]

This definition is quite close to the common understanding of what grammar is. The main difference is that it tells us how the rules of language actually work –they arrange and shape words. Nevertheless, knowing what these rules do is not a very motivating factor alone.

Crystal says “Grammar is the structural foundation of our ability to express ourselves. The more we are aware of how it works, the more we can monitor the meaning and effectiveness of the way we and others use language. It can help foster precision, detect ambiguity, and exploit the richness of expression available in English. Additionally, it can help everyone, not only teachers of English, but teachers of anything for all teaching grammar is ultimately a matter of getting to grips with meaning”. [2]

Maughan adds, “It is necessary to know grammar , and it is better to write grammatically than not , but it is well to remember that grammar is common speech formulated. Usage is the only test”. [3]

As it can be seen from the above definitions, grammar is not an unimportant set of rules that can be ignored without consequences. It is a very complex phenomenon an even though learners may find it a difficult thing to master, the time devoted to that is certainly not wasted. Making students realize it, however, is only the first step in teaching grammar, and the following activities can take many different forms, based on a selected approach and method. A learner should study every aspect and pay attention to all details to learn the grammar sincerely. The most important one of it is a part of speech which includes noun, verb, adjective, adverb, pronoun and others.

2. Material and Methods

There is an important problem in English language that how many parts of speech are there in English language? There are 8 parts of speech: verb, noun, adjective, adverb, pronoun, preposition, conjunction and interjection. But some grammar sources categorize English into 9 or 10 parts of speech.

- **Noun:** a part of speech inflected for case, signifying a concrete or abstract entity;
- **Verb:** a part of speech without case inflection, but inflected for tense, person and number, signifying an activity or process performed or undergone;
- **Participle:** a part of speech sharing the features of the verb and the noun;
- **Interjection:** a part of speech expressing emotion alone;
- **Pronoun:** a part of speech substitutable for a noun and marked for person;
- **Preposition:** a part of speech placed before other words in composition and in syntax;
- **Adverb:** a part of speech without inflection, in modification of or in addition to a verb;
- **Conjunction:** a part of speech binding together the discourse and filling.

3. The Methods and Approaches

A verb is a word that comes from the Latin word *verbum*. It is a part of speech that is used to describe motion or convey a subject in action. Examples of verbs include: learn, walk, run, read etc. In most languages a verb can be inflected or modified to portray a specific tense, voice or mood. There are also verbs that also have to agree with a certain gender, argument or person. According to Blokh,

“Grammatically the verb is the most complex part of speech. This is due to the central role it performs in the expression of the predicative functions of the sentence, i.e. the functions establishing the connection between the situation (situational event) named in the utterance and reality.” [4] Verbs play a vital role in English grammar and have multitude of assignments. A verb is perhaps the most important part of the sentence. A verb or compound verb asserts something about the subject of the sentence and expresses actions, events or states of being. The verb or compound verb is the critical element of the predicate of a sentence. There are five types of verbs that help make a sentence:

1. Action verb – express an action that is either physical (*talk, run, fall etc.*) or mental (*think, hope, choose, etc.*)
2. Linking verb – links the subject of a sentence to another word: *appear, be, feel, grow, look, remain, seem, smell, sound, stay, taste, etc.*
3. Auxiliary or Helping verb – changes the tense (when something happened), voice (relation of the subject to the verb and is either active or passive), or mood (a statement of fact, what might or could be, or give a command or plea): *be, do, have, can, may, shall, was, will, etc.*
4. Transitive verb – transfers the action from one noun to another and always has an object that receives the action of the verb or completes the meaning of the verb: *Bill took the job.*
5. Intransitive verb – doesn’t transfer action so it doesn’t have an object: *The phone broke.*

4. Results and Discussion.

A verb must have specific tense. Present — indicates that the action is actually being carried out at that moment. Past tense means that the action has already taken place and future tense means that the action will be carried out at a later time (future). A verb is a very important part of any sentence. There are two main functions that a verb can play: there are those verbs that put a subject into motion and other verbs offer more clarification on the same subject. Here are some examples:

1. My father smiled at the well-arranged table.

My father is the stalled subject and “smiled” is the verb in the sentence.

2. The overworked computer exploded.

The overworked computer is the stalled subject and “exploded” is the verb and it is in past tense.

The most important thing is that every subject must have a verb. If this rule is not followed we will end up with a fragment — a big writing error. We should always consider the function of a word before we use it as a verb. There are many English words that have more than one function when used in a sentence. We will find out that a word can be a noun, verb or even a modifier. As a result of this, we must pay close attention to how a word is used in a sentence. A good example is *crunch*. It is a word that can be used as a verb and as a noun too. *Crunch* is a doing word that we can do. We can crunch cockroaches under our foot. We can crunch popcorn with our friends. We can also crunch numbers. Also *crunch* can be a noun — *crunch of potatoes* is a thing that we can hear, hence a noun. It is easy to spot a *doing word* in any sentence. Sing, paint, chew or dance, what do these words show? They are simply showing there is action — action that the subject of the sentence can do. That’s why words like these are called action verbs.

