

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ МАКТАБИ

**Институтнинг 85 йиллик
юбилейига бағишланади**

**«ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ:
РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯСИ ВА
ИСТИҚБОЛЛАРИ»**

**мавзусидаги республика анъанавий илмий-амалий
конференцияси**

МАТЕРИАЛЛАРИ

(VII-қисм)

(2016 йил 19-20 февраль)

САМАРҚАНД – 2016

Хизмат кўрсатиш соҳаси: ривожланиш тенденцияси ва истиқболлари /
2016 йил 19-20 февраль. Республика анъанавий илмий-амалий конференцияси материаллари (VII-қисм). Самарқанд, СамИСИ, 2016. – 292 бет.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчи:

Иқтисод фанлари доктори, профессор – **М.Қ.Пардаев**

Нашр учун масъуллар:

М.М.Мухаммедов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Ж.Р.Зайналов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

И.С.Тухлиев – иқтисод фанлари доктори, профессор,

К.Б.Уразов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Б.А.Абдукаримов – иқтисод фанлари номзоди, профессор

Саҳифаловчи: Ҳилола Очилова

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш тенденцияси ва истиқболлари, соҳанинг алоҳида тармоқлари самарадорлигини ошириш муаммоларига оид масалалар ёритилган. Унда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг назарий ва методологик муаммолари, мазкур соҳада менежмент, маркетинг ва молиявий муносабатлар, бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил ва аудитни такомиллаштириш, туризм соҳасини ривожлантириш, шу орқали аҳоли ҳаёт даражаси ва сифатини ошириш масалаларини ҳал қилиш бўйича назарий ва амалий тавсияларга бой мақолалар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, катта илмий ходим-изланувчилар ва соҳа мутахассисларга мўлжалланган.

Мақолалар муаллифлар таҳририда босилмоқда. Уларда келтирилган рақамлар, фактлар, хулоса ва тавсияларга муаллифлар масъул. Уларнинг айрим фикрлари ташкилий гуруҳ қарашларига тўғри келмаслиги мумкин.

N.Ibadullayev – SamISI dotsenti, ilmiy rahbar,
F.Tolibov – SamISI, MMX-115 guruh magistranti

MEHMONXONA XIZMATLARINI SOTISHDA ZAMONAVIY INTERNET VOSITALARIDAN FOYDALANISH

Hozirgi kunga kelib vertual ijtimoiy tarmoqlar va dasturlar zamonaviy marketing usullaridan biridir. Shu sababdan O'zbekiston mehmonxonalarini ommaviylashtirishda ushbu yangi reklama vositalaridan keng va samarali foydalanish zarur. Xususan hozirda internetdan keng foydalanuvchilar har kuni hech bo'lmasa 2-3 marta ijtimoiy tarmoqlarni o'qiydilar. Bundan esa har xil korxona va tashkilotlar ustalik bilan foydalanishga harakat qilishmoqda. Shundan kelib chiqib, mehmonxona xizmatlarini ommaviylashtirishni internet shopping kabi darajaga chiqarishga intilish lozim. Shu bilan birga hashtag(#) va QR-code kabilardan ham keng foydalanish mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama. Zamonaviy jamiyatda millionlab odamlar o'z hayotlarini ijtimoiy tarmoqlarsiz tassavvur qilishi qiyin. Sababi ijtimoiy tarmoqlar insonlarga dunyoning har xil nuqtalarida bo'lgan kishilarning o'zaro osongina muloqot qilish imkoniyatini yaratishdan tashqari, turli xil yangiliklar, maslahatlar, hordiqni chiqaruvchi turli xil ma'lumotlar va boshqa yo'nalishlardagi turli matnli, audio va vizual axborot manbai hamdir. Shu sababli internet foydalanuvchilari turli maqsadlarda ushbu tarmoqlarga tashrif buyurishlari hech kimga sir emas. Demak, ijtimoiy tarmoqlar hozirga kelib turizm, va xususan mehmonxona sohasi uchun eng samarali reklama joyidir. Sababi turli xil konferensiyalar, yarmarkalar, xalqaro telekanallar va hokazolardan foydalanish avvalo qimmat va samara berish koeffitsenti yaxshi bo'lsada barcha firmalarning ham byudjetiga mos tushmaydi. Internet reklama esa bir necha barobar, ya'ni, malakali marketolog va har oylik internet traffikidan ortiqcha narsa talab etmaydi.

