

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA  
MAXSUS  
TA'LIM VAZIRLIGI**

**BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

**IJTIMOIIY-IQTISODIY FAKULTET**

**TURIZM KAFEDRASI**

**«Servisda innovatsion faoliyat» fanidan**

**REFERAT**

**Mavzu: Innovatsion faoliyatlar qo'llanilishi mumkin  
bo'lgan xizmat ko'rsatish yo'nalishlari**

***Bajardi:***

***3-IXS-2014 guruh talabasi  
Murodova Muqaddas***

**Buxoro – 2015 yil**

## REFERAT ISHI UCHUN TAQRIZ

Fakultet..... “Ijtimoiy – iqtisodiy”

Kafedra ..... “Iqtisodiy ta'lim va turizm”

Fan ..... “Servisda innovatsion faoliyat”

Guruh.....

Talaba familiyasi va ismi-sharifi.....

Kurs ishi mavzusi.....

.....

Kurs ishining tarkibi.....

Kurs ishi himoyasida talabaga berilgan savollar ro'yxati:.....

.....

.....

Jadval va grafik materialning miqdori (muhim chizmalarning ko'rsatgichi).....

Kurs ishining ijobiy tomonlari.....

.....

Kurs ishining kamchiliklari.....

.....

Kurs ishiga qo'yilgan baho.....

Kurs ishiga rahbarning familiyasi va ismi-sharifi.....

## MUNDARIJA :

Kirish.....	3
1-bob. Innovatsion faoliyatning nazariy asoslari.	
1.1. Innovatsion korxonalar tasniflanishi .....	5
1.2. Innovatsion faoliyat infratuzilmasi, uning vazifalari.....	10
1.3. Milliy innovatsion tizim.....	12
2-bob. Xizmat ko'rsatishda innovatsion faoliyat yo'nalishlari	
2.1. Turizm sohasida innovatsion faoliyat .....	17
2.2. Ta'lim tizimida innovatsiyalar .....	29
2.3. Innovatsiyalarning savdo sohasida qo'llanilishi .....	38
Xulosa.....	55
Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.....	57
Tayanch iboralar.....	59

## **Kirish.**

Hozirgi kunda 2011-2015 yillarda Oliy o‘quv yurtlarini rivojlantirish dasturi tayyorlanmoqda va ushbu hujjat yaqin vaqt ichida qabul qilinadi. Dasturdan ko‘zlangan asosiy maqsad – oliy ta’lim muassasalarining moddiy-texnik bazasini yanada mustahkamlash, ularni zamonaviy o‘quv, laboratoriya va ilmiy uskunalar bilan jihozlash, pirovardida o‘quv dasturlarini takomillashtirish, tobora kuchayib borayotgan zamon talablariga javob beradigan kadrlarni tayyorlashda sifat jihatidan yangicha yondashuvlarni hayotga tatbiq etishdan iboratdir.

Mamlakatimizda innovatsion faoliyatni qo‘llab – quvvatlash va milliy innovatsiya tizimini rivojlantirish, yuqori samarali ilmiy hajmdor texnologiyalarni joriy etishning yangi mexanizmlarini yaratish, fan va texnikaning ustuvor yo‘nalishlarini ildam rivojlantirishni ta’minlash orqali ilmiy – texnik salohiyatni kuchaytirishga yo‘naltirilgan chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning mamlakatimizni 2014-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2015-yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma’ruzasida 2015-yilda iqtisodiyotimizda tub tarkibiy o‘zgarishlarni amalga oshirish, modernizatsiya va diversifikatsiya jarayonlarini izchil davom ettirish hisobidan xususiy mulk va xususiy tadbirkorlikka keng yo‘l ochib berish to‘g‘risida aytib o‘tgan ham tadbirkorlarga ochilayotgan yangi imkoniyat desak adashmaymiz. O‘tgan yil yakunlariga ko‘ra, birinchi navbatda, iqtisodiyotimiz va uning yetakchi tarmoqlarini rivojlantirish borasida barqaror yuqori o‘sish sur‘atlariga erishganimizni ta’kidlash joiz. Mamlakatimiz yalpi ichki mahsuloti 8,1 foiz, sanoat ishlab chiqarish hajmi 8,3 foizga, qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi 6,9 foiz, kapital qurilish 10,9 foiz, chakana savdo aylanmasi hajmi 14,3 foizga oshdi. Ishlab chiqarilgan mahsulotlarning qariyb 70 foizini yuqori qo‘shimcha qiymatga ega bo‘lgan tayyor tovarlar tashkil etdi. Tashqi savdo balansidagi ijobiy saldo 180 million dollarni tashkil qildi, mamlakatimizning oltin-valyuta zaxiralari 1 milliard 600

million dollarga ko'paydi. Xususiyl tadbirkorlarning xomashyo resurslaridan foydalanish imkoniyati, birinchi navbatda, bunday mahsulotlarni birja va yarmarka savdolarida sotish hajmini ko'paytirish hisobidan sezilarli ravishda kengaytirildi. Masalan, 2014-yilda ular tomonidan Respublika tovar-xomashyo birjasida qariyb 3 trillion so'mlik yoki 2013-yilga nisbatan 1,6 barobar ko'p xomashyo va materiallar sotib olingan. Shu bilan birga, xususiyl tadbirkorlar birja savdolari orqali o'zlari ishlab chiqargan 1 trillion 500 milliard so'mlik mahsulotni sotdi, bu ko'rsatkich 2013-yilga qaraganda 1,7 barobar ko'pdir.

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan tom ma'nodagi isloxot va o'zgarishlar shu jumladan ilmiyl texnik siyosat kabi muxim faoliylat soxasiga xam o'z ta'sirini o'tkazmokda. Fan va texnika yutuklaridan samarali foydalanish masalalari bozor isloxotlarini amalga oshirish jarayonida aloxida dolzarblik kasb etadi. Rakobat muxiti va bozor sharoitlarida faoliylat olib borayotgan ko'pchilik korxonalar uchun aynan innovatsion faoliylat xamda uning natijalari muvaffakiylat va samaradorlikning bosh mezoni xisoblanadi. SHuning uchun xam zamonaviyl sharoitda bozor munosabatlari ishtirokchilari, ayniksa, ishlab chikaruvchilar o'zlarining joriyl va istikboldagi rakobatbardoshligini ta'minlash uchun mustakil xamda maksadga muvofik tarzda ilmiyl-texnik siyosat va innovatsion faoliylatni olib borishlari davrning asosiyl talabi xisoblanadi.

«Servisda innovatsion faoliylat» fanidan kurs ishi Innovatsion faoliylatlar qo'llanilishi mumkin bo'lgan xizmat ko'rsatish yo'nalishlari mavzusida. Kurs ishim 2 bobdan iborat 1-bob nazariyl qismi bo'lib Innovatsion faoliylatning nazariyl asoslari deb nomladim. Bob 3 ta rejadan iborat. 1-reja Innovatsion korxonalar tasniflanishi, 2-reja Innovatsion faoliylat infratuzilmasi, uning vazifalari, 3-reja Milliy innovatsion tizim. 2-bob Xizmat ko'rsatish yo'nalishlarida innovatsion faoliylat yo'nalishlari deb nomladim. Bu bobda nazariyl asoslar yozilgan. 1-reja Turizm sohasida innovatsion faoliylat, 2-reja Ta'lim tizimida innovatsiyalar, 3-reja Innovatsiyalarning savdo sohasida qo'llanilishi to'g'risida ma'lumotlar keltirilgan.

# 1-BOB. INNOVATSION FAOLIYATNING NAZARIY ASOSLARI

## 1.1. Innovatsion korxonalar tasniflanishi

Innovatsion jarayonlarni hamda innovatsion faoliyatni samarali samarali amalga oshirish uchun innovatsion va ilmiy-texnik soha tashkilotlari tarmog'ini shakllantirish hamda bu turdagi korxonalarining o'ziga xos tasniflanishini yaratish zarurdir. Bevosita innovatsion korxonalar tasniflanishiga o'tar ekanmiz, innovatsion faoliyatning asosiy tashkil etuvchisi bo'lib, uning axborot ta'minoti hisoblanadi. Buning uchun telekommunikatsion tizimlardan foydalanishni hisobga olgan holda innovatsion faoliyatning avtomatlashtirilgan axborot ta'minotini yaratish lozim. Tizim innovatsion loyihalar, xizmatlar borasidagi talab va ularning takliflari to'g'risida yagona informatsion kenglikda axborot almashishni amalga oshirishga imkon beradi. Tizimning asosiy tashkil etuvchilari bo'lib, o'zaro telekommunikatsiyalar bilan birlashgan innovatsion loyihalar, xizmatlar va tashkilotlarning regional va bosh axborot markazlari hisoblanadi.

Fan taraqqiyoti bilan ilmiy tashkilotlarni guruhlarga ajratish ancha masalasi murakkablashdi, ular tasniflanishi jarayonida aniq belgilangan xususiyatlarga ega kichik guruhlar bilan chegaralanish imkoni mavjud emas. Bugungi kunda innovatsion korxonalar tasniflanishining metodologik asosi bo'lib ularning ixtisoslashuv turlari konsepsiyasi hisoblanadi. Zero, ixtisoslashuv sohasi tashkilotlar tasniflanishida muhim o'rin egallaydi. Quyidagi jadvalda ilmiy-texnik va innovatsion soha korxonalarining ko'p qamrovli tasniflanishi keltirilgan:

1-jadval. *Ilmiy-texnik va innovatsion soha tashkilotlari tasniflanishi*

Belgilar	Guruhlar				
Ixtisoslashuv turi	Asoslanish tamoyiliga ko'ra				
	Predmetli			manzilli (iste'molchi uchun)	
	Mahsulot	Texnologiya	Resurs	Ilmiy	Tarmoq,

				natijalardan foydalanish	korxonalar va boshqalarga xizmat ko'rsatish
Ilmiy-texnik mahsulot turi	FT	AT (ITI)	TKI	Tajriba namunalari yaratish	Tajriba partiyalari va ilk seriyalar ishlab chiqarish
Takomillashtiriladigan ob'ektlar turlari	buyum	Material	texnologiya	Tashkilotish va boshqaruv shakllari	Boshqa ob'ektlar
Faoliyat turi	ITTKI		Fanga xizmat ko'rsatish funksiyalari		
Bilimlar tarmog'i turi	Tabiiy fanlar		Texnik fanlar	Ijtimoiy va gumanitar fanlar	
Kombinatsiyalashdan foydalanish	Kombinatsiyalashdan foydalanuvchi		Kombinatsiyalardan foydalanmaydigan		
"Tadqiqot-o'zlashtirish" sikli bosqichlarini qamrab olish darajasi	Bir bosqichli		2 yoki undan ortiq bosqichli		
	FT-AT-TKI-O'zl		FT-AT AT-TKI FT-AT-TKI FT-AT-TKI-O'zl		
Tashkil topish tamoyili	Doimiy		Muvaqqat		

Manba: Servisda innovatsion faoliyat ma'ruza matni

Mazkur tasniflanishning muhim belgilaridan biri sifatida ixtisoslashuv sohasi olinadi. Unga ko'ra innovatsion tashkilotlar predmetli va manzilli turlarga bo'linadi. Predmetli ixtisoslashuv mahsulot, texnologiya va resurslarning aniq turlarini yaratishga yo'naltirilgan. Manzilli ixtisoslashuv o'zida ilmiy markazlardan olingan dolzarb ilmiy natijalardan foydalanish (sho'ba ilmiy-texnik va innovatsion tashkilotlarni yaratish shaklida) hamda tarmoq, korxonalar va tashkilotlarga xizmat ko'rsatishni qamrab oladi.

Tasniflanishning yana bir muhim belgisi bo'lib, innovatsion faoliyat yo'nalishiga ko'ra innovatsion korxonada realizatsiya etiladigan innovatsiyalarning asosiy turlari hisoblanadi. Ishlatiladigan innovatsiyalarning asosiy turlariga bog'liq ravishda innovatsion tashkilotlar quyidagi guruhlarga bo'linadi:

A) Innovator-etakchilar va innovator ergashuvchilar. Innovator etakchilar innovatsiyalar tashabbuskorlaridir, keyinchalik mazkur innovatsiyalar ergashuvchilar tomonidan o'zlashtiriladi. Innovator etakchilar yuqori tavakkal sharoitida faoliyat ko'rsatishadi, biroq ilg'or strategik innovatsiyalarni muvaffaqiyatli amalga oshirgan taqdirda iqtisodiy mustahkamlik zahirasi ega bo'lishadi. U yangi raqobatbardosh mahsulot portfeli mavjud bo'lishi hamda nisbatan past umumiy xarajatli ishlab chiqarishni amalga oshirishda namoyon bo'ladi. Innovator ergashuvchilar esa, aksincha, kam tavakkal qilishadi va ko'pgina hollarda ular tomonidan amalga oshiriladigan innovatsiyalar innovator etakchilar hatti-harakatiga mos javob qaytarish holatida yuzaga kelib, bunda raqobatbardoshlikning nisbatan past iqtisodiy ko'rsatkichlariga ega bo'lishadi.

B) Yangi ilmiy kashfiyotlar va ilg'or ixtirolarga asoslanadigan tashkilotlar hamda ilgari qilingan kashfiyot va ixtironing yangi qo'llanish usuli asosida innovatsiya yaratuvchi tashkilotlar. Yangi ilmiy kashfiyotlar va ilg'or ixtirolarni ishlab chiqarishga tadbiiq etish ITTKIning to'la sikliga ega yoki amaliy ITTKIning rivojlangan bazasi mavjud innovatsion korxonalar tomonidan amalga oshiriladi, biroq bunday turdagi innovatsiyalar juda kam uchraydi. Innovatsion korxonalarining aksar



qismi ilgari ochilgan yangiliklarning yangi qo‘llanish usullari asosida innovatsiyalar yaratishadi.

V) Yangi ehtiyojlar yaratuvchi tashkilotlar hamda mavjud ehtiyojlarni rivojlantirish va yanada to‘la qondirishga yo‘nalgan tashkilotlar. Yangi ehtiyojlar yaratuvchi va ularni qondiruvchi innovatsiyalarga misol sifatida radiopriyomnik, magnitofon, televizor, telefon, videomagnitofon, kalkulyator, EHMLarni olish mumkin. Mavjud ehtiyojlarni rivojlantirish va to‘la qondirish bo‘yicha innovatsiyalar sifatida yuqorida ko‘rsatilgan mahsulotlarning yangi avlodlarini realizatsiya etish tushuniladi.

G) Bazis innovatsiya yaratuvchilar hamda faoliyati takomillashtiruvchi innovatsiya yaratishga yo‘naltirilgan tashkilotlar. Bazis innovatsiyalar ham yangi kashfiyotlar va ham “eski” kashfiyotlarga yangi usullarni qo‘llash asosida realizatsiya etilishi mumkin. Innovatsiyalarning mazkur turi texnikaning yangi avlodlarini yaratish bilan bog‘liq, istiqbolda ular takomillashtiruvchi innovatsiyalar ishlab chiqish orqali rivojlantirib boriladi.

D) Bir tarmoq uchun innovatsiya yaratuvchilar hamda butun xalq xo‘jaligida qo‘llanuvchi innovatsiya yaratuvchi korxonalar. Ikkinchi turda butun siklni amalga oshirish uchun ITTKIning rivojlangan bazasi talab etiladi.

E) Ilgari yaratilgan mahsulot va texnologiyalar o‘rnini bosuvchi innovatsiyalarni realizatsiya etuvchi korxonalar hamda ratsionallashtiruvchi va kengaytiruvchi innovatsiyalar yaratadigan korxonalar. O‘rinbosar innovatsiyalarni ishlab chiqish yuqori ilmiy salohiyatni talab etadi.

J) Innovatsion mahsulotlarni realizatsiya etuvchi korxonalar hamda innovatsion jarayonlarni realizatsiya etuvchi korxonalar va h.k.

Z) Yangi bozorlar uchun innovatsiya qiluvchi tashkilotlar hamda eski bozorlarda yangi qo‘llanish usulini yaratuvchi innovatsiyalarga ixtisoslashgan tashkilotlar.

Innovatsion korxonalarining tashkiliy taraqqiyoti asosan amaliy fan sohasida integratsion va dezintegratsion jarayonlar sharoitida amalga oshib, natijada fan-

texnika sohasining yangi tashkiliy tuzilmalari paydo bo'lgan: inkubatorlar, texnoparklar, texnopolislar.