Here is an example John sneezes loudly. Sneezing (sneezes) is something that John can do, hence it is an action verb.

We should also know a linking verb when we see it in a sentence. These are special kinds of verbs that are not used to describe an action, but they are used to connect the subject to other added relevant information.

Example: Esther “is” my sister.

“Is” is not something that Esther can do, but it is used to connect the subject to added information that is about Esther who is the subject of the sentence. Here are some examples of true linking verbs: be (were, am, are being, has been, might have been etc.), seem and become. There is no other way these verbs can be used except as true linking verbs. There are ways that we can use to identify when the verb is used as an action verb or a linking verb. If we can replace the verb with am, are or is and still get a logical sentence, then we have a linking verb. But if the sentence makes no sense, then we have an action verb. For example: Jack tasted my food — replace tasted with is or are, you will get Jack are my food. This makes no sense meaning that the verb tasted was used as an action verb. The substitution method does not work with the word appear, we have to go further and check the verb function in the sentence.

Example: Jane appeared in my doorway Appear is something that Jane can do regardless of what we may want. Jane appeared sad to me. In this sentence the word appear is used as a linking verb. Like Jane, the subject, to added information of looking sad.

We should also know there are verbs that have more than one part. There are even verbs that have more than four parts.

Examples: **Fiona “should have gone” to the market before we came home.** **Fiona “should have been going” to the market.** Verbs can also be classified using the number of arguments they can accommodate. This is called valency. A valent verb is a verb that has no object or subject. There is no zero valency in English. There are some languages that these can happen like the Mandarin Chinese.

Intransitive verbs have one instance of valency. This simply means that the verb has one subject directly linked to it. For example: “it falls” and “he runs” a transitive verb is one that has two instances of valency. It has a direct object and a subject too. An example: John loves fish. There are those verbs that have 3 instances of valency, they are called ditransitive verbs. Verbs have been described as doing words for a very long time. The position of a word can help us to know whether it is a verb or not. For example NOUN (verb) — this is a simple sentence structure that can only be completed by adding a suitable verb. There are suffixes and prefixes that tell us verbs — -ate, -en and -ify. If you want to appreciate the importance of verbs, ask yourself what can you do without verbs? The answer is simple nothing. Experts claim that verbs are the most important part of speech when it comes to English language. You should know a lot of verbs and there are online lists of countless verbs that could help you slowly learn them.

There is a special kind of verbs called the being verbs. They try to show the state of being of the sentence subject. It is hard for some nouns or pronouns to just take up an action, this is where being verbs come in. Here are a few examples: **you will have been, I will be, we have been, I am and they will be.** There are also irregular verbs. They are verbs that do not follow the general rule(s) when changing tenses. The only way to understand this kind of verbs is to learn them and try and memorize them. Here are some common examples: **bite — bit — bitten, hurt — hurt — hurt, fall — fell — fallen** etc. The voice used in a verb can be used to determine whether the subject is doing the action or the action is being done on the subject. There are two common kinds of voices: active and passive voice. An example of active voice: “**I saw Jane**”. Passive voice: “**Jane was seen by me**”.

Unlike other forms of speech, a verb can change its form. There are verbs that ending can be added — (learn — learned). Some verbs change completely — (teach — taught). When a verb takes another form, it means that the new verb has a different meaning. There are different meanings according to tenses or different levels. One outstanding thing about verbs, is their relationship to time. They have the ability to tell us exactly when the action was taking place. They can tell us if the action already happened (past), is happening now (present) or will happen sometime (future). There are regular and irregular verbs classified according to how they change through the different tenses.

5. Conclusion.

Verbs are very important part of speech. In fact, we cannot have a logical sentence that has no verb in it. They are the building blocks that help us come up with sentences that make sense. We can

go ahead and try to make sentences that do not have any verbs — we will note that the sentences we compose they are all useless. A verb goes further to explain the intensity of the feeling that was attached in the process of doing the action. They are the words that help you explain feelings and movements of life.

References:

- [1].G.Orwell “Politics and English Language”-1984.
- [2]. D.Crystal “Making sense of Grammar”- “Longman”-2004.
- [3]. W.S.Maugham Whitehall “Grammar Instruction and Quality Writing ” – “The Summing Up”-1938
- [4]. М.Я.Блох. “Теоретическая Грамматика Английского Языка” – Москва, «Высшая школа»1983

НОДИР НОРМАТОВНИНГ БАДИЙ ТАСВИРИЙ ВОСИТАЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ МАҲОРАТИ

(Хурият ХУДОЙМУРОДОВА,
Термиз давлат университети тадқиқотчиси)

Аннотация. Уибуба мақолада ёзувчи Нодир Норматовнинг бадиий тасвирий воситалардан фойдаланиши маҳорати ёритилган. Адиб ҳикоя, қисса ва романлари таҳлилга тортилган.

Калим сўзлар. Бадиият, образ, лақаб, бадиий тил, ҳикоя, этиграф.