To'g'ri hozirga kelib orexca.com, tripadvisor, booking.com kabi soha internet gigantlari bilan ko'plab mehmonxonalar ish olib borishmoqda va o'zlarining shaxsiy internet sahifalariga ega, ammo bu faqatgina sayyohat qilish niyati ayni damda mavjud va aynan ushbu hududni tanlagan kishilarni faqatgina mavjud takliflar bilan tanishtiradi. Mening nazarimda hozirgi vaqtda xalqaro raqobat rivojlangan sharoitda potensial sayyohatchini topish va talabni paydo qilish lozim. Boshqacha so'zlar bilan aytganda mehmonxonalar yuqorida sanab o'tilgan holatlar internetning ular foydalanishi mumkin bo'lgan to'liq imkoniyat emasligini tushunib yetishlari va o'zlari aktiv reklama kompaniyalarini yurishlari lozim. Masalan, wikipedia.com internet ensiklopediyasining xabar berishicha, facebook.com ijtimoiy tarmog'ining o'zi 2015-yil Avgust holatida 1,18 milliard har kunlik faol foydalanuvchilarga ega ekanligi ma'lum. Ushbu ko'rsatkichning o'zi ijtimoiy tarmoqlar orqali reklamaning qanchalik imkoniyatlarga ega ekanligini ko'rsata oladi.

Ushbu reklama usulini turli xil segmentlar bo'yicha olib borish mumkin. Masalan, facebook.com(1.1 mlrd. Faol oylik foydalanuvchilar), twitter.com(310 mln. Faol oylik foydalanuvchilar), Instagram (100 mln. Faol oylik foydalanuvchilar)¹ kabilar xalqaro internet foydalanuvchilarining turli segmentlari bilan ishlash imkoniyatini beradi. Masalan, facebook.com ijtimoiy tarmog'ida yuzlab sayohat, dunyoning eng diqqatga sazovor joylari, dunyo xalqi madaniyatlari kabi yo'nalishlarda juda ommabop guruhlar mavjud. Ushbu guruhlarda O'zbekistonning mos keluvchi o'ziga jalb qiluvchi sur'atlari, ma'lumotlari, hikoya va afsonalari va sayyohlarning sarguzashtlari kabilarni muntazam chop etib borgan holda ushbu guruhlar e'tiborini jalb qilish, hamda ularda O'zbekistonda sayohat qilish xohishini yaratish mumkin. Bunda hududiy mehmonxonalar o'zlari joylashgan hududga, mehmonxona zanjirlari ya'ni Asia, Shahlo va Shahrizade kabilar kompleks tarzda reklama olib borishlari mumkin.

Hozirgi kunda Rossiyadagi ahvoldan ya'ni turli xil mamlakatlar(Misr, Turkiya)bilan turistik aloqalar uzilganligidan foydalanish uchun ushbu usulni bema'lol qo'llash mumkin. Xususan, Rossiyaliklar orasida eng ommabop ijtimoiy tarmoqlar facebook.com, twitter.com kabilar bilan birgalikda vk.com va Odnoklassniki.ru tarmog'laridan keng miqyosda foydalanish mumkin. Xususan, vk.com 80 million faol foydalanuvchilar bilan dunyo miqyosida eng ommabop ijtimoiy tarmoqlar orasida 8-o'rinda turadi¹. Odnoklassniki.ru yana bir ommabop ijtimoiy tarmoq bo'lib, uning o'rtacha kunlik foydalanuvchilari va uning asosiy foydalanuvchilari Rossiya va Sobiq Ittifoq mamlakatlari fuqorolaridir. Tabiiyki, bu holatdan ular e'tiborlarini O'zbekistonga turli xil sayohatlarni amalga oshirish istagini paydo qilish uchun foydalanish, mos ravishda mehmonxonalar bandligi koeffitsientini oshirishga erishish mumkin.