Inkubator—bu kichik inovatsion korxonalarining paydo bo'lishi va samarali faoliyat ko'rsatishi uchun qulay sharoitlar yaratishga ixtisoslashgan tuzilma hisoblanadi. Uning faoliyati kichik innovatsion korxonalariga moddiy (avvalo ilmiy asbob-uskuna va bino), axborot, konsalting va boshqa zaruriy xizmatlar ko'rsatish asosida tashkil qilinadi. Inkubatorlarda amalga oshiriladigan ishlar sirasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- Innovatsion loyihalar ekspertizasi. U o'z ichiga loyihaning yangiligi va ishonchliligini aniqlovchi ilmiy-texnik ekspertiza, shuningdek, ekologik va tijorat ekspertizasi (kon'yuktura, yangi mahsulot bo'lajak bozori, kutilayotgan foyda kabilar tahlili) ni qamrab oladi.

- investorlar qidiruvi hamda zarur bo'lganda kafolatlar berish;

- Imtiyozli shartlarda bino, asbob-uskuna hamda tajriba ishlab chiqarish bilan ta'minlash;

- Imtiyozli shartlarda huquqiy, reklama, axborot, maslahat va boshqa xizmatlarni ko'rsatish.

Inkubator tijorat tashkiloti bo'lib, uning o'z-o'zini qoplashi innovatsion korxonalarining istiqboldagi foydasiga turli shaklda sherik bo'lishi hisobiga ta'minlanadi.

Texnopark bu ixcham shakllantirilgan majmua bo'lib, umumiy ko'rinishda o'zida ilmiy tashkilotlar, OO'YU va sanoat korxonalarini, shuningdek, axborot, ko'rgazma tizimlari, servis xizmatlari to'plamini namoyon etadi va bunda qulay turmush va maishiy sharoitlarni yaratishni nazarda tutadi. Texnoparkning amal qilishi ilmiy-texnik faoliyatning tijoratlashuvi hamda innovatsiyalarning moddiy ishlab chiqarishda qo'llanilishini tezlashtirish maqsadini ko'zlaydi.

Integratsion jarayonning eng yuqori ko'rinishi texnopolis hisoblanadi. U yuzlab tadqiqot muassasalari, sanoat korxonalarini, vechur tashkilotlar hamda yangi g'oyalarning yaratilishi va ularning tez sur'atlarda tijoratlashuviga manfaatdor

boshqa tashkilotlar iborat konglomeratni bildiradi. Texnopolis texnoparkka o'xshash tuzilma bo'lib, biroq o'zida kichik shaharlar (aholi punktlari)ni ham qamrab oladi. Mazkur ilmiy shaharchalar taraqqiyoti maqsadli ravishda ularda joylashtirilgan ilmiy va ilmiy-ishlab chiqarish majmualariga yo'naltirilgan. Kichik korxonalarining birlashmasi pirovard natijada yirik innovatsiyalarni amalga oshirishga etarli bo'lgan murakkab infratuzilmani shakllantiradi. Texnopolis markazi bo'lib, ko'pgina hollarda innovatsiyalar asosida yotuvchi fundamental bilimlar generatori bo'lmish yirik universitet hisoblanadi.

Masalan, AQSHda bu turdagi 300 park mavjud, Yaponiya esa rivojlangan texnologiyalarni ishlab chiqish salohiyatiga ega 19 texnopolis yaratishga kirishgan. Rossiya federatsiyasida 60 texnopark va 5 texnopolis (Obninsk, Dubna, Pushino, Arzamas-16, Tomsk) faoliyat ko'rsatadi.

Biroq, zamonaviy sharoitda integratsion jarayonlarning inersiyaviylik, boshqaruvning murakkabligi kabi ayrim salbiy jihatlari yuzaga chiqq boshladi. SHuning uchun ham unga qarama-qarshi jarayon—dezintegratsion jarayon vujudga kelib rivojlana boshladi. Mazkur jarayon muayyan tarmoqqa yoki ishlab chiqarishning belgilangan qismiga biriktirilgan yirik innovatsion korxonalaridan kichik tashkiliy shakllarga o'tishda namoyon bo'ladi. Ushbu tashkilotlar yirik innovatsion korxonalar bazasida yoki mustaqil ravishda tashkil topadi.

## **1.2 Innovatsion faoliyat infratuzilmasi, uning vazifalari**

Innovatsion faoliyatga innovatsion jarayon doirasidagi barcha faoliyat, shuningdek, sotuv bozorlarining marketing tadqiqotlari va yangi iste'molchilarni qidirish, raqobat muhiti va raqobatchi korxonalar mahsulotlarining iste'mol xususiyatlari, novatorlik g'oyalari va echimlari qidiruvlari, innovatsion loyihani tadbiq etish va moliyalashtirish bo'yicha hamkorlarni izlash kiradi. Yuqoridagi faoliyat turlari innovatsion sferani namoyon etadi, ya'ni innovatsiyalarni yaratish va tarqatishni qamrab oluvchi innovatsion mahsulot ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilari faoliyat sohasini bildiradi.

Innovatsion infratuzilma deganda yangi ilmiy-texnik g'oyani yaratishdan boshlab ularni qayta ishlash, ilmiy mahsulotni chiqarish va realizatsiya etishgacha bo'lgan barcha siklni qamrab oluvchi tashkilot, firma va birlashmalar kiradi. Ular yuqoridagi faoliyat turlarini samarali amalga oshirish uchun etarli va zarur bo'lgan o'zaro bog'liq bir birini to'ldiruvchi tizimlar va ularga mos elementlarni ifoda etadi. Bu turdagi infratuzilma elementlari sifatida innovatsion markazlar, inkubatorlar, texnoparklar, texnopolislar, konsalting, o'quv markazlari va investorlarni qo'rsatish mumkin.

Mazkur infratuzilmaning bozor yo'nalishi uning hozirgi zamon bozor iqtisodiyotida o'zining barcha funksiyalari amalga oshishini ta'minlash va doimiy dinamik o'zgarishlarga tez moslashuvi qobiliyatlarini aniqlab beradi. Infratuzilmani shakllantirishning pirovard maqsadi ilmiy-texnik va innovatsion faoliyatni yanada samaraliroq yuritish uchun faqatgina muayyan xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni tashkil etish emas, balki jamiyat manfaatlari uchun ularning bir butunlikda faoliyat ko'rsatishini ta'minlash bo'lishi lozim. Ushbu umumiy faoliyat ishlab chiqarishning pasayishini engish, uning tarkibiy qayta qurilishi va chiqariladigan mahsulot nomenklaturasining o'zgarishi, ichki va tashqi bozorlar uchun uning raqobatbardoshligi va jozibadorligini kuchaytirish, yangi ish o'rinlarini yaratish hamda ilmiy-texnik salohiyatni saqlab qolishga yo'naltiriladi. YUqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, ilmiy texnik va innovatsion faoliyat infratuzilmasi quyidagi o'zaro bog'liq tizimlar majmuini tashkil etishi lozim:

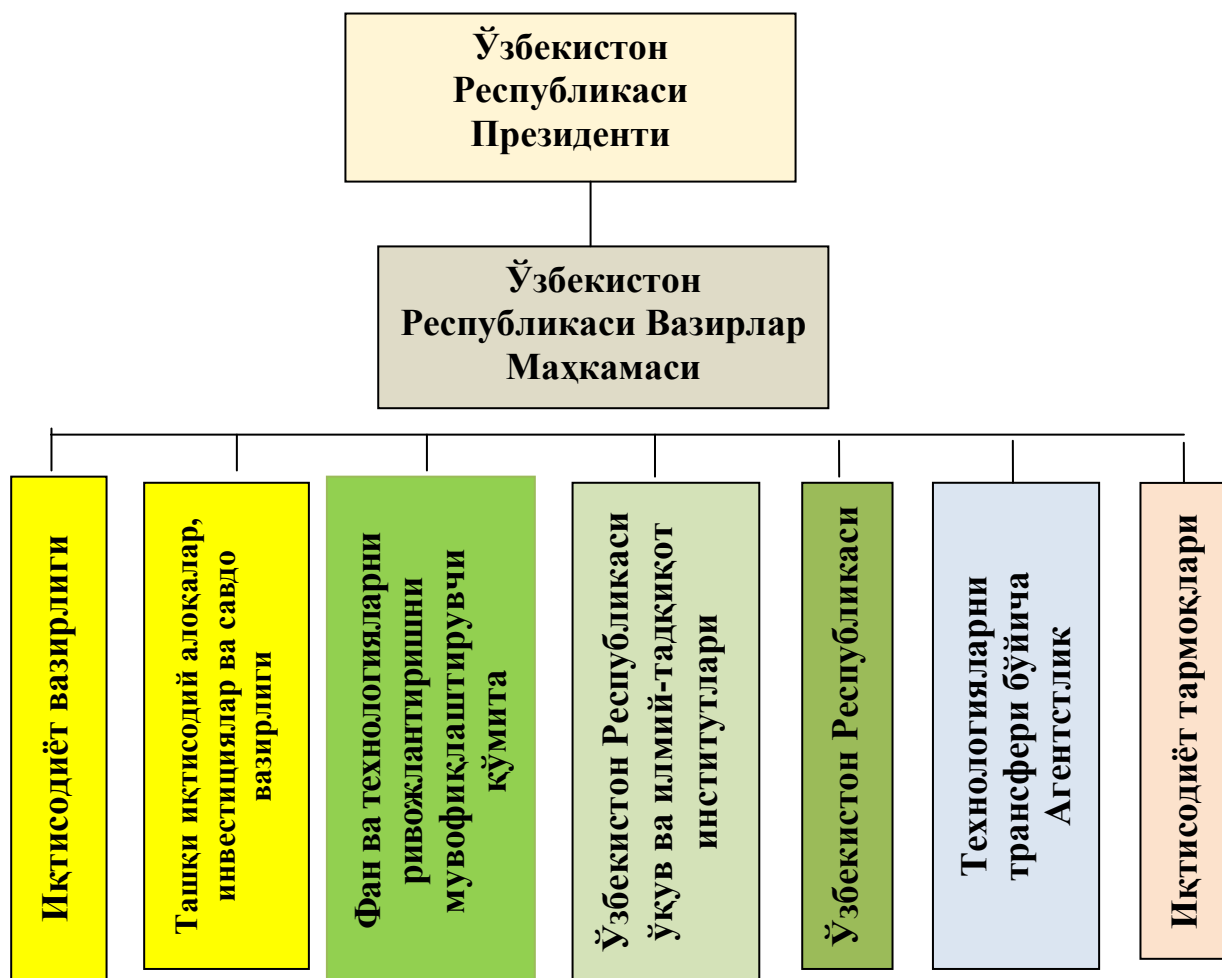
- Ilmiy texnik va innovatsion faoliyatning axborot ta'minoti. Ushbu tizim tashkiliy-huquqiy shaklidan qat'iy nazar barcha manfaatdor tashkilotlar va IK ga turli sharoitlarda tizimni tashkil etuvchi ma'lumotlar bazasiga kirish imkoniyatini berishi lozim.
- Ekspertiza sinovlar. Ilmiy-texnik va innovatsion dastur, loyiha va takliflarni yuqori malakali va sifatli baholash (ilmiy, moliyaviy-iftisodiy, ekologik va boshqa ekspertizalar).

- Ilmiy texnik va innovatsion faoliyatning moliyaviy iqtisodiy ta'minoti. Nobyudjet mablag'lar manbalaridan (mahalliy tadbirkorlik tuzilmalari resurslari, shuningdek, boshqa region va mamlakatlar investitsiyalari) faol foydalanish va shu bilan birga mazkur faoliyatni davlat tomonidan bevosita va bilvosita qo'llab-quvvatlash.
- Yangi raqobatbardosh ilmiy mahsulot va yuqori texnologiyalarni yaratish hamda ularning amalda o'zlashtirilishini ishlab chiqarish texnologik qo'llab-quvvatlash.
- Ilmiy mahsulotlar sertifikatitsiyasi, ularni ishlab chiqaruvchi va o'zlashtiruvchi innovatsion korxonaga metrologiya, standartizatsiya va sifat nazorati sohalarida xizmat ko'rsatish.
- Ilmiy-texnik ishlanma va ilmiy mahsulotlarni regional, regionlararo va chet bozorlarda sotuvini rag'batlantirish, marketing, reklama va ko'rgazma faoliyati, intellektual mulkning patent-litsenziya va himoya choralari.
- Bozor iqtisodiyoti sharoitida ilmiy texnik va innovatsion faoliyat uchun kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash, aniq tadbirkorlik loyihalarini amalga oshirish uchun maqsadli tarzda menejerlar guruhini o'qitish.
  - Ilmiy-texnik va innovatsion faoliyatni muvofiqlashtirish va tartibga solish, bunda iqtisodiy metodlar va axborot ta'siri yordamida mazkur faoliyat turlarining yanada samarali amalga oshirilishini boshqarishga imkon vujudga keladi.

### **1.3 Milliy innovatsion tizim**

Milliy innovatsion tizim (MIT) bu xususiy va davlat institutlari va tashkilotlarining to'ri bo'lib ularning faoliyati va o'zaro xamkorligi yangi texnologiyalarni yaratish, o'zlashtirish, takomillashtirish va tarkatishga olib keladi. O'zbekistonda mavjud bo'lgan MIT hali ham shakllanish bosqichida (sxemaga qarang).

## 1-chizma. O‘zbekistonni MIT sxemasi



Manba: Servisda innovatsion faoliyat ma'ruza matni

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimov ta’kidlanganidek: “...Xozirgi keskin raqobat sharoitida innovatsion texnologiyalar va imlm-fanni ... yanada rivojlantirish uchun zarur shart sharoitlar yaratish muhim ahamiyatga ega. Bugun zamonning o‘zi ushbu masalani siyosatimizni eng muhim yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilashni taqozo etmoqda” .

Innovatsion faoliyat qonunchiligi tizimi uch bosqichdan iborat

1 bosqich: Umumiy fuqarolik qonunchiligi. Unga O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksinining ikki qismi va umumiy fuqarolik qonunchiligiga tegishli O‘zbekiston Respublikasi bir qator qonunlari kiradi.

2 bosqich: Mahsus innovatsion qonunchiligi. Faqat innovatsion munosabatlarni va innovatsion faoliyatini tartibga soladigan O‘zbekiston Respublikasi qonunlari taalluqlidir.

3 bosqich: Qonun osti xujjatlar va vazirliklarni va idoralarni meyoriy jujjatlari. Innovatsion faoliyatini tartibga soladigan O‘zbekiston Respublikasi vazirliklarni va idoralarni qarorlari, yo‘riqnomalari, qoidalari, farmoyishlari va tavsiyalaridan iborat.

Intellectual mulk ob’ektlari bilan foydalanishni tartibga soladigan asosiy qonunchilik hujjatlarni ro‘yxatiga qo‘yidagilar kiradi:

- O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi
- “Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasining Qonuni
- “Ixtirolar, foydali modellar va sanoat namunalari to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasining Qonuni
- “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida ” O‘zbekiston Respublikasining Qonuni
- “Seleksiya yutuqlari to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasining Qonuni
- “Integral mikrosxemalar topologiyalarining huquqiy muhofazasi to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasining Qonuni
- “Elektron hisoblash mashinalari uchun yaratilgan dasturlar va ma’lumotlar bazalarining huquqiy himoyasi to‘g‘risida”
- “Innovatsion loyixalar va texnologiyalarni ishlab chiqarishga tatbiq etishni rag‘batlantirish borasidagi qushimcha chora-tadbirlar tug‘risida” O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori

Intellectual mulkning ikki shakli mavjud:

1.Sanoat mulki :

- ixtirolar;
- foydali modellar;
- sanoat namunalari;
- Tovar belgilari;

- tovar kelib chiqqan joy nomlari.

## 2. Mualliflik huquqi:

- fan, adabiyot va san'at asarlari;
- ijrolar, fonogrammalar, efir yoki kabel orqali ko'rsatuv yoxud eshittirish beruvchi tashkilotlarning ko'rsatuvlari yoki eshittirishlari;
- EHM uchun dasturlar va ma'lumotlar bazalari.

Mualliflik huquqi ijodiy faoliyat natijasi bo'lmish fan, adabiyot va san'at asarlariga nisbatan, ularning maqsadi va qadr-qimmati, shuningdek ifodalanish usulidan qat'i nazar, tatbiq etiladi. Ixtiro, foydali model va sanoat namunasiga bo'lgan huquq patent berilgan taqdirdagina muhofaza qilinadi. Mualliflik huquqi qo'yidagilarda o'z ifodasini topadi:

- Mualliflik huquqi ifoda shakliga nisbatan tatbiq etiladi
- Mualliflik huquqining yuzaga kelishi va amalga oshirilishi uchun asarni ro'yxatdan o'tkazish yoki biron-bir boshqa rasmiyatchilikka rioya etish talab qilinmaydi
- Fan, adabiyot va san'at asariga mualliflik huquqi uni yaratish fakti bo'yicha yuzaga keladi.