Бадиийлик кенг қамровли тушунча. У барча санъат ҳодисалари учун хосдир. Адабиётшунос Ҳотам Умуроғлини шундай таърифлайди: “Бадиийлик – ҳаётни жонли ва таъсирли қилиб тасвирлашнинг умумий белгиси, ўхшаш қилиб қайта яратилган оламнинг тириклигини, мўъжизакорлигини, таъсирчанлигини таъминловчи ҳодисадир. Яъни бадиийлик – бадиий ижоднинг ҳамма унсурлари (образ, характер, тип, сюжет, деталь, композиция, бадиий тил, ифода тасвири воситалари, поэтик синтаксис, жанрлар, услугуб...) ни ўз ичига қамраб олади.”

Ҳар бир бадиий асар янги бир олам. Ижодкор ўз асарида бадииятнинг янги-янги қирраларини кашф этади. Бадиийликни белгиловчи энг муҳим омиллардан бири асар тилидидир.

Нодир Норматов ҳам тил масаласида талабчан. Адиб асарлари тили ортиқча тафсилотлар, узундан-узоқ изохлардан холилиги билан ажralиб туради. Жумлалар ихчам, содда тузилади. Ёзувчи кўпроқ Сурхон шеваларига хос сўзлардан фойдаланади. Унинг асарларида йўқолиб борилаётган, кўпроқ кекса авлод тилида сақланиб қолинаётган сўз ва иборалар кенг учрайди. Масалан, “Жазо”да “Кампир пиёва сузиб келди” гапида “пиёва” кўпинча Сурхондарёнинг Кўҳитанг тоғолди қишлоқлари аҳолиси тилида ишлатилиб, таом номини билдиради. Яна шу асарда Қирмиз семиз тилидан “Косапора бўлмаган бўлса, олиб кетайлик” гапидаги “косапора” сўзи ҳали “аёллик остонасига қадам қўймаган” маъносини билдиради. “Дараҳт тагидаги одам”да Ўгай она тилидан “– Ўлсин бундай инак, яна подадан қайтмади” гапидаги “инак” сигир маъносини англаатади.

Ёзувчи асарларида маҳаллий удумлар, одат, анъана, маросимлар ҳам кенг учрайди. Улар **миллий колоритни** кўрсатишда муҳим аҳамият касб этади. Масалан, “Жазо”да Мерган момонинг ичкетдини маҳаллий шароитда даволаш усули келтирилади: “Кампир тошни даҳлиздаги газга қўйиб, қўл куяр-куймас қилиб қизитди. Кейин неварасини ҳол-жонига қўймай, тўшакдан турғазди-да, иштонини ечинтириб тош устига ўтиргизди.

... Мерган момонинг ичкетдини даволаш усули шу. Аввалига иссиқ тошга ўтиргизади. Тош, айниқса, қуёшда қизигани ичак намини сўради”.

Нодир Норматов қаҳрамонлари нутқидан мақол, матал, қарғиши, айтим кабилардан ҳам самарали фойдаланади. Масалан, “Тор жойда гўйит егунча, кенг жойда мушит егин”, “Узоқдаги отлар кишинашар, яқинда бўлса тишилашар”, (“Исмоил тоға тарозиси”), “Сут билан кирган жон билан чиқади” (“Жазо”), “Ҳамроҳинг гўнгқарга бўлса, еганинг гўнг бўлади” (“Захармуҳра”) сингари мақоллар, “Ҳой тилингга қуйдурғи чиққур” (“Жазо”) қарғиши келтирилади.

Маълумки, лақаб жонли сўзлашувда, ҳалқ оғзаки ижодида фаол қўлланилади. Кишиларга лақаб қўйиш уларнинг насл-насаби, касб-кори, жисмоний кўринишлари, феъл-атвори кабиларга боғлиқдир. Нодир Норматов ижодига хос энг муҳим хусусиятлардан бири, унинг аксарият асарлари қаҳрамонларига лақаб қўшиб айтилишидир. Бунинг сабабларидан бири адиб туғилиб ўсган муҳит билан боғлиқ. Адиб туғилиб ўсган Кўҳитанг тог олди қишлоқларида яшовчиларнинг деярли кўпчилиги исмига лақаби қўшиб айтилади.