Hashtag.Bu ijtimoiy tarmoqlarda va mikrobloqlarda, xususan Twitter, Tout, identi.ca, Google+, Facebook, Instagram и ВКонтакте kabilarda foydalanuvchilar uchun ma'lum bir turdagi ma'lumotlarni foydalanuvchilarga guruhlashtirgan holda yetkaziladigankeng foydalaniladigan usuldir. Bunda ma'lum bir so'z yoki bo'shliqsiz holda yozilgan iboradan oldin # belgisi qo'yiladi. Shundan so'ng foydalanuvchilar ushbu toifaga mansub ma'lumotlarni bema'lol topishlari mumkin. Masalan, xorijiy sayyohlar #Uzbekistan, #Samarkand, #SilkRoad, #SharqTaronalari2015, #VisitUzbekistan kabilar orqali O'zbekiston, Samarqand, Buyuk Ipak Yo'li, 2015-yilgi Sharq taronalari va O'zbekiston turizmiga bog'liq ma'lumotlar, fotosur'atlar, musiqa va oldin tashrif buyurib ketgan sayyohlarning taassurotlarini topishlari mumkin. Bu esa yurtimizni, turistik resurslarimizni, turistik salohiyatimizni va shu jumladan mehmonxonalarning taklif etayotgan xizmatlarini yagona termin asosida osongina to'planishi mumkin. Ushbu uslub esa O'zbekiston haqidagi turli xil noto'g'ri ma'lumotlarga qarshi samarali kurashishga yordam beradi. Namuna sifatida Ekvadorni olishimiz mumkin.

¹www.ebizmba.com internet sahifasining 2016-yil 12-yanvar holatidagi eng ommabop 15 ijtimoiy tarmoqlar ro'yxati.

Ushbu mamlakat hashtaglardan foydalangan holda o'z turizmini bir necha barobar ommaviylashtirish, natijada rivojlantirishga erishgan.

Bundan tashqari ushbu usuldan foydalangan holda O'zbekistonga tashrif buyurgan turistlarning O'zbekiston turizmi, xizmatlar sifati shu jumladan mahalliy mehmonxonalarga nisbat bo'lgan munosabatini aniqlash va o'z yutuq va kamchiliklarimizni bilib olishimiz mumkin. Masalan, twitterda mehmonxona xizmatlaridan foydalanib ketganlar yoki oddiy shaxslarning Uzbekistan, Samarkand, Registan kabi so'zlar yordamida qoldirgan izohlari orqali turli foto sur'atlarni topish va ulardagi izohlarni o'rganib chiqish mumkin.

QR-code. QR-code (Inglizcha Quick- tez, darhol, Response – javob, reaksiya va code – kod, sirli kalit so'zlarining qisqartmasi) bu ikki o'lchamli shtrix kod bo'lib, dastlab yapon kompaniyalari tomonidan foydalanila boshlangan. Keyinchalik esa uning tezkor o'qila olinishi va ancha ko'proq ma'lumotni o'z ichiga olishi uchun dunyoda juda tez va keng tarqaldi. Bundan tashqari sensor yoki oddiy smartfon yordamida osongina o'qilishi mumkin.

Bir QR-kodga sig'uvchi maksimal ma'lumot:

- 7089 ta raqamlar;
- 4296 ta raqamlar va harflar (lotin);
- 2953 ta ikkilamchi kod (masalan taxminan 2953 ta windows-1251 yordamida kodirovkalangan kirilcha harflar);
- 1817 ta ierogliflar.

Shundan kelib chiqib mehmonxonalar haqida batafsil ma'lumot bera olish imkoniyati mavjud. Ushbu ma'lumotlar joylashgan QR-kodlarni turistlar sotib oladigan suvenirlarga joylashtirib ularning do'stlari va boshqa tanishlarini qizitirish imkoniyati tug'iladi.