Innovatsiya faoliyati o'ziga quyidagilarni qamrab oladi:

- tadqiqotlar va ishlanmalar (ITTKI);
- innovatsion faolligini boshqa turlari.
- ITTKI o'z navbatida quyidagilardan iborat:
  - yangi bilimlarni egallash uchun fundamental va amaliy tadqiqotlar va aniq ixtirolarga yoki amaldagi texnik usullarni takomillashtirishga yo'naltirilgan tadqiqotlar;
  - yangi mahsulotlar yoki jarayonlar konsepsiyasini yoki ularni yaroqlilik va yashash qobiliyatini xilma-xil yangi baholash usullarini ishlab chiqish.

Innovatsion faolligini boshqa turlari quyidagilarni o'z ichiga olishi mumkin:

- mahsulotlarda, jarayonlarda, marketing va tashkillashtirish usullarida o'zgarishlarni yangi konsepsiyasini qidiruvi;



- texnik ma'lumotni, nou-xau va malakali mehnatni xarid qilish; patentlangan ixtirolarga chegirmalar va litsenziya to'lovlar; injiniring, loyiha va boshqa konsultatsion xizmatlardan foydalanish;

- xodimlarni malakasini oshirish;
- boshqa sub'ektlar innovatsiya faoliyatining natijasi biriktirilgan dastgohga, dasturiy ta'minotga yoki yarimfabrikatlarga mablag'ni sarflash;
- boshqarish tizimini va o'zining umumiy harakat faolligini takomillashtirish;
- yangi marketing va o'z mollarini va xizmatlarini sotish usullarini ishlab chiqish.

**Sanoat mulki** qo'yidagilarda o'z ifodasini topadi:

- Ixtiro, foydali model va sanoat namunasiga bo'lgan huquq patent berilgan taqdirdagina muhofaza qilinadi.
- Ixtiro, foydali model, sanoat namunasiga nisbatan qo'yiladigan, patent olish huquqini vujudga keltiradigan talablar hamda patent idorasining bunday hujjat berish tartibi qonun bilan belgilab qo'yiladi.
- Patent egasidan boshqa shaxslar uning ruxsatisiz ixtiro, foydali model, sanoat namunasidan foydalanishga haqli emas.

Ixtiro istagan sohada patent talablariga mos keladigan texnik echim bo'lib uning ikki shakli mavjud:

- Mahsulotga tegishli ixtiro - xususan moslamaga, moddaga, mikroorganizmlarning shtammlariga, o'simliklar va hayvonlar hujayralarining turlariga tegishli ixtiro.
- Usulga tegishli ixtiro - moddiy ob'ekt ustida ashyoviy vositalar orqali harakatlar jarayoniga tegishli ixtiro. Uning patent talablari qo'yidagilardan iborat:
  - yangilik;
  - ixtirochilik darajasiga ega bo'lishi;
  - sanoatda qo'llash mumkinligi.

## **2-BOB. XIZMAT KO'RSATISHDA INNOVATSION FAOLIYATNING YO'NALISHLARI**

### **2.1. Turizm sohasida innovatsion faoliyat**

Turizm- alohida iqtisodiy tarmoq rivojlanishi iqtisodiy qonunlarga ega bo'lgan xizmat ko'rsatuvchi tarmoq bo'lib o'ziga ko'p tashkilotlarni birlashtirgan faoliyat ko'rsatuvchi sohadir. O'zbekiston Respublikasining turizm to'g'risidagi qonunida turizm jismoniy shaxsning doimiy istiqomat joyidan sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy- amaliy yoki boshqa maqsadlarda borilgan joyda haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda 1 yildan oshmagan muddatga jo'nab ketishi yoki sayohat qilishidir. Savdogarlarning karvon tuzib boshqa davlatlarga sayohat qilishi ham turizmga mansub bo'lib, ularning maqsadi savdo-sotiq hisoblangan.

Olimlarning turizm to'g'risidagi fikrlarini asosan quyidagicha guruhlariga bo'lish mumkin: turizm bu dunyoni bilish mexanizmi; turizm bu savdo-sotiq qilish usuli; turizm bu foyda olish manbai; turizm bu madaniyatni oshirish yo'li; turizm bu bilim olish usuli; turizm bu valyuta ishlash manbai.

Sayyohlik yo'nalishlari va turlaridan shopping turizm uchun asosan Polshadan, shuningdek, Angliya, Fransiya, Germaniya alp tog'i, Fransiya va o'rta dengiz sohillari yo'nalishida joylashganligi sabab tranzit turizmning rivojlanganligi hamda savdo ko'zgarmlari konferensiyalarning yaxshi yo'lga qo'yilganligi bu turizm rivojiga turtki bo'ladi. O'zbekiston Germaniya munosabatlari 1993-yil aprelda Bonn shahrida O'zbekiston elchixonasining ochilishi bilan aloqalar o'rnatildi 1995-yil Shtutgart shahrida Linden muzeyida O'zbekiston Buyuk ipak yo'li merosi ko'rgazmasining ochilishi esa hamkorlik aloqalarini mustahkamladi.

Italiyada sayyohlik yo'nalishlaridan klassik turizm- Rim, Vatikan, Neapol, Pompey, Florensiya, Venetsiya, Milanda har yili 30 mln atrofida turistlar tashrif buyurishadi. Shop turizm rojdestvo bayrami, tog' chang'isiga mo'ljallangan kurortlarda, an'anaviy oshxonalar bilan mashhur. O'zbekiston- Italiya munosabatlari

1996-yil Florensiyada imzolangan O`zbekiston bilan Yevropa ittifoqi o`rtasida sheriklik va hamkorlik to`g`risidagi bitim imzonlandi va savdo-iqtisodiy aloqalar o`rnatildi.

O`zbekiston-Yaponiya munosabatlari Yaponiyaning birinchi poytaxti Nara shahridagi Xorudzi ibodatxonasi xazinasida 8-asrga oid Samarqand va Toshkentda tayyorlangan osori-atiqalar, 9-10-asrlarga oid musiqa asboblarning saqlanishi. Afrosiyobdan topilgan yaponlarning nafis chinni idishlari. 1880-yilning yozida yapon diplomati Nisi Tokudzironing o`lkamiz bo`ylab sayohat qilishi va Toshkent, Samarqand, Buxoro shaharlari va Farg`ona vodiysida bo`lishi. Xususan, Buxoroda amir Muzaffar bilan uchrashishi. 1886-yilda uning Turkiston sayohatnomasi kitobining yapon tilida chop etilishi. 19-asrning oxiri va 20-asrning boshlarida O`rta osiyoga Yasumasi Fukusima, Kadzuo Otani, Masaji Inoue, Zuicho Toshibina kabi yapon tadqiqotchilarining sayohat qilishi. 1992-yilda Yaponiyaning Toshkentdagi elchixonasi, 1996-yilda O`zbekistonning Yaponiyadagi elchixonasining ochilishi munosabati savdo-iqtisodiy aloqalar hamda turizm rivojlandi.

## 2-chizma



Turizmدا innovatsion faoliyat asosi haqida turizm resurslarini aytib o`tish lozim. Bunda turizm resurslarininguch jihat mavjud:

1. Bu san'atning asosi tabiiy va insoniy resurslar kombinatsiyasi bo'lib, u sanoat asosini tashkil etadi. Asosiy jalb etuvchi jozibadorliklar mahalliy jamoaning umumiy mulki bo'lsa yoki mahalliy jamoa tomonidagi subsidiyalansa yanada muhim bo'ladi. Bu odamlarni turizm sanoatiga rag'batlantiradi, natijada hech kim o'z manfaatlari uchun alohidalashgan maqsadlari ila biror ob'etni yopib qo'ymaydi, buzmaydi.

2. Tabiiy resurslar ko'pincha mavsumiylik jihatiga ega bo'lib, bu tashrif buyuruvchilar sonini yil davomida o'zgartirib turadi. SHimoliy iqlimlarda yashovchi odamlar ta'tillarini quyoshli yoz havosida o'tkazishga intiladi. SHunday iqlimiy farqlar turli joylarning florasi va faunasiga, jozibadorliklarga mavsumiy to'lqin bilan ta'sir etadi va ko'pchilik manzil jamoalari mavsumiy faollik bilan ta'minlanadi. Bu mavsumiy faollikni uzaytirish qo'shimcha faoliyatlarni o'ylab topishni talab etadi.

3. Turizm 4 «S» ustida izlanish sifatida ko'rib chiqish mumkin: surf - to'lkin, sand - qum (plyaj), sun - quyosh va sex - ishqiy sarguzasht.

Bunday asosiy jalb etuvchilar dunyoning ko'pchilik joylarida topilishi mumkin. Bu esa, turizm sanoatini yanada raqobatli va yanada egiluvchan qiladi.

Turistik resurslar rivojlanish, ularga etib kelishni asoslashtirish va foydalanish uchun qulay qilish kapital investitsiyalarini talab qiladi. Ba'zi hollarda kerak bo'lgan investitsiya miqdori shuqadar yirik bo'ladiki, individual biznesmen yoki xususiy soha vakillari bunday imkoniyatlarga ega bo'la olmaydi. Masalan turistik ob'ektni suv bilan ta'minlash, kommunal xizmatlarni tashkil etish, suv oqava tizimi va avtomagistrallar qurish juda qimmat turadi va davlat yordamiga muhtoj bo'ladi. Bunday vositalarga shaharlashgan joylarda etishish oson, biroq qishloq joylarida va izolyasiyalangan joylarda ular maxsus yaratilishi lozim. Hukumat organlari suv quvurlari, yo'l avtomobil to'xtash joylari, savdo markazlari, konsert zallari kabilarning qurilishiga o'z mablag'larini ajratayotib, bunda yangi ish joylarni yaratilishini va kelgusida olinadigan soliqlar hisobidan keluvchi daromadlarni inobatga olishadi.

Turistik bozorda yanada raqobatbardosh bo'lishi uchun sayyohlarga yanada yoqimli, qulay, shinam xizmatlar ko'rsatish, yangi talablar bilan chiqish hamda sayyohlarni turistik ob'ektda yanada ko'proq qolishga undab, shu yo'l bilan ko'proq daromadlarga olishga intilishadi. Turizmda qo'hna bir aforizm mavjud: «ular qanchalik ko'p turishsa, shunchalik ko'p sarflashadi». SHunday qilib, hozir ham bunday sanoatda sayyohlarni ko'prok turishga undash hollari uchrab turadi.

Idial holatda, taklif etilayotgan uskunalar va jalb etuvchilar ob'ekt joylashgan joyning tabiiy resurslarini to'ldiradi: otel va motellar mahaliy arxitektura va atrof muhit rel'efi bilan uyg'unlashtirib ketadi; do'konlar mahaliy urf-odat va hunarmandchilikka urg'u berishadi; sayohatchilarga nisbatan ortiqcha rasmiyatchilik bo'lmaydi; sayohatchilar mahaliy hayotning kundalik tashvishlariga to'la bo'lgan bozorlariga bevosita kira olishadi. Shuningdek, jalb etuvchi tashkilotchilar mahaliy tabiiy resurslar va urf-odatlarni saqlab qolish hamda maorif va tadbirkorlik borasida qo'shimcha ishlar olib borishadi. Masalan, qirg'oqqa yaqin shaharlarda dengiz hayotini aks ettiruvchi ekspozitsiyalar yaratiladi; tarixiy shaharlarda muzey va ekskursiyalar tashkil etiladi; sanoat markazlarida industrial merosga e'tibor berishadi (G'ijduvonda qadimiy kulolxonalar qayta tashkil etilgan, Samrqandda qadimiy usulda qog'oz ishlab chiqarish yo'lga qo'yilgan, Deyton shahrida milliy aviatsiya muzeyi qurilgan).

Afsuski ba'zi, turistik mehmonxonaga uning turistik muhitidan farq qiluvchi monotonlik va past sifat beriladi. Biroq, ba'zi hollarda qo'lbola jalb etuvchilarning sifati tabiiy resurslarga etarlicha raqobatlasha oladi: Disneylend, Evrodisney va Disneyvourld kabi qo'lbola jalb etuvchilar ko'plab shakllarga ega bo'lishlari mumkin:

Hisobdan chiqarilgan «Massachusets» harbiy kemasi Foll-river nomli hech qanday turistik jozibadorlikka ega bo'lmagan shaharni mashhur qildi. SHu kema sababli mahalliy iqtisodiyot turizmdan har yili 2 mlrd dollar miqdorida daromad ola boshladi, mahalliy sanoat diversifikatsiyalanib ketdi. Bu joyga har yili 200 ming turist kelib ketadi. Bunday muvaffaqiyatni ko'rib, Long Bichda «Queen Mary»,

Londonda «Belfast» kemalari hisobdan chiqarilgan; Merilend harbiy dengiz akademiyasi va Konnektikut suvosti kema bazasi hisobdan chiqarilgan «Nautylus» nomli atomli suvosti kemasini ko'rgazmaga qo'yish uchun raqobatlashishgan.

Turistik sanoat sayohatga asoslanganidan buyon etib kelish sharoitlarini yaxshilashga mo'ljallangan vositalar asosiy kapital investitsiyasi bo'lib xizmat qilmoqda. Transportning turli shakllariga qilingan investitsiyalar natijasida o'zgarayotgan har bir transport texnologiyasi bilan manzilning raqobatbardoshligi va egiluvchanligi oshib boradi. Yo'lga qo'yilgan har yangi transport turi etib kelishni asoslashtiradi. Vaqtida Parijdan Nits shahriga foytunda 13 kunda etib kelishgan. 1899 yilda poezd orqali 18 soat ichida etib kelish imkoniyati tug'ildi va bu Nits shahrida turizmning cho'qqiga chiqishiga yordam berdi, shuningdek, avtomagistrallar tizimining taraqqiy topishi manzarali joylarni shahar aholisiga yaqin qilib qo'ydi va turistlar soni oshib ketdi. Transport aloqalari hamma vaqt turistik maqsadlar uchun o'rnatilmasada, mavjud transport vositalarini rivojlantirish va yangilarni yaratishda turistik bozor potensialiga ham katta e'tibor beriladi. Xalqaro turistlar uchun bo'lgan kurashda ko'pchilik mahalliy hukumatlar aeroportlarini takomillashtiradi, milliy kompaniyalarga yordam qiladi. Masalan, Gavay orollarida qurilgan aeroport shu orollardagi jamoaga reaktiv havo transporti va unga taalluqli bo'lgan iqtisodiyotda afzalliklar berdi. Ba'zi hollarda turistik aloqalar shu qadar muhimlashib ketadiki, hattoki hukumatlar maxsus qonunlar chiqarishib, ularni himoyalashadi.

Turizm sohasida xo'jalik yuritish jarayoni ishlab chiqaruvchi - xizmat ko'rsatuvchi jarayon bo'lib sanaladi. Turizm moddiy qimmatliklar yaratadi va turistlarga nomoddiy xizmatlar ko'rsatadi. Turistlarga xizmat ko'rsatish – turistik tovarni sotish va iste'mol etilishini tashkil etish jarayonidir. Sayohatlarga nisbatan talab bor ekanmi, shunday xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar ham paydo bo'lishadi. Bu iste'mol bozorida sotilishi yoki sotib olinishi mumkin bo'lgan o'ziga xos bo'lgan tovar – turizmning paydo bo'lishiga olib keladi. Turizmning paydo bo'lishi o'ziga mos keluvchi moddiy – texnik bazaning yaratilishini; turistlarga xizmat ko'rsatuvchi

yuqori malakali kadrlarning mavjudligini hamda turistik xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni maqsadli boshqarishni talab etdi.

Turizm tovar sifatida xizmatlar shaklida realizatsiyalanadi. Turizm xizmati bu iste'mol qiymati insonning u yoki bu ehtiyojini qondirishida beradigan manfaatida aks etgan xizmatdir. Bunda xizmat jihoz bilan, ya'ni tovar yordamida ko'rsatilishi yoki tirik tovarning bevosita faoliyati davomida ko'rsatilishi mumkin.

Turistlar xizmatlardan tashqari turistlarga mo'ljallangan tovarlarni ham xarid etishadi. Turistik xizmat va tovarlar yig'indisi «Turistik mahsulot» deyiladi.