Нодир Норматов ижодида лақаб қўллашнинг турли кўринишлари учрайди. Уларни қуийдагича таснифлаб ўрганиш мумкин:

1. Кишиларнинг касби-кори, мансаби, вазифасига қараб берилган лақаблар: Восид мерган (“Тоғда”), Бўри муаллим (“Панжи”), Чори морбоз (“Жарлиқдан қушлар учди”), Қобил лашкар, Орзиқул темирчи (“Бисот”), Эргаш кунда, Банот мошиначи, Чори пахсакаш (“Жазо”), Аллаёр мироб, Чори тұякаш, Дамир қассоб, Холмат шопир (“Исмоил тоға тарозиси”), Жума табиб, Собир қаптарбоз, Ҳалима қиморбоз (“Кўзгудаги икковлон”);
2. Кишиларнинг ташқи белгилари, айрим жисмоний нуқсонларига қараб берилган лақаблар: Исҳоқ қийшиқ (“Тоғда”), Сайфика (“Сайфи ақа”), Кар момо (“Кар момо”), Ражаб чўлок, Салим тентак (“Жарлиқдан қушлар учди”), Барот кал (“Бисот”), Ҳури сариқ, (“Дараҳт тагидаги одам”), Раим кар, Қирмиз семиз, Майрам қўшмижжа, Бужур кал (“Жазо”), Мухаммад танбал (“Исмоил тоға тарозиси”), Ортиқ сариқ (“Кўзгудаги икковлон”);
3. Кишиларнинг феъл-авторига қараб берилган лақаблар: Ойхол бид-бид (“Жазо”), Карим бақироқ (“Бисот”), Мусича кампир (мусличадек беозор маъносида) (“Кўзгудаги икковлон”).

Умуман, адид асарларида лақаблар қаҳрамонларнинг феъл-автори, характер-хусусияти, ички ва ташқи қиёфасини кўрсатишда муҳим омиллардан бўлиб хизмат қилган.

Н.Норматов асарларида эпиграфлар ҳам учрайди. Маълумки, ёзувчи ўз асари мазмун-моҳиятини очиш учун асар руҳига ҳамоҳанг эпиграфлардан фойдаланади. Эпиграф сифатида кўпинча ҳалқ мақоллари, афоризм ва шеър парча ва бошқалар келтирилади. “Муқаддас балиқлар эгаси” киссасида “Бало ҳавфидан балонинг ўзи яхшироқ”, ҳалқ мақоли “Умрнинг икки куни” ҳикоясида рус шоири М.Лермонтовнинг “Кўнгил учун севгил ҳеч бўлмагандо” шеърий сатри, “Ойнинг оқ кўйлаги” ҳикоясида “Бир кўйлагим оқ эди, Оқ бўлсада тоқ эди. Кўнгил қўйган қайлигим, Бошқага илҳақ эди” ҳалқ қўшифи, “Рўзи Чориевнинг сўнгги васияти” роман-эссесида эса Жуброн Ҳалил Жуброннинг “Санъат – тушунарли ва аниқликдан ақл бовар қиласи сирлиликка қўйилган қадам” ва “Хотиротга берилиши – утрашувларнинг бир шакли” фикрлари сифатида танланган.

Адид асарларида қаҳрамонларнинг ички кечинмалари баъзан **ички монолог** орқали ифодаланади. Масалан, “Кўзгудаги икковлон” романида Ҳалима қиморбознинг ички кечинмалари шундай тасвирланади: “Лекин бу сафар ундеймас. Бу сафар сенинг фикрингга қўшилмайман, Маликахон. Гап шуки, онанг мени қирқ йил аввалги Қорасоч сифатида кўришни истаяпти. Аммо йиллар, хаёт ўз ишини қилган, мен энди тамомила бошқа кишиман. Энди мени ўзгартириш қийин. Тўғри, қишлоққа келганимдан буён, онағни кўрганимдан буён, кўнглим аллатовур бўлиб қолди. Энди нима қилишим керак, Маликахон”. Ҳалима қиморбоз Маликага хаёлан шундай деб мурожаат қиларди.”

Юқоридаги парчада Ҳалима қиморбознинг хаёлан Маликага мурожаатида унинг ички кечинмалари, ўйлари ифодаланади. Қишлоғидан қирқ йилдан сўнг қайтиб келган Ҳалима қиморбознинг ҳолати, ўй-хаёлларинини кўрсатиш учун адид ички монологдан фойдаланади. Хулоса тарзида таъкидлаш жоизки, бадиий тасвир воситалари, ҳалқ оғзаки ижоди дурдоналари бўлган мақол, матал, афсона, шартлилик воситаларида, ҳалқ жонли сўзлашув тилининг шева ва архаик сўзларидан самарали фойдаланиш Нодир Норматов ижодининг энг муҳим жиҳатларидандир.

“O’TKAN KUNLAR “ ROMANINING ADABIY-BADIY QIMMATI

Boboqulova Nigora Toshovna

G’ijduvon tumani 24-maktab ona tili va adabiyoti o’qituvchisi

Karimova Maxsuda Raupovna

G’ijduvon tumani 24-maktab ona tili va adabiyoti o’qituvchisi

“Insonni,uning ma’naviy olamini kashf etadigan yana bir qudratli vosita borki,u ham bo’lsa,so’z sa’nati – badiiy adabiyotdir.Adabiyotning insonshunoslik deb, shoir va yozuvchilarini inson ruhining muhandislari,deb ta’riflanishi bejiz emas”.