QR-kodning yana bir jihati u orqali internet sahifalariga to'g'ridan-to'g'ri yo'naltirish mumkin. Demak, mehmonxonalarning internet sahifalarining ommaviyligini oshirish va mijozlar ko'lamini oshirishga erishish imkoniyati mavjud.

З.Рахимов – старший преподаватель СамИЭС,

Ф.Бабаев – ассистент СамИЭС,

А.Солеев – студент группы МХТ-215, СамИЭС

СОВРЕМЕННЫЙ «ROTEL TOUR»

Ротель – передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно и двухместными номерами - спальными отсеками, в которых имеются также отсеки - помещения для переодевания, общая кухня или вагон ресторан с европейской кухней и общий туалет на вагон. Ротель имеет более 50 лет опыта в области разработки, точных технологий и производства электронных систем. «Ротель»- это сокращение от rollende

Ibadullayev N., Tolibov F.	Mehmonxona xizmatlarini sotishda zamonaviy internet vositalaridan foydalanish	154
Рахимов З., Бабаев Ф., Солеев А.	Современный «Rotel Tour»	156
Аллаёров Р., Саидов Н.	Хизмат соҳаси тармоқлари инфрату- зилмасини ривожлантириш муаммолари	160
III ШҶҒБА. «ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ ВА АЛОҲИДА ТАРМОҚЛАРИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ВА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ»		
Зайналов Ж.Р. Раджабова С.	Давлатнинг молия сиёсатини корхона- ларда ишлаб чиқариш ва хизматларни рағбатлантиришдаги аҳамияти	163
Dal`janova Z.M.	Хо`jalikni boshqarishda menejment va uning faoliyati	166
Бозоров А., Эргашев С.	Хизмат кўрсатиш соҳасини солиқлар орқали рағбатлантириш йўналишлари	168
Юсупов Э.Д., Янгибоев Д.Ғ. Расулова М.Б.	Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришда солиқ имтиёзлари рағбатлантирувчи омил сифатида	172
Dal`janova Z.M., Toleпов E.T, Avezmuratov N.	Fermer хо`jaliklarida mahsulot etishtirish, mahsulotlar bozori va marketing xizmatini tashkil etish	175
Холиқулов А.Н., Бахромова Г.Х.	Тижорат банклари мажбуриятларининг шаклланиши ва улар ҳолатининг таҳлили	177
Шарифов Ш.С., Бобоқулов С. Б., Абдусайдов А.А., Бахриев О.	Саноат корхоналарини бошқариш ва тартибга солишда молиявий манбааларидан фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари	181
Рузибаева Н.Х., Қаҳоров Б., Хусанов Б.	Корхоналарда молиявий стратегияни бошқариш тизимини такомиллаштириш истикболлари	186
Musaev R., Qosimova F., Sattorov Sh.	Qimmatli qog'ozlar bozori – iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy yo'nalishi	190
Тойиров Ю.А., Номозов Т.И.	Кредит рискларини бошқариш тизимини такомиллаштириш йўллари	192
Ходжимамедов А., Қодиров Ф., Турдиев Ю.	Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарини молиявий бошқаришни таъминлаш масалалари	196