Manzil resurslari va vositalari orqali turistik mahsulotni yaratar ekan, turizm sanoati turistlar his qilib sinab ko'rishlari uchun mahsulotlar paketini yaratadi. Manzillar turist diqqatini jalb etishga urinadi va bunda o'z turistik imijiga asoslanadi. Masalan, turistik mahsulot yaratishda Las-Vegas va Monte-Karlo katta yutuqlarga erishishgan: bu ikki shahar shashtli o'yinlar, bahri-dilni ochish va hashamati bilan mashhurdir. Disneylend esa, sifatli, maroqli oilaviy dam olish to'g'risidagi tushunchalar bilan uyg'unlashib ketgan. Disneylendda o'ziga xos zamonaviy biznes va tadbirkorlik ruhi yaratilgan, sifat ustidan kuchli nazorat o'rnatilgan, hech bir vosita o'ziga yaqin joylashgan biror bir boshqa vositaning faoliyatiga xalaqit bermaydi, hamma narsa yorqin ranglar jilosi va original arxitektura bilan bezatilgan. Samarqand va Buxorodagi turistik tadbirkorlar o'z shaharlarining shonli tarixi va Buyuk Ipak Yo'lining asosiy manzillari bo'lganligidan foydalanadilar.

Manzil ichida garmonik mahsulot yaratish masalasi qiyin, buning ustiga, turistik mahsulotni hudud mahsulotiga samarali kiritish yanada qiyin. Buning uchun manzil atrofidagi butun hudud kooperatsiyalanishi zarur. Chunki, xalqaro jamiyat kun sayin mobillashib bormoqda, demak, odamlarda butun ta'tilni faqatgina bir joyda o'tkazishning hech qanday qizig'i qolmayapti. Barcha mahalliy biznesmenlar va manzillar birgalikda hududiy turistik mahsulot yaratishlari kerak. Chunki, hududiy garmonik mahsulot – turli xil o'ziga xos individual qismlar yig'indisidan ko'ra jozibadorroqdir.

Turistik firmalarning tijoratga yo‘naltirilganligi sababli turistik sanoat va servis biznesi yuzaga keladi. Shuningdek, turistlarga mo‘ljallangan tovarlar va suvenirlar ishlab chiqaruvchi maxsus sanoat tarmog‘i ham yuzaga keladiki, uni «Turizm sanoati» deb nomlasak ham bo‘ladi. Turistik sanoat bu - bahri dilni yozish, o‘rganish, biznes, sog‘liqni mustahkamlash, sport va boshqa maqsadlar uchun mo‘ljallangan joylashtirish, tashish, ovqatlanish vositalari hamda turoperatorlik, turagentlik, ekskursiya xizmatlarini ko‘rsatuvchi va gid-tarjimonlar bilan ta‘minlovchi tashkilotlardir. (Turizm sanoati – mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalari; transport vositalari; umumiy ovqatlanish korxonalarini; bahridilni yozish vositalari; tanishish-ish-sog‘lomlashtirish-sport va boshqa maqsadlar uchun mo‘ljallangan ob‘ektlar, turoperatorlik va turagentlik xizmatlarini ko‘rsatuvchi tashkilotlar hamda ekskursiya xizmatlarini ko‘rsatib, tarjimon-gidlar bilan ta‘minlovchi muassasalar yig‘indisidir).

Turizm sanoati yirik moddiy-texnik bazaga ega bo‘lib, aholining katta qismini ish bilan ta‘minlaydi hamda xalq xo‘jaligining deyarli barcha tarmoqlari bilan birgalikda ish yuritadi. Turizm sanoatiga kengroq qaraganimizda, unga quyidagicha ta‘rif berish mumkin: Turizm sanoati o‘z ichiga: passajir transporti (havo, suv, avtomobil, temir yo‘l)ni uning texnik xizmat ko‘rsatish tarmoqlari bilan birgalikda; turizm tarmog‘iga ixtisoslashgan turli xil korxonalarini; turizmga ixtisoslashmagan turli xil korxonalar (xususan, mashinasozlik, transport mashinasozligi, avtomobilsozlik, yoqilg‘i sanoati, qurilish va yo‘lsozlik, suvenirsozlik, oziq–ovqat sanoati, qishloq xo‘jaligining ko‘plab tarmoqlari)ni hamda turistlarga xizmat ko‘rsatish sohasini oluvchi xalq xo‘jaligi kompleksidir. Bu xizmatlarga quyidagilar kiradi:

- Turistlarni joylashtirish (mehmonxonalar, motellar, botellar, flaytellar, kempinglar, pansionatlar, sanatoriylar, turistik bazalar). Turistlar ijaraga olingan xususiy kvartiralarda, uylarda, shuningdek, palatkalarda, tirkama-uychalarda, yaxtalarda va vagonlarda ham joylashtirilishi mumkin;



- Turistlarni ovqatlantirish (restoranlar, oshxonalar, kafe va barlar, kaferiy va qahvaxonalar va shu kabilar);

- Turistlarni boshqa joylarga tashish (poezd, kema, avtobus va aviacharter reyslari hamda shu kabilar). Transport tizimining rivojlanishi bilan turistlarga uzoq joylarga etib borishda shinamlik, vaqt va narx jihatida qulayliklar yaratdi. Turist transport turini tanlayotganida tashrif buyurayotgan mamlakatining uzoqligi, geografik joylashishiga e'tibor beradi, shuningdek, bunda turistning moddiy – ijtimoiy ahvoli ham muhim ahamiyat kasb etadi;

- Reklama ijtimoiy axborot sifatida odamlar orasida o'ziga xos aloqa vositasi shaklini oladi. Bu axborot o'zida yangilik eltib, turistlarni turistik joy bilan tanishtiradi. Bunda zamonaviy Internet kabilardan ham foydalanish maqsadga muvofik bo'ladi;

- Turistlarning biror turizm turi bilan shug'ullanishlari uchun kerak bo'ladigan jihozlarni ishlab chiqarish ham mukammal turistik mahsulot ishlab chiqarishda o'z ahamiyatini kasb etadi.

Turizmni yanada rivojlantirish uchun ovkatlanish joylarida kokteyl banketlar tashkil kerak.

### 3-chizma



- Banket kokteyl

#### Kokteyl-banketlar

❖ *Odatda, bunday banketlar kechga tomon o'tkaziladi va 2 soat atrofida davom etadi.*

- ❖ *Kokteyl-banketlarning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, ularning taomnomasida kokteyl va turli-tuman alkogolsiz ichimliklar o'rin olgan.*
- ❖ *Kokteyl- konyak, likor, vino va shu kabilar aralashmasidan shakar va ziravorlar qo'shib tayyorlangan shirin, xushbo'y ichimlik*

4-chizma



*Xizmatga tayyorlanish. Zalga banquet stollari qo'yilmaydi, ammo zalning qulayroq joylarida - devor yonlarida, ustunlar atrofida va boshqa joylarda stollar bo'ladi. Banket boshlanishiga qadar bu stollarga sigaretalar, gugurt, kuldon, salfetakalar solingan vazalar qo'yiladi.*

5-chizma



Bufet uchun ajratilgan stollarga qalin mato va dasturxon yoziladi. Klyonka yoki polietilen plyonkalar solingan stollarga suyuqliklar to‘kilsa, ular namni shimib olmaydi. Banketga tayyorlanishda bufet stollariga, albatta, ichimliklarni hisobga olgan holda, rumka, stakan, qadahlar guruhlab qo‘yib chiqiladi. Qolgan idish-anjomlar bufetda saqlanadi. Bufet stolida patnis, ichimliklar va muz uchun joy qoldiriladi. Banket boshlanishiga qadar hamma ichimliklar harorati talab me‘yoriga keltirilishi



lozim.

6-chizma

Birinchi mehmon kelganiga qadar rumka, stakan, qadahlarning to‘rtidan bir qismi ichimliklar bilantoldiriladi va patnislarga qo‘yilib, usti salfetka bilan yopiladi. Idishlarga ichimlik juda to‘latilmaydi, uchdan ikki qismigacha quyiladi. Ichimliklar quyilgan bo‘yi baland idishlar patnis o‘rtasiga, bo‘yi pastlari chetroqqa qo‘yiladi, oralari 1-2 sm dan kam bo‘lmaydi.

### Mehmonxonalarga xizmat qilish

- Xizmat boshlanishida zalda qancha odam borligiga qarab, ofitsiantlar zalga chiqishadi. Oldin xizmat xonasidan patnisdan ichimliklar ko‘targan ofitsiantlar, so‘ngra ular orqasidan gazaklar bilan ikkinchi guruh ofitsiantlar chiqadilar.

- Patnislar chap qo'lda tirsak barobarida bo'ladi. Ular har bir mehmon oldiga kelib ichimlik va gazaklar tavsiya etadilar.
- Mehmonlar ichimliklar ichgach, ikkinchi ofitsiant qo'lida patnis bilan gazaklar tavsiya qiladi.

7-chizma



Stol-barda rumka, qadahlar to'p-to'p qilib qo'yiladi. Bo'yi uzun idishlar stol chetida - ichimliklar quyuvchiga yaqinroq, bo'yi pastroqlari markazda turadi.

8-chizma



Barda turgan bufetchi ichimliklar quyadi. Ishni yaxshi tashkil qilish uchun uning o'ng yonida shisha, ko'zchalarda ichimliklar bo'ladi. Bo'sh shishalar ham shu erga keltiriladi.



9-chizma



10-chizma

Banket boshlanishiga 20 -30 daqiqa qolganda bar har jihatdan to'la tayyor bo'lishi shart. Mehmonlar kelishiga 10-20 daqiqa qolganda bar sohibi ichimliklar quyishni boshlaydi

## **2.2. Ta'lim tizimida innovatsiyalar**

“2010 yilda kasb-hunar kollejlari va akademik litseylarni qurish, rekonstruksiya qilish va jihozlash, shuningdek, maktablarning moddiy-texnik bazasini mustahkamlash bo'yicha dasturlarni amalga oshirish yakuniga yetkazildi.

Umuman olganda, 2005-2010 yillar davomida 7 ming 800 dan ortiq umumta'lim muassasasi, qariyb 1 ming 500 ta kasb-hunar kolleji va akademik litsey barpo etildi va rekonstruksiya qilindi. Faqat 2010 yilda maktablar, kasb-hunar kollejlari va litseylarda 2 ming 300 tadan ziyod kompyuter texnikasi va multimedia uskunasi o'rnatildi.

Unib-o'sib kelayotgan yosh avlodni jismoniy jihatdan tarbiyalash va bolalar sportini rivojlantirishga qaratilgan dasturni amalga oshirish bo'yicha ishlar izchil davom ettirildi. Buning natijasida faqat 2010 yilning o'zida 72 ta sport inshooti, 27 ta suzish havzasi foydalanishga topshirildi, umumiy qiymati 3 million AQSH dollariga teng bo'lgan sport inventarlari va uskunalari joylarga yetkazib berildi.

Bugungi kunda umumta'lim maktablari o'quvchilarining har uch nafaridan biri turli seksiya va to'garaklarda sport bilan muntazam shug'ullanmoqda.

O'tgan yilda farzandlarimizning ijodiy qobiliyati va ma'naviyatini yuksaltirishga qaratilgan musiqa va san'at maktablarining moddiy-texnik bazasini mustahkamlash bo'yicha qabul qilingan dasturni amalga oshirish boshlandi. Agar 2009 yilda oltita musiqa va san'at maktabi qurilgan va rekonstruksiya qilingan bo'lsa, hisobot yilida 46 ta ana shunday maktab foydalanishga topshirildi. Ularning qurilishiga 51 milliard so'mdan ortiq kapital mablag' yo'naltirildi.”<sup>1</sup>

### **Kutubxonalarda innovatsion faoliyat**

Mamlakatimizda sodir bulayotgan ijtimoiy-siyosiy uzgarishlar, Uzbekistonning xalkaro maydondagi nufuzi, isloxotlarning axamiyati va mustakillikning mohiyatini ochib berishda kutubxonalarning urni aloxida. Bu esa hozirgi axborot, fikrlar va goyalar kurashi davrida maktab oldiga xam muayyan vazifani kuyadi. Ya'ni maktab bitiruvchisi kerakli bilimlarni mustakil ravishda olish, ularni amaliyotda kullash,

mustakil, tankidiy fikrlash, axborot bilan savodli ishlash, ma'lum muammoni xal etish uchun zarur dalillarni tuplay olish, ularni taxlil kila bilish, asosli xulosalar chikarish, olingan xulosalarni amalda kullash, mulokotga tez kirisha olish kobilyatiga ega, uz axloki, akl-zakovati, madaniy saviyasi yukori bulishi lozim.

O'kuvchilar bilim saviyasiga kuyilayotgan talablarning ortib borayotganligi ularning turli xil axborotlarga bulgan extiyojini xam oshirmokda. Kutubxonada kitobxonni fakat kitoblargina emas, balki yangi axborot tashuvchilari, axborotni kidirish va zarur materiallar bilan ishlashga urganish mumkinligi xam kiziktirayapti. Ota-onalar, pedagoglar, maktab kutubxonachilari kitobxonning yagona ukuv-biluv jarayoni katnashchilariga aylanmokdalar.

Maktab kutubxonasining yangi bilimlar manbai sifatidagi urni – axborotni ommalashtirish va shaxsning uz-uzini karor toptirishiga kumaklashishida kurinadi.

Umumiy ta'lim tizimidagi uzgarishlar, kitobxonning axborot olishga bulgan extiyojlarini kondirish uchun zarur sharoitlarning yaratilishini takozo etadi. Bu ta'lim jarayoniga yakindan kushilishga intilayotgan maktab kutubxonalarining innovatsiyaga bulgan imkoniyatlarini faollashtirmokda.

Xush, innovatsiya uzi nima? Bu tushuncha kutubxona faoliyatidagi tub uzgarishlar – u xam bulsa, uz ishiga yangiliklar olib kirish bilan boglanadi. Yangiliklar olib kirish uzgartirishlarning chukurligi, ijro etish sifatiga karab turlicha buladi. Innovatsiyalar xamma vakt rivojlanish jarayoniga xamroxlik kiladi, faoliyat sifatiga salbiy ta'sir kursatadi, xodimlarning ijodiy kuch-gayratini ragbatlantiradi. Ishonch bilan aytish mumkinki, basharti kutubxona innovatsiya sari intilar ekan, demak, u yangi imkoniyatlarni izlashda buladi.

Innovatsiyalar kitobxonlarga xizmat kursatishni yaxshilash, kutubxonachilik texnologiyasini takomillashtirish, yangi texnikani, istikbolli ish metodlari va tashkiliy boshkaruvni takomillashtirish imkonini beradi. Innovatsiyalar uz imkoniyatlariga kura kuyidagilarga ajratiladi: radikal (tayanch) yangiliklar olib kirish, bunday innovatsiya prinsipial yangi maxsulot, texnologiyalar, boshkaruv metodlarini yaratishni kuzda tutadi; takomillashtiruvchi (modifikatsion) yangiliklar olib kirish,

bular dastlabki tanlangan prinsiplarni, faoliyat shakllarini tuldirdi va eng kup tarkalgan innovatsiya turi sanaladi. Kombinator yangiliklar olib kirish, bunda innovatsiyalarning turli xil birikuvlaridan foydalaniladi.

Innovitsiyalarni joriy etish orkali esa kuyidagilar ta'minlanadi:

-maktab kutubxonasining kitobxonlarga muljallangan funksional zonalaridan ratsional foydalanish;

-xizmat kursatish jarayonida olinadigan axborotlarni uzaro muvofiklashtirish;

-kutubxona axborot resurslari buyicha ma'lumotnoma-bibliografiya tizimini yaratish soxasida boshka tizim va idoralarga karashli kutubxonalar bilan uzaro xamkorlikni urnatish;

-kutubxonada tushayotgan surovlar va imkoniyatlaridan kelib chikib xizmatlar turini kengaytirish;

Innovatsion faoliyat boskichma-boskich amalga oshiriladi.

Birinchi boskichning maksadi – anik uzgarishlarni keltirib chikargan zaruriyatni anglab etish va belgilash; ularni kutubxonachilik amaliyotiga joriy etish xakida karor kabul kilish. Uzgarishlarning maksadlari va ob'ektlarini kuyidagicha aniklab olish muximdir, kutubxonachilik xizmatlari; texnologik jarayonlar; kasbiy komponentlikni rivojlantirish; kutubxonani boshkarish.

Innovatsion faoliyatni amalga oshirishning ikkinchi boskichida zarur ishlanmalar, kerakli yangiliklar, innovatsion takliflarni kidirib topish va foydalanish uchun innovatsion echimlarni tanlash muximdir.