Islom KARIMOV

Haqiqatan ham,shoir va yozuvchilar insonning qalbidagi ,xayolidagi tasavvurlarni qalamga tushiradilar.Shuningdek, bu asarlarda shunday obrazlar, tasvirlar,voqealar yaratadilarki,bunday asarlar asr oshsa ham o’z qadr- qimmatini yo’qotmaydi.Bu kabi asarlar adabiy barhayot asarlar sirasiga kiradi.Bu asarlar barcha kitobxonlarning eng sevimli asari hisoblanadi.Bulardan biri o’zbek adabiyotchiligidagi birinchi roman navis Abdulla Qodiriyning “O’tkan kunlar” romanidir.

Asarning boshlanmasida quyidagi fikrlarni uchratamiz: ”Moziyga qaytib ish ko’rish xayrlik,deydilar.Shunga ko’ra mavzuni moziydan,yaqin o’tkan kunlardan,tariximizning eng kirlik,qora kunlari bo’lgan “xon zamonlari”dan belguladim”.

O’tkan kunlar Xalqimizning o’tkan kunlari. Bu asarni sevib o’qimagan,asar asosida suratga olingan filmni ko’rib zavqlanmagan adabiyot shaydosi bo’lmasa kerak.”O’tkan kunlar” asari garchi muallif yozganidek,yangi zamon ro’monchiligi bilan tanishish yo’lida kichkina bir tajriba,yana to’g’risi bir havas bo’lsa-da, hali shu kunga qadar o’zbek adabiyotida unga yetadigan asar yaratilmadi.Abdulla Qodiriy bu asarini qancha tazyiqlar-u malomatlarga qaramay yozgan,u o’z so’zini ayta olgan ulug’ ijodkor .Uning nomini,asarlarini yo’q qilmoqchi bo’ldilar...Haqiqat baribir yuzaga chiqdi.Julqunboyning asarlari,uning nomi qalblarimizda abadiya muhrlandi.U yozgan asarlar uyimizning va qalbimizning to’ridan joy oldi.Asar tarixiy mavzuda yaratilgan bo’lsa-da,undagi bosh obrazlar o’z davrining madaniyatli,ziyoli,o’ziga to’q odamlari hisoblanadi.Ular quyidagilar:

Otabek-“og’ir tabiatlik,ulug’ gavdalik,ko’rkam va oq yuzlik,kelishgan,qora ko’zlik,mutanosib qora qoshliq va endigina murti sabza urgan bir yigit”-romanning bosh qahramoni,Yusufbek hojining o’g’li ,bir muddat Toshkentdagи Beklar begimadrasasida tahsil olgan,yigirma to’rt yoshda.

Kumush-“quyuq jinggila kiprik”lari ostidan “tim qora ko’zlar” boqib turguvchi,”qop-qorakamon,o’tib ketkan nafis,qiyiq qoshlari chimirilgan-da,nimadir bir narsadan cho’chigan kabi” ko’ringuvchi ,”to’lgan oydek g’uborsiz oq yuz”lik o’n yetti-o’n sakkiz yoshlardagi,marg’ilonlik Mirzakarim Qutidorning qizi.

Zaynab-toshkentlik Olim ponsodboshining qizi,”o’n yeti yoshlar chamaliq,kulcha yuzlik,oppoqqina,o’rtacha husnlik”.

Asar qahramonlarining tasviri iste’dodli adib Qodiriy tomonidan shunday aniq va go’zal tasvirlanganki,asar mutolaasiga kirishgan o’quvchi qahramonlarni tasavvur qilish va ko’z oldiga keltirishda hech qiyalmaydi.

Asar tarixiy mavzudaligini aytib o’tgandik.Shuning uchun ham asarda xonliklar, xalqning qamalda qolishi,qipchoqlarning ayovsizlarcha qatl etilishi va xalqning qiyinchiliklari ham juda ta’sirli tarzda tasvirlangan.

Asarda hozirgi kundagi dolzarb mavzulardan bo’lgan odob-axloq,tarbiya va hurmatning oily ko’rinishini ko’rishimiz mumkin.Asardagi asosiy voqealar bir oilaning hayoti timsolida tasvirlangan desak xato qilmaymiz.Birinchi Prezidentimiz ta’kidlagandek:”Oilaviy tarbiya masalasida xatoga yo’l qo’ymaslik uchun,avvalo,har qaysi xonadondagi ma’naviy iqlimni o’zaro

hurmat ,axloq-odob,insoniy munosabatlar asosiga qurish ayni muddao bo’lar edi.Bu haqda gapirganda ,men mumtoz yozuvchimiz Abdulla Qodiriyning “O’tkan kunlar” asaridagi qahramonlarning o’zaro muomala va muloqotlari,ularning hatto kichik farzandlarini ham “siz”lab gapirishi misolida ota-bobolarimizning oila ma’naviyatiga qanchalik katta e’tibor bergeniga ishonch hosil qilaman”.