Қосимова Ф.Х., Болтабоев Ж.	Бюджетларни тартибга солишда бюджетлараро муносабатларнинг аҳамияти	198
Roʻzibayeva N., Rahimov M.Oʻ.	Moliya bozorida qimmatli qogʻozlar bozori-ning ahamiyati va ularning rolini oshirish	200
Ибрагимова М.И., Ғайратов Н.	Миллий иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хорижий инвестицияларнинг аҳамияти	203
Мадиев А.Н., Туропов С.	Инвестиция – иқтисодиёт таянчи	206
Ruzibayeva N.X., Saidova Z.	Moliya bozorini rivojlanishida REPO bitimlarining ahamiyati	208
Qosimova F.X., Toirov K.	Mahalliy byudjet daromadlari va xarajatlari-ni rejalashtirish va takomillashtirish yoʻllari	212
Даминов Ф.М., Сафаров О.С.	Базель – III халқаро келишуви доирасида банк ликвидлилигини таъминлашга қўйилган талаблар	215
Бабаев Ф., Ходжимамедов А.А., Абдуллаева Д.	Хорижий инвестициялар: уларни хизмат кўрсатиш соҳаларига жалб қилишнинг афзаллиги ва оқибатлари	218
Мадиев А.Н., Тиркашев М.	Суғурта хизматларининг ижтимоий аҳамиятини ошириш	221
Тойиров Ю.А., Нозимов Э.А.	Банк даромадлари: амалдаги ҳолат ва ундаги стратегик тенденциялар	223
Даминов Ф.М., Камолов О.А.	Хизмат кўрсатиш ташкилотларида стратегик бошқарув жараёнини ташкил этиш йўллари	227
Xodjimamedov A., Suyarov K.J.	Milliy iqtisodiyotga toʻgʻridan-toʻgʻri investitsiyalarni jalb qilish ahamiyati	231
Латипова Ш., Ахмедов Ш., Расулов З.	Лизинг активларини секьюритизациялашнинг ўзига хос хусусиятлари	233
IV ШЎҒБА. «ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ ВА АЛОҲИДА ТАРМОҚЛАРИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ, АУДИТ ВА СТАТИСТИКА ФАНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ»		
Мусаев Ҳ. Н.	Пул маблағлари аудитининг методологик асослари ва уни такомиллаштириш	237
Темирова Н. Шавкатова З.	Маиший хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодий кўрсаткичлари динамикаси таҳлили	242
Гаппаров А.Қ., Эргашев Ш.Х.	Қимматли қоғозлар бозори кўрсаткичларининг таҳлили ва унинг	

	бозор инфраструктурасидаги ўрни	245
Неъматов О.И., Садинова Д. С.	Нодавлат нотижорат ташкилотларида грантлар ҳисобини такомиллаштириш	248
Мардонов Б.Б., Халилов А.	Фермер хўжаликларида пул тушумлари тахлилининг янги ёндашуви	251
V ШҲҲБА. «ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИ ВА АЛОҲИДА ТАРМОҚЛАРИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА РАҚОБАТБАРДОШ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МУАММОЛАРИ»		
Suyunov O.J.	Talabalarda iqtisodiy madaniyatni shakllantirish –davr talabi	255
M.Gairova, M.Kuchkarova	O`quvchilar ongiga kasbiy ko`nikma ruhini singdirishning ilg`or samarali usullari	257
Xoliqova L., Qodirova N.	Didaktikaga asoslangan yangi ta`lim nazariyalarini yaratish	260
Эргашева С.Ш. Раҳматуллаева М.Б.	Битирувчиларни ишга жойлаштириш борасидаги долзарб вазифалар	263
VI ШҲҲБА. «МАМЛАКАТИМИЗДА УМУМИҚТИСОДИЙ МУАММОЛАР ВА УЛАРНИНГ ЕЧИМЛАРИ»		
Уразов К.Б., Файзуллаев З.К.	Дон ва дон маҳсулотлари аудитини такомиллаштириш йўналишлари	267
Джурабекова О.З., Зарипова А.	Поддержка и стимулирование развития малого бизнеса и частного предпри- мательства в Республике Узбекистан	271
Алиева С.С., Исмоилов С.	Развитие инновационных отношений в условиях модернизации экономики	275
Хамроев М.С., Суяров К.Ж.	Xizmat ko'rsatish sohasida ishbilarmonlik muhitini yanada yaxshilash va tadbirkorlikni rivojlantirish	279
Юлдашева Н.З., Каримова М.Р.	Основные направления совершенствования рынка труда в регионах	281
О.М.Пардаева., М.Ташев.	Оилавий тадбиркорликнинг ўзига хос хусусиятлари	285
О.М.Пардаева., Обид Пардаев.	Хусусий мулкнинг иқтисодиётда тутган ўрни ва аҳамиятини ошириш масалалари	287

This image shows a single page of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

[illegible]

[illegible]