Uchinchi boskichda yangilikni ishlab chikish imkonini beruvchi barcha jixatlarni aniklab chikish lozim. Uz innovatsion goyasini ishlab chikish uchun jamoa (loyixalash guruxi) tuziladi. Unga innovatsion loyixa buyicha bajariladigan xamma ishlar majmuasi yuklanadi. Loyixalash guruxiga kutubxonachilar, ukituvchilar, maktab ukuvchilari, ota-onalar, boshka tizim va idoralarga karashli kutubxonalar vakillari kirishlari mumkin. Ular tadjikot ishlarini utkazadilar, kutubxona xodimlarining malakasini oshirish dasturi tuziladi, loyixalar tayyorlanadi.



Turtinchi boskich – bu innovatsiyani aprobatyadan utkazish boskichi. Uning maksadi – tajriba-sinov tekshiruvi natijasida barcha muammolarni aniklash va kuyilgan vazifani oxirigacha bajarish uchun axborot bazasini tayyorlash.

Innovatsion faoliyatning beshinchi, yakuniy boskichida innovatsiyani joriy etish va uzlashtirish (egallash)ga aloxida e'tibor karatiladi.

Kutubxona kutubxonachilik xizmatlari, texnologik jarayonlar, kutubxonani boshkarish va xokazolar uzgartirish kiritiladigan ob'ektlar sanaladi. Kutubxonani takomillashtirishda kuyidagilar tavsiya etilishi mumkin: ta'lim maskanlarida ulkashunoslik muzeyini tashkil etish; bolalarni maktabga, oliy ukuv yurtlariga tayyorlash kurslarini amalga oshirish; yoshlar uchun ommabop tibbiyot buyicha ukuv zallari, axborot olish madaniyati buyicha mashgulotlar, kechalar, oilaviy bayramlar, intellektual – ijodiy uyinlar, ukuv – biluv tanlovlari utkazishni tashkil etish axamiyatlidir.

O'kuvchilarni bunday ishlarga jalb etish ukuvchilarning bilim olishga bulgan kizikishlarini oshirishi, shubxasiz.

Ta'lim tizimida bugungi kundagi tezkor o'zgarishlar yangi pedagogik ishlanmalar bilan bevosita bog'lik. Bu ishlanmalar o'z mohiyati, mazmuni va o'ziga xos metodikasi asosan bilish jarayonining kechishini ta'minlashga qaratilgani bilan xarakterlanadi. Ushbu jarayon o'z maqsadi va vazifasiga ko'ra kelajak avlod faoliyatining mustaqil, ijodiy, tezkor, sifat va samaradorlik darajasida amalga oshirilishini ta'minlashga yo'naltirilgan bo'lishi kerak. SHu nuqtai nazardan olib qaralganda, yangi, zamon talabiga javob bera oladigan «pedagogik yangiliklarni ishlab chiqish, ularni bilish jarayoniga olib kirish, qo'llash kabi bir qator masalalarni har bir region, ta'lim muassasasi, fan mavzusi echimida ijodiy hal etish bugungi kundagi dolzarb masala hisoblanadi. Bu o'rinda olib kirilayotgan pedagogik yangiliklar qanchalik ta'sirchan va puxta ishlangan bo'lmasin, ularni innovatsion jarayonlarning boshqaruvisiz va to'g'ri tashkil etmasdan o'zlashtirib bo'lmasligini hisobga olish zarur. SHuning uchun yangiliklarni olib kiruvchi tashabbuskorlar yangilik yaratish va uni amalga oshirish yo'lida ma'lum to'siqlarga uchraydi. YAngi

shakl, metodika va pedagogik texnologiyalarni qo'llash o'sha yangiliklarni tatbiq etish, o'zlashtirish va boshqarish to'g'risida puxta o'ylashni taqozo etadi. Ta'limda innovatsion faoliyatni ilmiy jihatdan qo'llab-quvvatlash pedagogik innovatika sohasiga alokador. Pedagogik innovatika bizning respublikamizda hali juda yosh fan bo'lib, u haqda 20 yil atrofida gapira boshlandi. Bugungi kunda pedagogik innovatikaning nazariyasi va metodologiyasi to'g'risida ishlanmalar etarlicha yaratilgani yo'k. SHu nuqtai nazardan yangiliklar yaratish, tatbiq etish, o'zlashtirish va ushbu jarayonni boshqarishning ijodiy g'oyalari, prinsiplari, texnologiyalari, ayrim hollarda ularni na'munaviy loyiha darajasiga olib chiqish masalasini hal etishga bugungi kunda soha mutaxassislari oldidagi asosiy muammo sifatida qaralmoqda. YAngilik va yangilikni olib kirishni bir-biridan ajrata bilish kerak. Agar pedagogik yangilikni ayrim g'oya, metod, vosita, texnologiya yoki tizim deb tushunsak, yangilik olib kirishni yangilikni tatbiq etish va o'zlashtirish jarayoni deb tushuniladi. «YAngilik» tushunchasi «innovatsiya» tushunchasining sinonimi hisoblanadi. YAngilikni olib kirishni konstruksiyalash yordamida ta'lim muassasalari darajasida, region va mamlakat miqyosida ta'lim tizimining rivojlanishini boshqarish mumkin. Pedagogik yangiliklar kiritishni tiplarga ajratishni asoslash, yangilik kiritishni rivojlanishidagi o'ziga xoslik va qonuniyatlarni o'rganish yangiliklarni kiritishga yordam beruvchi yoki to'sqinlik qiluvchi omillarni aniqlash va tahlil qilish imkoniyatlarini ko'rsatib beradi. Innovatikadagi tayanch tushuncha innovatsion jarayondir. Innovatsion jarayonlar ta'limda uchta asosiy: ijtimoiy-iqtisodiy, pedagogik-psixologik, tashkiliy boshqaruv jihatdan qarab chiqiladi. Ushbu jihatlardan innovatsion jarayonlar kechadigan umumiy muhit va shart-sharoitlar ma'lum ahamiyat kasb etadi. CHunki mavjud shart-sharoitlar innovatsion jarayonlarga yordam berishi yoki to'siq bo'lishi mumkin. Innovatsion jarayon stixiyali yoki ongli boshqaruv xarakterida namoyon bo'ladi. YAngilikni kiritish – eng avval, o'zgarishlarni, sun'iy yoki tabiiy jarayonlardagi o'zgarishlarni boshqarish vazifasidir. Bu o'rinda innovatsion jarayonlarni uchta jihati: yangilikni yaratish, o'zlashtirish va qo'llashni e'tiborga olini zarur. Aynan mana shu uch tarkibli innovatsion jarayon

pedagogik innovatikada o'rganish sohasi bo'lib, didaktikada esa tadqiqot ob'ekti hisoblanadi va u o'qitish jarayoni hamdir.

Boshqa tizimli tushuncha – innovatsion faoliyat ta'limning u yoki bu darajasida innovatsion jarayonni ta'minlovchi kompleks qo'llaniladigan chora-tadbirlar jumlasiga kiradi. Bu o'rinda o'qitish jarayoni ham ana shu tadbirlarning uzvi sifatida ishtirok etadi. Innovatsion faoliyatning asosiy funksiyalariga pedagogik jarayon komponentlarining o'zgarishlari, jumladan: mohiyat, maqsad, ta'lim mazmuni, shakl, metod, texnologiya, o'qitish vositalari, boshqarish tizimi va boshqalar kiradi. Innovatika pedagogikaga madaniyatshunoslik, lingvistika, iqtisodiyot sohalaridan kirib keldi. SHuningdek, an'anaviy va ba'zan tanqid qilinuvchi o'zaro bog'liqlikni xarakterlovchi tatbiqiy innovatikadan ham kirib kelgan (fan ishlab chiqadi va amaliyotda qo'llaniladi). So'nggi yillarda e'tiborga olinayotgan sub'ektning o'z ta'limini loyihalashdagi rolini oshirishni belgilovchi shaxsiy yo'nalishli pedagogik paradigmaning rivojlanishiga yuqoridagi fikr zid keladi. Pedagogikadagi innovatsiya jarayoniga iktisoddagi, ishlab chiqarish va ishbilarmonlikdagi sohalarni mexanik tarzda olib o'tish mumkin emas. Pedagogika faniga shaxs to'g'risida bahs yurituvchi fan sifatida qaralganda, uning ob'ekti – o'rganuvchi shaxsga to'g'ridan-to'g'ri tashqi ta'sirni yuzaga keltirmasdan, balki ta'limni yangilash nuqtai nazaridan olib, o'quvchining bevosita ishtirokida amalga oshirishni taqozo etadi. Ayni shu holat pedagogik innovatikaning ob'ekti va bahs mavzusini aniqlashda muhimdir. Xuddi shu masala pedagogik innovatikaning nazariy-metodologik asosini yaratishning bosh asosi bo'lib xizmat qiladi. YUqoridagilarga tayangan holda, pedagogik innovatsiya tushunchasi ostida pedagogik innovatsiya fani tabiati, uning yaralishi va rivojlanishi qonuniyatlarini ta'lim sub'ektiga munosabatda o'tmish va kelajak an'analari bilan o'zaro bog'liqlikda tushunamiz. Pedagogik innovatikaning ob'ekti va predmetini quyidagicha izohlash mumkin: Pedagogik innovatika ob'ekti – ta'limda innovatsiyaning paydo bo'lishi, rivojlanishi va o'zlashtirish jarayoni sifatida tushuniladi. Bu o'rinda innovatsiya so'zi ostida ta'limga yangi elementlarni olib kiruvchi va natijada uni bir holatdan boshkasiga o'tishga olib keluvchi maqsadga

muvofiq o'zgarishlar tushuniladi. Pedagogik innovatika predmeti - ta'limda sub'ekt - shaxsning yuzaga kelishiga yo'naltirilgan innovatsion ta'lim faoliyatidagi tizimli munosabatlar tushuniladi (bular o'quvchi, pedagog, administrator - har biri sub'ektning shaxs sifatida ishtirokini ta'minlashga qaratilgan. Bugungi kunda innovatsion o'zgarishlar quyidagi yo'nalishlarda: yangi ta'lim mazmunini shakllantirish; yangi o'qitish texnologiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish; yangi dasturlarni o'zlashtirishning metod, usul, vositalarini qo'llash; o'qitish jarayonida shaxsning o'z-o'zini aniqlashi uchun shart-sharoitlar yaratish; o'qituvchi va o'quvchi faoliyati tashqi ko'rinishini o'zgartirish, ularning o'zaro munosabatlarida o'zgarishlar yasash, ijodiy innovatsion jamoani shakllantirish, maktab, o'rta maxsus va oliy ta'limni yaratish va rivojlantirishni amalga oshirishni taqozo etadi. Ta'limda innovatsion jarayonlarni tadqiq etish bir qator nazariy-metodologik muammolarni keltirib chiqarmoqda: jumladan, an'anaviylik va innovatsiyadagi o'zaro munosabatlar, mazmun va innovatsion sikl bosqichlari, ta'limda turli sub'ektlarning innovatsiyaga munosabati, innovatsiyalarni boshqarish, kadrlar tayyorlash, ta'limdagi yangiliklarni baholash mezonlarini asoslash va boshqalar. Bu muammoalarni hal etish esa boshqa, yuqori darajadagi metodologiyani yaratishni taqozo etadi. Chunki, har bir sohaning rivojlanishi ma'lum bir asos, fundament (metodologiya)ga ko'ra amalga oshirilishini hisobga olsak, pedagogik innovatika fan sifatida o'zining asosiga (metodologiyasiga) ega bo'lishi ham zaruriy shartdir. Shu jihatdan qaralganda, pedagogik innovatikaning metodologik asosini yuzaga keltirish o'ta dolzarblik kasb etadi. Bugungi kunda pedagogik innovatika metodologik tadqiqotning alohida yo'nalishi hisoblanadi. Ta'limiy innovatsiyani ilmiy jihatdan asoslash mavjud metodologik bazaga tayanishni talab etadi. Buning uchun umumiy pedagogikaga taalluqli metodologiyaga aloqador bo'lgan ilmiy apparatdan foydalanish maqsadga muvofiq. Pedagogikada metodologiya nimani bildiradi? Bu borada filosoflar, metodologiya bilan shug'ullanuvchilar, pedagoglar o'rtasida turlicha qarashlar mavjud. Ta'limda innovatsiyaning faoliyatli mohiyati va ularni o'qish shaklida ifodalash zarurati pedagogik innovatika metodologiyasini anglashda ma'lum

talablarni, ya'ni o'zaro uzviy ikki jihatni - o'qish va faoliyatning o'zaro birligini taqozo etadi. Bu ikki o'zaro bog'liqlikdagi tomonlarni e'tiborga olib pedagogik metodologiyani aniqlashga harakat qilamiz. M.N.Skatkin fikricha, pedagogika metodologiyasi «Pedagogik xaqiqatni ifodalovchi pedagogik nazariyaning asosi va tuzilishi to'g'risida bilimlarni o'zgartirishga yondashish prinsipi va usullari to'g'risidagi bilimlar tizimi»[5]. V.V.Kraevskiy tomonidan keyinchalik rivojlantirilgan fikrga ko'ra: «Maxsus ilmiy pedagogik tadqiqotlarning sifatini baholovchi bilimlar va dasturlarni asoslovchi faoliyat tizimidir» [6]. YUqoridagilarni umumlashtirgan holda shunday deyish mumkin: pedagogik innovatika metodologiyasi pedagogik yangiliklarni yaratish, o'zlashtirish va qo'llashga aloqador bo'lgan asos va tuzilish to'g'risidagi bilimlar va faoliyatlar tizimidir. Demak, pedagogik innovatika metodologiyasi sohasiga bilimlar va shunga muvofiq faoliyatlar tizimi kirib, u nazariy ta'limot uchun xarakterli bo'lgan o'ziga xos prinsiplar, qonuniyatlar, asosiy tushunchalar va ular o'rtasidagi bog'liqliklar, vositalar, qo'llash sohalari va chegaralarini o'rganadi, izohlaydi va asoslaydi. Pedagogik innovatika va uning metodologiyasi ta'limni modernizatsiyalashda tahlil etish, asoslash va loyihalashda zaruriy vosita bo'lib xizmat kilishi mumkin. Bunday global innovatsion jarayonlarni ilmiy asoslash esa ma'lum ishlanmalarga muhtojdir. Juda ko'plab yangiliklar: jumladan, umumiy o'rta ta'limda ta'lim standartlari, barcha ta'lim tizimini modernizatsiyalash, kasbiy yo'nalishli ta'lim, yagona davlat imtihonlari va boshqalar innovatsion pedagogik yondashuvda qarab chikilmagan va unda ma'lum yangiliklarni o'zlashtirish va qo'llash jarayonidagi yaxlitlilik va tizimlilik ko'zga tashlanmaydi. SHuningdek, innovatsion jarayonlarning ta'lim muassasalarida boshqaruvini hisobga olish, uzluksiz innovatsion harakatlarni, pedagogik shart-sharoitlarni ishlab chiqish borasida ham nazariy asoslarni yaratish zarurati e'tiborga olinmog'i zarur. Innovatsion jarayonlar maxsus kadrlarni: pedagoglarni, boshqaruv sohasi kadrlarini, ta'lim menedjerlarini, yangi ish sohasiga loyiq kadrlarning yangi avlodini yaratish kerakligini ko'rsatmokda. YUqoridagi fikrlardan kelib chiqib, pedagogik innovatsiyalarni tiplarga ajratish muammosini

ko‘rib o‘tish kerak. Aytilganlarni e‘tiborga olgan holda 10 ta blokdan iborat bo‘lgan pedagogik yangilik tizimini taklif etish mumkin. Har bir blok alohida asos va *differensial yondashuvga* ko‘ra shakllanadi. Asoslar pedagogik yangiliklarning quyidagi parametrlari bo‘yicha ishlab chiqiladi: fan tuzilishiga, ta‘lim sub‘ektiga, amalga oshirish shartlari va yangiliklar xarakteriga munosabat nuqtai nazaridan qarab chiqiladi. Ishlab chiqilgan tizim (sistematika) bo‘yicha pedagogik yangiliklar quyidagi tiplar va mayda tiplarga bo‘linadi:

1. Ta‘lim tizimining tuzilmaviy aloqadorligi bo‘yicha yangiliklar maqsadlarda, vazifalarda, ta‘lim va tarbiyaning mazmunida, shakllarida, usullarida, o‘qitish texnologiyalarida, o‘qitish va ta‘lim vositalarida, diagnostika tizimida, nazoratda, natijalarni boshqarish va boshqalarda;

2. Ta‘lim sub‘ektining shaxsiy yondashuviga ko‘ra o‘quvchi va pedagog qobiliyatlarining rivojlanishi sohasida, ularning bilim, ko‘nikma va malakalari, faoliyat usullari, layoqatlilik sohasidagi rivojlanishida;

3. Pedagogik qo‘llanish sohasi bo‘yicha: o‘quv jarayonida, o‘quv kursida, ta‘lim sohasida, ta‘lim tizimi va darajasida, o‘qitish tizimi darajasida, ta‘limni boshqarishda;

4. Pedagogik jarayon ishtirokchilarining o‘zaro faoliyatidagi tiplar bo‘yicha: jamoaviy o‘qishda, guruhli o‘qishda, alohida o‘qishda, repetitorlikda, oilaviy o‘qishda va boshqalarda;

5. Funksional imkoniyatlari bo‘yicha: sharoitlarga yangiliklar (ta‘lim muhitini, ijtimoiy-madaniy sharoitlarni va boshqalarni yangilash), pedagogik vositalar, loyihalar, texnologiyalar va boshqalarga yangiliklar kiritish, boshqaruvdagi yangiliklar (ta‘lim tizimi tuzilishida, boshqaruv faoliyatiga ularning faoliyatini yaxshilashni ta‘minlovchi yangi taklif va qarorlar)da;

6. Amalga oshirish (yo‘lga qo‘yish) usullari bo‘yicha: rejali, tizimli, davriy, stixiyali, tasodifiy;

7. Tarqalish ko'lamini bo'yicha: bitta pedagog faoliyatida, pedagoglarning metodik birlashmalari, maktab, maktablar guruhi, region, viloyatlar bo'yicha, xalqaro darajada;

8. Ijtimoiy pedagogik ahamiyati bo'yicha: ma'lum tipdagi ta'lim muassasalarida, pedagoglarning aniq kasbiy-tipologik guruhlari uchun;

9. Novatorlik tadbirlarining hajmi bo'yicha: tor doirada, ommaviy, global ko'rinishda;

10. O'zgarishlar sodir bo'lishi mumkin daraja bo'yicha: korrektirovkali, modifikatsiyalash, modernizatsiyalash, radikal, inqilobiy ko'rinishlarga ega bo'lishi mumkin.