Xulosa qiladigan bo’lsak, bu asar bugungi kunda ham o’z badiiy qimmatini bir oz bo’lsa ham pasaytirgani yo’q ,aksincha,unda ota-onva farzand munosabatlari,burch va mas’uliyatlari jihatidan,shuningdek,kelinning ibo-hayosi (*Kumushning o’lim to’shagidaligida Yusufbek Hoji kelganda o’rnidan qo’zg’alishi*),xalq tinchligi har narsadan muhimligi,qirg’inga nisbatan nafrat tuyg’ularini yaqqol ko’rishimiz mumkin.Biz pedagoglarning vazifasi har bir o’quvchini adabiyot olamiga olib kirish va yozuvchining asarda qanday ma’no mazmunni,asarning tub mohiyatida nima yotishini

anglay oladigan kitobxonlarni tarbiyalashdan iborat.Buning uchun esa o’quvchilarni adabiyotga bo’lgan qiziqishidan foydalanib,ularni darslikda berilgan har qanday asarning to’lig’ini topib o’qiydigan kitobxon tarzida tarbiyalashimiz kerak.Bu vazifalar XXI asr o’qituvchisidan katta pedagogic mahorat ta’lab etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. I.A.Karimov – “Yuksak ma’naviyat yengilmas kuch” Toshkent “Ma’naviyat” 2008.
2. Abdulla Qodiriyy- “O’tkan kunlar” “Sharq” nashriyot matbaa aksiyadorlik kompaniyasi bosh tahririyati.Toshkent–2013.
3. 9-sinf adabiyot I qism – Qozoqboy Yo’ldoshev,Valijon Qodirov va boshqalar.”Yangi yo’l poligraf servis” Toshkent – 2014.

THE QUALITY OF EDUCATING OF FOREIGN LANGUAGES OF ADULTS AND ALSO APPLICATION OF TECHNOLOGY

Kuchkinov Xudaybergan
Tashkent state agrarian university

A not simply well-educated man and specialist, oriented in the activity on inter mingling with the carriers of other cultures, able to react on permanent changes in the modern world, becomes highly sought in the changing picture of the world.

A language is a treasure-house of national culture of people talking in this language. All vital experience and all achievements of culture are fixed in a language, find a floppy in him. The national component of value reveals in units of all levels of language, but especially clearly he is traced in a vocabulary, phraseology, rules of speech etiquette, texts and so on.

This means of educating (multimedia) allow:

-Integrated different types of information in one objective container (text, sound and video) and to present her, affecting different organs of the human feeling;

- to develop skills of work the large volumes of information of different kind;
- to develop the critical thinking;
- to stimulate a cognition process;
- interactively to co-operate with taught;
- to adapt oneself to the queries last;
- to organize group work in multimedia environments;
- to form steady motivation to educating;

Construct maximally close to reality terms for making of educational and professional skills [1:P.18].

Multimedia, as means of educating, differs from other facilities of educating, for emote, by two basic didactic properties: by integrative approach in presentation of fin formation in different forms (text, sound, video etc.) and interactive cooperating with taught, that allow to decide many successions of universal and professional education;

-Providing functional foreign language proficiency, to stimulate studying to continuation language education;

-to develop skill of independent work students and realization by them to the necessity of continuous education and self-perfection;

-to strengthen individualization and differentiation of process of educating to the foreign languages on the basis of the personal experience of student;

The use of innovative technologies of educating to the foreign languages is base on adult's development of subject relations. These relations suppose: confession of student by the basic value of subject relations. These relations suppose: confession of student by the basic value of educational process; passing to the collaboration; exposure and maximal use of subject experience of student, concordance of his experience with publicly meaningful experience; activation of personality functions [2:213].

It is often possible to hear dissenting of teachers that, in spite of their effort, students cannot talk in foreign languages, although well execute exercises. Not jutting out into the detailed analysis of reasons interfering with students to “begin” to speak, it would be desirable to specify on one of them. In formulation of aims of less on a foreign languages accent is put on forming of ability of talking, reading and letter, i.e. on the separate types of speech activity.

Maybe, therefore a teacher only episodically comes running to such receptions of educating, when a student must use the formed abilities in a complex, how it takes place in the natural situation of communication.

If adults want to learn to communicate foreign language, i.e. wants to begin to speak not making off the study of theme retelling of text or drafting of dialogue and will examine these exercises as providing a basis for a communication.

How to organize such practice? The most suitable form of communication on a lesson is a role play. As well as exercises, role play can be dividing into two groups: training in a communication and organizing practice in a communication. Game training in a communication will be simpler; the choice of language means the students is limited to by the studied theme. Games, organizing practice in a communication, will be more difficult, the choice of language means is unsaved nothing.

In preparation of role play distinguish the next stages:

- 1) determination of aim and language material, on that game will be conducted;
- 2) drafting of scenario of game;
- 3) distribution of roles;
- 4) psychological preparation of taught.

Organization of communication on a lesson requires location in the cabinet of tables and armchair: it is impossible to communicate, sitting a back to each other. Training in a communication it is better to conduct in subgroup for 34 men, on occasions in pairs.