Taklif qilingan sistematika turlicha tavsiflarga, turlicha bloklarga ega bo'lishi mumkin. Masalan, o'quvchilardagi ta'limiy refleksiya bo'yicha innovatsiya o'qitishni diagnostika qilish tizimiga munosabat nuktai nazaridan ham, o'quvchilar faoliyat usullarini rivojlantirish, o'quv jarayonida qo'llash ko'lamini yoki usuliga ko'ra ham, sharoitga yangilik kiritish va shu kabi boshqa jihatlardan ham tavsiflanishi mumkin.

### **2.3. Innovatsiyalarning savdo sohasida qo'llanilishi**

Savdo-bu tovarlarning oldi-sotdisi va xaridorlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan tadbirkorlik faoliyatidir. Savdo faoliyati yuritish shakllariga ko'ra ulgurji va chakanalarga bo'linadi.

Ulgurji savdo - bu tovarlarni keyinchalik sotish yoki ulardan professional foydalanish maqsadida tashkil etilgan tovarlar savdosi.

Ulgurji savdo xizmati-ulgurji sotuvchining buyurtmalar bo'yicha shakllantirilgan, iste'molchilarning tovar partiyalariga ehtiyojlarini qondirish maqsadidagi faoliyati, ulgurji va chakana sotuvchilarning o'zaro harakatlari natijasidir.

Ulgurji savdo xizmatlari ulgurji savdo korxonalaridan tomonidan taqdim etiladi.

Ulgurji savdo korxonasi - bu keyinchalik qayta sotish maqsadida tovarlarning oldi-sotdisini amalga oshiruvchi, shuningdek tovarlarning ulgurji aylanishini tashkil etish bo`yicha xizmat ko`rsatuvchi savdo korxonasidir.

Ulgurji savdoning asosiy xizmati-ulgurji haridorlarga tovarlarni sotishdir.

Ulgurji savdoning qo`shimcha xizmatlari jumlasiga: tovarlarga buyurtmalar va talabnomalarni qabul qilish, tovarlarni sotishdan oldin tayyorlash (tovarlarni sifat bo`yicha sortlarga ajratish, tovar partiyalarini komplektlash, qadoqlash, yuvish, tozalash, dezinfektsiyalash, o`rash, markirovkalash), tovarlarni berish, axborot xizmatlari, iste`molchiga tovarni etkazish, qaytarilgan tovarlarni qabul qilish va saqlash, chiqitlarni qaytarish va utilizatsiya qilish, chiqitlarni qayta ishlashlar kiradi.

Chakana savdo-bu tadbirkorlik faoliyati bilan bog`liq bo`lmagan shaxsiy, oila va uyda foydalanish uchun tovarlar savdosi va xaridorlarga xizmatlar ko`rsatishdir.

Chakana savdo xizmati-bu chakana sotuvchining iste`molchi bilan o`zaro harakatlarining natijasi, shuningdek chakana sotuvchining, iste`molchining yakka nusxadagi tovarlar yoki kompleks o`ralgan birliklar ehtiyojlarini qondirish bo`yicha faoliyatidir.

Chakana savdo xizmatlarini chakana savdo korxonalari ko`rsatishadilar.

Chakana savdo korxonasi-bu tovarlar oldi-sotdisini amalga oshiruvchi shaxsiy, oilaviy uyda foydalanish maqsadida ishlarni bajaruvchi va xizmat ko`rsatuvchi savdo korxonasi.

Chakana savdoning asosiy xizmati bo`lib, iste`molchilarga tovarlarni sotish hisoblanadi. Chakana savdo shaxobchalari aholiga zarur bo`lgan tovarlar savdo assortimentlarini shakllantirishadilar va tovarlarni tanlash va harid qilish uchun sharoitlar yaratishadilar. Savdo shahobchalariga tashrif buyuruvchilarga qulaylikni tashkil etish maqsadida axborot-maslahat xizmatlari, xarid qilish chog`ida yoki undan foydalanishda yordam ko`rsatish bo`yicha xizmatlar kabi qo`shimcha xizmatlar ham ko`rsatiladi.

Chakana savdo shaxobchasining ishi tijorat faoliyatiga va assortimentni shakllantirish, tovarlarni qabul qilish, ularning saqlanishini ta`minlash, tovarlarni



sotishdan oldin tayyorlash va peshtaxtalarga qo`yish, haridorlarga tovarlarni taklif etish, xaridor bilan hisob-kitob qilish, tovarlarni berish kabilarni o`z ichiga olgan savdo-texnologik jarayonga asoslanadi.

Tovarlarni sotish savdo shaxobchalarida yoki undan tashqarida amalga oshiriladi. Tovarlarni savdo shaxobchalarida sotish quyidagilarni oladi:

tovarlarni univermagda sotish;

tovarlarni universamda (supermarketda) sotish;

tovarlarni gipermarketda sotish;

tovarlarni savdo shaxobchasi-omborda sotish;

tovarlarni kundalik ehtiyoj mollari shaxobchasida sotish;

tovarlarni ixtisoslashtirilgan (yoki ixtisoslashtirilmagan) oziq- ovqat shaxobchasida sotish;

tovarlarni ixtisoslashtirilgan (yoki ixtisoslashtirilmagan) nooziq-ovqat shaxobchasida sotish;

ommaviy ovqatlanish korxonalari mahsulotlarini turli tipdagi savdo shaxobchalarida sotish.

Mayda chakana statsionar shaxobchalarda (kiosklar, pavilionlar) tovarlarni sotish, o`z ichiga alohida ommaviy ovqatlanish va nooziq ovqat tovarlari turlarining cheklangan assortimentdagi sotishni oladi. Kiosk va pavilionlar orqali nooziq ovqat tovarlari bo`lgan davriy nashriyotlar, devonxona tovarlari, suvinirlar, tamaki mahsulotlari, shuningdek ommaviy ovqatlanish mahsulotlari hisoblangan muzqaymoq, sharbatlar, gazlangan suvlar sotiladi.

Mayda chakana harakatdagi shahobchalarda (palatkalar, avto savdo shahobchalari, avtolavkalar, avtodo`konlar, tsisternalar va boshqalar) tovarlarni sotish, savdo shahobchalari soni cheklangan uzoq aholi puktlarida joylashgan haridorlarga, savdo xizmatlarini taqdim etishning samarali shakllaridan hisoblanadi. Undan tashqari harakatdagi chakana savdo shahobchalaridan, yarmarkalar va bozorlardan ham foydalaniladi.

Savdo agentlari orqali tovarlarni sotish iste'molchilar uchun qulay hisoblanadi. Odatda, savdo agentlari tomonidan tovarlarni sotishda katta e'tibor axborot- maslahat ishiga, tovar xususiyatlarini iste'molchilarga namoyish qilishga qaratiladi.

Tovarlarni pochta (jo`natma) savdosi orqali sotish, iste'molchilarga savdo shahobchasiga tashrif buyurmasdan tovarlarni xarid qilish, ushbu shahar yoki tumanda sotilmaydigan tovarlarga buyurtma berishlariga imkon yaratadi. Posilka savdosi orqali asosan nooziq- ovqat mahsulotlari sotiladi. Tovarlarni sotish bo'yicha e'lonlar reklama-axborot va davriy nashriyotlarda chop qilinadi. Savdo shahobchalardan uzoqda joylashgan iste'molchilar, tovarlarni xarid qilish bo'yicha talabnomalarni to'ldirishadilar, va ularni pochta orqali ta'minotchiga yuborishadilar. Savdo shahobchasi pochta orqali iste'molchilarga yuboradi.

Tovarlarni savdo avtomatlari orqali sotish, iste'molchilarga qo'shimcha qulayliklarni yaratadi. Chunki ushbu avtomatlarni shaharning turli joylarida joylashtirish mumkin (avto bekatlarda, vokzallarda, stantsiyalarda, binolar yonida). Avtomatlarda cheklangan assortimentdagi tovarlar sotiladi.

Ular jumlasiga sigaretlar, gazlashtirilgan suv, qandolatchilik mahsulotlari, davriy nashriyotlar va hokazolar.

Telesavdo shahobchalari va Internet tizimidagi elektron savdo shahobchalari, iste'molchilarning savdo shahobchalariga borish va tovar xarid qilish uchun sarflanadigan vaqtlarini tejashadilar. Elektron savdo shahobchalari va telesavdo shahobchalari iste'molchilar uchun juda qulaydir. Iste'molchilar tomonidan tovarlarni o'rganish televizorda maxsus reklama-axborot teleko'rsatuvi yoki Internet tizimidagi elektron savdo shahobchasi sayti yordamida amalga oshiriladi. Tovarlar buyurtmasi telefon yoki Internet tarmog'i savdo shahobchasining sayti yordamida amalga oshiriladi. Tovarlarni yetkazish va xarid qilish, iste'molchi uchun qulay bo'lgan xoxlagan joyda va u bilan kelishilgan vaqtda amalga oshiriladi.

Xarid qilishda va undan foydalanishda yordam ko'rsatish bo'yicha xizmatlar ko'rsatishga quyidagilar kiradi:

tovarlarga buyurtmalarni qabul qilish va bajarish (telefon bo`yicha bevosita savdo tashkilotlarida yoki undan tashqarida buyurtmalarni qabul qilish va rasmiylashtirish, buyurtmalarni komplektlashtirish, ularni qadoqlash, tovarlarni bevosita savdo korxonalarini orqali berish yoki uyga etkazib berish);

tovarlarni etkazishni tashkil qilish;

savdo shahobchasida xarid qilingan tovarlarni o`rash;

mavjud tovarlardan sovg`a komplektlarini tuzish va o`rash.

Komission savdo shahobchalari buyumlarni komissiyaga qabul qilish va baholashni komitentning uyida amalga oshiradilar.

Zargarlik va antikvar savdo shahobchalari ushbu turdagi buyumlarning baholanishini uylarda amalga oshiradilar.

Oziq- ovqat mahsulotlari savdosi bilan shug`ullanuvchi savdo shahobchalari, iste`molchilardan shisha idishlari va boshqa turdagi qaytariladigan taralarni qabul qilishadilar.

Texnik qiyin tovarlar va mebel iste`molchilari uchun muhim ahamiyatni, sotishdan keyingi iste`molchilarga xizmat ko`rsatish egallaydi. Ushbu xizmat ko`rsatish o`z ichiga mahsulotlarni terish va o`rnatishni oladi. Qurilish mahsulotlari bilan savdo quluvchi savdo shahobchalari iste`molchilarga, savdo shahobchasidan xarid qilingan tovarlardan foydalanilgan holda qurilish-ta`mirlash va montaj ishlarini bajarish bo`yicha xizmatlarni taklif etishlari va buyurtmalarni qabul qilishlari mumkin.

Ixtisoslashtirilgan savdo shahobchalari, supermarketlar, gipermarketlar, iste`molchilarga audio va video tovarlarni sotishda, audio kassetalarni va kompakt disklarni eshitish, vidiokasetalarni ko`rish, shuningdek fotoapparatlarni zaryadka qilish uchun maxsus kabinalar va eshitish avtomatlarini taklif etishadilar.

Axborot-maslahat xizmatlariga: tovarlar va ularni ishlab chiqaruvchilar va savdo shahobchasi tomonidan ko`rsatiladigan xizmatlar to`g`risida ma`lumot taqdim etish kiradi. Ushbu turdagi xizmatlar audio va video vositalar yordamida va tovarlar bo`yicha mutaxassislar yordamida taqdim etiladi. Bunday xizmatlar elektr maishiy

tovarlar, audio va video texnika, sport tovarlari, avtomobillar va qurilish mollari sotish bilan shug'ullanuvchi savdo shahobchalarda keng tarqala boshlandi.

Savdo shahobchalari xodimlari tarkibiga maslahatchilar, sotuvchi-maslahatchilar kiradi. Ular iste'molchilarning iltimosiga ko'ra ekspluatatsiya imkoniyatlari, tovarlarni xarid qilish sharoitlari bo'yicha maslahat berishadilar, tovardan foydalanish bo'yicha tavsiyalar beradilar.

Yangi tovarlarni sotishda, savdo shahobchalarida reklama taqdimotlari (tovarlarni ko'rsatish, oziq-ovqat mahsulotlarini degustatsiya qilish) o'tkaziladi. Ushbu faoliliyat turi ham axborot - maslahat xizmatlariga kiradi. Xizmatlar chakana savdo shahobchalari bazasida, ishlab chiqaruvchi-korxonalar va distribyuterlar tomonidan taqdim etiladi.

Iste'molchiga qulaylik yaratish bo'yicha xizmatlarga, dam olish joylarini taqdim etish va yaratish, ona va bola xonasi, xizmatlarni taqdim etish, harid qilingan tovarlarni kafolatlangan saqlash, haridorlar buyumlarini qabul qilish va saqlash, haridorlarga ovqatlanishni taqdim etish, savdo shahobchasi yonida haridorlarning shaxsiy avtomobillarini qo'yish bo'yicha xizmatlar kiradi. Ushbu xizmatlar katta savdo maydonlariga ega bo'lgan shahobchalar hisoblanadigan-supermarket va gipermarketlarda taqdim etiladi, chunki ularda tovarlarni ko'rish va harid qilish uchun xaridorning ko'p vaqti sarflanadi.

Jaxon tajribasida xizmat sohasi tarmoqlarini tasniflashtirishni ishlab chiqarish-texnik va funktsional yondoshishlarning bir biriga qo'shish asosida o'tkazish qabul qilingan.

Ishlab chiqarish yondoshishi xizmatlar sohasidagi tarmoq yo'nalishlarining ishlab chiqarish-texnik va texnologik umumiyligi tamoyillaridan kelib chiqadi. Funktsional yondoshish turli xil ko'rinishli yo'nalishlarni amalga oshiradi. Ushbu yo'nalishlar jumlasiga ishlab chiqarishga, jamiyatga, uy xo'jaligiga xizmat ko'rsatish, shaxsga xizmat ko'rsatishgacha taqsimlash, saqlash, resurslar va tovarlar bilan ta'minlash funktsiyalari kiradi. Ushbu tamoyilga ko'ra xizmatlar quyidagi guruhlarga bo'linadi:

savdo xizmatlari;  
oziq- ovqat bilan ta'minlash va yashash bo'yicha xizmatlar (mehmonxonalar, ommaviy ovqatlanish korxonalar va hokazolar);  
transport xizmatlari;  
aloqa xizmatlari va axborot xizmat ko'rsatilishi;  
ta'minot, tayyorlov va moddiy-texnik resurslarni saqlash bo'yicha xizmatlar;  
bozorning harakat qilishini (kredit, moliya va sug'urta, ko'chmas mulk bo'yicha oldi-sotdilar va boshqalar) ta'minlash bo'yicha xizmatlar;  
ta'lim, madaniyat va san'at xizmatlari;  
fan va fan xizmatlari;  
sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va sportni qo'shgan holdagi xizmatlar;  
uy xo'jaligiga xizmat ko'rsatish bo'yicha xizmatlar (uy xo'jaligini saqlash va ta'mirlash, ishlab chiqarish-maishiy va kommunal xizmatlar);  
shaxsiy tavsifdagi xizmatlar (noishlab chiqarish, maishiy xizmatlar, sartaoshxonalar, fotoatele, oyoq kiyimini ta'mirlash va hokazolar);  
davlat boshqaruvi xizmatlari.

Xalqaro savdoda xizmatlar muhim o'rin egallaydi. Xizmat deganda moddiy mahsulotda o'z ifodasini topmaydigan, balki iste'molchi ega bo'ladigan muayyan foydali samarada namoyon bo'ladigan pulli faoliyat tushuniladi. Xizmat, shuningdek harakat natijasida va boshqa institutsional birlik bilan o'zaro kelishuv asosida yuz bergan institutsional birlik holatining o'zgarishida namoyon bo'ladi.

Ma'lumot o'rnida keltirsak, jahon savdo tashkilotining tasnifiga ko'ra, 600 dan ortiq turdagi xizmatlar mavjud. Xalqaro valuta fondining to'lov balansini tuzish bo'yicha yo'riqnomasiga muvofiq, to'lov balansida inobatga olinadigan savdo xizmatlari tarkibiga 11 turdagi xizmatlar (transport, qatnov (sayohat), aloqa, qurilish, sug'urta, moliya, axborot, litsenziyalar, biznes xizmatlar, madaniyat, hukumat tashkilotlariga tovarlar yetkazib berish) kiradi. Iste'molchiga yetkazib berish usullariga ko'ra, xizmatlarning investitsion (bank, mehmonxona va boshqalar), savdo (transport, sug'urta va boshqalar), savdo-investitsiya (aloqa, qurilish, axborot va boshqa) turlari

ajratiladi. Xizmatlar omilli (kapital, mehnat, texnologiyalarning mobilligi bilan bog'liq to'lovlar) va omilsiz (xizmatlarning qolgan turlari) bo'lishi mumkin.

Xizmatlar bilan savdo qilish xususiyatini sotuvchi va xaridorning bitim tuzish vaqtidagi aloqasining mavjudligi tashkil qiladi. Xizmatlar savdosida bitimlar tuzishning quyidagi shartlari mavjud:

- 1) xaridorning mobilligi (turizm, tibbiy yordam va boshqalar);
- 2) sotuvchining mobilligi (qurilish, audit va boshqalar);
- 3) bir vaqtning o'zida sotuvchi va xaridorning mobilligi yoki xizmatning o'zining mobilligi (xalqaro telefon so'zlashuvi, uchinchi mamlakatdagi xalqaro konferensiya kabilar).

Jahon xizmatlar tarkibida xususiy sektor, transport xizmatlari yetakchi o'rin tutadi. Xizmatlar qiymati hajmining 75 foizi rivojlangan mamlakatlar tomonidan eksport qilinadi. Jahon iqtisodiyoti nuqtai nazaridan xizmatlarning eng muhim turi transport xizmatlaridir (tovar va yo'lovchilarni xalqaro miqyosda tashish).

Moliyaviy lizing ijaraga beruvchining xarajatlari qoplanishi va unga foyda ta'minlanishini nazarda tutadi. Ijarachi ijara muddati tugaganidan so'ng, ijara predmetini qaytarishi, uni qoldiq qiymati bo'yicha sotib olishi yoki yana ijaraga olishi mumkin.

Ishlab chiqarish (operativ) lizingi ijaraga olinayotgan texnikaning amortizatsiya davridan kamroq muddatga foydalaniladi, shu bois ijara stavkalari yuqoriroq bo'ladi. Lizing kompaniyasi uskunani xorijiy firmadan sotib olishi va o'z mamlakatiga ijaraga berishi (import lizing) yoki aksincha bo'lishi (eksport lizing) mumkin.

Xizmatlar bilan savdo qilishda konsalting xizmatlari (audit, boshqaruv maslahatlari va boshqalar), vositachilik keng tarqalgan. Jahondagi turli mamlakatlar mahsulot ishlab chiqaruvchilari o'rtasidagi aloqaning asosiy shakllaridan biri tashqi savdo faoliyatidir.

Hozirgi kunda iqtisodiy adabiyotda va klassifikatorlarda turli yangi me'zonlar va ularga taaluqli ravishda xizmatlarning turli xil tasniflanishi taklif etilmoqda.

Jumladan quyidagi xizmatlar tasniflari: moddiy darajasi bo'yicha insonlarning shaxsiy aloqalari darajasi, xizmatlar mehnat sig'imi, xizmat sohasida ijtimoiy va shaxsiy bog'lanishlar nisbati bo'yicha. Har bir tasniflashtirish tarmoqni ma'lum maqsadda o'rganishga mo'ljallangan.

Xizmatlardagi farq ularning tasnifi, maqsadli belgilanishi, taqdim etish shakllari va haq to'lash usulidan kelib chiqadi.

Tasnifi bo'yicha ko'rsatilayotgan xizmatlar aniq ifodalangan tarmoq yo'nalishiga egadir:

- maishiy mashinalar va asbob-uskunalarni ta'mirlash, yangi mahsulotni ishlab chiqarish;
- qishloq xo'jaligi, gigienik tavsifdagi xizmatlar;
- transport, savdo, axborot, ijaraga berish xizmatlari;
- qurilish, uylarni ta'mirlash, badiiy ishlar va xalq ijodi mahsulotlarini ishlab chiqarish;
- ta'lim, tibbiy va boshqalar.
- Maqsadli belgilanish bo'yicha xizmatlar quyidagi guruhlariga bo'linadi:
- maishiy belgilanishdagi predmetlarning iste'mol xususiyatlarini ta'minlash maqsadida aholi buyumlarini ta'mirlash va qarash xizmatlari (kiyim-kechakni, oyoq kiyimini ta'mirlash, kimyoviy tozalash va buyumlarni bo'yash va boshqa xizmatlar);
- aholi buyumlari bo'yicha yangi mahsulotni tayyorlash, ya'ni yangi iste'mol qiymatlarini yaratish (kiyim-kechakni tikish, trikotaj mahsulotlarini tikish, mebel tayyorlash, uy qurish va hokazolar);
- turmushda qulayliklarni yaratish bo'yicha xizmatlar, jismoniy shaxs sifatida insonning ehtiyojlarini qondirish, shuningdek uy xo'jaligini yuritish bilan bog'liq xizmatlar (sartaroshxonalar, sanitar-gigienik va tibbiy xizmatlar, madaniy-maishiy belgilanishdagi buyumlarni ijaraga berish va hokazolar);
- ma'lumot-axborot va vositachilik, sayyohlik va boshqa xizmatlar;

- shaxs sifatida insonning ehtiyojini qondirish bo'yicha (ta'lim, madaniy) xizmatlar.

Xizmatlarni pullik, bepul va aralashlarga bo'lish alohida ahamiyatga ega.

Ushbu tasnif qabul qilingan iqtisodiy kenglikni iqtisodiyotning xususiy (bozor) va ijtimoiy (nobozor) sektorlariga bo'linishlariga asoslanadi.

Bepul xizmatlardan farqli ravishda pullik xizmatlar quyidagi xususiyatlarga ega:

- iste'molning yakka tartibdagi tavsifi, bo'linish va saylanish bilan;
- raqobatlilik, monopol holatning bo'lmasligi bilan.

To'lash uslubi bilan xizmatlarni quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin:

oldin va to'liq tartibda to'lanadigan yoki buyurtmani qabul qilishda qisman oldindan to'lanadigan va buyurtma topshirilishida oxirgi hisob-kitoblarni amalga oshirish tartibidagi xizmatlari;

aholiga bepul ko'rsatilgan xizmatlar (maishiy belgilanishdagi mashina va apparatlarni kafolatlangan ta'mirlash);

kechiktirilib to'lanadigan xizmatlar, ya'ni kreditga beriladigan.

Xizmatlar yo'naltirilgan faoliyatning turlari bo'yicha funktsional tasniflashtirish, xizmatlarni besh guruhga bo'lishni ko'zda tutadi:

- ishlab chiqarish - lizing, injiniring, ishlab chiqarish asbob-uskunalariga texnik xizmat ko'satish, texnik kommunikatsiyalarni ta'mirlash va hokazolar;
- iste'mol - uy xo'jaligiga mo'ljallashtirilgan ommaviy xizmatlar (turar joy va unda mavjud bo'lgan uzoq muddatli foydalanishdagi buyumlarni normal holatda saqlash);
- professional - sug'urta, moliya, bank, reklama, maslahat;
- taqsimot -transport, aloqa, savdo xizmatlari;
- shaxsiy tavsifdagi noishlab chiqarish (sartaroshxonalar, fotoatele va hokazolar) xizmatlari.



Xizmatlarning sistemaliroq tasnifi ularni buyumlashtirilgan tamoyil bo'yicha bir necha klasslarga bo'ladi:

- tovarlar va boshqa fizik ob'ektlarga yo'naltirilgan his etiladigan harakatlar (kimyoviy tozalash, asbob-uskunalarni saqlash va ta'mirlash, qo'riqlash va boshqa xizmatlar);
- inson tanasiga yo'naltirilgan his etiladigan harakatlar (fitnes markazlar, restoranlar va kafelar, go'zallik salonlari);
- insonning ongiga yo'naltirilgan his etilmaydigan harakatlar (ta'lim, teatrlar, muzeylar, axborot xizmatlari).

Kompekslik bo'yicha xizmatlar oddiy va qiyinlarga (kompleks xizmat ko'rsatish) bo'linadi. Ko'pchilik xizmatlar kompleks tavsifga ega. Masalan, mehmonxonalar xizmatlari - bu nafaqat turar joyni taqdim etish, balki ovqatlanish, maishiy xizmat ko'rsatish, iste'molchilar xodig'ini chiqarishni taqdim etish bo'yicha xizmatlar hamdir. Ularni qanaqangi tavsiflashtirishdan foydalanilmasin, biror bir aniq kichik guruhga kiritish qiyin.

Aralash xizmat tovar-moddiy boyliklarga hamrohlik qiladi, ularning aylanishini engillashtiradi va ularni iste'molchi uchun jozibador qilib ko'rsatadi. Ushbu xizmat jumlasiga tovar oldi-sotdisiga hamroh bo'ladigan sotishdan oldingi va sotishdan keyingi servisni keltirish mumkin.

Ulgurji savdo, uni amalga oshirishning asosiy tamoyillariga rioya qilingandagina keng rivoj topishi mumkin:

1. Uning ishlashi uchun resurslar asosini yaratish, ya'ni xaridorlarning to'lovga qobil talabini ifodalovchi pul mablaqlari bilan tovar massasi o'rtasidagi muvozanatga erishish.

2. hamkorlikni erkin tanlash va savdo shartnomasini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun tijorat alohalarini shakllantirishga erkin imkon beruvchi zarur bozor tuzilmasi unsurlarini yaratish.

Ulgurji savdoning barcha bosqichlarida xaridorlar talabini to'la qondirishga maksimal foyda olishga qaratilgan moddiy rag'batlantirish va javobgarlik unsurlarini o'z ichiga olgan moliya-narx tizimini shakllantirish.

Iqtisodni tijoratlashtirish jarayonida tovarlarni sotishning muhim shakllaridan bo'lgan chakana savdo alohida ahamiyatga ega.

Chakana savdo korxonalarida tovarlarni xaridorlarga unchalik katta bo'lmagan miqdorlarda sotadi, ya'ni tovar aylanishini yakuniga yetkazadi. Xaridorlarga servis xizmatini ko'rsatishga qaratilgan bunday savdoni tashkil etish uchun maxsus savdo xonalari, asbob-anjomlar va moslamalar zarurdir. Bunda chakana savdo xaridorlarning tez o'zgarib turuvchi talab va xohishlariga qarab tezda moslashish imkoniyatiga ega bo'lgan savdo assortimentining tanlanishi va shakllanishi bo'yicha katta ishni talab qiladi.

Chakana savdoning boshqa shakllaridan o'z do'konlari, pavilonlari va do'konlarining hududiy tarqoqligi bilan ajralib turadi.

Tijorat ishini chakana savdo doirasida to'g'ri tashkil etish tovar aylanishini o'sishiga, aholi talabini yetarli darajada qondirishga va tijorat muvaffaqiyatiga erishishga yordam beradi.

Savdo ishini tog'ri yo'lga qo'yish bevosita mijozlar xaridining ko'pligi bilan bog'liqdir. Shuning uchun mijozlarning qanday qarorlari ularni xarid qilishga undashini o'rganish kerak bo'ladi.

Bevosita xarid jarayonida qarorni shakllantiruvchi omillar:

Bevosita xarid jarayonida

- 1) xarid qilishga arziydimi;
- 2) qachon xarid qilish kerak;
- 3) nimani xarid qilish kerak;
- 4) qaerda xarid qilish kerak;
- 5) qanday xarid qilish kerak kabi bir qator savollar yuzaga keladi.

Birinchiidan, xarid qilishni amalga oshirish bo'yicha barcha xoxishlar ham amalga oshavermaydi, chunki iste'molchilarda xarid jarayonini to'xtatish uchun hama vaqt imkoniyat bo'ladi. Iste'molchiga quyidagi omillar xalaqit berishi mumkin:

- motivatsiyani o'zgarishi – faollashtirilgan ehtiyoj boshqa yo'l bilan yoki boshqa xoxishlar ustun bo'la boshlashadi;
- o'zgargan sharoitlar – iqtisodiy fikr-muloxazalar yoki boshqa omillar xaridni ushbu holatda amalga oshirishga imkon berishmaydi;
- yangi axborot – variantni oldingi baholash endi to'liq bo'lmaydi;
- xoxlaydigan boshqa variantlar yo'q - kutilmagan taqchillik.

Xarid qilish vaqtini ham e'tiborga olish lozim. Ayrim tovarlar ko'pincha «mavsum bo'yicha» xarid qilinadi. Masalan, ventilyatorlar, yangi yil sovg'alari, Karib dengizi bo'ylab kruizlar. Boshqa tovarlar, masalan, kir yuvish vositalari va muzlatilgan mahsulotlar, ko'pincha ularning zaxiralari tugaganda xarid qilinadi. Xarid qilish ko'pincha tugallanmagan, tuzatishlar kiritishni talab qiladigan jarayon bo'lib, qanday variantni tanlash to'g'risidagi axborotlarni izlashni talab qiladi. Bu holat xarid qilish jarayonidagi asosiy motivatsiya hisoblanadi. Xarid qilish jarayonidagi xulq-atvor o'zgarib bormoqda. Xozirgi kunda «do'konlarga boruvchi» xaridorlar soni kamaymoqda. Xarid jarayoni - qaror qabul qilish jarayonining to'rtinchi bosqichi bo'lib, u bir qator bosqichlardan iboratdir. Iste'molchi qaerda xarid qilishni o'zi tanlaydi. Masalan, dunyodagi rivojlanayotgan mamlakatlar uchun xonadonda xarid qilish keng tarqalgandir. Ko'pchilik chakana sotuvchilarni raqobat to'g'ridan-to'g'ri marketingga o'tishga majbur qilmoqda. Shu sabali ham ishlab chiqarish, ham chakana savdo darajasida «ma'lumotlar bazasi marketingi» ning ahamiyati oshib bormoqda. Sears, Roebuck @ Co. kompaniyalari iste'mol ma'lumotlar bazasida 44 mln. dan ortiq mijozlar manzillari mavjuddir. Iste'molchi xarid uchun to'lov shaklini tanlashi lozim. Rivojlangan mamlakatlarda naqd pul bilan hisob-kitob qilishdan kredit kartochkalari yoki to'lovni kechiktirishning boshqa shakllaridan foydalanilmoqda. Xarid manbasini tanlash. Ilgarilari xaridlarning asosiy qismi ko'chma avtodo'konlarda amalga oshirilardi. Qulay va qimmat bo'lmagan tovarlarni etkazib

berish metodlari keng tarqaldi, biroq chakana savdo do`konlari o`z ustuvorliklarini saqlab qoldilar. Keyingi yillarda tovarlarni iste'molchilar xonadonlarida sotuvchi chakana sotuvchilar va firmalar orasidagi raqobat kuchayib bormoqda. Ushbu muammo marketing uchun katta qiziqish uyg`otmoqda.