As a result of capture adults must a language know the specific of forming of aspect skills in a course the language of professional communication, feature of speech etiquette of country of the studied language , able to perceive and generate foreign speech in accordance with the terms of speech communication in the field of professionally business of communication, to own skills of the spoken and writing language in the condition professional communication, by modern educational technologies of teaching of language of professional communication.

The criteria of estimation of program quality is a presence of substantial positive changes in the field professional activity of specialist. These changes provide the result of activity adults.

Used literature:

1. Solova E.N. Preparation of teacher of foreign languages taking into account the modern tendencies of updating of maintenance of education [Text]// foreign languages -2001-49p.
2. Matuxin D. L. Educating of adults to the verbal foreign communication on the basis of environment: 2010. - 231p.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN TEACHING ENGLISH LANGUAGE

Toshpulatov Akmal
Tashkent state agrarian university

With the development of society, the content of teaching foreign languages is changing. The amount of information that students must learn has increased dramatically and continues to grow.

Teachers in the new conditions are looking for and putting into practice new methods for solving the tasks, including using computer technology in teaching English. Modern pedagogical technologies such as training in collaboration, a project methodology, the use of new information technologies, Internet resources help to realize a personality-oriented approach to learning, provide individualization and differentiation of training, taking into account the abilities of students, their level, inclinations, etc.

Forms of working with computer training programs in foreign language classes include:

- the study of vocabulary;
- practicing pronunciation;
- teaching dialogic and monologue speech;
- training in writing;
- development of grammatical phenomena.

The possibilities for using Internet resources are enormous. The Internet creates the conditions for obtaining any necessary information located anywhere in the world: regional geographic material, news from the life of young people, articles from newspapers and magazines, necessary literature, etc.

Let us dwell on the following capabilities of computer technologies:

- 1) the use of several Internet sites in the teaching of English;
- 2) the use of skype in teaching English;
- 3) the search for additional (to the textbook) information on the Internet on the instructions of the teacher;
- 4) the search for additional (in relation to the textbook) information by the teacher on the Internet for use in English classes;

For the effective teaching of the English language, the most attractive, in our opinion, is the use of a number of sites. They help to solve a number of didactic problems: to form reading and reading skills using materials from the global network; replenish vocabulary; form a sustainable motivation to learn English; broaden the horizons of the student [1, p. 113].

As a result, the use of sites helps students develop the following professional competencies:

- own a system of linguistic knowledge, including knowledge of the basic phonetic, lexical, grammatical, word-forming phenomena and patterns of functioning of the studied foreign language, its functional varieties;
- have an idea of the ethical and moral norms of behavior adopted in a foreign culture society, about models of social situations.
- own the main ways of expressing semantic, communicative and structural continuity between the parts of the statement - the compositional elements of the text (introduction, main part, conclusion), sentences.
- be able to use etiquette formulas in oral and written communication (greeting, farewell, congratulation, apology, request).

In teaching English in modern conditions, the importance of using Skype is great. Online communication undoubtedly helps enrich students' vocabulary and arouse a lively interest in the phraseology of the language being studied. Interest in linguistic facts is being formed, the ability

to vigilantly see and hear, inquiringly penetrate the meaning of the occurring expressions, as well as the desire for their independent use, is developing.

While recommending Skype communication to students, we at the same time pay attention to factors that impede perception. These are such moments: -too fluent speech of the interlocutor; -the quiet voice of the interlocutor; -simultaneous speech of several people; -a large number of new and complex words in the speaker's speech; -complex sentence structures; -other distractions.

These shortcomings do not detract from the merits of Skype, which are primarily manifested in the assimilation of the vocabulary of a foreign language naturally: in no source can you find so many phrases and expressions of natural everyday speech.

One of the technologies that provide personality-oriented learning is the project method, as a way to develop creativity, cognitive activity, independence [2, p. 32]

The typology of the projects is diverse. Projects can be divided into mono-projects, collective, oral-speech, written and Internet projects. Although in real practice it is often necessary to deal with mixed projects in which there are signs of research, creativity, and information.

Working on a project is a multi-level approach to learning a language, covering reading, listening, speaking and grammar. The project method contributes to the development of active independent thinking of students and focuses them on joint research work. Project training brings up such moral values as mutual assistance and empathy, forms creative abilities and activates students. In the process of project training, the continuity of training and education is traced. The design form of work is one of the relevant technologies that allow students to apply the accumulated knowledge in the subject. Students expand their horizons, the boundaries of language proficiency, gaining experience from its practical use, learn to hear, understand each other while protecting projects. Students work with reference books, dictionaries, a computer, thereby creating the possibility of direct contact with the language, which does not allow learning the language only with the help of a textbook.

Work on the project is a creative process. A student, independently or under the guidance of a teacher, is looking for a solution to a problem, this requires not only knowledge of the language, but also possession of a large amount of subject knowledge. Work on projects develops imagination, imagination, creative thinking and other personal qualities.

Of course, the use of the Internet in education is not an alternative to traditional textbooks. The computer has become a technical training tool and can complement the traditional occupation.

Using the most advanced computer technology can never replace an English teacher for several reasons:

- None of the existing computer technologies can imitate all the educational activities of a teacher;
- it is impossible to replace the multi-aspect emotional interaction with computer-based learning tools [3, p. 174].

Thus, computer technologies, becoming an integral part of the educational process, remain technologies that assume the key role of a teacher in teaching students a foreign language.

USED LITERATURE

1. Andreev A.A. Some problems of pedagogy in modern information and educational environments. 2004. No6 S. 113
2. Balykhina T.M., Gartsov A.D. Informatization of language teaching: the development of computer linguo didactics. 2006. No. 4. P. 32.
3. Sarana TP Computer consulting in self-study of foreign languages. Pyatigorsk, 2005.S. 174.

TIL- MILLAT RUHINING KO’ZGUSI

Ashurova Ibodat Bobomuratovna

Buxoro viloyati G'ijduvon tumani

24-maktab ona tili va adabiyot o'qituvchisi

Muhammedova Zulkumor Zayniddinovna

Buxoro viloyati G'ijduvon tumani 23-maktab ona tili va adabiyot o'qituvchisi

“O’zlikni anglash, milliy ong va tafakkurning ifodasi, avlodlar o’rtasidagi ruhiy-ma’naviy bog’liqlik til orqali namoyon bo’ladi.Jamiki ezgu fazilatlar inson qalbiga,avvalo,ona allasi, ona tilining betakror jozibasi bilan singadi.Ona tili – bu millatning ruhidir”.

Ona tili – millatning asosiy belgilaridan biri .Dunyoda xalqlar ko’p.Har bir xalq o’z tili, milliy urf-odat va an’analari, o’ziga xos turmush tarzi bilan ajralib turadi.Chunonchi, xalqning, millatning o’zligini namoyish qilishida tilning o’rni va ahamiyati beqiyosdir.

O’zbek xalqi asrlar davomida dunyo sivilizatsiyasiga, umumbashariy qadriyatlar rivojiga ulkan hissa qo’shib kelmoqda.Bunda ona tilimizning xizmati beqiyosdir.Chunki bu til bo’lmasa,Mahmud Koshg’ariy ning “Devoni kug’otit-turk” kitobi,Ahmad Yassaviy hikmatlari, Alisher Navoiyning “Xamsa”si,Bobur Mirzoning “Boburnoma”si, Abdulla Qodiriyning romanlari, Cho’lon va Abdulla Oripovning o’tli she’riyati yaratilmagan bo’lardi.Shuning uchun ona tilimiz millatimiz ruhining timsoliga aylanib ketgan.

Til o’zaro muomala, aloqa vositasi, tafakkur quroli.Dunyo xalqlari uchun o’z ona tili bebafo qadriyat, millat g’ururi.Til millatning ongi va xotirasi, ruhiyati, ma’naviy-madaniy qiyofasi,milliy qadriyatları,o’tmishi, tashqi olamga munosabatining in’ikosi hamdir.Tilning millat, davlat, jamiyat taraqqiyotidagi o’rni juda muhim, o’ta zaruriy va dolzarb.Millat, davlat, jamiyat taraqqiy qilar ekan, uning ona tiliga bo’lgan e’tibori va mehri kuchaya boradi.Ijtimoiy hayotdagи taraqqiyot tildagi taraqqiyotni belgilab beradi.

Joriy yilning 21-oktabrida “Davlat tili haqida”gi qonun qabul qilinganiga 30 yil to’ladi.Shu munosabat bilan respublikamizda, tumanlarda, maktablarda o’quvchilar orasida ona tilimizni madh etuvchi insholar tanlovi, she’rlar tanlovi va turli tadbirlar, g’azalxonliklar uyushtirilmoqda.Bu ham o’quvchilarning o’z ona tiliga muhabbatini, e’tiborinioshirib, milliy o’zligini anglashga qo’ylgan yuksak qadamlardan biridir.Shu ma’noda biz pedagoglar tilimiz rivojiga, yurtimizga o’z hissasini qo’shadigan o’quvchilarni tarbiyalashimiz kerak.Inson uchun hayotiy zarur bilim va tushunchalarni til vositasida ong-u shuuriga singdilishi barchamizga a’yon.Jamiki ezgu fazilatlar inson qalbiga, avvalo, ona allasi va ona tilining betakror jozibasi bilan singadi.

TADQIQOT.UZ
ТОМОНИДАН ТАШКИЛ ЭТИЛГАН

**“XXI АСРДА ИЛМ-ФАН ТАРАҚҚИЁТИНИНГ
РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ ВА УЛАРДА
ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ”
МАВЗУСИДАГИ РЕСПУБЛИКА ИЛМИЙ-ONLINE
КОНФЕРЕНЦИЯСИ МАТЕРИАЛЛАРИ**

Техник мұхаррир: Акбар Юлдашев

Түпнамга кириллган мақолалардаги маълумотларнинг хаққонийлиги ва иқтибосларнинг түғрилигига
муаллифлар масъулдир.