Keyingi 100 yil mobaynida chakana savdo do`konlariga tashrif buyurish (shopping) amerikaliklarning eng sevimli mashg`uloti bo`lib qoldi. Tovarlarini xonadonlarda sotish so`zsiz muvaffaqiyatlarga erishmoqda va bu holatni raqamlarda ko`rsatish mumkin, biroq 90% xarid qilingan tovarlar qiymat ko`rinishi nuqtai nazaridan chakana savdo, kataloglar, ko`rgazmalar va savdo avtomatlariga to`g`ri kelmoqda. Insonlar nima uchun do`konlarga tashrif buyurishadi? Bunda asosiy motiv bo`lib axborot olish hisoblanadi. Do`konlarga tashrif buyurishning motivlari shaxsiy va ijtimoiy motivlarga bo`linadi.

Shaxsiy motivlar.

O`z rolini bajarish. Ko`pchilik xatti-harakatlar an'anaviy tarzda ma'lum bir ijtimoiy rolning qismi bo`lgan taniqli xulq-atvor tiplari bilan bog`liqdir – ona, xotin, er, talaba.

Kungil ochishlar.

Do`konlarga tashrif buyurish kundalik turmush tashvishlaridan xoli bo`lish imkonini beradi va shunday qilib dam olish shakli hisoblanadi.

O`zidan qoniqish.

Turli xil emotsional holatlar va kayfiyatlar kishilarning do`konlarga nima uchun (va qachon) borishlarini tushuntirib berishlari mumkin. Ayrim kishilarning gapirishlaricha, ular o`zlariga pul sarflashib ko`pincha depressiyani kamaytirishadi. Ushbu holda do`konga borish ehtiyoj bilan emas, balki o`z-o`zicha biror narsanni xarid qilish bilan tushuntiriladi.

Yangi tendentsiyalarni o`rganish.

Tovarlar har bir kishining kundalik hayotiga kirib ketgan va ko`pincha ishontirishlar belgisi va turmush tarzi sifatida xizmat qiladi. Inson tendentsiyalar,

harakatlar va belgilarni o`rganadi, chunki ular do`kongga tashrif buyurgandagi u yoki bu mahsulotlarga mos kelishadi.

Jismoniy faollik.

Shaxarlarda yashovchi kishilar uchun do`konlarga tashrif buyurish bir oz piyoda yurish imkonini beradi. Ayrim kishilar savdo markazlari va ko`chalarda sayr qilishni yoqtirishadi.

Sensor rag`batlantirish.

Chakana savdo do`konlari ko`plab potentsial sensor tassurotlarni ta`minlashadi. Do`konlarga tashrif buyuruvchilar tovarlarni va bir-birini ko`zdan kechirishadi; ularga tovarlarga tegish, musiqaviy fon tovushini eshitish yoqadi, atirlar va qahvaxonada tayyorlanayotgan ovqatning xidi yoqadi.

Ijtimoiy motivlar.

Xonadondan tashqaridagi ijtimoiy tajriba. Savdo joylari an'anaviy tarzda ijtimoiy hayot markazi bo`lib hisoblangan. Bozorlarda yoki do`konlarda sayr qilish chog`ida do`stlar, qo`shnilarni uchratish mumkin yoki boshqa ijtimoiy aloqalarga kirish mumkin. «Manfaatlar bo`yicha» muloqot. Kolleksionerlar yoki dam olish uchun tovarlar yoki xizmatlar (masalan, pochta markalari yoki xonani bezash uchun tovarlar)ni taklif etuvchi do`konlar boshqa xaridorlar bilan va ushbu masala bo`yicha maxsus axborotni beruvchi xizmat ko`rsatuvchi personal bilan muloqot qilish imkonini beradi.

Etalon guruh vakillarini taklif etish.

Do`konning doimiy mijozlarini o`zlariga teng yoki kimlarni ichida bo`lish ishtiyoqi harakatga keltiradi.

Maqom va obro`-e`tibor.

Ayrim xollarda inson o`ziga jalb qilish imkoniyatini olish va unga xizmat ko`rsatishlari uchun do`konlarga tashrif buyuradi. Inson xo`jayin-xizmatkor holatida o`zining ustunligini va xokimiyatini his qiladi.

Savdo qilishdan zavq olish.

Ko`pchilik do`konga tashrif buyuruvchilar narxni tushirish maqsadida savdolashishni yoki tovar yoki xizmatning sifatiga e'tiroz bildirishni yaxshi ko`rishadi. Inson yaxshi xarid qilgani bilan mag`rurlanadi.

## XULOSA

Ma'lumki bugungi kunda jahon iqtisodiyotida amalga oshirilayotgan tub islohotlar, izlanishlar, yangilanishlar va o'z navbatida turli mamlakatlar orasida rivojlanib borayotgan integratsiyalashuv sharoitida zamon bilanhamnafas yashash hayot talabiga aylanib bormoqda. Shuni alohida ta'kidlab o'tish joizki turli mamlakatlar o'z iqtisodiyotini rivojlantirishda, aholi farovonligini ta'minlashda, jahon hamjamiyatida munosib o'rin egallash maqsadida har jabhada turli tuman chora tadbirlar olib boradilar va bunda ular asosan bilimli, aqlli, dono, dunyoqarashi keng va eng asosiysi intellectual salohiyatga ega bo'lgan kashfiyotchi, ixtirochi yoxud innovatorlarga ehtiyoj sezadilar. Bunda esa ular o'ziga xos va mos hamda beqiyos intellect sohiblari uchun shart sharoit yaratib beradilar shuningdek kerakli jihozlar va eng muhimi moliyaviy jihatdan qo'llab quvvatlaydilar. Birgina innovatorlar misolida olib qaraydigan bo'lsak ular o'zlari ishlab chiqaradigan yangi texnika texnologiya, Tovar va xizmatlar uchun foyda olishni maqsad qilib qo'yadilar va o'z navbatida yaratgan mehnat mahsuli orqali jamiyat hayotining yengillashuviga keng qamrovli miqyosda hissa qo'shadilar. Har qanday innovatorlar guruhi ular qaysi innovatsion loyihaning egasi bo'lishidan qat'iy nazar innovatsion mahsulotni yaratishda eng birinchi navbatda fanda o'tkaziladigan fundamental tadqiqotlar, amaliy tadqiqotlar va tajriba konstruktorlik ishlarini amalga oshiradilar. Innovatorlar innovatsion g'oya va takliflar, izlanishlar asosida yaratgan mahsulotlarini bozorda sotish ya'ni mahsulot realizatsiyasini amalga oshirishda bir qancha murakkabliklarga duch keladilar ya'ni ular o'z mahsulotlarini bozorga olib chiqib sotish uchun bozorning o'ziga xos asosiy unsuri bo'lgan raqobat sharoitida raqobatbardosh tovar va xizmatlar yaratishlari kerak.

Innovatsion jarayonlarni hamda innovatsion faoliyatni samarali samarali amalga oshirish uchun innovatsion va ilmiy-texnik soha tashkilotlari tarmog'ini shakllantirish hamda bu turdagi korxonalarining o'ziga xos tasniflanishini yaratish zarurdir. Bevosita innovatsion korxonalar tasniflanishiga o'tar ekanmiz, innovatsion faoliyatning asosiy tashkil etuvchisi bo'lib, uning axborot ta'minoti hisoblanadi.

Buning uchun telekommunikatsion tizimlardan foydalanishni hisobga olgan holda innovatsion faoliyatning avtomatlashtirilgan axborot ta'minotini yaratish lozim. Innovatsion faoliyatga innovatsion jarayon doirasidagi barcha faoliyat, shuningdek, sotuv bozorlarining marketing tadqiqotlari va yangi iste'molchilarni qidirish, raqobat muhiti va raqobatchi korxonalar mahsulotlarining iste'mol xususiyatlari, novatorlik g'oyalari va echimlari qidiruvlari, innovatsion loyihani tadbiq etish va moliyalashtirish bo'yicha hamkorlarni izlash kiradi. Milliy innovatsion tizim (MIT) bu xususiy va davlat institutlari va tashkilotlarining to'ri bo'lib ularning faoliyati va o'zaro xamkorligi yangi texnologiyalarni yaratish, o'zlashtirish, takomillashtirish va tarkatishga olib keladi.

Hamma sayyohlarga bir xilda mos kela olmaslikni anglagan holda ko'pchilik turistik ob'ektlar o'zlarini ommaviy dam olishga mo'ljallangan kurortlar; toza havoda dam olish istovchilar uchun mo'ljallangan joy; kechki faol hordiq chiqaruvchilar uchun mo'ljallangan joy sifatida ko'rsatishga harakat qiladi.

Taklif omillari uzi mehmonnavozlik san'atiga tegishli sanoatga kiradi, mahalliy gudvilga bog'liq bo'ladi, hamda imijni shakllantiruvchi resurs va mahsulotlarni rejallashtirishni talab etadi. Turistik talab va manfaatlarni turlichaligi munosabati bilan turistik ob'ektlar o'z resurs va imkoniyatlar hamda vositalari bilan qoniquvchi aniq bir bozor segmentiga moslashishga majbur bo'lishadi.

Turizm san'atining taklif jihati ikki asosga tayanadi: jozibadorlik va mehmondorchilik. Turizm resurs san'atidirki, turistik taklif turistik ob'ektning tabiiy sharoiti va uning jamoasi egalik qilayotgan madaniy meroslarga bog'liqdir.

Savdo qadimiy kasblardan biri bo'lib, bugungi kunda ham o'z qadr – qimmatini yo'qotmagan va kelajakda ham mavjud bo'ladi. Chunki har qanday mahsulotni yoki xizmatni ishlab chiqarish oson agarda uning xaridori bo'lsa. Bugungi kunda millionlab tovar va xizmatlar yaratilgan bo'lib ularning sotuvi ham turlicha. XXI asr axborot texnologiyalar asridir. Hamma sohalarda juda ko'p yangiliklar qilinmoqda. Savdo tizimida ham innovatsion yangiliklar juda ko'p uchraydi. Masalan avval xaridorlar tovarlarni izlab topishgan bo'lishsa, hozir tovar va xizmatlar mijozlarni



qidirib topishadi. Rivojlangan mamlakatlarda erkin raqobat shu darajaga yetdiki tovar va xizmatlar savdosi internet tarmog`ida ham sotiladigan bo`ldi. Bir vaqtlar mahsulotlar karvon yo`llari orqali olib kelib sotilgan, savdogarlar qayerda qanday mahsulot sotilishini taxmin asosida bilishgan bo`lishsa, bugungi kunga kelib internet yordamida dunyoning xohlagan nuqtasidan tovar va xizmatlarga buyurtma berishingiz yoki mahsulotlarni sotishda qayerda nimaga qanchalik talab shakllanganligini bilib olish imkonoyati mavjud.

## Adabiyotlar:

1. Karimov I.A. «O`zbekiston. Milliy istiqlol, iqtisod, siyosat, mafkura. 1- tom. T.: O`zbekiston, 1996.- 364 - bet
2. Karimov I.A. Bunyodkorlik yo`lida 4 - tom. T.: O`zbekiston, 1996. - 349 bet.
3. Karimov I.A. Biz kelajagimizni o`z qo`limiz bilan quramiz. 7-tom. T.: O`zbekiston, 1999. - 412 bet.
4. Karimov I.A. Ozod va Obod Vatan, Erkin va farovon hayot – pirovord maqsadimiz T. 8 - tom. T.: O`zbekiston., 2000. -528 bet.
5. Karimov I.A. Vatan ravnaqi uchun har birimiz ma'sulimiz 9–tom. T.: O`zbekiston, 2001.- 432 bet.
6. “Innovatsion texnologiyalar – taraqqiyot tayanchi”. Ma’rifat. 2015-yil 20-may № 40 (8793)
7. [www.cer.ru](http://www.cer.ru)
8. [www.uz.bussines.unitech.uz](http://www.uz.bussines.unitech.uz)
9. [www.torg.uz](http://www.torg.uz)
10. [www.edu.ru](http://www.edu.ru)
- 11.servisda innavasion faoliyat ma’ruza matni BDU 2015 y
- 12.“Aktsiyadorlik jamiyatlari va aktsiyadorlarning huquqlarini himoya qilish haqida” gi qonuni. 1996 yilning 26 aprelidagi
- 13.“Xorijiy investitsiyalar to`g`risida” gi Qonuni. 1998 yilning 30 aprel
- 14.“Investitsion faoliyat haqida” gi qonuni. 1998 yilning 24 dekabr
- 15.«Xususiy tadbirkorlik sub’ektlari, kichik va o`rta biznesni rivojlantirishni yanada rag`batlantirish chora-tadbirlari to`g`risida»gi 1998 yil 9 apreldagi PF-1987-sonli Farmoni.
- 16.“Bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustuvor yo`nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to`g`risida”. 2005 yil 14 iyun. Farmoni.
- 17.“Tadbirkorlik sub’ektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to`g`risida”. 2005 yil 14 iyun. Farmoni.

18. "Tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni naqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida". 2005 yil 15 iyun. Qarori.
19. "Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida". 2005 yil 20 iyun. Farmoni.
20. "Tashqi iqtisodiy va savdo aloqalari, xorijiy investitsiyalarni jalb etish sohasida boshqaruv tizimini takomillashtirish to'g'risida". 2005 yil 21 iyul. Farmoni.
21. "Yirik sanoat korxonalari bilan kasanachilikni rivojlantirish asosidagi ishlab chiqarish va xizmatlar o'rtasida kooperatsiyani kengaytirishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida». 2006 yil 5 yanvar. Qarori.
22. Abdulkarimov B.A va bosh. Korxonalar iqtisodiyoti. T: Fan 2005
23. Avanesova G.A. Servisnaya deyatel'nost'. M: Aspekt press 2005
24. Aleksandrova A.YU. Mejdunarodnyy turizm. M: Aspekt press 2004
25. Alekseeva M.M. Planirovanie deyatel'nosti firmy: ucheb – metod. Posobie M: Finansy i statistika, 2000
26. Ansoff I. Novaya korporativnaya strategiya. SPb: Piter 1999
27. Antonov A.N, Morozova A.S. Osnovy sovremennoy organizatsii proizvodstva. M: Delo i servis, 2004
28. Bays R. Upravlenchiskaya ekonomika i strategiya biznesa. M: YUNITI, 2000
29. Balalova E.I. i dr. Servisnaya, deyatel'nost' uchyot, ekonomicheskii analiz i kontrol'. M: Delo i servis, 2006
30. Bekvit G. CHto lyubyat klienty. SPb: Piter, 2004
31. Bell D. Gryadущее postindustrial'noe obshchestvo. Opyt sotsial'nogo prognozirovaniya/ per. s angl M:Academia, 1999
32. Goremykin V.A.; Bogomolov A.YU. Planirovanie predprinimatel'skoy deyatel'nosti predpriyatiya. M: Infra – M, 1997
33. Ishmuxamedov A.E., Jumaev Q.X., Jumaev Z.A. Makroiqtisodiyot (ma'ruzalar matnlari). Toshkent: TDIU – 2000.

## **Tayanch iboralar.**

Innovator-etakchilar va innovator ergashuvchilar. Innovator etakchilar innovatsiyalar tashabbuskorlaridir, keyinchalik mazkur innovatsiyalar ergashuvchilar tomonidan o'zlashtiriladi.

Inkubator—bu kichik inovatsion korxonalarining paydo bo'lishi va samarali faoliyat ko'rsatishi uchun qulay sharoitlar yaratishga ixtisoslashgan tuzilma hisoblanadi.

Innovatsion infratuzilma - yangi ilmiy-texnik g'oyani yaratishdan boshlab ularni qayta ishlash, ilmiy mahsulotni chiqarish va realizatsiya etishgacha bo'lgan barcha siklni qamrab oluvchi tashkilot, firma va birlashmalar kiradi.

Milliy innovatsion tizim (MIT) bu xususiy va davlat institutlari va tashkilotlarining to'ri bo'lib ularning faoliyati va o'zaro xamkorligi yangi texnologiyalarni yaratish, o'zlashtirish, takomillashtirish va tarkatishga olib keladi.

Turizm- alohida iqtisodiy tarmoq rivojlanishi iqtisodiy qonunlarga ega bo'lgan xizmat ko'rsatuvchi tarmoq bo'lib o'ziga ko'p tashkilotlarni biriktirgan faoliyat ko'rsatuvchi sohadir.